



مجله‌ی برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری
سال هشتم، شماره‌ی 28، بهار 1398
صفحات 49-33

بررسی تأثیر سیاست گردشگری بر دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در آسیای مرکزی (1990-2017)

محمد رضا دهشیری¹

محبوبه فقیهی²

تاریخ پذیرش: 1398/3/23

تاریخ دریافت: 1396/12/14

چکیده

این مقاله به بررسی تأثیر سیاست گردشگری بر دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در آسیای مرکزی از سال 1990-2017 می‌پردازد و به عوامل مؤثر در تأثیرگذاری سیاست گردشگری بر دیپلماسی فرهنگی ایران اشاره می‌کند. جمهوری اسلامی ایران در منطقه آسیای مرکزی علاوه بر برخورداری از ویژگیهای فرهنگی و تمدنی و تاریخی از موقعیتهای جغرافیایی و ژئوپلتیک هم بهره مند است که این امر می‌تواند موجب تقویت و گسترش روابط فرهنگی در میان این کشورها گردد. پژوهش در پی پاسخگویی به این سوال است که سیاست گردشگری تا چه میزان موجب تقویت و ارتقاء دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در آسیای مرکزی شده است؟ برای بررسی این موضوع از روش تلفیقی کیفی و کمی استفاده شده است. استخراج مطالب از اسناد بررسی دادههای تحقیق گواه آن است که سیاستهای گردشگری ج.ا.ایران به میزان اندک توانسته است موجب تقویت دیپلماسی فرهنگی در آسیای مرکزی شود، به نحوی که ساکنان کشورهایی که با جمهوری اسلامی ایران در آسیای مرکزی دارای اشتراکات تمدنی و فرهنگی و هویتی هستند، تمایل چندانی برای سفر به ایران ندارند.

واژگان کلیدی: گردشگری، سیاست گردشگری، دیپلماسی فرهنگی، جمهوری اسلامی ایران، آسیای مرکزی.

¹ دانشیار علوم سیاسی دانشکده روابط بین الملل، دانشگاه تهران، ایران، (mohammadreza_dehshiri@yahoo.com)

² دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران

مقدمه

ایران با توجه به تاریخ کهن خود از فرصت‌های مناسب و ظرفیتهای قدرتمندی در عرصه نوین دیپلماسی به ویژه دیپلماسی فرهنگی برخوردار است. در این میان تمامی مناطق آسیای مرکزی بیشترین میزان قربت فرهنگی، تاریخی و زبانی را با ایران دارند و همین امر، فرصت کم نظیری را در این منطقه حساس استراتژیک در اختیار ایران قرار می‌دهد. سیر تحولات فزاینده فرهنگی و تمدنی سه دهه اخیر که با وقوع انقلاب اسلامی در ایران و تغییرات بنیادین در ساختار نظام سیاسی و بین المللی از قبیل فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی و استقلال و احیای هویت قومی و ملی کشورهای تازه استقلال یافته آسیای مرکزی مقارن گشته است ایجاب میکند پرهیز از ایجاد حساسیتهای بی مورد گوناگون موقعیت و جایگاه تمدنی و تاریخی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران مورد توجه و بررسی جدی و دقیق قرار گیرد. در راستای این هدف، تحقیق پیش رو در نظر دارد تا تأثیر سیاست گردشگری بر دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در آسیای مرکزی از سال 1990 تا 2017 میلادی را مورد بررسی قرار دهد و به این پرسش پاسخ دهد که سیاست گردشگری ایران در منطقه آسیای مرکزی تا چه میزان بر دیپلماسی فرهنگی تأثیر داشته است؟

مبانی نظری

پیشینه و ادبیات تحقیق

در رابطه با موضوع تحقیق، مقالات و کتبی نوشته شده است که هیچ کدام صرفاً به بررسی تأثیر سیاست گردشگری بر دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در آسیای مرکزی نپرداخته، بلکه جنبه‌هایی از دیپلماسی فرهنگی و سیاست گردشگری جمهوری اسلامی ایران را تجزیه و تحلیل کرده است.

دهشیری (1393) در کتاب «دیپلماسی فرهنگی در جمهوری اسلامی ایران» روابط فرهنگی، اصول دیپلماسی فرهنگی در میان کشورهای آسیای مرکزی و فرهنگ سیاسی جمهوری اسلامی ایران را بیان کرده است.

مجیدی (1389) در مقاله «سیاست گردشگری خارجی در ایران» به نقش گردشگری در جهان امروز، پیامدهای حاصل از گردشگری، گردشگری فرهنگی و در نهایت به گردشگری در ایران و جستجوی الگوی مطلوب برای این صنعت اشاره دارد.

اخوان کاظمی و مرادی (1390) مقاله‌ای با عنوان «دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در آسیای مرکزی، فرصت‌ها و چالش‌های پیش رو»، منتشر کرده و نتیجه می‌گیرند که دیپلماسی فرهنگی بیشتر بر پایه فناوریهای نوین ارتباطی و با تمرکز بر فرهنگ، آموزش و هنر شکل گرفته است.

محمد زاده و دیگران در مقاله‌ی ای با عنوان «تخمین تابع تقاضای کل گردشگری ایران»، تابع تقاضای گردشگران خارج را در طول سالهای 1350-1385 با استفاده از پارامتر متغیر در طول زمان و روش کالکن-فیلتر برآورد کرده‌اند.

رضایی (1389) در کتاب «روابط سیاسی و گردشگری در ایران»، ابتدا به مفاهیمی چون دیپلماسی و انواع آن، گردشگری و مفاهیم و تعاریف آن، ابعاد مختلف در حوزه دیپلماسی گردشگری که به بعد فرهنگی نیز اشاره‌ای کرده است.

سیاست گردشگری جمهوری اسلامی ایران در آسیای مرکزی

با فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی، آسیای مرکزی به عنوان بخشی از گسترده حوزه تمدنی ایرانی، جایگاه ویژه‌ای از سیاست خارجی را به خود اختصاص داد. ایران نیز با وجود اشتراکات، پیوندها، فرصتها و مجموعه محدودیت‌ها و موانع داخلی و خارجی، سیاست ارتباط با این حوزه را به صورت دو جانبه یا چند جانبه آغاز کرد، اما توفیق ایران برای تأثیرگذاری در منطقه، منوط به گسترش هم‌گرایی و کاهش واگرایی و قدرت‌سازی از طریق همبستگی با واحدهای این منطقه بوده و برای تبدیل شدن به هژمونی منطقه باید همواره به حوزه‌های ایرانی، فرهنگی و اقتصادی به خصوص در صنعت گردشگری توجه ویژه داشته باشد. وجود اشتراکات و پیوندهای تاریخی، فرهنگی، سیاسی، امنیتی، اقتصادی و نقش ژئوپلیتیک و نیاز به دستیابی به حقوق اولیه و ذینع شدن در منافع مشترک و گسترش مناسبات از طریق رونق صنعت گردشگری تحقیق در این رابطه را ضروری می‌نماید: میراث سیاست خارجی ایران در مناطق آسیای قفقاز در صنعت گردشگری گویای آن است که در شرایط پرتلاطم حاکم بر خاورمیانه عربی، توجه بیشتری به مناطق آسیای مرکزی و قفقاز به عنوان یکی از مناطق مهم پیرامونی ایران صورت گیرد. در این راستا، توفیقات مهمی حاصل شد؛ هر چند نقدهایی نیز بر رویکرد و عملکرد سیاست خارجی ایران در این مقطع وارد است که انتظار می‌رود با سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی جامع‌تر، اهداف و منافع سیاست خارجی ایران در مناطق آسیای مرکزی و قفقاز بیش از گذشته محقق شود؛ مناطقی که بخش انکارناپذیر از عقبه فرهنگی و تمدنی ایران و نیز بخش مهمی از منطقه آسیای غربی مورد نظر سند چشم‌انداز بیست ساله جمهوری اسلامی ایران در افق ۱۴۰۴ به شمار می‌رود: (مؤسسه مطالعات ایران و اوراسیا، 1396).

