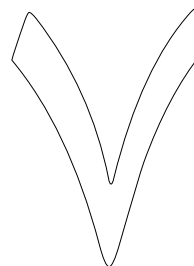


# تأثیر بی ثباتی سیاسی خاورمیانه بر صنعت گردشگری ایران در دوره پس از ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱



\* مسعود موسوی شفاپی  
\*\* علی اکبر امین بیدختی  
\*\*\* سید مجتبی اسماعیل شهابی

\* مسعود موسوی شفاپی استادیار روابط بین الملل دانشگاه تربیت مدرس می باشد.  
shafae@modares.ac.ir

\*\* علی اکبر امین بیدختی دانشیار دانشگاه سمنان می باشد.  
\*\*\* سید مجتبی اسماعیل شهابی دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی دانشگاه سمنان می باشد.

تاریخ تصویب: ۱۳۹۱/۲/۲۸

تاریخ دریافت: ۱۳۹۰/۱۲/۷

فصلنامه روابط خارجی، سال چهارم، شماره دوم، تابستان ۱۳۹۱، صص ۲۴۰-۲۱۱.

## چکیده

هدف پژوهش حاضر، بررسی تأثیر بی‌ثباتی سیاسی خاورمیانه بر صنعت گردشگری ایران در دوره پس از ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ است. در این مطالعه با استفاده از روش توصیفی - پیمایشی به بررسی شاخص‌های بی‌ثباتی سیاسی و همبستگی این شاخص‌ها با شاخص‌های رکود صنعت گردشگری کشور پرداخته شده است. جامعه آماری پژوهش شامل اساتید رشته‌های علوم سیاسی، روابط بین‌الملل و گردشگری دانشگاه‌های تهران، شهید بهشتی، علامه طباطبایی و تربیت مدرس بوده که ۳۰ نفر از آنها به‌طور تصادفی انتخاب شده و حجم نمونه مورد آزمایش ما را تشکیل دادند. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان داد که شاخص‌های اصلی «جنگ، تروریسم و بی‌ثباتی رژیم سیاسی» با شاخص‌های رکود «بازاریابی» صنعت گردشگری، دارای همبستگی در سطح معنی‌داری قابل قبول می‌باشند. با توجه به اینکه بازاریابی و به‌طور ویژه تبلیغات مقاصد از جمله مهم‌ترین عناصر گردشگری است، می‌توان نتیجه گرفت، بی‌ثباتی‌های سیاسی به‌وجودآمده پس از ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ که به بروز جنگ و تروریسم و بی‌ثباتی رژیم‌های حاکم منطقه انجامید، به دلیل مخدوش کردن چهره مسلمانان منطقه و ایجاد تصویر منفی نسبت به کشور ما باعث رکود در رشد صنعت گردشگری کشور شده است.

واژه‌های کلیدی: ایران، بی‌ثباتی سیاسی، صنعت گردشگری، منطقه خاورمیانه، ۱۱ سپتامبر

۲۰۰۱





## مقدمه

اگرچه با ظهور عصر ارتباطات تا اندازه زیادی از ضرورت جابجایی فیزیکی انسان‌ها کاسته شده است، ولی مسافرت به انگیزه شناخت مناطق جدید و آشنایی با انسان‌ها و فرهنگ‌های ناشناخته و در یک کلمه گردشگری، هر روز بیشتر از دیروز اهمیت می‌یابد تا آنجا که در بیشتر کشورها، درآمدهای اقتصادی حاصل از صنعت گردشگری یکی از مهم‌ترین منابع درآمدی تلقی می‌شود. امروزه گردشگری، بعد از نفت به‌عنوان کالایی تجاری، درآمدهای جهانی سرشاری ایجاد کرده و حجم زیادی از کل تولید ناخالص ملی جهان را تشکیل می‌دهد؛ به‌نحوی که در طول دو دهه گذشته سریع‌ترین بخش اقتصادی در حال رشد جهان بوده است (سارا ریو، ۲۰۰۷: ۱۲). گسترش صنعت گردشگری، علاوه بر نقش و تأثیر آن در ابراز هویت ملی و ایجاد امنیت اجتماعی، موجب ارتقای وضعیت اقتصادی از جمله ایجاد فرصت‌های شغلی، درآمدزایی، کاهش فقر و گسترش عدالت اجتماعی و رفاه در جامعه می‌شود.

