

تحلیل و تبیین بیانات رهبری در بهبود و توسعه گردشگری تعالی بخش

بهرام ایمانی^۱، برزو سبزی^۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۱/۰۱ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۵/۰۱

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۰۱/۲۴ تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۰۷/۰۱

فصلنامه مطالعات بسیج، دوره بیست و هشتم، شماره ۱۰۷، تابستان ۱۴۰۴

20.1001.1.1735501.1404.28.107.5.7 

چکیده

وضعیت کنونی کشور ایران در حوزه گردشگری، علی‌رغم غنای فرهنگی، تاریخی و طبیعی، در مقایسه با روند جهانی و رقبای منطقه‌ای خود، توسعه چندانی نداشته است. این مسأله بارها مورد تأکید مقام معظم رهبری قرار گرفته و ایشان پیشنهادها و نظری و عملی ارزشمندی در این زمینه ارائه داده‌اند. این پژوهش با هدف تبیین بیانات مقام معظم رهبری و دستیابی به تصویری کلان از بیانات رهبری در حوزه گردشگری - تعالی بخش در ایران انجام شده است.

پژوهش حاضر برحسب هدف از نوع پژوهش‌های کاربردی با رویکرد کیفی می‌باشد و تحلیل داده‌ها بر اساس روش تحلیل مضمون تدوین شده است. جامعه آماری این پژوهش شامل همه بیانات رهبری معظم انقلاب اسلامی مرتبط با موضوع گردشگری از زمان زعامت رهبری (سال ۱۳۶۸) تا سال ۱۴۰۳ می‌باشد که نمونه‌گیری از آن‌ها هم به صورت تمام شماری و بررسی همه بیانات بوده است. برای افزایش اعتبار نتایج، از کدگذاران مستقل، بازبینی خبرگان و مقایسه با پژوهش‌های مشابه بهره گرفته شده است.

نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد که؛ تصویر کلان بیانات رهبری در حوزه گردشگری تعالی بخش دارای ۸۲ مضمون اولیه، ۱۸ مضمون سازمان‌دهنده و ۸ مضمون فراگیر می‌باشد. مهم‌ترین مضامین فراگیر شامل اتخاذ رویکرد و جهت‌گیری صحیح در زمینه گردشگری، استفاده از ظرفیت‌های اقتصادی گردشگری، استفاده از ظرفیت‌های سیاسی گردشگری، استفاده از ظرفیت‌های فرهنگی و طبیعی گردشگری، الزام توجه به ظرفیت گردشگری تعالی بخش، اولویت داشتن گردشگری در توسعه کشور، تبلیغات و بازاریابی اثربخش گردشگری و توجه به الزامات رضایتمندی گردشگران است. این یافته‌ها، علاوه بر تبیین چگونگی سیاست‌گذاری در این حوزه، توصیه‌هایی عملی برای بهبود وضعیت گردشگری تعالی بخش در ایران ارائه می‌دهند و نشان‌دهنده اهمیت دیدگاه‌های رهبری در توسعه گردشگری تعالی بخش هستند.

کلیدواژه‌ها:

بیانات رهبری، گردشگری تعالی بخش، ظرفیت‌های گردشگری و تحلیل مضمون

^۱ دانشیار و عضو هیئت عملی گروه برنامه‌ریزی شهری و روستایی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی؛

(نویسنده مسئول)، رایانامه: imani_b@uma.ac.ir

^۲ - دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه محقق اردبیلی، رایانامه: sabzi.tourism@gmail.com

۱- مقدمه و بیان مسئله

۱-۱- مقدمه موضوع

گردشگری در دنیای امروز به‌عنوان یکی از نیازهای اساسی و مهم زندگی بشری شناخته می‌شود. این صنعت تأثیرات متنوع و گسترده‌ای بر جنبه‌های اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و زیست‌محیطی جوامع ایفا می‌کند. کشور ایران با پیشینه تمدنی و فرهنگی غنی و جاذبه‌های تاریخی، طبیعی و فرهنگی متنوع، ظرفیت‌های بالقوه بسیاری برای توسعه گردشگری دارد. همچنین، تعالیم دین مبین اسلام در زمینه سیروسفر، این حوزه را به بستری برای تعالی‌بخشی و ترویج ارزش‌های معنوی و فرهنگی تبدیل کرده است. با وجود ظرفیت‌های عظیم گردشگری در ایران، روند توسعه این صنعت در مقایسه با کشورهای منطقه و جهان همچنان محدود بوده و با پتانسیل‌های واقعی آن فاصله دارد.

در راستای تأکید مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) بر ضرورت تبیین، ترویج و نهادینه‌سازی سبک زندگی ایرانی و اسلامی، گردشگری تعالی‌بخش به‌عنوان یکی از موضوعات راهبردی و به‌عنوان میدان جهاد فرهنگی در دستیابی به افق‌های نوین تمدن اسلامی طراحی و تأکید شده است؛ بنابراین با توجه به رویکردهای بسیار گسترده حوزه گردشگری از لحاظ مفاهیم و دسته‌بندی‌ها و حوزه تأثیرگذاری آن در جوامع بشری، رویکرد تعالی‌بخش از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. گردشگری در بسیاری از کشورهای جهان فاقد رویکرد تعالی‌بخش است و با رویکرد صرفاً مادی از معنویات، ارزش‌ها و هنجارها بشر غافل‌اند.

بنابراین پژوهش حاضر با هدف تحلیل بیانات مقام معظم رهبری در حوزه گردشگری و مفاهیم مرتبط با آن، تلاش کرده است از بیانات ایشان از زمان زعامت (۱۳۶۸) تا سال ۱۴۰۳ بهره‌برداری کند. تحلیل و تبیین این بیانات نشان می‌دهد که مقام معظم رهبری با تأکید بر بهره‌گیری از ظرفیت‌های اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و زیست‌محیطی گردشگری، توجه مسئولان را به توسعه این حوزه جلب کرده‌اند.

۱-۲- ضرورت موضوع

گردشگری به‌عنوان یکی از تأثیرگذارترین فعالیت‌های انسانی، تأثیرات گسترده‌ای در ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، زیست‌محیطی و سیاسی-امنیتی دارد (Al Balushi, 2020, p. 24). در کشورهای درحال توسعه، از جمله ایران، گردشگری اگر به‌درستی مدیریت شود، می‌تواند به‌عنوان محرکی برای توسعه پایدار عمل کند. از منظر اقتصادی، گردشگری به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین منابع اشتغال شناخته می‌شود. سهم گردشگری در اشتغال مستقیم کشور ایران در سال ۲۰۱۹ برابر با ۱,۸ درصد گزارش شده است و با تقویت زیرساخت‌ها، می‌تواند افزایش یابد (UNWTO, 2019, p. 8). همچنین، ورود گردشگران خارجی با درآمد ۱۱,۵



میلیارد دلاری در همین سال، تقویت منابع ارزی و رشد صنایع مرتبط، نظیر حمل و نقل و هتلداری را به همراه دارد (UNESCO, 2020, p. 14). از نظر اجتماعی و فرهنگی، گردشگری به حفظ میراث فرهنگی و تقویت هویت ملی کمک کرده و ارتباطات بین فرهنگی را گسترش می‌دهد. این امر می‌تواند به درک متقابل میان ملل کمک کند (Sharpley & Telfer, 2015, p. 45)؛ و به‌ویژه در ایران، به تقویت هویت ملی و نزدیکی بین فرهنگ‌ها منجر می‌شود. در حوزه زیست‌محیطی، گردشگری می‌تواند اثرات مثبت و منفی به همراه داشته باشد. از یک سو، گردشگری انبوه ممکن است باعث تخریب منابع طبیعی شود، اما از سوی دیگر، رویکردهای پایدار و بهره‌برداری مسئولانه می‌توانند به حفاظت از این منابع کمک کنند (قرخلو، ۱۳۸۸، ص. ۹). از منظر سیاسی و امنیتی، گردشگری به تقویت دیپلماسی عمومی، کاهش تنش‌ها و بهبود وجهه جهانی کشورها کمک می‌کند (Sharpley & Telfer, 2015, p. 55). به‌ویژه در ایران، توسعه گردشگری می‌تواند به افزایش تعاملات بین‌المللی و کاهش تنش‌ها کمک کند. با وجود ظرفیت‌های غنی طبیعی و فرهنگی در ایران، سهم گردشگری از تولید ناخالص داخلی کمتر از میانگین جهانی است. تقویت زیرساخت‌ها، بازاریابی مؤثر و توجه به گردشگری پایدار می‌تواند این سهم را افزایش داده و به توسعه همه‌جانبه اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی کشور کمک کند. با این حال، گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس (۱۳۹۸) حاکی از شکاف ۴۰ درصدی بین سیاست‌های ابلاغی و سطح اجراست. این پژوهش با تحلیل محتوای کیفی ۵۱ مورد از بیانات رهبری مرتبط با گردشگری، درصدد است تا با استخراج چارچوب مفهومی جامع، الگویی عملیاتی برای توسعه گردشگری تعالی‌بخش ارائه دهد که همسو با ارزش‌های اسلامی-ایرانی و نیازهای توسعه پایدار کشور باشد. دستاوردهای این مطالعه می‌تواند مبنای اصلاح سیاست‌های کلان در برنامه هفتم توسعه و تدوین استانداردهای بومی خدمات گردشگری قرار گیرد.

۱-۳- اهمیت موضوع

گردشگری با رویکرد تعالی‌بخش به‌عنوان یکی از سریع‌ترین بخش‌های در حال رشد اقتصاد جهانی تا سال ۲۰۳۵ ارزشی معادل ۲٫۶ تریلیون دلار خواهد داشت (UNWTO, 2023, p. 18). این رشد سریع، فرصتی بی‌بدیل برای کشورهایی با پیشینه تمدنی غنی مانند ایران است تا از طریق گردشگری تعالی‌بخش، هم‌زمان به تقویت اقتصاد ملی، ترویج فرهنگ اسلامی-ایرانی و کاهش نابرابری‌های منطقه‌ای بپردازند. اهمیت این موضوع زمانی آشکار می‌شود که بدانیم بر اساس اصل ۱۱۰ قانون اساسی، مقام معظم رهبری مسئولیت تعیین سیاست‌های کلی نظام جمهوری اسلامی ایران در تمامی زمینه‌ها، از جمله گردشگری و





نظارت بر اجرای صحیح آن‌ها را بر عهده دارند. از سویی، پژوهش‌های بین‌المللی نشان می‌دهند که رهبری، نقشی سیاست‌گذار و هدایت‌گر در توسعه این صنعت ایفا می‌کند (Khan & Ali, 2022, p. 2). نقش حاکمیت در هدایت تعاملات اجتماعی از جمله گردشگری، انکارناپذیر است (Nunkoo, 2017, p. 277). ساختار فکری رهبران جامعه می‌تواند مسیرهای اقتصادی، اجتماعی و سیاسی مرتبط با گردشگری را تعیین کند (Webster & Ivanov, 2016, p. 110). گردشگری به‌عنوان یک صنعت ترکیبی که بازیگران متعددی در ارائه خدمات و تسهیلات آن نقش دارند، نیازمند رهبری قوی است (Bashir et al. 2022, p. 2). بر این اساس، شفاف‌سازی مواضع و سیاست‌های کلان نظام جمهوری اسلامی ایران در قبال گردشگری، می‌تواند بسیاری از چالش‌های اجرایی این حوزه را برطرف کند (شالباغیان، ۱۳۹۲، ص. ۴)؛ بنابراین، حوزه سیاست‌گذاری گردشگری در جمهوری اسلامی ایران برای تحقق اهداف خود در راستای تعالی جامعه اسلامی می‌بایست از راهبردها و اسناد بالادستی که یکی از آن‌ها رهنمودهای مقام معظم رهبری است، پیروی نماید. اینجاست که تبیین بیانات مقام معظم رهبری به‌عنوان سندی بالادستی، می‌تواند چارچوبی روشن برای طراحی سیاست‌های کلان فراهم کند. برای نمونه، تأکید ایشان بر «گردشگری تعالی‌بخش» می‌تواند به تدوین استانداردهای اسلامی برای خدمات گردشگری، حفظ حریم خانواده و پرهیز از ابتذال فرهنگی بینجامد؛ بنابراین، پرواضح است که مقام رهبری به موضوع گردشگری آشنایی کامل و مطالباتی به‌حق دارند که با تدوین و تبیین بیانات ایشان در جهت بهبود و توسعه گردشگری تعالی‌بخش می‌توان این مطالبات را مرتفع ساخت.