جمهوری اسلامی ایران به لحاظ دارا بودن تاریخ کهن و موقعیت ژئوپلیتیک جایگاه ویژه‌ای در منطقه آسیای مرکزی دارد و مورد توجه بسیاری از کشورهای همسایه به دلیل اشتراکات فرهنگی به خصوص در صنعت گردشگری قرار دارد. جمهوری اسلامی ایران همچنین به لحاظ قرار گرفتن در یک منطقه آشوب‌ناک است امنیت داشته باشد و یکی از مواردی می‌باشد که باعث جذب و گسترش گردشگری می‌شود و وجود امنیت در کشور مقصد است. در طی چند سال اخیر سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی کشور تلاش ویژه‌ای در جهت حفظ و مرمت آثار تاریخی

در بسیاری از شهرها نموده است که این خود می‌تواند نشان دهنده ارزشمند بودن آثار فرهنگی و تاریخی کشور را در منطقه آسیای مرکزی بازگو نماید.

جایگاه راهبردی منطقه آسیای مرکزی در سیاست گردشگری جمهوری اسلامی ایران

با فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی، امکان بیرون آمدن کشورهای آسیای مرکزی از انزوای فرهنگی و تاریخی فراهم گردید و بدین ترتیب ایران فرصتی برای احیای روابط تاریخی و فرهنگی خود با این منطقه به دست آورد. ایران از اولین کشورهای بود که استقلال این جمهوری‌ها را به رسمیت شناخت و اقدام به تبادل هیئت‌های دیپلماتیک خود با آنها نمود. در این راستا، تهران فعالیت‌های فرهنگی و گردشگری خود را به موازات توسعه و بسط روابط سیاسی بر اساس استفاده از فرصت‌های پدید آمده روزهای آغازین استقلال این کشورها آغاز نمود. از دیدگاه تهران، تمدن مشترک اسلامی- ایرانی توجیه تاریخی برقراری روابط نزدیک فرهنگی به خصوص گردشگری با کشورهای آسیای مرکزی است. دولت ایران تأکید دارد که فرهنگ ایرانی-اسلامی و اشتراکات زبانی، فرهنگی و تاریخی به توسعه روابط دوستانه با این کشورها کمک نموده، درک متقابل و برقراری ثبات و هماهنگی منطقه ای را امکان پذیر می‌سازد. مرزهای فرهنگی و تاریخی ایران فراتر از مرزهای سیاسی این کشور است و داشتن سابقه‌ای طولانی از حضور فرهنگ غنی ایرانی، ایرانیان را وادار می‌سازد تا مسائل آسیای مرکزی را با علاقه بیشتری دنبال نموده و سعی نمایند تا از اشتراکات تاریخی و هویتی برای توسعه روابط و مناسبات دیگر به خصوص صنعت گردشگری با این جمهوری‌ها استفاده نمایند (واعظی، 1387: 294-295). بر این اساس، تأکید بر مشترکات می‌تواند در توسعه همگرایی بیشتر فرهنگی میان ایران و کشورهای آسیای مرکزی تأثیر به‌سزایی داشته باشد. همگرایی فرهنگی با آسیای مرکزی می‌تواند موازنه‌های مثبتی را به سود ایران در مجامع بین‌الملل رقم بزند و این جمهوری‌ها را بیش از پیش در مدار سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران قرار دهد. به این ترتیب و از آنجا که دولت‌های آسیای مرکزی نسبت به گسترش روابط فرهنگی با ایران حساسیت خاصی از خود نشان نمی‌دهند، باید ضمن اجتناب از ملی‌گرایی فارسی به منظور جلوگیری از برانگیخته شدن احساسات ملی‌گرایانه ضدایرانی در آسیای مرکزی و تحریک رقبا، به گونه‌ای ظریف و هوشمندانه اقدام به تقویت قدرت ایران از طریق اقدامات نرم‌افزاری در جمهوری‌های منطقه نمود (عزیزی، 1393). در این میان، «دیپلماسی عمومی» مهم‌ترین ابزاری است که می‌تواند در زمینه توسعه قدرت نرم و به تبع آن، گسترش نفوذ ایران در آسیای مرکزی به کار بیاید. در این چارچوب، می‌توان به طور خاص مواردی همچون تقویت نمایندگی‌های فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در کشورهای آسیای مرکزی، تشکیل و تقویت انجمن‌های دوستی و برگزاری هفته‌های فرهنگی در این کشورها جهت شناساندن ظرفیت‌های فرهنگی کشور و ایجاد تعامل با افکار عمومی این کشورها، انتشار و توزیع روزنامه و ایجاد کانال‌های خبری- رسانه‌ای به زبان‌های منطقه، برنامه‌های تبادل استاد و دانشجو و همکاری‌های علمی، پذیرش گردشگران خارجی و تشویق به مسافرت به

منطقه جهت انتقال فرهنگی، ایجاد و تقویت مؤسسات ایران‌شناسی و زبان‌شناسی را از جمله سیاست‌های دانست که پیگیری آن‌ها می‌تواند به توسعه قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران در منطقه منجر شود (عزیزی، 1393).

با این وجود باید گفت که به رغم وجود پیوندهای مشترک و عمیقی که بین ایرانیان و مردم این منطقه و نیز با وجود امضای توافقنامه‌های متعدد فرهنگی بین طرفین، سطح تعامل فرهنگی در حوزه گردشگری جمهوری اسلامی ایران با کشورهای این منطقه چندان قابل ملاحظه نبوده است. این عدم توجه فرهنگی موجب می‌گردد که ایران فرصت‌های طلایی را در منطقه از دست بدهد و از میزان موفقیت ایران با حضور قدرت‌های منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای در منطقه کاسته شود. اتخاذ سیاست چند جانبه‌گرایی از طریق ایجاد و توسعه ساختارها و سازمان‌های چند جانبه به منظور تشویق و تقویت منطقه‌گرایی و همگرایی منطقه‌ای از جمله رویکردهای سیاسی جمهوری اسلامی ایران در منطقه آسیای مرکزی است. با توجه به موقعیت ژئوپلتیک، وسعت، اهمیت اقتصادی و توان نظامی، ایران امکان ایفای نقش محوری در شکل‌های منطقه‌ای در آسیای مرکزی و دریای خزر را دارا است (عزیزی، 1393).