در کشور ما پژوهش‌های مربوط به وضعیت گردشگری خاورمیانه بسیار محدود است. این در حالی است که از سده گذشته به دلیل آشکار شدن هرچه بیشتر نقش صنعت گردشگری در توسعه کشورهای خاورمیانه و نیز پیدایش منابع انرژی (نفت و گاز) در این منطقه استراتژیک، شناخت تحولات تأثیرگذار جهانی بر خاورمیانه، اهمیت زیادی پیدا کرده است (موسوی و حیدر، ۱۳۸۱). با وجود این، در اکثر تحقیقات داخلی انجام‌شده در زمینه گردشگری، کمتر به مؤلفه‌های بیرونی تأثیرگذار بر این صنعت پرداخته شده و نقش عوامل بیرونی که همواره به‌طور مستقیم و غیرمستقیم بر گردشگری کشورهای این منطقه تأثیرگذار بوده، مورد

غفلت واقع شده است.

هدف اصلی مقاله حاضر، یافتن رابطه معنی‌دار بین وجود بی‌ثباتی سیاسی در منطقه خاورمیانه و وضعیت رشد صنعت گردشگری ایران در دوره پس از یازدهم سپتامبر ۲۰۰۱ است. در واقع مقاله حاضر به دنبال پاسخ‌گویی به سؤال زیر است: آیا بی‌ثباتی سیاسی خاورمیانه پس از یازدهم سپتامبر ۲۰۰۱ بر صنعت گردشگری ایران تأثیرگذار بوده است؟ به عبارت دیگر آیا می‌توان رابطه معنی‌داری بین بی‌ثباتی سیاسی خاورمیانه و رکود صنعت گردشگری ایران پس از یازدهم سپتامبر ۲۰۰۱ برقرار کرد؟

در این راستا ابتدا پیشینه تحقیق و چهارچوب مفهومی پژوهش را مورد بررسی قرار داده و بعد روش تحقیق (سؤال، فرضیه، متغیرها، شاخص‌ها، روش آزمون فرضیه، روش گردآوری داده‌ها) را مورد بررسی قرار می‌دهیم و سپس به تجزیه و تحلیل داده‌ها پرداخته و در انتها نیز نتیجه‌گیری مقاله ارائه می‌شود.

#### ۱. پیشینه پژوهش

بی‌ثباتی سیاسی منطقه‌ای به‌عنوان یکی از عوامل بیرونی تأثیرگذار بر اقتصاد کشورها مورد توجه بوده است، اما هیچ‌گاه به‌عنوان عاملی تأثیرگذار بر صنعت گردشگری کشورهای منطقه خاورمیانه و به‌ویژه ایران مدنظر قرار نگرفته است. تحقیق حاضر می‌کوشد بخشی از این کمبود پژوهشی را جبران کند. بررسی پیشینه پژوهش که در ادامه خواهد آمد به‌نحو روشن‌تری خلاء موجود و کارکرد پژوهش حاضر برای جبران کمبود در این زمینه را نشان می‌دهد.

**کلمنت** (۲۰۰۸: ۲۸۸-۲۸۳) و **فلچر** (۲۰۰۷: ۵۵۶-۵۳۷) از دانشگاه استنفورد، به تأثیر بی‌ثباتی سیاسی بر محصول آسیب‌پذیر جهانگردی در فیجی و کنیا پرداخته‌اند. مقاله، طبیعت حملات و پیامد آنها از لحاظ تأثیر بر تعداد ورودی‌های گردشگری و حجم درآمدها را مورد بررسی قرار می‌دهد. نتایج به‌دست‌آمده چنین است که رویدادهای سیاسی مانند کودتا و مسائل سیاسی داخلی اثرات به‌مراتب شدیدتری در سطح فعالیت‌های گردشگری نسبت به حملات تروریستی سطح پایین تا متوسط دارند. **مال سی ام**، استاد دانشگاه کانبرا در استرالیا در مقاله‌ای با عنوان