۱-۴- مسأله اصلی

اسلام به‌عنوان کامل‌ترین شریعت، ابعاد مختلف زندگی انسان را تحت پوشش قرار می‌دهد و برنامه‌های جامع خود را برای تعالی انسان‌ها و جوامع ارائه می‌کند. یکی از این ابعاد، سیروسفر، به‌ویژه سفرهای دینی و زیارتی است که ریشه در فطرت انسان و تعالیم انبیا دارد (غلامرضایی و اسکندری، ۱۴۰۳ ص ۹۳۸). قرآن کریم با تأکید بر مفهوم «سیر» در آیات متعدد، سفر را به‌عنوان وسیله‌ای برای عبرت‌آموزی و شناخت آفرینش معرفی می‌کند (سقایی و آبدار اصفهانی، ۹۸ ص ۹۸)؛ و روایات اسلامی نیز به فواید متعدد سفر از قبیل رشد معنوی، سلامتی و آشنایی با فرهنگ‌ها اشاره دارند (سلیمانی و سبزی، ۱۳۹۷ ص ۳۰). در مجموع، اسلام سفر را نه‌تنها برای تفریح، بلکه برای رشد معنوی و شناخت جهان و خالق آن تشویق می‌کند. باوجود ظرفیت‌های گسترده فرهنگی، تاریخی و طبیعی ایران، صنعت گردشگری همچنان با چالش‌های متعددی مواجه است که بهره‌برداری بهینه از این صنعت را در راستای توسعه پایدار و تعالی‌بخش محدود می‌سازد. یکی از چالش‌های اساسی،





عدم تطابق سیاست‌ها و برنامه‌های اجرایی گردشگری با اصول و مبانی ارزشی دین اسلام و انقلاب اسلامی است. این عدم هم‌راستایی موجب شده است که بسیاری از طرح‌ها نتوانند به‌طور مؤثر هویت اسلامی-ایرانی را تقویت کنند و بعضاً با ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی جامعه در تعارض قرار گیرند. در چنین شرایطی، بهره‌گیری از رهنمودهای مقام معظم رهبری به عنوان یکی از منابع راهبردی و الهام‌بخش می‌تواند نقشی کلیدی در تدوین سیاست‌های جامع و هماهنگ ایفا کند. تحلیل عمیق بیانات ایشان در حوزه گردشگری می‌تواند چارچوبی علمی و عملیاتی برای شناسایی ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های کلیدی گردشگری تعالی‌بخش ارائه دهد. بر این اساس، پژوهش حاضر با هدف تحلیل و تبیین بیانات مقام معظم رهبری، تلاش دارد تا راهکارهایی علمی و کاربردی برای تحقق گردشگری تعالی‌بخش مبتنی بر ارزش‌های اسلامی-ایرانی ارائه نماید که ضمن ارتقای جایگاه ایران در عرصه بین‌المللی، به توسعه پایدار این صنعت نیز منجر شود. پژوهش حاضر با تمرکز بر بیانات مقام معظم رهبری به‌عنوان سند بالادستی توسعه گردشگری، در پی پاسخ به این سؤال اساسی است که چگونه می‌توان با الهام از رهنمودهای ایشان، مدل بومی گردشگری تعالی‌بخش را طراحی و اجرا نمود.

۱-۵- نحوه سازمان‌دهی مقاله

در این مطالعه، ابتدا مقدمه و بیان مسئله، ضرورت و اهمیت موضوع بیان گردید و سؤالات و اهداف پژوهش ذکر شد. سپس به ادبیات مربوط به گردشگری تعالی‌بخش به شکل مختصر پرداخته شد و پیشینه تحقیقات نزدیک به موضوع پژوهش موردبررسی قرار گرفت. در ادامه روش تحقیق بیان شد، در مرحله آخر یافته‌های پژوهش مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت و نتایج و پیشنهادهای ارائه گردید.

۲- ادبیات موضوع و پیشینه

۲-۱- ادبیات موضوع

- تعالی بخش

تعالی و معنویت مفاهیمی بسیار گسترده هستند که هرکس با توجه با اعتقادات، باورها و ارزش‌های شخصی خویش، تفسیری متفاوت از دیگری، از آن به عمل می‌آورد. برخی ریشه‌ای دین‌محور برای آن قائل‌اند و برخی دیگر معتقدند که تعالی بخشی ارتباطی با دین رسمی نداشته و بسیار گسترده‌تر از آن است ((Bauer & Johnson, 2019 p 17). البته باید توجه داشت که تعریف تعالی بخش با توجه به زمینه‌های فکری و اعتقادی نویسندگان و دانشمندان می‌تواند متفاوت باشد؛ بنابراین باید این تعاریف را در چهارچوب هستی‌شناسی





و جهان‌بینی هریک از آن‌ها مورد مذاقه قرار دهیم. از آنجا که سازمان‌های جامعه‌ی ما، در بستر دین و قوانین اسلامی فعالیت می‌کنند باید تعالی و معنویت را در این چهارچوب تعریف کنیم. یعنی تعالی‌بخشی، در جامعه‌ی ایرانی، مبتنی بر دین است. بدین معنا که تعالیم و آموزه‌های دین اسلام شکل‌دهنده‌ی معنویت هستند. سرچشمه‌ی معنویت اسلامی، قرآن کریم و فرمایشات حضرت محمد (ص) و ائمه‌ی اطهار (علیهم‌السلام) است. تعالی‌بخشی با الگوی آداب اسلامی، که ساخته و پرداخته‌ی ارکان دین است، رابطه دارد. گوهر تعالی‌بخش در پیوند با توحید است که قلب و کلید فهم جنبه‌های مختلف اسلام است (عباس زاده و سلامی، ۱۴۰۱ ص ۴۱۳)؛ بنابراین معنویت و تعالی یکی از نیازهای درونی برای توسعه و تعالی انسان محسوب می‌شود و برخی صاحب‌نظران آن را متضمن بالاترین سطح زمینه‌های رشد شناختی - اخلاقی و تلاش آدمی برای معنا بخشی و پاسخ به چراهای زندگی می‌دانند (سلطن محمدی و همکاران، ۱۴۰۰ ص ۸۸)؛ یعنی جایی که انسان از نیازهای فیزیکی و مادی خویش عبور کرده و دستیابی به تعالی روح و خود شکوفایی برایش اهمیت ویژه‌ای می‌یابد و سرانجام در جهت پاسخ به نیاز اصلی زندگی، که در اینجا جستجوگری برای دستیابی به معنا است، به تکاپو می‌پردازد. بنابراین هرچه پیشروی رخ می‌دهد در جهت درک معنا و رسیدن به سطح بالاتری از انسجام با هستی است (Wong, 2016 p 314).

- رویکردهای موجود نسبت به توسعه گردشگری

گردشگری در عصر حاضر بدون شک به یکی از محورهای مورد توجه دولت‌ها قرار گرفته است که برنامه‌ریزی و نقش‌آفرینی در آن یک ضرورت است. در مورد توسعه گردشگری از جنبه‌های مختلفی به این موضوع نگاه شده است. از یک طرف نگاه‌هایی که با توجه به ماهیت پدیده، آن را مورد توجه قرار داده‌اند و از طرف دیگر رویکردهایی که با توجه به اثرات گردشگری به پدیده نگاه کرده‌اند.

همان‌طور که صنعت گردشگری روز به روز با اهمیت‌تر می‌شود، به شیوه‌های مختلفی هم به این پدیده نگاه می‌شود. جعفری (۲۰۰۰ و ۱۹۹۸) تحت عنوان دیدگاه‌ها یا پلتفرم‌های توسعه‌ی گردشگری مطرح ساخت. این رویکردها از پذیرش اولیه با آغوش باز به سمت رویکردهای محتاطانه و انطباقی و سپس رویکرد دانش‌محور تغییر کرده است. او همچنین اشاره می‌کند که چنین تغییراتی لزوماً به صورت متوالی نیست؛ بلکه آن‌ها تمایل به همکاری دارند (ضیائی و عباسی، ۱۳۹۷، ص ۲۱). در زیر به صورت خلاصه به برخی از آن‌ها خواهیم پرداخت.



**- رویکرد طرفدارانه^۱ به توسعه گردشگری**

چهارچوب دفاع همه جانبه از این رویکرد در طول بازسازی اقتصادی پس از جنگ جهانی دوم ظاهر شد. این رویکرد بر مزایای مرتبط با گردشگری با تمرکز قوی بر مزایای اقتصادی تأکید دارد. در دهه ۱۹۶۰، گردشگری به عنوان ابزاری مثبت برای توسعه ملی و بین‌المللی دیده می‌شد (Sharpley & Telfer: 2014, p 27). مدعی دیدگاه طرفدارانه گروه‌های مدیریتی هستند که هدف آن‌ها توجه و توسعه گردشگری به هر قیمتی است و فقط جنبه مثبت این صنعت را می‌بینند. در این رویکرد، گردشگری به عنوان ابزاری مثبت برای کسب منافع اقتصادی، فرهنگی اجتماعی و زیست‌محیطی تأکید می‌گردد (Uslu, 2020, p 3). پیروان این نگرش معتقدند توسعه این صنعت ارزش پرداخت هرگونه هزینه‌ای را دارد. در این دیدگاه تفاوتی بین انواع مختلف گردشگری قائل نمی‌شود و درواقع توجهی به اثرات منفی گردشگری ندارد. اگرچه این دیدگاه در دهه ۱۹۶۰ در اوج بود و طرفداران زیادی داشت اما هم‌اکنون دیگر رویکردها بر این دیدگاه برتری دارند.

- رویکرد محتاطانه^۲ به توسعه گردشگری

در اواخر دهه ۱۹۶۰ افزایش نگرانی‌ها نسبت به اثرات منفی زیست‌محیطی و اجتماعی و فرهنگی گردشگری که ناشی از گسترش دامنه، مقیاس و سرعت توسعه گردشگری و اقتصاد سیاسی در حال ظهور گردشگری بود به نوعی منعکس‌کننده نظریه وابستگی بود (Sharpley & Telfer. 2014, p 29). این پلتفرم در دهه ۱۹۷۰ با توجه به رشد علمی در زمینه تحقیقات گردشگری توسعه یافت و بیش‌ازحد مشتاق پلتفرم دفاع همه‌جانبه را با برجسته کردن شواهد افزایش تأثیرات منفی گردشگری به چالش می‌کشد. دیدگاه محتاطانه درواقع همان دیدگاهی است که نگران تهاجم فرهنگی و ملاحظات امنیتی است و با بزرگ‌نمایی اثرات منفی گردشگری به دنبال مخالفت با گسترش آن است. درواقع این دیدگاه روی تاریک و نیمه‌خالی لیوان دیده می‌شود (ضیایی و تراب احمدی، ۱۳۹۱، ص ۲۶).

- رویکرد تطابق‌گرایانه^۳ به توسعه گردشگری

چهارچوب سازگاری در اواخر دهه ۱۹۸۰ ظهور کرد و بر اشکال جایگزین گردشگری تمرکز کرده است، که می‌تواند از مشکلات اصلی گردشگری انبوه با تأکید بر مقیاس و قابلیت هماهنگی بیشتر جلوگیری کند. در دهه ۱۹۸۰ به عنوان پاسخی به موقعیت‌های متناقض پیش روی برای توسعه گردشگری، رویکردهای جایگزین و ایده‌آل‌گرایانه ظهور یافت.

1 - Advocacy

2- Cautionary

3- Adaptancy





رویکردهایی که به عنوان گردشگری «سبز»، «مستول»، «مناسب»، «نرم» و «جایگزین» در این دوره مطرح شدند، تلاش کرده‌اند تا اصول جایگزینی را برای توسعه گردشگری ایجاد کنند. بنابراین رویکرد، توسعه باید توسط اجتماع به عنوان محرک‌ها و ذینفعان اولیه گردشگری دارای مقیاس مناسب، محلی و کنترل شده باشد. این رویکرد تا حدی در مفهوم معاصر طبیعت‌گردی انعکاس یافته است (Sharpley & Telfer:2014, p 30). دیدگاه تطابق‌گرایانه بین دو گروه بالا (طرفداران و محتاطان) ارتباط برقرار می‌کند و تأکید دارد هر چند گردشگری جنبه مثبت دارد، اما در صورت عدم مدیریت و برنامه‌ریزی جنبه‌های منفی بسیاری هم خواهد داشت.

- رویکرد دانش‌محور^۱ به توسعه گردشگری

چهارچوب مبتنی بر دانش چهارمین رویکردی است که تلاش می‌کند تا با بهره‌مندی از دیدگاه‌های قبلی، با استفاده از رویکرد چند رشته‌ای و در مقیاس هماهنگ برای هدایت توسعه گردشگری تعریف کند. هدف این «رویکرد جدید» قرار دادن خود بر پایه‌های علمی است. دیدگاه دانش‌محور مربوط به قشر تحصیل کرده و آکادمیک این رشته می‌باشد و در واقع دانشگاهیان مدعی این دیدگاه هستند. تفاوت دیدگاه دانش‌محور با سایر دیدگاه‌ها، استفاده از یک چارچوب ادراکی به نام تفکر سیستمی است و اینکه سعی می‌کند خارج از جزم‌اندیشی و تفکر تک بعدی به بحث گردشگری بپردازد (Mahrous, 2024, p 48). تفکر سیستمی چارچوبی برای حل و رسیدگی به مشکلات فراهم می‌کند که نیازمند نگاه کلی به کل سیستم هستند و پیچیده‌تر بوده و تحت تأثیر و تأثیرگذار بر سیستم‌های اطراف خود می‌باشند (El Many, 2016).

- رویکرد تعالی‌بخش^۲ به توسعه گردشگری

در رویکرد تعالی‌بخش، گردشگری فراتر از یک فعالیت تفریحی است و با مفاهیمی چون "سیاحت" و "تفکر در آیات الهی" پیوند عمیقی دارد. قرآن کریم در آیات متعددی، انسان‌ها را به سیر و سیاحت در زمین برای تأمل در خلقت، مشاهده آثار گذشتگان و کسب معرفت الهی دعوت می‌کند (سبزی و سلیمانی، ۱۳۹۷، ص 34). بر این اساس، گردشگری تعالی‌بخش در نگاه اسلامی ابزاری برای تقویت ایمان، ترویج ارزش‌های اخلاقی و فرهنگی و گسترش تعاملات انسانی است. از منظر ملی، گردشگری تعالی‌بخش در ایران بر پایه فرهنگ غنی اسلامی-ایرانی شکل می‌گیرد. این رویکرد با تأکید بر هویت ملی و آموزه‌های اسلامی، تلاش

^۱ -Scientific

^۲ - Elevational Tourism





می‌کند تا ضمن حفظ ارزش‌های بومی، ظرفیت‌های طبیعی، فرهنگی و تاریخی کشور را در خدمت ارتقای معنویت و تقویت انسجام اجتماعی به کار گیرد. در این رویکرد، گردشگری تنها ابزاری اقتصادی نیست، بلکه بستری برای تقویت روحیه خودباوری، معرفی فرهنگ غنی ایران به جهان و تقویت وحدت ملی است (طلایی، ۱۳۹۸، ص ۳۵)؛ بنابراین قید تعالی بخش و ایرانی اسلامی گردشگری ناظر به این است که باید در زمینه الگوی گردشگری، ویژگی‌های زمانی، مکانی و ظرف تحقق آن به دقت لحاظ شود. از سوی دیگر، نادیده انگاشتن شرایط، قابلیت‌ها و ظرفیت‌های درونی هر کشور می‌تواند به طراحی برنامه‌هایی به دور از واقعیت منجر شود. بر این اساس هر جامعه‌ای متناسب با ظرفیت‌های فرهنگی خاص خود، الگویی را خلق و مورد عمل قرار داده است و چه بسا تقلید از دیگران بدون توجه به شرایط و ظرفیت‌های فرهنگی خود، در عمل منجر به نتایج معکوس شود. لذا باید در کشور متناسب با شرایط و مقتضیات تاریخی، فرهنگی و جغرافیایی، الگویی از توسعه را پیشنهاد نمود که از بالاترین میزان همسویی و هماهنگی با تعالیم و آموزه‌های اسلامی برخوردار باشد (فلاح و سربازیان، ۱۳۹۶، ص ۳). شرایط سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی ایران امروز، با سایر کشورها متفاوت است. از جمله مؤلفه‌های مربوط به این تفاوت‌ها می‌توان به شرایط اقلیمی، رشد و ساختار جمعیت، دسترسی به منابع طبیعی، موقعیت منطقه‌ای و جهانی، دسترسی به سرمایه‌های فیزیکی، طبیعی، انسانی و اجتماعی اشاره کرد (طلایی ۱۳۹۸، ص ۳۵)؛ بنابراین می‌توان گفت که گونه‌های متفاوت گردشگری هر یک، سطحی از تعالی بخشی را دارا هستند. این تجربه‌ی تعالی بخشی بسته به کیفیت ادراک و مطابقت آن‌ها با ارزش‌ها و نیازهای هر فرد، به صورت متفاوتی درک می‌شود.