نگاه مردمان کشورهای آسیای مرکزی به ایران در صنعت گردشگری

مردمان کشورهای آسیای مرکزی دارای تمدن و فرهنگ و تاریخی بسیار غنی هستند. آنها روزی عضوی از ایران بزرگ فرهنگی محسوب می‌شدند؛ اما امروز برای یافتن هویت فرهنگی خود باید به ایران سفر کنند و از طرفی به دلیل نداشتن اطلاعات کافی از جمهوری اسلامی ایران کمتر به گردشگری به این کشور علاقه‌مند هستند. با توجه به اتفاقات پیش آمده در چند سال اخیر در منطقه آسیای مرکزی نگاه مردم کشورهای این منطقه به جمهوری اسلامی ایران بسیار نامطلوب شده تأثیر سیاست گردشگری بر دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در آسیای و حضور گردشگر از این مناطق هنوز چندان چشمگیر نیست.

به دلیل کم‌کاری بسیاری از نمایندگان فرهنگی ما در این کشورها برای معرفی کشور ایران به مردمان این مناطق و ارائه نامطلوب وسایل فرهنگی و آموزشی به این کشورها اغلب با مشکل بی‌اطلاعی از جانب مردمان این مناطق روبه‌رو هستیم که باعث بی‌توجهی مردمان این مناطق به ایران می‌گردد. منطقه آسیای مرکزی بخصوص کشور ایران هم به لحاظ موقعیت جغرافیایی و هم به لحاظ فرهنگی دارای اهمیت بسزایی برای قدرت‌های منطقه است و منزوی کردن ایران در منطقه یکی از راه‌های دستیابی به فرهنگ، تاریخ و منابع آن محسوب می‌شود. از این رو اهمیت به موضوع گردشگری در منطقه آسیای مرکزی با پیوند تاریخی و فرهنگی که با جمهوری اسلامی ایران دارند، می‌تواند موجب گسترش روابط و تأمین امنیت منطقه گردد (باقری مقدم، 1394: 38-36).

ظرفیت‌های دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در آسیای مرکزی

دیپلماسی فرهنگی به عنوان یک رسم و یک روش صدها سال سابقه دارد. همه سیاحان، مسافران، معلمان و هنرمندان را می‌توان نمونه‌هایی از سفیران غیررسمی یا دیپلماتهای فرهنگی اولیه به حساب آورد (دهشیری، 1393: 18). ابزارهایی که فرهنگ برای فراگیری مهیا می‌نماید، شامل «تاریخ فرهنگی»، «زمینه اجتماعی» و «زبان» است (همتی، 1395: 4). بنابراین از طریق ابزارهای آموزشی و تاکید بر تعلقات مشترک به زبان فارسی و تاریخ فرهنگی مشترک میان ایران و کشورهای آسیای مرکزی، می‌توان امکان بر ساخت منافع مشترک و احساس نزدیکی طرفین با تصویر سازی مثبت در اذهان دو ملت را فراهم ساخت (دهشیری و طاهری، 1395). در واقع یکی مهمترین مسائل در سیاست‌گذاری فرهنگی در جوامع امروزی این است که چگونه می‌توان از فرهنگ خودی و سنن بومی محافظت کرد. سریع‌ترین و کاربردی‌ترین راه حلی که معمولاً سیاست‌گذاران امور فرهنگی به آن دست می‌یابند تاریخ است. در واقع تاریخ یکی از منابع اصلی تغذیه فرهنگی به شمار میرفته است (اشتریان، 1391: 41). جمهوری اسلامی ایران نیز به عنوان قدرتی منطقه‌ای با برخورداری از موقعیتی استراتژیک و ژئواکونومیک از این قاعده مستثنی نبوده و برای تامین نیازهای منطقه‌ای و فرمانطقه‌ای بر یک دیپلماسی فعال و کارآمد تاکید داشته است. ظرفیت‌های مهم دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در آسیای مرکزی عبارت است از:

الف) ظرفیت‌های فرهنگی و علمی: بعد فرهنگی و علمی ایران در مواردی چون زبان و ادبیات فارسی، مبادله استاد و دانشجو و توریسم قابل ملاحظه است. در این میان مراکز فرهنگی در خارج از کشور از اهمیت بسزایی برخوردارند. ارائه تصویری درست از انقلاب و نظام برای مردم دنیا و همچنین مسئولان کشورها یکی از وظایف مهم و کارهای بزرگ سفیران فرهنگی است. همچنین تقویت عناصر تمدن ایرانی همچون اسطوره‌ها، آیین‌های کهن، زبان و فرهنگ به ویژه در آسیای مرکزی که در حوزه تمدنی ایران قرار دارد می‌تواند موجب نفوذ هرچه بیشتر ایران در میان مردمان این مناطق شود (ملکی، 1387). از جمله ظرفیتهای فرهنگی، موضوع زبان فارسی است. برخی از اقوام؛ مردم کشور تاجیکستان عموماً فارس زبان اند و تکلم به زبان فارسی دری در میان ایشان رواج کامل دارد. اقوامی که به زبان فارسی آشنا هستند در کشور ترکمنستان به ویژه در اطراف عشق آباد و مرو و همچنین در کشور ازبکستان، در شهرهای سمرقند و بخارا ساکن هستند. در قزاقستان و قرقیزستان نیز برخی به زبان فارسی گفتگو می‌کنند. این در حالی است که تعداد کلمات ولغات فارسی در زبان بومی آن منطقه نیز فراوان است (بخشی، 1391).

ب) ظرفیت‌های ایدئولوژیکی: با توجه به اینکه حکومت ایران بر مبنای ایدئولوژی اسلام تشکیل شده، کارآمدی آن در جهان کنونی به ویژه در جهان اسلام جاذبه‌های بی نظیری را ایجاد کرده است. در واقع یکی از مؤلفه‌های تولیدکننده یا تقویت کننده قدرت نرم یک کشور، جذابیت ارزش‌ها و مطلوبیت‌های سیاسی و ماهیت ایدئولوژیک یک کشور است (بخشی، 1391).

ج) ظرفیت‌های ژئوپلیتیکی: یکی از مهمترین محدودیت‌هایی که کشورهای آسیای مرکزی با آن مواجهند، محصور بودن در خشکی و عدم دسترسی به آب‌های آزاد است که از یک سو ارتباط تجاری این کشورها با بازارهای بین‌المللی را محدود کرده و فرصت‌های بسیاری را جهت رشد اقتصادی از آنان سلب می‌نمود و از سوی دیگر، برای آن دسته از کشورهای منطقه که دارای ذخایر انرژی هستند، محدودیت‌هایی را در زمینه انتقال انرژی به بازارهای جهانی ایجاد می‌نمود (اخوان کاظمی، 1390: 8). همین عامل باعث شد تا این کشورها درصدد برآیند تا با برقراری روابط با همسایگان خود، هم‌شرکای تجاری و اقتصادی جدیدی بیابند و هم از طریق این کشورها، به بازارهای بین‌المللی دسترسی پیدا کنند. بدون شک در این رابطه، ایران به عنوان یکی از اولین و مهمترین گزینه‌ها مورد توجه رهبران کشورهای آسیای مرکزی قرار گرفت. در حقیقت در این راستا باید از اهمیتی دو جانبه سخن گفت که دو طرف این رابطه را برای یکدیگر با اهمیت ساخته است. آسیای مرکزی به صورت بالقوه مکان مناسبی برای جذب سرمایه‌گذاری ایران و در نهایت بازار مناسبی برای فروش کالاهای ایرانی و سرمایه‌گذاری شرکت‌های بزرگ ایرانی است (بهشتی پور، 1389).