«گردشگری و ثبات سیاسی: نقش انقلاب، تروریسم و خشونت سیاسی بر گردشگری» درباره رابطه بین گردشگری و ثبات سیاسی، با تأکید ویژه بر اثرات خشونت سیاسی، تروریسم و جنگ بر رفتار گردشگر و توسعه گردشگری بحث می‌کند. جنگ‌ها، کودتاها و انقلاب‌ها، حتی اگر دارای طبیعتی نسبتاً کم‌شدت باشند، نه تنها برای زیرساخت‌های گردشگری و ورودی‌ها، بلکه برای تصور بلندمدت از مقصد به شدت ویرانگرند.

*آوانا و جی لسون* (۲۰۰۷: ۳۱۵-۲۹۹)، در دانشگاه لاس پالماس اسپانیا، در مقالاتی به بررسی اثرات کوتاه‌مدت حملات ۱۱ سپتامبر بر تمایل گردشگران برای رفتن به مقاصد رقابتی در دریای مدیترانه و جزایر قناری پرداخته‌اند. نتایج تحقیق آنها نشان می‌دهد که حملات، باعث شوک به خدمات رفاهی گردشگران می‌شود و تغییر در تصور نسبت به مقصدهای گردشگری را موجب می‌گردد. *ال - حماره و استیئر* (۲۰۰۱)، راهبردهای توسعه گردشگری در جهان عرب بعد از یازدهم سپتامبر را مورد بازاندیشی قرار داده و به این نتیجه می‌رسند که حملات یازدهم سپتامبر با توجه به نقش جهانی و موقعیت ایالات متحده و نیز شخصیت جهانی گروه تروریستی القاعده، بر گردشگری تأثیرگذار بوده است. *آدام و سینکلمر* (۲۰۰۳) در مقاله‌ای با عنوان «سیاست و توسعه گردشگری پایدار - آیا آنها می‌توانند همراه هم باشند»، موانع سیاسی پیش روی طرح‌ریزی و اجرای توسعه گردشگری پایدار در جزیره‌ای کوچک مانند قبرس شمالی را مورد بررسی قرار می‌دهند. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که آگاهی از نظام پیچیده سیاسی و ساختار قدرت در جامعه، امری کلیدی در توسعه سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و اجرای گردشگری پایدار است. در مورد قبرس شمالی، استفاده از منابع عمومی به‌عنوان ابزاری برای حفظ قدرت سیاسی و سیاسی شدن بخش عمومی، دلیل اساسی پیشرفت ضعیف توسعه گردشگری پایدار است.

*یونگ ای پین*، (۲۰۰۸) در مقاله‌ای با عنوان «اندازه‌گیری بی‌ثباتی سیاسی و تأثیر آن بر رشد اقتصادی»، چندبعدی بودن بی‌ثباتی سیاسی را مورد آزمون قرار داده است. به‌علاوه، او این امر را بررسی کرده که آیا ابعاد مختلف بی‌ثباتی سیاسی تأثیر متفاوتی بر رشد اقتصادی داشته و آیا این تأثیر سببی بوده است. یونگ از تحلیل