۲-۲- پیشینه پژوهش

پژوهش‌های فراوانی در زمینه‌ی نقش گردشگری در توسعه یک کشور انجام گرفته است؛ اما پژوهش‌های تخصصی درباره گردشگری تعالی بخش به ندرت کار شده است، بر این اساس در پیشینه پژوهش به چند نمونه از پژوهش‌های داخلی مرتبط با این موضوع پرداخته می‌شود (جدول-۱).

جدول ۱- پیشینه پژوهش‌های صورت گرفته در حوزه موضوع تحقیق

نویسندگان (سال پژوهش)- روش استفاده شده	اهداف و یا سوالات اصلی	مهم ترین یافته‌ها
میرتقیان رودسری، سیدمحمد (۱۴۰۲)،	مقام معظم رهبری چه دیدگاهی	نتایج نشان داد که؛ توجه به دیدگاه‌های رهبری نه تنها چگونگی مواجه با اولویت‌گذاری در عرصه



به شیوه کیفی مبتنی بر تحلیل محتوا با رویکرد نظری داده بنیاد کلاسیک	درخصوص گردشگری دارند؟	سیاست گذاری گردشگری را به خوبی تبیین می کنند، بلکه توصیه هایی کاربردی در عرصه عمل ارائه می نمایند.
شهاب طلایی شکری، سعید شفیعا (۱۴۰۰)، روش تحقیق کیفی با استفاده از دو رویکرد استقرایی و قیاسی	اسناد راهبردی توسعه گردشگری چه میزان با اسناد بالادستی تطابق دارد و از نظر محتوایی، چه کیفیتی دارد؟	نتایج این مطالعه نشان داد که؛ بیش از چهل درصد اهداف تعریف شده در اسناد بالادستی در سند راهبردی توسعه گردشگری نیز توجه شده است؛ اما این سند نتوانسته نقش انسجام دهنده و همگرا کننده ای ایفا کند؛ بنابراین، نامشخص بودن محورهای اولویت های توسعه گردشگری، چیدمان ناصحیح ذینفعان و بی هدفی در قبال گردشگری داخلی و خروجی به قوت خود باقی است. اهداف و آرمان های تعریف شده سند نشان می دهد که باینکه گزاره های همواره صحیح و مطلوب صنعت گردشگری در این سند وجود دارند، به بسترها و نیازهای گردشگری ایران توجه نشده است.
عباسی، دیاکو (۱۳۹۹)، تحقیق اکتشافی با استفاده استراتژی تئوری داده بنیان استفاده شده است.	چارچوب اجرای سیاست گردشگری در جمهوری اسلامی ایران چیست؟	نتایج حاصل از پژوهش نشان داد که؛ مهم ترین مفاهیم این چارچوب در سطح شرایط زمینه ای و ساختار اجرایی در ج.ا.ایران شامل شرایط سیستم اداری عمومی دولت، شرایط کلان اقتصادی، شرایط پیوستگی بین علم و توسعه، شرایط و بستر فرهنگی، چارچوب ها و جایگاه قانونی توسعه گردشگری و...، است. در سطح عوامل علی شامل شرایط آمادگی اجرا، شرایط تعریف منافع و منابع، شرایط انگیزشی و تعهد سیستم به اجرا، شرایط حمایت و هماهنگی، شرایط فرهنگ سازمانی و روحیه ی تولی گری صرف، شرایط تجربه ی اجرایی و در سطح عوامل مداخله گر شامل: چارچوب های فکر و شرایط نهادینگی گفتمان توسعه ی گردشگری، شرایط اعتماد و اعتبار، شرایط ناشی از درآمدهای به نفت، شرایط توافق بر سر پارادایم توسعه و... است.
ضرغام بروجنی، حمید و مریم صداقت (۱۳۹۷)، تحقیق	الگوی توسعه پایدار گردشگری از دیدگاه رهبر	نتایج نشان داد که؛ تحقق موفقیت آمیز توسعه پایدار گردشگری نیازمند رهبری سیاسی قوی به منظور اطمینان از مشارکت گسترده ذینفعان و ایجاد وفای



کیفی با استفاده از تئوری داده بنیان	معظم انقلاب اسلامی چیست؟	عمومی با چشم انداز، سیاست، برنامه ریزی، مدیریت، کنترل و فرایندهای نظارتی و یادگیری اجتماعی منسجم است.
اسدیان اردکانی، فائزه (۱۳۹۷)، بر اساس هدف بنیادی و از روش تحقیق آمیخته (کمی و کیفی)	مدل توسعه گردشگری دینی در ایران چگونه است؟	نتایج نشان داد که؛ عوامل علی اثرگذار بر توسعه گردشگری دینی جمهوری اسلامی ایران مدیریت جاذبه ها و رویدادها، مدیریت تبلیغات، توسعه زیرساخت ها و خدمات لازم متناسب با نیاز گردشگران دینی ورودی می باشند و عوامل مداخله گر شامل قوانین و مقررات، تدوین سیاست های کلان گردشگری دینی شناسایی شد. همچنین شرایط زمینه ای شامل شرایط فرهنگی، شرایط اقتصادی و راهبردها نیز شامل بازاریابی، منابع انسانی و آموزش، تعامل بخش دولتی و خصوصی، رویکرد سیستمی و جذب سرمایه گذاری تعیین شده است.
علمی مقدم، مصطفی (۱۳۹۶)، روش تحقیق به شیوه کیفی مبتنی بر تحلیل و توصیف	گردشگری در رهنمودهای مقام معظم رهبری چه اهمیتی دارد؟	نتایج نشان داد که؛ گردشگری می تواند به عنوان یکی از مهم ترین ابزار در جهت تحقق اقتصاد مقاومتی قلمداد شود.
غنی پور، فاطمه، غنی پور، پروانه و زینب دولت آبادی فراهانی (۱۳۹۴)، به لحاظ هدف، کاربرد - توسعه ای و از نظر روش انجام تحقیق، توصیفی - تحلیلی	مهم ترین الزامات برای ایجاد یک اقتصاد مقاومتی با استفاده راهبرد توسعه گردشگری چیست؟	نتایج نشان می دهد که؛ تمامی ارکان گردشگری رابطه مثبتی با اقتصاد مقاومتی دارا می باشد.
شالبافیان (۱۳۹۲)، به لحاظ هدف، کاربرد - توسعه ای و از نظر روش انجام تحقیق، توصیفی - تحلیلی	مفهوم گردشگری از نگاه مقام معظم رهبری چیست؟	نتایج نشان داد که؛ که معظم له، ضمن تأکید بر لزوم توجه به همه انواع گردشگری و اهمیت تمایز میان سفر حج و سفرهای تفریحی بر استفاده از گردشگری به مثابه ابزاری برای توسعه منطقه ای، رشد اقتصادی، حفظ و نگهداری میراث فرهنگی و معرفی فرهنگ غنی کشور به مسافران خارجی و داخلی تأکید داشتند. به طور کلی، از نظر این پژوهش، دیدگاه های رهبری، به منزله چارچوب، کمیت و کیفیت



سیاست‌گذاری گردشگری و عملیاتی سازی آن را مشخص می‌کند.		
نتایج نشان داد که؛ گردشگری بازتولیدی نیازمند تغییر از تفکر "من" به "ما" و توسعه همدلی، شفقت و اقدامات مشارکتی است. مدیریت علمی سنتی با گذار به بازتولیدی ناسازگار است و باید سیستم‌های پیچیده و انطباقی‌پذیر جایگزین آن شوند؛ و رویکردهای پایین به بالا، مکان‌محور و جامعه‌محور برای تحقق گردشگری بازتولیدی ضروری هستند. تغییر پارادایم به سمت بازتولیدی نیازمند کار در سه حوزه اصلی: تغییر سیستم‌ها، تغییر ذهنیت‌ها و تغییر شیوه‌های عملی است.	چگونه می‌توان با تغییر ذهنیت‌ها، سیستم‌ها و شیوه‌های عملی به سمت گردشگری بازتولیدی حرکت کرد؟	Dredge(2022) روش تحقیق توصیفی- تحلیلی
نتایج نشان داد که؛ تأثیرات اجتماعی-فرهنگی گردشگری بر روابط میزبان-میهمان در جوامع مسلمان محافظه‌کار عمان دارای ابعاد پیچیده‌ای است. از یک‌سو، تعامل میان میزبانان و گردشگران می‌تواند منجر به تقویت روابط فرهنگی و اجتماعی و از سوی دیگر، به بروز تنش‌ها و چالش‌های هویتی در جوامع محلی منتهی شود. یافته‌ها حاکی از آن است که نگرش مثبت میزبانان به گردشگران بستگی به درک آن‌ها از مزایای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی گردشگری دارد. همچنین، نتایج نشان می‌دهند که مشارکت فعال ذینفعان محلی، ازجمله دولت و جوامع میزبان، در برنامه‌ریزی گردشگری می‌تواند به افزایش حمایت از توسعه گردشگری و بهبود کیفیت تجربیات گردشگران کمک کند. درنهایت، این پژوهش بر لزوم تدوین استراتژی‌های مدیریتی برای تقویت روابط مثبت میزبان-میهمان و کاهش تأثیرات منفی تأکید می‌کند.	بررسی تأثیرات اجتماعی-فرهنگی گردشگری و نقش آن در روابط میزبان-میهمان در جوامع مسلمان عرب محافظه‌کار در سلطنت عمان	Al Balushi (2020)، روش تحقیق توصیفی- تحلیلی
نتایج نشان داد که؛ گردشگری تحول‌آفرین می‌تواند به تغییر دیدگاه‌ها و سبک زندگی افراد کمک کند. مشارکت جامعه محلی و تغییردهندگان پیشرو در ایجاد محصولات گردشگری تحول‌آفرین نقش اساسی دارد.	چگونه گردشگری می‌تواند به‌عنوان یک ابزار تحول‌آفرین برای ایجاد تغییرات مثبت در جامعه و محیط‌زیست عمل کند؟	Ateljevic(2020) روش تحقیق توصیفی- تحلیلی با استفاده از تحلیل محتوا و مصاحبه عمیق



Vidickienė et al.(2020)، روش تحقیق توصیفی-تحلیلی	گردشگری تحول آفرین می تواند به عنوان ابزاری نوآورانه برای توسعه روستایی در اقتصاد پسا صنعتی عمل کند؟	نتایج نشان داد که؛ گردشگری تحول آفرین بر اساس تغییر نیازهای گردشگران از منابع ملموس فرهنگی به منابع ناملموس (مانند شیوه های زندگی و دانش محلی) شکل گرفته است. مناطق روستایی با تمرکز بر فرهنگ زنده و شیوه های نوین زندگی می توانند به مقاصد جذابی برای گردشگران تحول آفرین تبدیل شوند.
Lindokuhle Mkhize & Ivanovic(2020) روش تحقیق توصیفی- تحلیلی با استفاده از تحلیل محتوا	چگونه ترجیحات گردشگران می توانند رشد گردشگری تحول آفرین را در آفریقای جنوبی تقویت کنند؟	نتایج نشان داد که؛ گردشگران تحول آفرین فعالیت هایی مانند پیاده روی در محله، غذا خوردن با زندگی با مردم محلی را ترجیح می دهند. تجربیات اصیل و تعاملی به عنوان عوامل کلیدی در تحول شخصی گردشگران شناسایی شدند. همسویی عرضه مقاصد گردشگری با ارزش های فرامردن گردشگران تحول آفرین برای رشد این نوع گردشگری ضروری است.