گردشگری یکی از پردرآمدترین منابع مالی برای هر کشوری محسوب می‌شود. کشورهای که به لحاظ تاریخی، فرهنگی و تمدنی از ریشه عمیقی برخوردار هستند صنعت گردشگری در آنجا بسیار رونق دارد. جمهوری اسلامی ایران نیز در صنعت گردشگری از این حیث مستثنی نیست. ایران با منطقه آسیای مرکزی دارای پیشینه بسیار عمیق و مهم فرهنگی می‌باشد و این می‌تواند یکی از مسائل مهم در رونق صنعت گردشگری برای ایران محسوب گردد اما این صنعت هم دارای عوامل و موانعی است که یکی از آنها مسأله ایران‌هراسی در منطقه است که طی چند سال اخیر توسط قدرتهای بزرگ همچون آمریکا و اسرائیل ایجاد شده است.

جمهوری اسلامی ایران به دلیل قرار گرفتن در یک منطقه پر از آشوب و بی‌امنی در عین حال خود دارای امنیت کامل است و موج جدیدی که در منطقه آسیای مرکزی در حال شکل‌گیری است، مسأله ایران‌هراسی است. رژیم صهیونیستی در بسیاری از کشورهای آسیای مرکزی به خصوص ازبکستان، قزاقستان، قرقیزستان و تاجیکستان دارای نمایندگان و سفیرانی است و با به راه انداختن موج ایران‌هراسی در منطقه سعی در منزوی کردن ایران را دارد و با هدف قرار دادن تاریخ و فرهنگ ایرانی تلاش گسترده‌ای در ناامن کردن منطقه و بدبین کردن این کشورها به ایران را دارد. یکی دیگر از موانع هزینه بالای سفرهای خارجی به ایران از منطقه آسیای مرکزی است. به دلیل اینکه عمدتاً کشورهایی همچون تاجیکستان، قزاقستان و قرقیزستان کشورهای ثروتمندی نیستند و از طرفی هزینه رفت و آمد و اقامت در ایران بسیار بالاست کمتر از منطقه آسیای مرکزی شاهد حضور گردشگران به کشور هستیم. همچنین به دلیل نبود نیروی آموزش دیده در جهت ارائه خدمات به گردشگران برای راهنمایی در سطح شهرها و نبود هتل‌های مرغوب و مکان‌های اسکان

مناسب در سطح شهرها، می‌تواند در موانع نارضایتی و در نهایت کاهش گردشگر به ایران باشد. یکی دیگر از موانع فراروی همکاری‌های گردشگری ایران و کشورهای آسیای مرکزی تقدم مسائل سیاسی بر مسائل فرهنگی است. بسیاری از کشورهای منطقه آسیای مرکزی برای تأمین مواد مورد نیاز خود و تجارت با اروپا و غرب باید از ایران عبور کنند زیرا یکی از سهل‌الوصول‌ترین راه‌هاست تا به آبهای آزاد دسترسی داشته باشند. اما به دلیل مسائل ساسی پیش آمده در منطقه و سلطه غرب و عربستان در آسیا علاوه بر ایجاد جو ایران هراسی در منطقه با در اختیار قرار دادن شرایط بهتر برای رفع نیازها به این کشورها از جمله تاجیکستان که با جمهوری اسلامی ایران نیز علاوه بر اشتراک فرهنگی و تاریخی اشتراک زبانی هم دارد باعث شده است تا کمتر از کشور تاجیکستان با ایران گردشگر داشته باشیم. وقتی مسائل سیاسی مقدم بر مسائل فرهنگی کشوری قرار گیرد موجب می‌شود تا بسیاری از اشتراکات و روابط از میان برود. همچنین، به دلیل کم‌کاری بسیاری از نمایندگان فرهنگی ما در این کشورها برای معرفی کشور ایران به مردمان این مناطق و ارائه نامطلوب وسایل فرهنگی و آموزشی به این کشورها اغلب با مشکل بی‌اطلاعی از جانب مردمان این مناطق روبرو هستیم که باعث بی‌توجهی مردمان این مناطق به ایران می‌شود. منطقه آسیای مرکزی به خصوص کشور ایران هم به لحاظ موقعیت جغرافیایی و هم به لحاظ فرهنگی دارای اهمیت بسزایی برای قدرتهای منطقه است و منزوی کردن ایران در منطقه یکی از راه‌های دستیابی به فرهنگ، تاریخ و منابع آن محسوب می‌گردد. از این رو اهمیت به موضوع گردشگری در منطقه آسیای مرکزی با پیوند تاریخی و فرهنگی که با جمهوری اسلامی ایران دارند، می‌تواند موجب گسترش روابط و تأمین امنیت منطقه شود (باقری مقدم، 1394: 23-39).

جدول (1): عوامل مؤثر در تأثیرگذاری سیاست گردشگری بر دیپلماسی فرهنگی

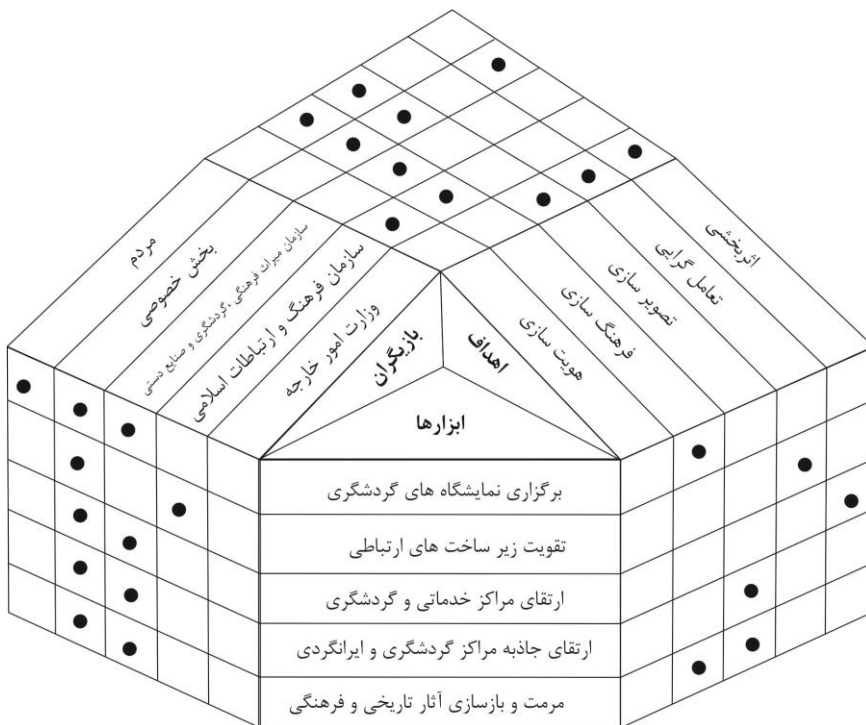
جمهوری اسلامی ایران در آسیای مرکزی

تقویت مراکز خدماتی	عوامل ساختاری
ایجاد هتل‌های استاندارد	
تقویت راههای ارتباطی و مواصلاتی	
ساختار کارآمد اداری	
تسریع صدور روادید	عوامل فرآیندی
فرآیند تعامل سیاسی و فرهنگی با کشورهای هدف	
فرآیند حمایت از سرمایه‌گذاری در عرصه گردشگری	
فرآیند آموزش به دست‌اندرکاران خدمات گردشگری و دیپلماسی فرهنگی	