عاملی اکتشافی استفاده کرده و به این نتیجه می‌رسد که چهار بعد بی‌ثباتی سیاسی قابل تشخیص است. این ابعاد عبارتند از: (۱) خشونت با انگیزه سیاسی؛ (۲) اعتراضات اجتماعی؛ (۳) بی‌ثباتی در داخل رژیم سیاسی و (۴) بی‌ثباتی رژیم سیاسی. ابعاد شناسایی شده در تحلیل او شبیه قالب مطرح شده *ساندورز* (۱۹۸۱: ۴۶) است که استدلال می‌کند، دو بعد اول چالش‌هایی برای رژیم سیاسی هستند درحالی‌که دو بعد دوم، تغییرات فعلی دولت یا رژیم سیاسی را دربرمی‌گیرند. وی دریافت، حتی زمانی که سازمان‌های رسمی منعکس‌کننده امنیت، حقوق مالکیت (حاکمیت قانون) در کشورها را کنترل می‌کنند، بی‌ثباتی رژیم سیاسی مهم باقی می‌ماند. دوم اینکه، او مدارکی یافت که طبق آن گاهی بی‌ثباتی در داخل رژیم سیاسی، برای رشد اقتصادی خوب است. این یافته‌ها در تضاد با پیش‌بینی مدل *داری* و دیگران (۲۰۰۴) است، که استدلال می‌کند بی‌ثباتی سیاسی در داخل دولت، احتمال انتخاب دوباره را کاهش می‌دهد و این امر منجر به سرمایه‌گذاری‌های عمومی کمتر و ازاین‌رو میزان رشد اقتصادی پایین‌تر می‌شود.

به‌طورکلی در اکثر پژوهش‌های انجام‌شده، رابطه بین بی‌ثباتی سیاسی و عوامل اقتصادی مدنظر قرار گرفته و کمتر به مقوله گردشگری پرداخته شده است. در چند موردی نیز که پژوهش‌هایی در مورد تأثیر بی‌ثباتی سیاسی بر صنعت گردشگری انجام شده، کشورهای خاورمیانه و تأثیرپذیری ایران مورد توجه نبوده است. پژوهش حاضر در صدد است با بررسی تأثیرپذیری صنعت گردشگری ایران از بی‌ثباتی‌های سیاسی موجود در منطقه، گامی در مسیر جبران این کمبود پژوهشی بردارد.

## ۲. مفاهیم و متغیرها

در این قسمت تعریفی مفهومی از بی‌ثباتی سیاسی و صنعت گردشگری ارائه داده و سپس به روش تحقیق می‌پردازیم.

### ۲-۱. بی‌ثباتی سیاسی

از لحاظ لغوی ثبات دارای دو معناست: نخست ثبات به‌معنای سکون: این نوع ثبات در بعد سیاسی به‌معنای ثبات اقتدارگرایانه یا گورستانی است. دوم ثبات به‌معنای



ماندن یا دوام یافتن در عین بی‌سکونی و تحرک. این نوع ثبات در بعد سیاسی به معنای ثبات سیاسی پویا یا دموکراتیک است. منظور ما از ثبات نیز همین نوع دوم است. تلاش برای تعریف ثبات سیاسی باید با روشن کردن مفاهیم سیاست و ساختار سیاسی آغاز شود. رفتار سیاسی، هر عملی است به وسیله هر عضو از جامعه که بر توزیع قدرت به منظور تصمیم‌گیری برای جامعه تأثیر می‌گذارد. در علم سیاست به شکل ابتدایی بی‌ثباتی را: الف) عدم تداوم نظام؛ و ب) تکرار حوادث بی‌ثبات‌کننده تعریف کرده‌اند. بی‌ثباتی با توجه به میزان تهاجم انجام‌شده توسط فرد یا گروه در داخل نظام سیاسی علیه دیگر افراد، گروه‌ها، نهادهای رسمی و یا نیمه‌رسمی وابسته به دولت سنجیده می‌شود. طبعاً اعمال تهاجمی دولت علیه افراد، گروه‌ها و یا نیروهای دولتی نیز مشمول همین حکم است (ایک، ۲۰۰۹). اگر رویداد سرپیچی‌ها از قانون افزایش یابد، قدرت سیاسی سرانجام تحلیل رفته و بی‌ثباتی به وجود می‌آید. پس بی‌ثباتی «عدم تداوم دموکراسی و وجود جنبش سیاسی مهم در مخالفت با قوانین یا اصول حکومت دموکراتیک یا تغییر در حکومت و یا رژیم موجود و چالش علیه آن است (لیپست، ۱۹۹۸: ۲۵۵-۲۵۴). فقط زمانی که وضعیت سیاسی جاری با وضعیت پیشین تفاوت پیدا می‌کند، آن وضعیت را احتمالاً نامطمئن یا بی‌ثبات می‌خوانند و هنگامی که یک واقعه به شدت از الگوی پیشین نظام انحراف می‌یابد، نشانه‌ای از سطح نسبتاً بالای بی‌ثباتی است (ساندرز، ۱۳۸۰: ۴۶).