بررسی پیشینه تحقیق حاکی از آن است که پژوهش های انجام شده حول محور بیانات مقام معظم رهبری و بحث گردشگری در ایران نشان می دهد که تبیین نظر رهبری در اولویت دهی و نیز چگونگی برخورد با موضوع گردشگری بسیار اهمیت دارد. پژوهش های پیشین در حوزه گردشگری با محوریت بیانات مقام معظم رهبری عمدتاً به تحلیل محتوای دیدگاه های ایشان در زمینه هایی مانند توسعه پایدار (ضرغام بروجنی، ۱۳۹۷)، اقتصاد مقاومتی (علمی مقدم، ۱۳۹۶) و گردشگری دینی (اسدیان اردکانی، ۱۳۹۷) پرداخته اند. این مطالعات که عموماً با روش های کیفی نظیر تحلیل محتوا و نظریه داده بنیاد انجام شده اند، بیشتر بر تبیین مفاهیم نظری متمرکز بوده و از ارائه مدل های عملیاتی جامع غافل مانده اند. همچنین، پژوهش های خارجی در حوزه های نوظهوری مانند گردشگری تحول آفرین (Ateljevic, 2020) و گردشگری بازتولیدی (Dredge, 2022) اگرچه به ابعاد اجتماعی و محیط زیستی گردشگری پرداخته اند، اما در بافت غربی طراحی شده و نیازمند بومی سازی برای شرایط ایران هستند. تحقیق حاضر با هدف پوشش این خلأها، از دو منظر از پژوهش های پیشین متمایز می شود: نخست، از طریق تبیین نظام مند بیانات رهبری با روش شناسی کیفی و دوم با ارائه مدل عملیاتی «گردشگری تعالی بخش» که همسو با گفتمان اسلامی-ایرانی است و سوم ایجاد تعادل میان اهداف مادی و معنوی، به رشد فرهنگی و تقویت هویت اسلامی جامعه نیز می پردازد. این پژوهش نه تنها به تدوین چارچوب نظری می پردازد، بلکه با ارائه راهکارهای اجرایی و مکانیسم های پایش، گامی فراتر از



مطالعات توصیفی پیشین برداشته و الگویی بومی برای سیاست‌گذاری در صنعت گردشگری ایران ارائه می‌دهد.

۳- روش تحقیق

۳-۱- نوع تحقیق:

این تحقیق از منظر هدف در دسته مطالعات کاربردی-توسعه‌ای قرار دارد؛ و از نظر ماهیت توصیفی-تحلیلی می‌باشد.

۳-۲- استراتژی کلی تحقیق مراحل انجام و به‌کارگیری روش

با توجه به نوع داده‌ها از روش کیفی استفاده شده است و تحلیل آن‌ها بر اساس روش تحلیل مضمون صورت گرفته است. استراتژی پژوهش شامل جنبه‌های مختلفی نظیر نقش محقق، افق زمانی، جامعه آماری، روش نمونه‌گیری، شیوه گزارش‌دهی داده‌ها و ابزار گردآوری داده‌ها است. نقش محقق به‌وضوح تعریف شده و افق زمانی به‌صورت مقطعی تنظیم شده است. جامعه آماری شامل کلیه بیانات مقام معظم رهبری در حوزه گردشگری، اوقات فراغت، تفریح و موضوعات مرتبط از سال ۱۳۶۸ تا سال ۱۴۰۳ می‌باشد. نمونه‌گیری از آن‌ها به روش تمام شماری بیانات انجام شده است. داده‌ها به‌صورت کیفی ارائه شده‌اند و تحلیل آن‌ها به‌صورت دستی انجام شده است.

برای اطمینان از اعتبار و پایایی نتایج، ارزیابی همسانی کدگذاری توسط کدگذاران مستقل انجام شد. علاوه بر این، بازبینی یافته‌ها توسط خبرگان و مقایسه با پژوهش‌های مشابه، به تقویت اعتبار نتایج کمک کرده است. خروجی این پژوهش، مدلی بومی برای توسعه گردشگری تعالی‌بخش خواهد بود که نه تنها در راستای تحقق دیدگاه‌های مقام معظم رهبری گام برمی‌دارد، بلکه راهبردهای عملیاتی برای برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری در این حوزه ارائه می‌دهد.

۳-۳- تعریف مفاهیم یا متغیرها

بر این اساس مفروض اصلی پژوهش حاضر گردشگری تعالی‌بخش باشد. رویکرد گردشگری تعالی‌بخش به عنوان یکی از کارآمدترین رویکردهای در راستایی تحقق گردشگری اسلامی ایرانی است. با توجه به این الزام مهم در قسمت مفاهیم و اصطلاحات به موارد کلیدی پژوهش (گردشگری، گردشگری تعالی‌بخش، اوقات فراغت، تفریح و جاذبه‌های گردشگری) پرداخته شده است (جدول ۲-).



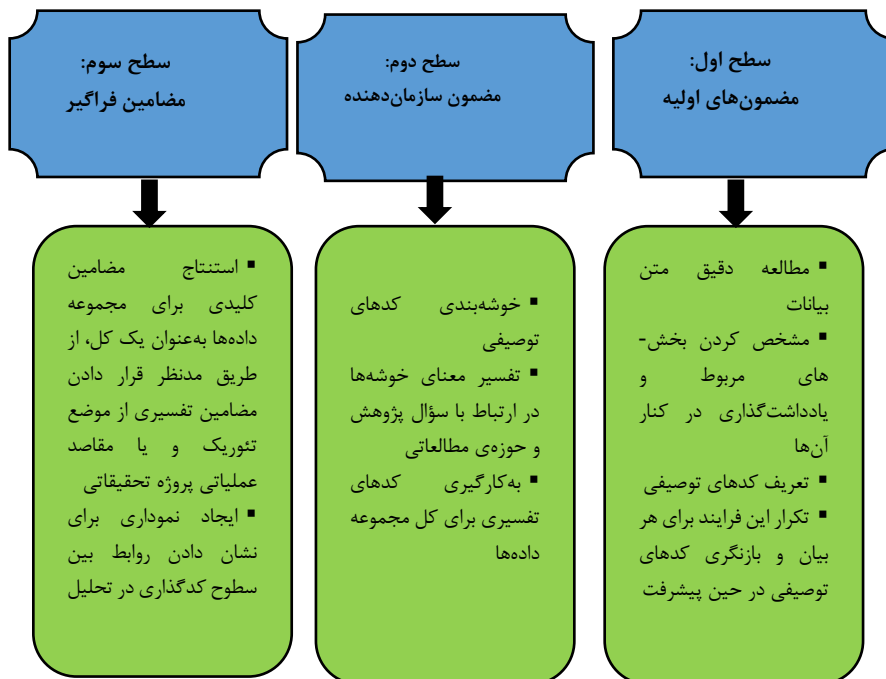
جدول ۲- تعاریف مفاهیم و اصطلاحات پژوهش

ردیف	مفاهیم و اصطلاحات	تعاریف
۱	گردشگری	گردشگری به معنای سفر به مکانی غیر از محل سکونت برای تفریح و استراحت است. تعریف جامع آن مستلزم توجه به چهار عامل است: گردشگر، سازمان‌های تأمین‌کننده خدمات گردشگری، دولت کشور میزبان که گردشگری را ابزاری برای درآمدزایی و افزایش مالیات می‌داند و جوامع میزبان که آن را فرصتی برای اشتغال و تعامل فرهنگی می‌بینند. به‌طور کلی، گردشگری شامل تعاملاتی است که در فرایند جذب و میزبانی میان گردشگران، سازمان‌های مسافرتی، دولت‌های مبدأ و میزبان و مردم محلی شکل می‌گیرد (سبزی و سلیمانی، ۱۳۹۷، ص ۳۸)
۲	گردشگری تعالی بخش	گردشگری تعالی بخش گونه‌ای خاص از گردشگری نیست، بلکه عنصر تعالی بخشی، قابلیت حلول در هر یک از گونه‌های گردشگری را دارد، گردشگری تعالی بخش به دنبال ترویج گردشگری تراز انقلاب اسلامی است که شاخص‌های معنویت، اقتصاد، حفظ محیط‌زیست، استقلال، سبک زندگی ایرانی اسلامی، مقاومت و عزت ملی در الویت اصلی باشد (سبزی و سلیمانی، ۱۳۹۷، ص ۳۳).
۳	اوقات فراغت	اوقات فراغت زمانی است که در اختیار خود انسان است و فرد به‌دلخواه خود می‌تواند آن را هزینه نماید. در تعریفی دیگر؛ اوقات فراغت مجموعه فعالیت‌هایی است که شخص پس از ارزشیابی از تعهدات و تکالیف شغلی، خانوادگی و اجتماعی با میل و اشتیاق به آن می‌پردازد و غرض استراحت، تفریح، توسعه دانش یا به کمال رساند شخصیت، استعداد و خلاقیت‌ها و بالاخره مشارکت آزاد در اجتماع است (منصوری، ۱۳۹۹، ص ۱۳۲).
۴	تفریح و سرگرمی	تفریح شامل آن دسته از فعالیت‌ها می‌شود که افراد آن‌ها را برای شوخی، سرگرمی، برای بهبود خود یا برای اهدافی که خودشان تعیین کرده‌اند انتخاب می‌کنند. این یک انتخاب آزادانه است و به خاطر سود و منفعت‌ها یا اهدافی که جامعه برای فرد تعیین می‌کند، نیست (شرف‌الدین، ۱۳۹۹، ص ۱۰۴).
۵	جاذبه‌های گردشگری	جاذبه‌های گردشگری به مکان‌ها، ویژگی‌ها یا فعالیت‌هایی اطلاق می‌شود که گردشگران را به سفر کردن و بازدید از آن‌ها ترغیب می‌نماید (Fletcher and al, 2017, p 308) و به‌طور کلی می‌توان شامل موارد زیر باشد: جاذبه‌های طبیعی: مربوط به طبیعت است و جاذبه‌های فرهنگی: مربوط به انسان است.



۳-۴- مراحل انجام و به کارگیری روش

تحلیل مضمون، درواقع روشی برای شناخت، تحلیل و گزارش الگوهای موجود در داده‌های کیفی است. این روش همچنین، فرآیندی برای تحلیل داده‌های متنی است و داده‌های پراکنده و متنوع را به داده‌های غنی، پردازش‌شده و تفصیلی تبدیل می‌کند. در این روش داده‌های کیفی تقسیم‌بندی، طبقه‌بندی، تلخیص و بازسازی می‌گردند و یافتن الگوها و مفاهیم مهم را درون مجموعه، داده‌های کیفی تسهیل می‌نماید؛ بنابراین، بر اساس یک‌رویه مشخص و در سه سطح، مضمون‌های اولیه^۱ (کدها و نکات کلیدی موجود در متن)، مضمون‌های سازمان‌دهنده^۲ (مقولات به‌دست‌آمده از ترکیب و تلخیص مضمون‌های اولیه) و مضمون‌های فراگیر^۳ (مضمون‌های عالی دربرگیرنده‌ی اصول حاکم بر متن به‌عنوان یک کل) انجام‌شده است (Attride.Stirling, 2001, p 390). (شکل - ۱).



شکل ۱- فرایند تحلیل مضمون (Attride.Stirling, 2001, p 390)

۱- Primary themes
 ۲- Organizing themes
 ۳- Global themes



۴- یافته‌های تحقیق

همه بیانات رهبری حول موضوعات کلیدی (گردشگری، گردشگری تعالی بخش، اوقات فراغت، تفریح و جاذبه‌های گردشگری) جمع‌آوری شد. بیانات پس از ویرایش و تدوین، دسته‌بندی شده و فرآیند تحلیل مضمون به شرح زیر روی آن‌ها صورت گرفت.

سطح اول: مضمون‌های اولیه

گام اول: تمام بیانات رهبری مرتبط با موضوع پژوهش شناسایی و بررسی شد و از میان آن‌ها ۵۱ مورد گزینش شد؛ گام دوم: هر جمله یا کلمه‌ای که در متن بیانات ممکن بود به فهم ما از دیدگاه‌ها، تجربیات و ادراکات رهبری در حوزه گردشگری کمک کند مشخص گردید؛ و گام آخر: تعریف کدهای اولیه، البته رعایت اصل نزدیکی کدها به داده‌های واقعی مدنظر قرار گرفت.

بنابراین ۵۱ مورد از بیانات مقام معظم رهبری در حوزه گردشگری جمع‌آوری و مورد تحلیل قرار گرفت. فرآیند تحلیل مضمون به ما این امکان را داد که از دل ۵۱ مورد بیان، ۳۸۹ کد اولیه استخراج کنیم. در ادامه تحلیل بیانات مقام معظم رهبری، مرحله مهمی تحت عنوان همسوسازی و رفع مشابهت‌ها آغاز شد. در این مرحله، تمامی کدهای ابتدایی موردبررسی قرار گرفتند تا کدهای مشابه و آن‌هایی که از نظر مفهوم نزدیک به هم بودند، شناسایی و ادغام شوند و در نهایت کدهای به‌دست‌آمده در تحلیل نهایی به ۸۲ کد اولیه تقلیل یافت (جدول- ۳). این ۸۲ کد اولیه نشان‌دهنده توجه خاص مقام معظم رهبری به ابعاد مختلف گردشگری و فرصت‌های بالقوه آن برای توسعه فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و زیست‌محیطی کشور است.