ادامه جدول (1): عوامل مؤثر در تأثیرگذاری سیاست گردشگری بر دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در آسیای مرکزی

عوامل زمینه ای	زمینه های فرهنگی مربوط به آثار و بناهای تاریخی
	زمینه های فرهنگی نزد گردشگران ایرانی و خارجی
	زمینه های امنیتی
	زمینه های اجتماعی
عوامل کارگزاری	نیروی انسانی متخصص در زمینه گردشگری
	کارآمدی دست اندرکاران سیاست گردشگری
	کارآمدی دست اندرکاران دیپلماسی فرهنگی
	هماهنگی کارگزاران دیپلماسی فرهنگی و سیاست گردشگری

منبع: محاسبات تحقیق حاضر



نمودار (1): ماتریس ارزیابی اهداف، بازیگران و ابزارهای مؤثر در فرآیند تأثیرگذاری سیاست گردشگری بر دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در آسیای مرکزی

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

براساس ماتریس بالا، مثلث اهداف، بازیگران و ابزارها، سه ضلع دستیابی به راهبردها و سیاست‌های پیشنهادی در این مقاله خواهد بود. به عبارت دیگر، با عنایت به دستیابی به اهداف پنج گانه هویت سازی، فرهنگ سازی، تصویر سازی، تعامل گرایی، اثربخشی، با تعامل و همکاری همه کارگزاران و بازیگران در پنج حوزه کشور همچون وزارت امور خارجه، سازمان میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، بخش خصوصی و مردم و با بهکارگیری ابزارهایی چون برگزاری نمایشگاه های گردشگری، تقویت زیرساخت‌های ارتباطی، ارتقاء مراکز خدماتی و گردشگری، ارتقاء جاذبه مراکز گردشگری و ایرانگردی، مرمت و بازسازی آثار تاریخی و فرهنگی صنعت گردشگری ایران خواهد توانست به راهبردها و سیاست‌های شناسایی شده اقدام نموده و باعث ارتقاء دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران با کشورهای منطقه آسیای مرکزی و در نتیجه موجب افزایش درآمدهای غیر نفتی جمهوری اسلامی ایران از طریق جذب توریسم به کشور می‌گردد.

روش تحقیق

یافته‌ها و دستاوردهای پژوهش عبارت است از نتایج محاسبه و تجزیه و تحلیل اطلاعات گردآوری شده. به بیانی دیگر، تعبیر و تفسیر داده‌ها را یافته‌های پژوهش گویند. یافته‌ها و دستاوردهای پژوهش اطلاعات واقعی است که از فرآیند پژوهش علمی به دست آمده است. در این مرحله اطلاعات و داده‌های کد گذاری شده پس از تجزیه و تحلیل و پردازش به وسیله رایانه با کمک نرم افزار SPSS20 توسط محقق مورد تفسیر و تعبیر قرار می‌گیرند. در این پژوهش برای به دست آوردن پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است.

$$r_{\alpha} = \frac{j}{j-1} \left(1 - \frac{\sum S_j}{S_j^2}\right)$$

j تعداد زیرمجموعه سؤالات پرسشنامه

S_j واریانس زیر آزمون j ام

S_j^2 واریانس کل پرسشنامه یا آزمون می‌باشد.

در صورتی که ضریب آلفا بیشتر از 0/7 باشد، آزمون از پایایی قابل قبول برخوردار است (مومنی، 1387، 212).

مقدار آلفای کرونباخ برای کل پرسشنامه برابر 0/823 می‌باشد. با توجه به اینکه مقدار آلفای کرونباخ بیشتر از 0/7 می‌باشد می‌توان گفت پرسشنامه مزبور از اعتبار کافی برخوردار است.

تجزیه و تحلیل داده‌ها

تفکیک نمونه بر حسب متغیر تحصیلات

در این پژوهش، 6 نفر (7/5 درصد) افراد نمونه دارای تحصیلات در سطح کارشناسی، 22 نفر (22/5 درصد) کارشناسی ارشد و 42 نفر (52/2 درصد) افراد نمونه دارای تحصیلات در سطح دکترا هستند. بیشترین فراوانی مربوط به افرادی است که دارای تحصیلات در مقطع دکترا و کمترین فراوانی مربوط به افرادی است که دارای تحصیلات در مقطع کارشناسی هستند.

تفکیک نمونه بر حسب متغیر سن

تفکیک نمونه بر حسب سن نشان می‌دهد که 13 نفر (16/2 درصد) افراد نمونه در رده سنی کمتر از 30 سال هستند، 44 نفر (55 درصد) در رده سنی بین 30 تا 35 سال، 17 نفر (21/2 درصد) در رده سنی بین 35 تا 40 سال، 4 نفر (5 درصد) در رده سنی بین 40 تا 45 سال و 1 نفر (1/2 درصد) از افراد نمونه در رده سنی بیشتر از 45 سال هستند. بیشترین فراوانی مربوط به رده سنی بین 30 تا 35 سال است و کمترین مربوط به رده سنی بیش‌تر از 45 سال است.

تفکیک نمونه بر حسب متغیر جنسیت

در بحث متغیر جنسیت، 45 نفر (56/2 درصد) افراد نمونه را مردان تشکیل می‌دهند و 34 نفر (42/5 درصد) را زنان تشکیل می‌دهند. بیشترین فراوانی مربوط به جنسیت مرد است.

تفکیک نمونه بر حسب متغیر سوابق

متغیر سوابق یا سخ دهندگان نشان می‌دهد که 50 نفر (67/6 درصد) افراد نمونه، دارای سابقه علمی و 24 نفر (32/4 درصد) از افراد نمونه دارای سابقه اجرایی هستند.

پرسش‌های پژوهش: این پژوهش شامل 19 پرسش است و نمونه پاسخ مشارکت کنندگان به تفکیک تشریح شده است.