جدول شماره ۳ - فرامین و تدابیر صادره رهبری در خصوص گردشگری

ردیف	تاریخ	محل ارائه تدابیر	۱. نقش راهبردی ایران در جهان و اسلام (پرچم‌دار تمدن اسلام)
۱	۱۴۰۳/۰۴/۰۵	عید غدیر دیدار مردمی در آستانه انتخابات ریاست جمهوری چهاردهم در سالروز	۲. همکاری بین‌المللی از طریق گردشگری
۲	۱۴۰۲/۰۶/۰۸	دیدار رئیس‌جمهور و اعضای هیئت دولت	۳. ظرفیت‌ها و منابع جهان اسلام
۳	۱۴۰۲/۰۱/۱۵	دیدار مسئولان نظام	۴. گسترش فرهنگ و تمدن اسلامی از طریق گردشگری
۴	۱۴۰۱/۱۰/۱۹	دیدار مردم قم	۵. ایران بزرگ، متمدن و برخوردار از روح اسلامی



۵	۱۴۰۱/۰۷/۲۷	دیدار نخبگان و استعداد‌های برتر تحصیلی	۶. هویت تمدنی و ایران (ت ترکیب ایران و اسلام)
۶	۱۴۰۱/۰۳/۲۳	دیدار با مسئولان سه قوه در زمینه توسعه صنایع و شرکت‌های خلاق	۷. وضعیت ایران قبل از انقلاب (تحت سلطه استعمارگران)
۷	۱۴۰۰/۰۶/۲۷	دیدار با قهرمانان المپیک و پارالمپیک ایران در بازی‌های ۲۰۲۰ توکیو	۸. امام به‌عنوان الگوی زنده
۸	۱۳۹۷/۰۶/۰۷	دیدار رئیس‌جمهور و اعضای هیئت دولت	۹. سابقه تمدن و فرهنگ ایرانی
۹	۱۳۹۶/۰۷/۳۰	دیدار مسئولان کنگره بزرگ داشت ۱۲ هزار شهید آذربایجان غربی	۱۰. ترویج خودباوری و اعتمادبه‌نفس ملی (نیاز به امید و کار)
۱۰	۱۳۹۶/۰۳/۱۴	مراسم بیست و هشتمین سالروز رحلت حضرت امام خمینی (ره)	۱۱. لزوم استقلال فرهنگی و کاهش وابستگی به بیگانگان
۱۱	۱۳۹۵/۱۲/۱۶	دیدار با مسئولان، راویان و خادمان راهیان نور	۱۲. هدف انقلاب اسلامی
۱۲	۱۳۹۵/۰۲/۰۱	دیدار اعضای انجمن‌های اسلامی دانش‌آموزان	۱۳. معرفی کشور بر اساس ظرفیت‌ها و تنگناها
۱۳	۱۳۹۳/۱۲/۱۷	دیدار با مسئولان و فعالان محیط زیست، منابع طبیعی	۱۴. معرفی فرهنگ و تمدن ایرانی از طریق گردشگری
۱۴	۱۳۹۱/۰۷/۲۶	دیدار با هیئت دولت خراسان شمالی	۱۵. لزوم برنامه‌ریزی برای توسعه گردشگری (علمی و عملیاتی)
۱۵	۱۳۹۱/۰۷/۲۵	دیدار با اجتماع نخبگان و مسئولان خراسان شمالی	۱۶. خصوصیات برنامه‌ریزی بومی برای توسعه گردشگری
۱۶	۱۳۹۱/۰۷/۲۳	دیدار جوانان استان خراسان شمالی	۱۷. شایستگی ایران سلامی برای پیشرفت (سابقه و ظرفیت‌ها)
۱۷	۱۳۹۱/۰۷/۱۹	دیدار با اجتماع مردم بجنورد	۱۸. لزوم بازسازی و بهره‌برداری از ظرفیت‌های ملی
۱۸	۱۳۹۱/۰۶/۰۸	دیدار بان‌کی‌مون دبیرکل سازمان ملل متحد با رهبر انقلاب غیر مستقیم	۱۹. اهداف و اسناد بالادستی
			۲۰. اولویت‌دادن به گردشگری و برنامه‌ریزی
			۲۱. سیاست‌گذاری برای توسعه صنایع‌دستی
			۲۲. موقعیت جغرافیایی و استراتژیک (حلقه وصل منطقه‌ای و جهان)
			۲۳. تنوع اقلیمی منحصربه‌فرد
			۲۴. برخورداری از جاذبه‌های گردشگری طبیعی



۱۹	۱۳۹۱/۰۳/۰۲	دیدار با مسئولین و کارکنان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری	۲۵. برخورداری از جاذبه‌های گردشگری فرهنگی
۲۰	۱۳۹۰/۰۷/۲۰	دیدار با اجتماع مردم کرمانشاه	۲۶. برخورداری از جاذبه‌های گردشگری تاریخی
۲۱	۱۳۹۰/۰۵/۲۶	دیدار فعالان بخش اقتصادی کشور	۲۷. صنایع خلاق و فرهنگی (چالش کم‌توجهی)
۲۲	۱۳۸۹/۱۰/۰۸	دیدار جمعی از مردم استان گیلان	۲۸. ظرفیت‌های فرهنگی ورزشی
۲۳	۱۳۸۹/۰۸/۰۵	دیدار مسئولان اجرایی استان قم	۲۹. زیرساخت‌های فیزیکی، فنی و چالش‌ها
۲۴	۱۳۸۹/۰۱/۰۹	بازدید از نمایشگاه توانمندی‌های صنعت خودروسازی	۳۰. چالش‌های مدیریتی در گردشگری
۲۵	۱۳۸۷/۱۱/۱۹	دیدار فرماندهان و کارکنان نیروی هوایی ارتش (غیر مستقیم)	۳۱. ظرفیت‌های انسانی و توانایی‌های ملت ایران
۲۶	۱۳۸۷/۰۷/۰۳	دیدار نخبگان علمی و اساتید دانشگاه‌ها	۳۲. ظرفیت‌های اقتصادی و بازارهای تجاری
۲۷	۱۳۸۷/۰۲/۱۸	دیدار با مسئولین اجرایی استان فارس	۳۳. چالش‌ها و راهکارهای اشتغال‌زایی
۲۸	۱۳۸۵/۰۸/۱۹	بیانات دیدار نخبگان استان سمنان	۳۴. گردشگری به‌عنوان ابزار درآمدزایی و جذب سرمایه
۲۹	۱۳۸۵/۰۸/۱۷	دیدار با مردم استان سمنان	۳۵. اهمیت صنایع دستی در اشتغال
۳۰	۱۳۸۵/۰۳/۲۳	دیدار جمعی از کارگردانان سینما و تلویزیون	۳۶. بهانه‌های تخریب جنگل‌ها در قالب توسعه گردشگری
۳۱	۱۳۸۴/۰۲/۱۱	دیدار با مردم کرمان	۳۷. حفظ و حراست از میراث فرهنگی و آثار باستانی
۳۲	۱۳۸۴/۰۲/۰۶	دیدار کارگزاران نظام	۳۸. احیای جاذبه‌های گردشگری
۳۳	۱۳۸۳/۱۲/۲۴	دیدار جمعی از اعضای انجمن‌های اسلامی دانش‌آموزان	۳۹. مزیت‌های فرهنگی و تأثیر تحریم‌ها
۳۴	۱۳۸۳/۱۲/۰۵	دیدار جمعی از مهندسان	۴۰. نقش گردشگری در توسعه اجتماعی و بهبود اوضاع عمومی
۳۵	۱۳۸۳/۰۹/۱۱	دیدار با مسئولان سازمان صداوسیما	۴۱. گردشگری به‌عنوان یک سیاست اقتصادی
			۴۲. تلاش برای توقف نقاط قوت (گردشگری)
			۴۳. پتانسیل گردشگری برای توسعه
			۴۴. تأثیر توقف زائران بر توسعه کشور
			۴۵. گردشگری و سلامت
			۴۶. نقش گردشگری در تحکیم خانواده



۳۶	۱۳۸۳/۰۶/۰۴	دیدار با رئیس‌جمهور و اعضای هیأت دولت غیر مستقیم	۴۷. تبادل فرهنگی و اجتماعی بین جامعه میزبان و گردشگران
۳۷	۱۳۸۳/۰۴/۱۹	بازدید دوساعته رهبر انقلاب از توانمندی‌های استان همدان	۴۸. اهمیت یاد شهیدان
۳۸	۱۳۸۳/۰۴/۱۹	دیدار با مسئولین و نخبگان استان همدان	۴۹. نقش گزارشگران در راهیان نور
۳۹	۱۳۸۳/۰۴/۱۵	دیدار با مردم استان همدان	۵۰. اهداف سفرهای راهیان نور
۴۰	۱۳۸۲/۰۷/۲۱	دیدار با مردم زنجان	۵۱. کم‌کاری در تبیین دفاع مقدس
۴۱	۱۳۸۲/۰۶/۲۶	دیدار با جمعی از دانش‌آموزان	۵۲. راهیان نور به‌عنوان گردشگری تعالی‌بخش
۴۲	۱۳۸۲/۰۵/۱۵	دیدار با کارگزاران نظام غیرمستقیم	۵۳. گردشگری زیارتی (جاذبه‌های شیعیان و غیرشیعیان)
۴۳	۱۳۸۲/۰۵/۰۸	دیدار با جمعی از جوانان اهواز	۵۴. جاذبه‌های گردشگری مذهبی
۴۴	۱۳۷۷/۱۰/۰۴	خطبه‌های نماز جمعه	۵۵. تربیت نوجوان به‌عنوان انسان ممتاز
۴۵	۱۳۷۷/۱۰/۰۱	دیدار با گروه «ورزش و سرگرمی» صدا	۵۶. تربیت صحیح و توجه به جهات دنایی
۴۶	۱۳۷۷/۰۲/۰۷	دیدار با جمعی از جوانان	۵۷. ویژگی‌های جوانی و لذت‌های آن
۴۷	۱۳۷۶/۰۱/۰۱	دیدار زائرین و مجاورین حرم مطهر رضوی (پیام نوروزی)	۵۸. جذب سرمایه و مشارکت بخش خصوصی (در صنایع دستی)
۴۸	۱۳۷۵/۰۶/۰۸	دیدار با رئیس‌جمهور و هیأت وزیران	۵۹. نیاز به ایجاد فراغت و برنامه‌ریزی
۴۹	۱۳۷۴/۰۷/۲۲	دیدار با مردم ساری	۶۰. اهمیت سرگرمی و تفریح
۵۰	۱۳۷۱/۱۰/۱	دیدار با مسئولان گروه ورزش و سرگرمی صداوسیما	۶۱. مسابقات به‌عنوان یکی از انواع سرگرمی‌ها
۵۱	۱۳۷۰/۱۱/۲۹	دیدار با اعضای گروه اجتماعی صدای جمهوری اسلامی ایران	۶۲. هشدار درباره رفتارهای نامناسب در سرگرمی‌ها

۶۳. اهمیت ورزش و تفریح
۶۴. اهمیت تفریح به‌عنوان عنصر اساسی
زندگی
۶۵. الگوی تفریح سالم در اسلام
۶۶. ارزش‌های اسلام و انقلاب
۶۷. نقش دشمن در ترویج سرگرمی‌های
منحرف
۶۸. جهت‌دهی فعالیت‌ها به‌سوی ارزش‌ها
۶۹. سیاحت به‌عنوان جهاد در راه خدا
۷۰. اسراف در سفرهای تفریحی
۷۱. سبک زندگی به‌عنوان بخش حقیقی
تمدن



۷۲. توصیه به مسئولان برای پیگیری اهداف علمی			
۷۳. اهمیت گردشگری، میراث فرهنگی و صنایع دستی			
۷۴. تحول عظیم در وضعیت ایران،			
۷۵. نقش مسئولان و الگوها در تربیت جوانان			
۷۶. مسئولیت‌های دولت در حوزه‌های رفاه و گردشگری			
۷۷. چالش‌های اقتصادی و اجتماعی			
۷۸. لزوم بهره‌برداری از ظرفیت‌های			
۷۹. لزوم معرفی صحیح جاذبه‌های گردشگری			
۸۰. اهمیت تبلیغات و جهت‌گیری صحیح در گردشگری			
۸۱. آگاهی‌بخشی در مورد پیشرفت از طریق گردشگری			
۸۲. معرفی و تبلیغ فرهنگ و آثار فرهنگی			

سطح دوم: مضمون‌های سازمان‌دهنده

در این مرحله تلاش شد که فراتر از توصیف گفته‌های بیانات عمل کرده و بر تفسیر معانی آن‌ها تمرکز شود این کار عمدتاً با ترکیب کدهای توصیفی‌ای که به نظر می‌رسد یک معنای واحد را در خوددارند، انجام شد (جدول - ۴).

جدول شماره ۴- کدگذاری تفسیری از بیانات رهبری در خصوص گردشگری

ردیف	مضمون‌های سازمان‌دهنده	مضمون‌های اولیه
۱	نقش گردشگری در تمدن سازی اسلامی و ارتقاء جایگاه بین‌المللی ایران	۱. نقش راهبردی ایران در جهان و اسلام (پرچمدار تمدن اسلام) ۲. همکاری بین‌المللی از طریق گردشگری ۳. ظرفیت‌ها و منابع جهان اسلام ۴. گسترش فرهنگ و تمدن اسلامی از طریق گردشگری ۵. ایران بزرگ، متمدن و برخوردار از روح اسلامی ۶. هویت تمدنی و ایران (ترکیب ایران و اسلام)



۲	• هویت بخشی و تقویت هویت ملی و اسلامی از طریق گردشگری	۷. وضعیت ایران قبل از انقلاب (تحت سلطه استعمارگران) ۸. امام به عنوان الگوی زنده ۹. سابقه تمدن و فرهنگ ایرانی ۱۰. ترویج خودباوری و اعتماد به نفس ملی (نیاز به امید و کار) ۱۱. لزوم استقلال فرهنگی و کاهش وابستگی به بیگانگان ۱۲. هدف انقلاب اسلامی
۳	• ترویج چهره مثبت ایران اسلامی به عنوان مقصد گردشگری	۱۳. معرفی کشور بر اساس ظرفیت ها و تنگناها ۱۴. معرفی فرهنگ و تمدن ایرانی از طریق گردشگری
۴	برنامه ریزی و سیاست گذاری کلان برای توسعه گردشگری	۱۵. لزوم برنامه ریزی برای توسعه گردشگری (علمی و عملیاتی) ۱۶. خصوصیات برنامه ریزی بومی برای توسعه گردشگری ۱۷. شایستگی ایران سلامی برای پیشرفت (سابقه و ظرفیت ها) ۱۸. لزوم بازسازی و بهره برداری از ظرفیت های ملی ۱۹. اهداف و اسناد بالادستی ۲۰. اولویت دهی به گردشگری و برنامه ریزی ۲۱. سیاست گذاری برای توسعه صنایع دستی
۵	• بهره گیری از ظرفیت ها و جاذبه های گردشگری ایران	۲۲. موقعیت جغرافیایی و استراتژیک (حلقه وصل منطقه ای و جهان) ۲۳. تنوع اقلیمی منحصربه فرد ۲۴. برخورداری از جاذبه های گردشگری طبیعی ۲۵. برخورداری از جاذبه های گردشگری فرهنگی ۲۶. برخورداری از جاذبه های گردشگری تاریخی ۲۷. صنایع خلاق و فرهنگی (چالش کم توجهی) ۲۸. ظرفیت های فرهنگی ورزشی
۶	• توسعه زیرساخت ها و استانداردهای کیفی خدمات گردشگری	۲۹. زیرساخت های فیزیکی، فنی و چالش ها
۷	توسعه و مدیریت سرمایه انسانی در صنعت گردشگری	۳۰. چالش های مدیریتی در گردشگری ۳۱. ظرفیت های انسانی و توانایی های ملت ایران