پرسش 1: 22 نفر (27/5 درصد) از افراد نمونه معتقدند سیاست گردشگری ج.ا. ایران در آسیای مرکزی در حد خیلی کم موجب جذب گردشگران خارجی به فرهنگ و تمدن ایران شده است، 37 نفر (46/2 درصد) در حد نسبتاً کم، 14 نفر (17/5 درصد) در حد متوسط، 5 نفر (6/2 درصد) در حد نسبتاً زیاد و 2 نفر (2/5 درصد) از افراد نمونه معتقدند سیاست گردشگری ج.ا. ایران در آسیای مرکزی در حد خیلی زیاد موجب جذب گردشگران خارجی به فرهنگ و تمدن ایران شده است. پرسش 2: 5 نفر (6/2 درصد) از افراد نمونه معتقدند سیاست گردشگری ج.ا. ایران در حد خیلی کم موجب تسهیل در رفت و آمد گردشگران خارجی از منطقه آسیای مرکزی به ایران شده است. 17 نفر (21/2 درصد) در حد نسبتاً کم، 40 نفر (50 درصد) در حد متوسط و 18 نفر (22/5 درصد) از افراد نمونه معتقدند سیاست گردشگری ج.ا. ایران در حد نسبتاً زیاد موجب تسهیل در رفت و آمد گردشگران خارجی از منطقه آسیای مرکزی به ایران شده است.

پرسش 3: 2 نفر (2/5 درصد) از افراد نمونه معتقدند سیاست گردشگری ج.ا. ایران در حد خیلی کم موجب آشنایی مردم کشورهای منطقه آسیای مرکزی با جاذبه‌های طبیعی و تاریخی ایران شده است، 15 نفر (18/8 درصد) در حد نسبتاً کم، 41 نفر (51/2 درصد) در حد متوسط، 18 نفر (22/5

درصد) در حد نسبتاً زیاد و 4 نفر (5 درصد) از افراد نمونه معتقدند سیاست گردشگری ج.ا. ایران در حد خیلی زیاد موجب آشنایی مردم کشورهای منطقه آسیای مرکزی با جاذبه های طبیعی و تاریخی ایران شده است. پرسش 4: 6 نفر (7/5 درصد) از افراد نمونه معتقدند سیاست گردشگری ج.ا. ایران در حد خیلی کم موجب افزایش تفاهم و احترام متقابل با فرهنگ مردم در منطقه آسیای مرکزی شده است، 18 نفر (22/5 درصد) در حد نسبتاً کم، 49 نفر (61/2 درصد) در حد متوسط و 7 نفر (8 درصد) از افراد نمونه معتقدند سیاست گردشگری ج.ا. ایران در حد نسبتاً زیاد موجب افزایش تفاهم و احترام متقابل با فرهنگ مردم در منطقه آسیای مرکزی شده است پرسش 5: 4 نفر (5 درصد) از افراد نمونه معتقدند سیاست گردشگری ج.ا. ایران تا چه میزان موجب ایجاد حس هویتی مشترک با مردم آسیای مرکزی شده است، 23 نفر (28/8 درصد) در حد نسبتاً کم، 47 نفر (58/8 درصد) در حد متوسط و 6 نفر (7/5 درصد) از افراد نمونه معتقدند سیاست گردشگری ج.ا. ایران در حد نسبتاً زیاد موجب ایجاد حس هویتی مشترک با مردم آسیای مرکزی شده است. پرسش 6: 19 نفر (23/8 درصد) از افراد نمونه معتقدند سیاست گردشگری ج.ا. ایران در حد خیلی کم موجب توسعه همگرایی فرهنگی میان ایران و کشورهای منطقه آسیای مرکزی شده است، 39 نفر (48/8 درصد) در حد نسبتاً کم، 21 نفر (26/2 درصد) در حد متوسط و 1 نفر (1/2 درصد) از افراد نمونه معتقدند سیاست گردشگری ج.ا. ایران در حد نسبتاً زیاد موجب توسعه همگرایی فرهنگی میان ایران و کشورهای منطقه آسیای مرکزی شده است.

پرسش 7: 10 نفر (12/5 درصد) از افراد نمونه معتقدند ساختارهای سیاست گردشگری در ایران در حد خیلی کم توانایی تحول در راستای گسترش دیپلماسی فرهنگی را دارد، 10 نفر (12/5 درصد) در حد نسبتاً کم، 24 نفر (30 درصد)، در حد متوسط 23 نفر (28/8 درصد) در حد نسبتاً زیاد و 13 نفر (16/2 درصد) از افراد نمونه معتقدند ساختارهای سیاست گردشگری در ایران در حد خیلی زیاد توانایی تحول در راستای گسترش دیپلماسی فرهنگی را دارد.

پرسش 8: 12 نفر (15 درصد) از افراد نمونه معتقدند سیاست گردشگری ج.ا. ایران در حد خیلی کم موجب تقویت برداشتهای واقع بینانه از فرهنگ اسلامی-ایرانی شده است، 32 نفر (40 درصد) در حد نسبتاً کم، 30 نفر (37/5 درصد) در حد متوسط، 5 نفر (6/2 درصد) در حد نسبتاً زیاد و 1 نفر (1/2 درصد) از افراد نمونه معتقدند سیاست گردشگری ج.ا. ایران در حد خیلی زیاد موجب تقویت برداشتهای واقع بینانه از فرهنگ اسلامی-ایرانی شده است. پرسش 9: 40 نفر (50 درصد) از افراد نمونه معتقدند تعامل میان کارگزاران سیاست گردشگری و کارگزاران دیپلماسی فرهنگی در حد خیلی کم است، 22 نفر (27/5 درصد) در حد نسبتاً کم، 14 نفر (17/5 درصد) در حد متوسط، 3 نفر (3/8 درصد) در حد نسبتاً زیاد و 1 نفر (1/2 درصد) از افراد نمونه معتقدند تعامل میان کارگزاران سیاست گردشگری و کارگزاران دیپلماسی فرهنگی در حد خیلی زیاد است. پرسش 10: 4 نفر (5 درصد) از افراد نمونه معتقدند سیاستهای گردشگری ج.ا. ایران در حد خیلی کم موجب آشنایی

گردشگران خارجی آسیای مرکزی با آداب و سنن ملی ایران شده است، 7 نفر (8/8 درصد) در حد نسبتاً کم، 25 نفر (31/2 درصد) در حد متوسط، 23 نفر (28/8 درصد) در حد نسبتاً زیاد و 21 نفر (26/2 درصد) از افراد نمونه معتقدند سیاست‌های گردشگری ج.ا.ایران در حد خیلی زیاد موجب آشنایی گردشگران خارجی آسیای مرکزی با آداب و سنن ملی ایران شده است.

پرسش 11: 4 نفر (5 درصد) از افراد نمونه معتقدند سیاست گردشگری ج.ا. ایران در حد خیلی کم موجب آشنایی گردشگران آسیای مرکزی با شخصیت‌های علمی و ادبی ایران شده است، 14 نفر (17/5 درصد) در حد نسبتاً کم، 34 نفر (42/5 درصد) در حد متوسط، 18 نفر (22/5 درصد) در حد نسبتاً زیاد و 10 نفر (12/5 درصد) از افراد نمونه معتقدند سیاست گردشگری ج.ا. ایران در حد خیلی زیاد موجب آشنایی گردشگران آسیای مرکزی با شخصیت‌های علمی و ادبی ایران شده است.