۸	• اثرات گردشگری بر اقتصاد مقاومتی و اشتغال پایدار	۳۲. ظرفیت‌های اقتصادی و بازارهای تجاری ۳۳. چالش‌ها و راهکارهای اشتغال‌زایی ۳۴. گردشگری به‌عنوان ابزار درآمدزایی و جذب سرمایه ۳۵. اهمیت صنایع‌دستی در اشتغال
۹	• حفاظت از منابع فرهنگی و طبیعی گردشگری	۳۶. بهانه‌های تخریب جنگل‌ها در قالب توسعه گردشگری ۳۷. حفظ و حراست از میراث فرهنگی و آثار باستانی ۳۸. احیای جاذبه‌های گردشگری
۱۰	• نقش گردشگری در توسعه کشور	۳۹. مزیت‌های فرهنگی و تأثیر تحریم‌ها ۴۰. نقش گردشگری در توسعه اجتماعی و بهبود اوضاع عمومی ۴۱. گردشگری به‌عنوان یک سیاست اقتصادی ۴۲. تلاش برای توقف نقاط قوت (گردشگری) ۴۳. پتانسیل گردشگری برای توسعه ۴۴. تأثیر توقف زائران بر توسعه کشور ۴۵. گردشگری و سلامت ۴۶. نقش گردشگری در تحکیم خانواده ۴۷. تبادل فرهنگی و اجتماعی بین جامعه میزبان و گردشگران
۱۱	• تبیین و ترویج ارزش‌های دفاع مقدس و نقش راهیان نور	۴۸. اهمیت یاد شهیدان ۴۹. نقش گزارشگران در راهیان نور ۵۰. اهداف سفرهای راهیان نور ۵۱. کم‌کاری در تبیین دفاع مقدس ۵۲. راهیان نور به‌عنوان گردشگری تعالی‌بخش
۱۲	• توسعه گردشگری مذهبی و زیارت	۵۳. گردشگری زیارتی (جاذبه‌های شیعیان و غیرشیعیان) ۵۴. جاذبه‌های گردشگری مذهبی
۱۳	• نقش جوانان در پویایی و آینده گردشگری	۵۵. تربیت نوجوان به‌عنوان انسان ممتاز ۵۶. تربیت صحیح و توجه به جهات دنیایی ۵۷. ویژگی‌های جوانی و لذت‌های آن
۱۴	• جذب سرمایه‌گذاری و مشارکت بخش خصوصی	۵۸. جذب سرمایه و مشارکت بخش خصوصی (در صنایع‌دستی)



۱۵	• غنی سازی برنامه های تفریحی، فرهنگی و گردشگران	۵۹. نیاز به ایجاد فراغت و برنامه ریزی ۶۰. اهمیت سرگرمی و تفریح ۶۱. مسابقات به عنوان یکی از انواع سرگرمی ها ۶۲. هشدار درباره رفتارهای نامناسب در سرگرمی ها ۶۳. اهمیت ورزش و تفریح ۶۴. اهمیت تفریح به عنوان عنصر اساسی زندگی
۱۶	• ترویج تفریح سالم و سبک زندگی ایرانی اسلامی	۶۵. الگوی تفریح سالم در اسلام ۶۶. ارزش های اسلام و انقلاب ۶۷. نقش دشمن در ترویج سرگرمی های منحرف ۶۸. جهت دهی فعالیت ها به سوی ارزش ها ۶۹. سیاحت به عنوان جهاد در راه خدا ۷۰. اسراف در سفرهای تفریحی ۷۱. سبک زندگی به عنوان بخش حقیقی تمدن
۱۷	• نقش مسئولان در تسهیل و توسعه گردشگری	۷۲. توصیه به مسئولان برای پیگیری اهداف علمی ۷۳. اهمیت گردشگری، میراث فرهنگی و صنایع دستی ۷۴. تحول عظیم در وضعیت ایران، ۷۵. نقش مسئولان و الگوها در تربیت جوانان ۷۶. مسئولیت های دولت در حوزه های رفاه و گردشگری ۷۷. چالش های اقتصادی و اجتماعی ۷۸. لزوم بهره برداری از ظرفیت های
۱۸	• معرفی و تبلیغ جاذبه های گردشگری	۷۹. لزوم معرفی صحیح جاذبه های گردشگری ۸۰. اهمیت تبلیغات و جهت گیری صحیح در گردشگری ۸۱. آگاهی بخشی در مورد پیشرفت از طریق گردشگری ۸۲. معرفی و تبلیغ فرهنگ و آثار فرهنگی

تحلیل محتوای ۸۲ مضمون اولیه استخراج شده از بیانات رهبری در حوزه گردشگری منجر به احصای ۱۸ مضمون سازمان دهنده کلیدی شد. این مضامین سازمان دهنده نشان دهنده نگاه نظام مند و چندبعدی مقام معظم رهبری به مقوله گردشگری است. مهم ترین این مضامین شامل «برنامه ریزی و سیاست گذاری کلان گردشگری»، «نقش گردشگری در اقتصاد مقاومتی»، «هویت بخشی ملی و اسلامی»، «توسعه زیرساخت های کیفی»، «تبیین



ارزش‌های دفاع مقدس» و همچنین «معرفی و تبلیغ جاذبه‌های گردشگری» می‌شود. این دسته‌بندی نشان می‌دهد که گردشگری در اندیشه رهبری هم به‌عنوان محرک اقتصادی و هم به مثابه ابزاری برای تحکیم هویت فرهنگی-تمدنی مورد توجه قرار گرفته است.

سطح سوم: مضامین فراگیر

در این مرحله مضامین فراگیر شناسایی شدند که مفاهیم کلیدی تحقیق را بیان می‌کنند. این مضامین بر پایه مضامین تفسیری بنا شده‌اند ولی در سطح تجرید بالاتری از آن‌ها قرار دارند. (جدول - ۵).

جدول شماره ۵- یکپارچه‌سازی از طریق مضامین فراگیر بیانات رهبری در خصوص گردشگری

ردیف	مضمون‌های فراگیر	مضمون سازمان دهنده
۱	اتخاذ رویکرد و جهت‌گیری صحیح در زمینه گردشگری	۱. برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری کلان برای توسعه گردشگری ۲. نقش مسئولان در تسهیل و توسعه گردشگری ۳. نقش جوانان در پویایی و آینده گردشگری
۲	استفاده از ظرفیت‌های اقتصادی گردشگری	۴. اثرات گردشگری بر اقتصاد مقاومتی و اشتغال پایدار ۵. جذب سرمایه‌گذاری و مشارکت بخش خصوصی
۳	استفاده از ظرفیت‌های سیاسی گردشگری	۶. نقش گردشگری در تمدن‌سازی اسلامی و ارتقاء جایگاه بین‌المللی ایران
۴	استفاده از ظرفیت‌های فرهنگی و طبیعی گردشگری	۷. بهره‌گیری از ظرفیت‌ها و جاذبه‌های گردشگری ایران ۸. حفاظت از منابع فرهنگی و طبیعی گردشگری ۹. هویت بخشی و تقویت هویت ملی و اسلامی از طریق گردشگری
۵	الزام توجه به ظرفیت گردشگری تعالی بخش	۱۰. ترویج تفریح سالم و سبک زندگی ایرانی اسلامی ۱۱. تبیین و ترویج ارزش‌های دفاع مقدس و نقش راهیان نور ۱۲. توسعه گردشگری مذهبی و زیارت ۱۳. غنی‌سازی برنامه‌های تفریحی، فرهنگی و گردشگران
۶	اولویت داشتن گردشگری در توسعه کشور	۱۴. نقش گردشگری در توسعه کشور ۱۵. توسعه و مدیریت سرمایه انسانی در صنعت گردشگری
۷	تبلیغات و بازاریابی اثربخش گردشگری	۱۶. معرفی و تبلیغ جاذبه‌های گردشگری ۱۷. ترویج چهره مثبت ایران اسلامی به‌عنوان مقصد گردشگری
۸	توجه به الزامات رضایتمندی گردشگران	۱۸. توسعه زیرساخت‌ها و استانداردهای کیفی خدمات گردشگری





تحلیل و دسته‌بندی ۱۸ مضمون سازمان‌دهنده در پژوهش حاضر منجر به استخراج ۸ مضمون فراگیر کلیدی شد که نشان‌دهنده چارچوب جامع و نظام‌مند دیدگاه‌های رهبری در حوزه گردشگری است. این مضامین فراگیر شامل «اتخاذ رویکرد و جهت‌گیری صحیح»، «استفاده از ظرفیت‌های اقتصادی»، «بهره‌گیری از ظرفیت‌های سیاسی»، «توجه به ظرفیت‌های فرهنگی و طبیعی»، «الزام توجه به گردشگری تعالی‌بخش»، «اولویت‌دهی به گردشگری در برنامه‌ریزی توسعه»، «تبلیغات و بازاریابی اثربخش گردشگری» و «توجه به الزامات رضایتمندی گردشگران» می‌شوند. این طبقه‌بندی نشان می‌دهد که نگاه رهبری به گردشگری، رویکردی همه‌جانبه و چندبعدی دارد که هم‌زمان ابعاد اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و اجتماعی را پوشش می‌دهد.

این مطالعه نه تنها نظام فکری رهبری در حوزه گردشگری را تبیین می‌کند، بلکه می‌تواند به عنوان نقشه راه برای سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان این حوزه مورداستفاده قرار گیرد. یافته‌های این پژوهش تأکید می‌کند که گردشگری در اندیشه رهبری فراتر از یک صنعت صرف، به عنوان ابزاری برای تحقق اهداف کلان نظام اسلامی در عرصه‌های مختلف تمدنی، فرهنگی و اقتصادی تعریف می‌شود.

۵- بحث، نتیجه‌گیری و پیشنهادها

۵-۱- بحث

بیانات مقام معظم رهبری در حوزه گردشگری، چارچوبی جامع برای سیاست‌گذاری و عملیاتی‌سازی در راستای تعالی‌بخشی این صنعت فراهم می‌کند. پژوهش حاضر با تحلیل این بیانات و مقایسه با مطالعات پیشین، نشان می‌دهد که رهبری بر هم‌افزایی انواع مختلف گردشگری و توازن میان اقتصاد، فرهنگ و ارزش‌ها تأکید دارند.

نتایج پژوهش حاضر با پژوهش میرتقیان رودسری (۱۴۰۲) همخوانی دارد که بر اهمیت دیدگاه‌های رهبری در تدوین سیاست‌ها تأکید کرده است. با این حال، پژوهش حاضر با بهره‌گیری از رویکرد تحلیل مضمون و بررسی همه‌جانبه بیانات، موفق به استخراج مضامین فراگیرتر و سازمان‌دهنده‌تری شده است.

همچنین، پژوهش شهاب طلایی شکری و شفیعا (۱۴۰۰) به نقص انسجام اسناد راهبردی توسعه گردشگری پرداخته و آن را مانعی برای تحقق اهداف بالادستی دانسته است. در مقایسه، یافته‌های پژوهش حاضر حاکی از آن است که بیانات مقام معظم رهبری می‌توانند به عنوان یک چارچوب جامع برای رفع این نقیصه و ایجاد همگرایی در سیاست‌های





گردشگری مورد استفاده قرار گیرند. این تفاوت عمدتاً به روش‌شناسی پژوهش حاضر و تمرکز آن بر بیانات مستقیم رهبری بازمی‌گردد.

پژوهش ضرغام بروجنی و صداقت (۱۳۹۷) نیز به نقش دیدگاه‌های رهبری در توسعه پایدار گردشگری پرداخته است. اگرچه تأکید آن پژوهش بر پایداری است، پژوهش حاضر ابعاد تعالی‌بخش گردشگری را نیز مدنظر قرار داده و به شکلی جامع‌تر، بر اهمیت ایجاد توازن میان اقتصاد، فرهنگ و اخلاق در گردشگری تأکید کرده است. این موضوع به‌ویژه در مقایسه با یافته‌های شالوافیان (۱۳۹۲) برجسته است که بیشتر به تفکیک میان گردشگری مذهبی و تفریحی پرداخته‌اند. پژوهش حاضر نشان می‌دهد که بیانات رهبری، به‌جای محدود کردن به یک نوع خاص از گردشگری، بر هم‌افزایی میان انواع مختلف آن تأکید دارد. از سوی دیگر، یافته‌های پژوهش غنی‌پور و همکاران (۱۳۹۴) که به ارتباط میان اقتصاد مقاومتی و گردشگری پرداخته‌اند، با نتایج پژوهش حاضر تطابق دارد. با این حال، پژوهش حاضر تأکید بیشتری بر ابعاد تعالی‌بخش و فرهنگی گردشگری داشته و نشان داده است که بیانات رهبری می‌توانند به‌عنوان چارچوبی برای تعریف و اجرای برنامه‌هایی با اهداف چندگانه به کار گرفته شوند. در مجموع، پژوهش حاضر بیانات مقام معظم رهبری را به‌عنوان چارچوبی جامع برای توسعه گردشگری تعالی‌بخش معرفی کرده و پیشنهاد می‌کند پژوهش‌های آینده به اجرایی‌سازی این بیانات و ارزیابی تأثیر آن‌ها بر بهبود وضعیت گردشگری ایران بپردازند.

۵-۲- نتیجه‌گیری

این پژوهش با تحلیل بیانات مقام معظم رهبری، اهمیت و جایگاه گردشگری تعالی‌بخش را به‌عنوان ابزاری کلیدی برای رشد فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و زیست‌محیطی کشور روشن کرده است. یافته‌ها نشان می‌دهد که برای تحقق این نوع گردشگری، لازم است رویکردی جامع، متوازن و مبتنی بر ارزش‌های بومی و ملی اتخاذ شود. محورهای اصلی بیانات مقام معظم رهبری به شرح زیر هستند.

اتخاذ رویکرد و جهت‌گیری صحیح در زمینه گردشگری: این مضمون نشان‌دهنده ضرورت تدوین یک استراتژی منسجم و نظام‌مند برای توسعه گردشگری است؛ که تمام ابعاد فرهنگی، اقتصادی، زیست‌محیطی و اجتماعی را در برگیرد. این رویکرد باید مدیریت پایدار منابع را هدف قرار داده و سازوکارهایی عملی برای ارتقای کیفیت خدمات و افزایش اثربخشی این صنعت تدوین کند.

استفاده از ظرفیت‌های اقتصادی گردشگری: این مضمون نشان‌دهنده این است که؛ گردشگری می‌تواند منبعی مهم برای ایجاد اشتغال، کاهش بیکاری و رشد اقتصادی باشد. در بیانات مقام معظم رهبری، سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های گردشگری، جذب





سرمایه‌گذاری خارجی و بهره‌برداری از مزیت‌های رقابتی مانند تنوع اقلیمی و آثار تاریخی تأکید شده است. این اقدامات می‌توانند اقتصاد محلی را تقویت کرده و گردشگری را به صنعتی پایدار تبدیل کنند.

استفاده از ظرفیت‌های سیاسی گردشگری: این مضمون نشان‌دهنده این است که؛ گردشگری ابزاری مؤثر برای تقویت تعاملات بین‌المللی و معرفی جایگاه ایران در عرصه جهانی است. رهبری تأکید دارند که گردشگری می‌تواند دیپلماسی فرهنگی را تقویت کند، وحدت اسلامی را تحکیم بخشد و چهره‌ای مثبت از فرهنگ ایرانی-اسلامی به جهانیان معرفی نماید.

استفاده از ظرفیت‌های طبیعی گردشگری: این مضمون نشان‌دهنده این است که؛ تنوع اقلیمی و جغرافیایی ایران، زمینه‌های گسترده‌ای برای گردشگری طبیعت‌محور فراهم می‌کند. در بیانات رهبری، حفاظت از منابع طبیعی، توسعه پایدار این بخش و جلوگیری از تخریب محیط‌زیست از الزامات کلیدی توسعه این نوع گردشگری است.

استفاده از ظرفیت‌های فرهنگی گردشگری: این مضمون نشان‌دهنده این است که؛ ایران با میراث فرهنگی و تاریخی غنی خود، ظرفیت منحصربه‌فردی برای جذب گردشگران فرهنگی دارد. مقام معظم رهبری بر اهمیت حفظ اصالت بناهای تاریخی، احیای هویت فرهنگی و معرفی تمدن ایرانی-اسلامی از طریق گردشگری تأکید دارند.

الزام توجه به گردشگری تعالی‌بخش: این مضمون نشان‌دهنده این است که؛ گردشگری تعالی‌بخش به‌عنوان مفهومی فراتر از تفریح و لذت، بر ارتقای اخلاق، معنویت و آگاهی فردی و اجتماعی تأکید دارد. نمونه‌هایی همچون برنامه‌های راهیان نور، با رویکردی معنوی و هویتی، می‌توانند همبستگی اجتماعی و انسجام ملی را تقویت کنند.

اولویت داشتن گردشگری در برنامه‌ریزی توسعه کشور: این مضمون نشان‌دهنده این است که؛ گردشگری باید جایگاهی ویژه در سیاست‌گذاری‌های کلان کشور داشته باشد. رفع موانع زیرساختی، تقویت صنایع خلاق و نوآوری در ارائه خدمات از جمله مواردی هستند که رهبری بر آن‌ها تأکید دارند.

تبلیغات و بازاریابی اثربخش گردشگری: این مضمون نشان‌دهنده این است که؛ ترویج هدفمند ظرفیت‌های گردشگری کشور، استفاده از رسانه‌ها و همکاری بخش خصوصی برای بازاریابی مؤثر، از نکات مهمی است که در بیانات رهبری به آن اشاره شده است. این اقدامات می‌توانند جاذبه‌های ایران را به مخاطبان داخلی و خارجی معرفی کنند.





توجه به الزامات رضایتمندی گردشگران: این مضمون نشان‌دهنده این است که؛ برای ارتقای تجربه گردشگران، تأمین زیرساخت‌های مناسب، ارائه خدمات باکیفیت و رفع موانع ضروری می‌باشد. بهبود حمل‌ونقل، اقامتگاه‌ها و تسهیلات رفاهی ازجمله مواردی است که رهبری بر آن‌ها تأکید داشته‌اند.

۵-۳- پیشنهادها

پیشنهادهای این پژوهش بر اساس مضامین کلان و راهبردهای عملیاتی، برای توسعه گردشگری تقالی‌بخش در ایران ارائه شده‌اند. این پیشنهادات با تأکید بر اهمیت گردشگری در ابعاد اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و محیط‌زیستی، با برنامه‌ریزی سیستمی و الزامات رضایتمندی گردشگران متمرکز شده است. راهبردهای پیشنهادی، با استناد به بیانات مقام معظم رهبری و تجربیات موفق جهانی، به‌گونه‌ای طراحی شده‌اند که با ویژگی‌های بومی و نیازهای ملی سازگار بوده و نقشه راه جامعی برای سیاست‌گذاری آینده در حوزه گردشگری تقالی‌بخش ارائه دهند. (جدول ۶-).





جدول ۶ - راهبردهای کلان و عملیاتی برای توسعه گردشگری تعالی بخش

راهبردهای عملیاتی	مضامین سازمان دهنده	راهبرد کلان
- تدوین برنامه‌های جامع بومی برای توسعه گردشگری با تمرکز بر مناطق کمتر شناخته شده - بهره‌گیری از ظرفیت‌های ملی مانند میراث فرهنگی و صنایع دستی - هماهنگی میان نهادهای دولتی و خصوصی برای اجرای سیاست‌های کلان گردشگری	برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری کلان برای توسعه گردشگری	اتخاذ رویکرد و جهت‌گیری صحیح در زمینه گردشگری
- آموزش و توانمندسازی مسئولان در حوزه مدیریت گردشگری - تخصیص بودجه مناسب برای پروژه‌های گردشگری - ایجاد ساختارهای نظارتی برای اجرای صحیح سیاست‌ها	نقش مسئولان در تسهیل و توسعه گردشگری	
- طراحی برنامه‌های آموزشی برای تربیت نیروی متخصص جوان - ایجاد فرصت‌های کارآفرینی برای جوانان در حوزه گردشگری - تشویق جوانان به فعالیت در تبلیغات دیجیتال برای معرفی جاذبه‌ها	نقش جوانان در پویایی و آینده گردشگری	
- حمایت از کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در حوزه گردشگری - توسعه زیرساخت‌ها برای جذب سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی - استفاده از صنایع دستی به عنوان منبع درآمدزایی پایدار	اثرات گردشگری بر اقتصاد مقاومتی و اشتغال پایدار	استفاده از ظرفیت‌های اقتصادی گردشگری
- ارائه مشوق‌های مالیاتی به سرمایه‌گذاران بخش خصوصی - تسهیل فرآیندهای قانونی برای مشارکت بخش خصوصی در پروژه‌های کلان - ایجاد پلتفرم‌های ارتباطی بین دولت و بخش خصوصی	جذب سرمایه‌گذاری و مشارکت بخش خصوصی	
- برگزاری رویدادهای بین‌المللی فرهنگی با محوریت ارزش‌های اسلامی - تقویت همکاری‌های منطقه‌ای از طریق تبادل گردشگر میان کشورهای اسلامی	نقش گردشگری در تمدن سازی اسلامی و ارتقاء جایگاه بین‌المللی ایران	ظرفیت‌های استفاده از





	- معرفی ایران به عنوان مقصدی امن و فرهنگی در سطح جهانی	
استفاده از ظرفیت های فرهنگی و طبیعی گردشگری	بهره گیری از ظرفیت ها و جاذبه های گردشگری ایران	- شناسایی جاذبه های کمتر شناخته شده و تبلیغ هدفمند آن ها - توسعه امکانات رفاهی در مناطق دارای جاذبه طبیعی، تاریخی یا فرهنگی - ایجاد تورهای تخصصی برای معرفی تنوع اقلیمی ایران
	حفاظت از منابع فرهنگی و طبیعی گردشگری	- اجرای قوانین سختگیرانه برای جلوگیری از تخریب منابع طبیعی - تخصیص بودجه برای مرمت آثار تاریخی آسیب دیده - آموزش عمومی درباره اهمیت حفاظت از میراث فرهنگی و طبیعی
	هویت بخشی و تقویت هویت ملی و اسلامی از طریق گردشگری	- طراحی تورهایی با محوریت تاریخ انقلاب اسلامی و ارزش های ملی - ترویج خودباوری ملی از طریق نمایش دستاوردهای فرهنگی ایران - کاهش وابستگی به تبلیغات خارجی با تولید محتوای بومی
الزام توجه به ظرفیت گردشگری تعالی بخش	ترویج تفریح سالم و سبک زندگی ایرانی اسلامی	- ایجاد امکانات تفریحی مطابق با ارزش های اسلامی در مناطق گردشگری - مقابله با سرگرمی های منحرف از طریق آموزش عمومی - طراحی کمپین هایی برای ترویج سبک زندگی سالم ایرانی اسلامی
	تبیین و ترویج ارزش های دفاع مقدس و نقش راهیان نور	- توسعه زیرساخت ها برای سفرهای راهیان نور - تولید محتوای آموزشی درباره ارزش های دفاع مقدس - برگزاری برنامه های فرهنگی مرتبط با شهدا
	توسعه گردشگری مذهبی و زیارت	- ارتقاء زیرساخت ها در شهرهای مذهبی مانند مشهد، قم، شیراز - تبلیغ جاذبه های مذهبی ایران در کشورهای مسلمان جهان - ایجاد تسهیلات ویژه برای زائران داخلی و خارجی
	غنی سازی برنامه های تفریحی، فرهنگی و گردشگران	- طراحی مسابقات ورزشی یا هنری مرتبط با فرهنگ ایرانی



		- برگزاری جشنواره‌های محلی برای آشنایی بیشتر مردم با فرهنگ مناطق مختلف ایران - نظارت بر رفتارهای نامناسب در اماکن تفریحی
ولایت داشتن گردشگری در توسعه کشور	نقش گردشگری در توسعه کشور	- تدوین سیاست‌هایی که تأثیر مثبت بر اقتصاد، فرهنگ و اجتماع داشته باشد - شناسایی نقاط قوت صنعت گردشگری ایران جهت تقویت آن‌ها
	توسعه و مدیریت سرمایه انسانی در صنعت گردشگری	- برگزاری دوره‌های آموزشی تخصصی برای نیروی انسانی فعال در این صنعت - تشویق دانشگاه‌ها به ارائه رشته‌های مرتبط با مدیریت گردشگری
تبلیغات و بازاریابی اثربخش گردشگری	معرفی و تبلیغ جاذبه‌های گردشگری	- استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای معرفی جاذبه‌ها به مخاطبان داخلی و خارجی - تدوین استراتژی‌های بازاریابی برای جاذبه‌های داخلی و خارجی - تولید محتوای چندزبانه درباره جاذبه‌ها جهت جذب مخاطبان بین‌المللی
	ترویج چهره مثبت ایران اسلامی به عنوان مقصد گردشگری	- معرفی کشور بر اساس ظرفیت‌ها و فرصت‌ها - همکاری با صداوسیما جهت تبلیغ چهره مثبت ایران
توجه به الزامات رضایتمندی گردشگران	توسعه زیرساخت‌ها و استانداردهای کیفی خدمات گردشگری	- ساخت هتل‌ها، اقامتگاه‌ها، مراکز تفریحی استاندارد در مناطق پرگردشگر - ارتقاء کیفیت حمل‌ونقل عمومی برای دسترسی آسان‌تر به مناطق مختلف کشور - نظارت بر کیفیت خدمات ارائه شده توسط شرکت‌ها - نظرسنجی‌های میدانی برای شناسایی نیازهای گردشگران - ایجاد مراکز اطلاعات گردشگری و ارائه خدمات دیجیتال - تسهیل سرمایه‌گذاری در پروژه‌های گردشگری - توجه به امنیت و رفاه گردشگران در مقاصد گردشگری



۶- منابع و مأخذ

۶-۱- منابع فارسی

مقاله‌ها

۱. اسدیان اردکانی، فائزه (۱۳۹۷) طراحی مدل پویای توسعه گردشگری دینی در جمهوری اسلامی ایران، رساله دکتری مدیریت گردشگری، دانشگاه علامه طباطبائی- دانشکده مدیریت و حسابداری.
۲. سقائی، محسن و آبدار اصفهانی، مهدی (۱۳۹۳) گرد شگری از دیدگاه قران و روایات، دوفصلنامه مطالعات علمی مطالعات فهم قران، دوره ، سال سوم، صص ۹۷-۱۰۵.
۳. سلطان محمدی، حسن، جهانیان، منوچهر، ایمانی خو شخو، محمدحسین و زهرا ناد علی پور (۱۴۰۰) ارائه الگوی گردشگری تعالی گرا با رویکرد ارتباطی، فصلنامه گردشگری و توسعه، دوره ۱۲، شماره ۴، صص ۸۵-۹۹.
۴. شالیفیان، علی اصغر (۱۳۹۲) گرد شگری از نگاه مقام معظم رهبری، مرکز پژوهش‌های مجلس، دفتر مطالعات فرهنگی، ص ۲۳.
۵. شرفالدین، حسین (۱۳۹۹) رویکردی روان شناختی به سرگرمی و فراغت، دوفصلنامه پژوهش‌نامه سبک زندگی، دوره ۶، شماره ۲، صص ۱۲۴-۱۰۳.
۶. ضرغام بروجنی، حمید و مریم صداقت (۱۳۹۷) الگوی پارادایمیک توسعه پایدار گرد شگری (مبتنی بر استقرای داده بنیاد از بیانات مقام معظم رهبری)، دوفصلنامه علمی - پژوهشی پاسداری فرهنگی انقلاب اسلامی، دانشکده علوم انسانی اسلامی و قدرت نرم دانشگاه افسری و تربیت پاسداری امام حسین (ع)، سال هفتم، شماره شانزده، صص ۲۰۸-۱۶۷.
۷. ضرغام بروجنی، حمید و مریم صداقت (۱۳۹۷) مدل توسعه پایدار گردشگری در جهت تحقق الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت، رساله دکتری رشته مدیریت گردشگری، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، استاد راهنما ضرغام بروجنی، ص ۴۶۲.
۸. ضیایی، محمود و عباسی، دیاکو (۱۳۹۷) چالش‌ها و رویکردهای توسعه گردشگری پایدار: از نظریه تا عمل، مجله‌ی برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری سال هفتم، شماره‌ی ۴۲، صص ۸-۳۷.
۹. طلایی شکری، شهاب و شفیعا، سعید (۱۴۰۰) بررسی تحلیلی سند راهبردی توسعه گردشگری: تطبیق با اسناد بالادستی دیدگاه‌های خبرگان، فصلنامه علمی - پژوهشی گردشگری و توسعه، سال دوازدهم، شماره سوم، صص ۷۷-۹۸.