پرسش 12: 28 نفر (35 درصد) از افراد نمونه معتقدند سیاست گردشگری ج.ا. ایران در حد خیلی کم موجب تصویرسازی مثبت از جامعه ایرانی در منطقه آسیای مرکزی شده است، 27 نفر (33/8 درصد) در حد نسبتاً کم، 21 نفر (26/2 درصد) در حد متوسط، 3 نفر (3/8 درصد) در حد نسبتاً زیاد و 1 نفر (1/2 درصد) از افراد نمونه معتقدند سیاست گردشگری ج.ا. ایران در حد خیلی زیاد موجب تصویرسازی مثبت از جامعه ایرانی در منطقه آسیای مرکزی شده است.

پرسش 13: مشاهده می‌شود، 19 نفر (23/8 درصد) از افراد نمونه معتقدند میزان موفقیت سیاست‌گذاری گردشگری ج.ا.ایران در منطقه آسیای مرکزی در حد خیلی کم است، 12 نفر (15 درصد) در حد نسبتاً کم، 18 نفر (22/5 درصد) در حد متوسط، 19 نفر (23/8 درصد) در حد نسبتاً زیاد و 12 نفر (15 درصد) از افراد نمونه معتقدند میزان موفقیت سیاست‌گذاری گردشگری ج.ا.ایران در منطقه آسیای مرکزی در حد خیلی زیاد است.

پرسش 14: 9 نفر (11/2 درصد) از افراد نمونه معتقدند ساختارهای گردشگری در ایران در حد خیلی کم ظرفیت نقش آفرینی در دیپلماسی فرهنگی ایران را دارند، 19 نفر (23/8 درصد) در حد نسبتاً کم، 25 نفر (31/2 درصد) در حد متوسط، 15 نفر (18/8 درصد) در حد نسبتاً زیاد و 12 نفر (15 درصد) از افراد نمونه معتقدند ساختارهای گردشگری در ایران در حد خیلی زیاد ظرفیت نقش آفرینی در دیپلماسی فرهنگی ایران را دارند.

پرسش 15: 11 نفر (13/8 درصد) از افراد نمونه معتقدند کارگزاران سیاست گردشگری ایران در تحول ساختارهای گردشگری نقش بسیار کمی دارند، 18 نفر (22/5 درصد) در حد نسبتاً کم، 20 نفر (25 درصد) در حد متوسط، 17 نفر (21/2 درصد) در حد نسبتاً زیاد و 14 نفر (17/5 درصد) از افراد نمونه معتقدند کارگزاران سیاست گردشگری ایران در تحول ساختارهای گردشگری نقش بسیار زیادی دارند

پرسش 16: در شکل‌گیری دیپلماسی فرهنگی در ایران نقش دارند، 15 نفر (18/8 درصد) در حد نسبتاً کم، 15 نفر (18/8 درصد) در حد متوسط، 19 نفر (23/8 درصد) در حد نسبتاً زیاد و 20

نفر (25 درصد) از افراد نمونه معتقدند سیاست‌گذاران گردشگری در حد خیلی زیاد در شکلگیری دیپلماسی فرهنگی در ایران نقش دارند.

پرسش 17: 10 نفر (12/5 درصد) از افراد نمونه معتقدند سیاست گردشگری ج.ا. ایران در حد خیلی کم مانع مصادره شخصیت‌های علمی و ادبی و تاریخی ایران توسط کشورهای آسیای مرکزی شده است، 9 نفر (11/2 درصد) در حد نسبتاً کم، 29 نفر (36/2 درصد) در حد متوسط، 16 نفر (20 درصد) در حد نسبتاً زیاد و 16 نفر (20 درصد) از افراد نمونه معتقدند سیاست گردشگری ج.ا. ایران در حد خیلی زیاد مانع مصادره شخصیت‌های علمی و ادبی و تاریخی ایران توسط کشورهای آسیای مرکزی شده است.

پرسش 18: 4 نفر (5 درصد) از افراد نمونه معتقدند سیاست گردشگری ج.ا. ایران در حد خیلی کم مانع مصادره میراث فرهنگی ناملموس ایران توسط کشورهای آسیای مرکزی شده است، 20 نفر (25 درصد) در حد نسبتاً کم، 34 نفر (42/5 درصد) در حد متوسط، 11 نفر (13/8 درصد) در حد نسبتاً زیاد و 11 نفر (13/8 درصد) از افراد نمونه معتقدند سیاست گردشگری ج.ا. ایران در حد خیلی زیاد مانع مصادره میراث فرهنگی ناملموس ایران توسط کشورهای آسیای مرکزی شده است. پرسش 19: مشاهده می‌شود، 28 نفر (35 درصد) از افراد نمونه معتقدند سیاست گردشگری ج.ا. ایران در حد خیلی کم از ظرفیت هنر موسیقی برای جذب توریسم در ایران استفاده کرده است، 22 نفر (27/5 درصد) در حد نسبتاً کم، 25 نفر (31/2 درصد) در حد متوسط، 4 نفر (5 درصد) در حد نسبتاً زیاد و 1 نفر (1/2 درصد) از افراد نمونه معتقدند سیاست گردشگری ج.ا. ایران در حد خیلی زیاد از ظرفیت هنر موسیقی برای جذب توریسم در ایران استفاده کرده است.

آزمون نرمال بودن

در این مرحله از پژوهش برای بررسی سوال‌های تحقیق و سایر تحلیلها ابتدا باید نرمال یا غیرنرمال بودن توزیع داده‌ها را مشخص نمود. در این پژوهش به منظور بررسی نرمال بودن توزیع داده‌ها از آزمون کولموگوروف- اسمیرنوف استفاده می‌گردد. نتیجه این آزمون در جدول (2) نشان داده شده است.

فرض صفر (H_0): توزیع متغیر نرمال است.

فرض مقابل (H_1): توزیع متغیر نرمال نیست

جدول (2): بررسی نرمال بودن توزیع متغیرها

نتیجه	سطح معنی‌داری	آماره K.S	Most Extreme Differences			متغیر
			قدر مطلق	مثبت	منفی	
نرمال است	0/946	0/524	-0/054	0/059	0/059	سیاست گردشگری

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

با توجه به جدول (2) از آنجا که سطح معنی‌داری آزمون نرمال بودن توزیع داده‌های متغیر سیاست‌گذاری (0/946) بیشتر از 0/05 می‌باشد ($\alpha = 0/05$ و $\text{sig} > 0/05$) بنابراین فرض صفر را رد نکرده و با اطمینان 95 درصد می‌توان گفت توزیع داده‌های متغیر سیاست‌گذاری نرمال است، بنابراین جهت بررسی فرضیه تحقیق از آزمون پارامتری t استفاده شده است.

آزمون فرضیه‌ی تحقیق

سیاست‌های گردشگری ج.ا.ایران به میزان اندک توانسته است موجب تقویت دیپلماسی فرهنگی در آسیای مرکزی شود.