۱۰. طلایی شکری، شهاب (۱۳۹۸) **طراحی و تبیین الگوی صنعت گرد شگری با رویکرد پویایی سیستم (صنعت گرد شگری جمهوری اسلامی ایران)**، رساله دکتری، رشته مدیریت، دانشگاه شهید بهشتی، ص ۲۳۲.
۱۱. عباس زاده مهدی و اسلامی احمد (۱۴۰۱) **مبانی فلسفی معنویت در اسلام (با نگاهی به تفاوت آن با رویکرد غیردینی)**، نشریه فرهنگ و ارتقاء سلامت فرهنگستان علوم پزشکی جمهوری اسلامی ایران، جلد ۶ شماره ۳ صفحات ۴۲۰-۴۱۲.
۱۲. عباسی، دیاکو (۱۳۹۹) **چارچوب اجرای سیاست گرد شگری در جمهوری اسلامی ایران**، رساله دکتری رشته مدیریت گردشگری، استاد راهنما ضرغام بروجنی، دانشگاه علامه طباطبائی، دانشکده مدیریت و حسابداری.
۱۳. علمی مقدم، مصطفی (۱۳۹۶) **واکاوی اهمیت به گردشگری در رهنمودهای مقام معظم رهبری (مدظله العالی)**، کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در مدیریت، اقتصاد، توانمندسازی صنعت گردشگری در توسعه، موسسه آموزش عالی شاندریز، ص ۹.
۱۴. غلامرضائی، جواد و اسکندری، امیرحسین (۱۴۰۳) **انواع گردشگری از منظر منابع دینی و توسعه حلال آن در جمهوری اسلامی ایران**، نشریه راهبرد اجتماعی فرهنگی، سال سیزدهم، شماره سوم، صص ۹۷۶-۹۳۷.
۱۵. غنی پور، فاطمه، پروانه، غنی پور و زینب دولت آبادی (۱۳۹۴) **منویات مقام معظم رهبری (مدظله العالی) و ابلاغیه سند اقتصاد مقاومتی راهبرد توسعه گرد شگری**، اولین همایش هنر، صنایع دستی و گردشگری، موسسه عالی علوم رفتاری خوارزمی، شیراز.
۱۶. فلاح، فریبا، فلاح، سمیرا و سربازیان، رقیه (۱۳۹۶) **نقش و جایگاه فرهنگ در الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت**، ششمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت، تعمیق و تکمیل الگوی پایه پیشرفت، تهران: مرکز الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت
۱۷. مرکز پژوهش های مجلس (۱۳۹۸) **الزامات تحقق گام دوم انقلاب. گردشگری (با محوریت گرد شگری خانوادگی)**، معاونت پژوهش های اجتماعی فرهنگی، دفتر: مطالعات آموزش و فرهنگ، صص ۳۸-۱، تهران.
۱۸. منصوری، مریم، فرزانه، فرزانه و مهرزاد حمیدی (۱۳۹۹) **تدوین مدل اوقات فراغت دانشجویان کشور**، رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی، دوره ۸، شماره ۲۸، صص ۱۴۵-۱۳۱.
۱۹. میرتقیان رود سری، سیدمحمد (۱۴۰۲) **گفتمان گرد شگری در ایدئولوژی مقام معظم رهبری**، فصلنامه علمی - پژوهشی گرد شگری و توسعه، سال دوازدهم، شماره اول، صص ۱۴۳-۱۶۱.

کتابها

۱. سلیمانی، یعقوب؛ سبزی، برزو (۱۳۹۷). **معنویت در گرد شگری با تأکید بر سفرهای راهیان نور**، فاتحان، تهران، ص ۱۹۲.

منابع اینترنتی

۱. بیانات مقام معظم رهبری حضرت امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی) قابل دسترسی در سایت www.khamenei.ir

۶-۲- منابع فارسی به لاتین

Articles

1. Asadian Ardakani, Faezeh (2018). **Designing a Dynamic Model for the Development of Religious Tourism in the Islamic Republic of Iran**, PhD Dissertation in Tourism Management, Allameh Tabataba'i University, Faculty of Management and Accounting.
2. Shalbfavian, Ali Asghar (2013). **Tourism from the Perspective of the Supreme Leader**, Research Center of the Parliament, Cultural Studies Office, p. 23.
3. Saghaei, Mohsen, and Abdar Esfahani, Mehdi (2014). **Tourism from the Perspective of the Quran and Narrations**. Two Quarterly Journal of Scientific Studies of Quranic Understanding Studies, Period, Third Year, pp. 97-105.
4. Soltān Mohammadi, H. Jahānian, M. Imāni Khoshkhoo, M. & Nād Ali Pour, Z. (2021). **Presenting a model of transcendent tourism with a communicative approach**. *Tourism and Development Quarterly*, 12(4), 85-99.
5. Sharafeddin, Hossein (2020). **A Psychological Approach to Entertainment and Leisure**, *Lifestyle Research Journal*, Vol. 6, No. 2, pp. 103-124.
6. Zargham Boroujeni, Hamid & Maryam Sedaghat (2018). **A Paradigmatic Model for Sustainable Tourism Development (Based on Grounded Theory from Supreme Leader's Statements)**, *Cultural Defense Quarterly*, Islamic Humanities and Soft Power Faculty, Imam Hossein University, Vol. 7, No. 16, pp. 167-208.
7. Zargham Boroujeni, Hamid & Maryam Sedaghat (2018). **Sustainable Tourism Development Model for Achieving the Iranian-Islamic Progress Model**, PhD Dissertation in Tourism Management, Faculty of Management and Accounting, Allameh Tabataba'i University, Advisor: Zargham Boroujeni, p. 462.
8. Ziaei, Mahmoud & Abbasi, Diako (2018). **Challenges and Approaches to Sustainable Tourism Development: From Theory to Practice**, *Tourism Planning and Development Journal*, Vol. 7, No. 42, pp. 8-37.

9. Talayi Shokri, Shahab & Shafi'a, Saeed (2021). **Analytical Review of the Strategic Document for Tourism Development: Comparison with Higher-Level Documents and Experts' Views**, *Tourism and Development Quarterly*, Vol. 12, No. 3, pp. 77-98.
10. Talayi Shokri, Shahab (2019). **Designing and Explaining a Tourism Industry Model with a System Dynamics Approach (Iran's Tourism Industry)**, PhD Dissertation in Management, Shahid Beheshti University, p. 232.
11. Abbasi, Diako (2020). **Framework for Implementing Tourism Policy in the Islamic Republic of Iran**, PhD Dissertation in Tourism Management, Advisor: Zargham Boroujeni, Allameh Tabataba'i University, Faculty of Management and Accounting.
12. Abbaszadeh, Mehdi, and Eslami, Ahmad (2022). **Philosophical Foundations of Spirituality in Islam (With a Look at its Difference from a Non-Religious Approach)**. *Journal of Culture and Health Promotion, Iranian Academy of Medical Sciences*, Vol. 6, No. 3, pp. 412-420.
13. Elmi Moghadam, Mostafa (2017). **Exploring the Importance of Tourism in the Guidance of the Supreme Leader**, *International Conference on Modern Research in Management, Economics, and Empowering the Tourism Industry*, Shandiz Higher Education Institute, p. 9.
14. Ghanipoor, Fatemeh, Parvaneh Ghanipoor & Zeynab Dowlatabadi (2015). **The Supreme Leader's Statements and the Resistance Economy Decree as a Strategy for Tourism Development**, *First Conference on Art, Handicrafts, and Tourism*, Kharazmi Behavioral Sciences Higher Institute, Shiraz.
15. Fallah, Fariba, Fallah, Samira & Sarbazian, Roghieh (2017). **The Role of Culture in the Iranian-Islamic Progress Model**, *Sixth Conference on the Iranian-Islamic Progress Model*, Tehran: Center for the Iranian-Islamic Progress Model.
16. Gholamrezaei, Javad, and Eskandari, Amir Hossein (2024). **Types of Tourism from the Perspective of Religious Sources and its Halal Development in the Islamic Republic of Iran**. *Journal of Socio-Cultural Strategy*, Thirteenth Year, Number Three, pp. 937-976.
17. Parliament Research Center (2019). **Requirements for Achieving the Second Step of the Revolution: Tourism (Focused on Family Tourism)**, Social and Cultural Research Directorate, Education and Culture Studies Office, pp. 1-38, Tehran.
18. Mansouri, Maryam; Farzan, Farzam; and Mehrzad Hamidi (2020). **Developing a Leisure Time Model for University Students in the Country**. *New Approaches in Sports Management*, 8(28), pp. 131-145.
19. Mirtaghian Roodsari, Seyyed Mohammad (2023). **Tourism Discourse in the Ideology of the Supreme Leader**, *Tourism and Development Quarterly*, Vol. 12, No. 1, pp. 143-161.
1. Books
1. Soleimani, Yaghoub; Sabzi, Borzu (2019). **Spirituality in Tourism with Emphasis on Rahian-e-Noor Travels**, Fatehan Publishing, Tehran, p. 192.

2. Internet Resources

1. Supreme Leader's Statements by Ayatollah Khamenei, available on the website: www.khamenei.ir.

6-2- References (in English)

6-2-1- Articles

1. Al Balushi, Amina Abdullah Majid (2020) **Tourism host-guest encounters in the conservative Muslim setting of the Sultanate of Oman**. PhD thesis, College of Social Sciences University of Glasgow p 381.
2. Attride-Stirling, J. (2001). **Thematic Networks: An Analytic Tool for Qualitative Research**, Qualitative Research, 1(3), 385-405.
3. Ateljevic, Irena (2020) **Hopeful Tourism A New Transformative Perspective**, Tourism Geographies, ISSN: 1461-6688
4. Bauer, Ashley S & Johnson, Thomas J(2019) **Conceptual overlap of spirituality and religion: An item content analysis of several common measures**, Journal of Spirituality in Mental Health Volume 21, Issue 1, Pages 14-36.
5. Bashir, F. Tahir, Z. & Aslam, A. (2022). **Role of change leadership in attaining sustainable growth and curbing poverty: A case of Pakistan tourism industry**. *Frontiers in Psychology*, 13, 934572.
6. Dredge, Dianne (2022) **Regenerative tourism: transforming mindsets, systems and practices**, Journal of Tourism Futures.
7. El Many, R. (2016). **The six systems thinking steps to solve complex problems**. Designorate. Retrieved
8. Khan, S. & Ali, M. (2022). **Role of change leadership in attaining sustainable growth and poverty reduction through tourism industry of Pakistan**. *Frontiers in Psychology*, 13, 966677.
9. Lindokuhle Mkhize, Sandile & Ivanovic, Milena (2020) **Building the Case for Transformative Tourism in South Africa**, African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure, Vol 9, No 4, pp. 717-731
10. Mahrous, Ahmed. Khodair. (2024). **Designing a tourism system thinking approach for tourism research**. *Tourism Management Perspectives*, 34, 100660
11. Nunkoo, R. (2017). **Governance and sustainable tourism: What is the role of trust, power and social capital?** Journal of Destination Marketing & Management, 6(4), 277-285.



12. Uslu, A. Alagöz, G. & Güneş, E. (2020). **Socio-cultural, economic, and environmental effects of tourism from the point of view of the local community.** *Journal of Tourism and Services*, 11(21).
13. Vidickienė. Dalia, Vilke. Rita and Gedminaitė-Raudonė, Zivile (2020) **Transformative Tourism As An Innovative Tool For Rural Development,** *European Countryside*, Vol. 12 · 2020 · No. 3 · p. 277-291.
14. Webster, C. & Ivanov, S. (2016). **Political ideologies as shapers of future tourism development.** *Journal of Tourism Futures*, 2(2), 109-124.

6-2-2- Books

1. Fletcher, J. Fyall, A. Gilbert, D. & Wanhill, S. (2017). *Tourism: Principles and Practice* (6th ed). Pearson Education, p 672.
2. Sharpely, R. & Telfer, D. J. (2015). **Tourism and Development in the Developing World.** Routledge.
3. Sharpely, Richard and Telfer, David J. (2014). **Tourism and Development in The Development in the developing World USA and Canada.** routledge.
4. Wong, P. T. P. (2016). **Meaning-seeking, self-transcendence, and well-being.** In A. Batthyany (Ed.), *Logotherapy and existential analysis: Proceedings of the Viktor Frankl Institute Vienna* ,Vol. 1, pp. 311-322.

6-2-3- Websites

3. UNESCO. (2020). **Cultural Heritage and Tourism.** Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.
4. UNWTO. (2019). **International Tourism Highlights.** Madrid: United Nations World Tourism Organization.