فرض صفر (H_0): سیاست‌های گردشگری ج.ا.ایران به میزان زیاد توانسته است موجب تقویت دیپلماسی فرهنگی در آسیای مرکزی شود.

فرض مقابل (H_1): سیاست‌های گردشگری ج.ا.ایران به میزان اندک توانسته است موجب تقویت دیپلماسی فرهنگی در آسیای مرکزی شود.

$$\begin{cases} H_0: \mu \geq 3 \\ H_1: \mu < 3 \end{cases}$$

جدول (3): آزمون t یک جامعه فرضیه تحقیق

میانگین	انحراف استاندارد	آماره t	درجه آزادی	مقدار t جدول	سطح اطمینان 95%
2/76	0/514	-4/154	79	1/646	
				حد پایین	حد بالا
				-0/353	-0/124

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

همان طور که در جدول (3) مشاهده می‌شود، مقداره آماره آزمون برای متغیر سیاست گردشگری مددکاران -4/154 است. میانگین متغیر سیاست گردشگری برابر 2/76 باشد. با توجه به کدگذاری انجام شده (خیلی کم 1، نسبتاً کم 2، متوسط 3، نسبتاً زیاد 4 و خیلی زیاد 5) مشخص می‌شود بیشتر پاسخگویان به سؤالات مربوط به تأثیر سیاست‌های گردشگری ج.ا.ایران بر تقویت دیپلماسی فرهنگی در آسیای مرکزی گزینه‌های نسبتاً کم و خیلی کم را انتخاب کرده اند. جهت بررسی از آزمون t یک جامعه استفاده شده است. مقدار t جدول (1/646) است. با توجه به اینکه مقدار t به دست آمده (-4/154) از t جدول کمتر است. بنابراین فرض صفر رد شده و با اطمینان 95 درصد می‌توان گفت سیاست‌های گردشگری ج.ا.ایران به میزان اندک توانسته است موجب تقویت دیپلماسی فرهنگی در آسیای مرکزی شود.

نتیجه‌گیری و پیشنهادات

در این تحقیق، تأثیر سیاست گردشگری بر دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در آسیای مرکزی (1990-2017) بررسی شد و نتایج تحقیق که براساس پرسشنامه و مصاحبه بود، نشان داد

که سیاست‌های گردشگری ج.ا.ایران تأثیر بسیار کمی در تقویت دیپلماسی فرهنگی ایران در کشورهای آسیای مرکزی داشته است. نظر پاشخگویان این پژوهش، در فعالیتهای گردشگری تا حدود زیادی امور زیربنایی را به عنوان یک مانع در توسعه صنعت گردشگری و ارتقاء دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران می‌دانند. نتایج نشان می‌دهد که غیر استاندارد بودن جاده‌ها و راه‌های ارتباطی، غیر استاندارد بودن و کمبود هتل‌ها و مراکز خدماتی از جمله موانع زیربنایی به شمار می‌رود. از دیگر موانع می‌توان به نبود نیروی انسانی کارآمد و حرفه‌ای و موانع فرهنگی اشاره داشت. از آنجایی که دولت به عنوان یک تصمیم‌گیر در تمام عرصه‌های کشور دخالت مستقیم و مؤثر دارد. بنابراین هر نوع تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری می‌تواند بر توسعه صنعت گردشگری و یا عدم توسعه آن مؤثر باشد. با توجه به شاخص‌هایی از قبیل وجود امنیت در کشور مقصد و سیاست گردشگری جمهوری اسلامی ایران به میزان اندک توانسته است موجب تقویت دیپلماسی فرهنگی در آسیای مرکزی شود اثبات می‌شود. در مجموع، به نظر میرسد راهکارهای زیر می‌تواند به تعمیق گسترش روابط فرهنگی ایران و آسیای مرکزی کمک شایانی نماید:

کاهش دخالت دولت زمینه‌سازی برای حضور پررنگ‌تر بخش خصوصی رعایت حقوق و برقراری امنیت جانی و مالی گردشگران گسترش فرهنگ جهانگردی و گردشگری ارائه آموزشهای لازم به مردم برای برخورد مناسب با گردشگران ایجاد امکانات مناسب و رسیدگی به وضعیت هتل‌ها ارائه خدمات بانکی پیشرفته به گردشگران و پذیرش کارتهای بین‌المللی تبلیغات منظم و هماهنگ از سوی سازمان مربوطه و وزارت امور خارجه راه‌اندازی و تقویت شبکه‌های ماهواره‌ای و رادیو و تلویزیونی احداث زیرساختها، مرمت و احیای اماکن تاریخی ایجاد جاذبه‌های طبیعت گردی تعامل مثبت با کشورهای دنیا حمایت از سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی در عرصه گردشگری.

منابع

1. اشتریان، کیومرث(1391). مقدمه‌ی ای بر روش سیاست‌گذاری فرهنگی، تهران: جامعه‌شناسان.
2. ملکی، عباس(1386). مفاهیم جدید در دیپلماسی فرهنگی، سایت دیپلماسی ایرانی. موجود در:
<http://www.irdiplomacy.ir/fa/news/1117>
3. اخوان کاظمی، مسعود و مرادی حدیث(1390). دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در آسیای مرکزی، فصلنامه آسیای مرکزی و قرقیزستان، شماره 74، صص: 30-1.
4. باقری مقدم، غلامرضا(1394). آسیب‌شناسی سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران در منطقه آسیای مرکزی: مطالعه موردی قرقیزستان، تهران: وزارت امور خارجه.
5. بهشتی پور، حسن(1389). آسیای مرکزی و قفقاز: عرصه‌های مغفول در سیاست خارجی ایران، ایراس، 233 بهمن. موجود در: <http://www.ccsi.ir/vdcicqaz2t1av.bct.html>
6. ده‌شیری، محمدرضا(1388). بازتاب مفهومی و نظری انقلاب اسلامی ایران در روابط بین‌الملل، تهران: علمی و فرهنگی.
7. ده‌شیری، محمدرضا(1393). دیپلماسی فرهنگی در جمهوری اسلامی ایران، تهران: علمی فرهنگی.
8. ده‌شیری، محمدرضا و طاهری، مهدی(1395). دیپلماسی آموزشی جمهوری اسلامی ایران در آسیای مرکزی، فصلنامه آسیای مرکزی و قفقاز، شماره 94، صص 42-1.
9. مایکل هال، کالین و جنکینز، جان ام(1377). در آمدی بر صنعت جهانگردی، ترجمه سید محمد اعرابی و داود ایزدی، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
10. واعظی، محمود(1388). میانجی‌گری در آسیای مرکزی و قفقاز تجربه جمهوری اسلامی ایران، تهران: دفتر سیاست‌های بین‌الملل.
11. عزیززی، حمیدرضا(1393). آسیای مرکزی؛ عرصه مغفول در سیاست خارجی ایران، وب‌سایت تابناک. موجود در: <https://www.tabnak.ir/fa/news/390856>
12. همتی، شیوا(1395). دانشگاه‌های هزاره سوم و انواع عمده سازه‌گرایی، مجله الکترونیکی. موجود در: <http://vista.ir/article/363072>