درحالی که تحلیل لیپست اصولاً روی منابع ثبات دموکراتیک متمرکز است، سایر تحلیل‌ها متوجه منابع بی‌ثباتی دیگری از قبیل جنگ‌های داخلی (کشمکش خشونت‌آمیزی که بر اعمال اقتدار حکومت اثر می‌گذارد)، خشونت سیاسی و پایین بودن سطح مشروعیت رژیم است. فرمول‌بندی از بی‌ثباتی برحسب انحراف اعضای جامعه از الگوهای رفتاری واقع در محدوده‌های ناشی از انتظارات نقش سیاسی، این امتیاز را دارد که حوادثی مانند کودتا، خشونت انتخاباتی و ترورهای سیاسی را نیز دربر می‌گیرد، که به طور متعارف شاخص بی‌ثباتی تلقی می‌شوند؛ چیزی که ممکن است برای یک ساختار سیاسی برهم‌زننده ثبات تلقی شود، شاید برای یک ساختار سیاسی دیگر این‌گونه نباشد (اسمیت، ۱۳۷۹: ۱۱۸-۱۱۷). از منظری دیگر ثبات را می‌توان (وقوع) تغییر در محدوده‌ای معین تعریف کرد، درحالی که بی‌ثباتی نقطه



مقابل این تعریف است.

در رابطه با تعریف ثبات و بی‌ثباتی همواره باید موارد زیر را مدنظر قرار داد: اول اینکه، باید ثبات/بی‌ثباتی را یک مفهوم مستمر و اصولاً نسبی بدانیم و بپذیریم که اصطلاحات «ثبات» و «بی‌ثباتی» گویای دو انتهای یک نمودار پیوسته‌اند نه دو انتهای یک نمودار ناپیوسته. دوم، آنکه تعریف مناسب باید حداقل در ابتدا روی ثبات و بی‌ثباتی در وضعیت‌های سیاسی کوتاه‌مدت متمرکز باشد، و سوم، آنکه باید جایی برای اطلاق عدم قطعیت و پیش‌بینی‌ناپذیری به وضعیت بی‌ثباتی، در نظر گرفت، و چهارم آنکه باید وجود انواع مختلف بی‌ثباتی را پذیرفت. هیچ‌گونه ارتباط «عمومی» مداومی بین انواع مختلف بی‌ثباتی سیاسی وجود ندارد، بلکه یک‌سری اثرات متفاوت منطقه‌ای مطرح است. هرگونه تعمیم تجربی کلی برای بیان ارتباط بین انواع مختلف بی‌ثباتی امری نامطلوب است (ساندرز، ۱۳۸۰: ۴۷).

بر این اساس، تعریف بی‌ثباتی در منطقه خاورمیانه عبارت است از وقوع رفتارها یا حوادثی از قبیل: کودتاها، تغییرات حکومت، تظاهرات، شورش، آغاز جنگ چریکی و مرگ در اثر خشونت سیاسی. یک واحد پایدار (بائثبات) واحدی است که ساختار نهادی کلی خاص خود را در طول زمان حفظ کند (فیلد و کاسلز، ۲۰۰۱). در تعریف *فیلد* و *کاسلز* از بی‌ثباتی در خاورمیانه، به وقوع حوادثی مانند درگیری‌های قومی و اختلافات مرزی اشاره نشده و نقش نظام‌های دموکراتیک نادیده گرفته شده است که ما به آنها نیز خواهیم پرداخت.

## ۲-۲. گردشگری

«گردشگری معادل فارسی و کاملاً دقیق واژه Tourism در زبان‌های انگلیسی، فرانسه و آلمانی است که در زبان فارسی به گردشگری ترجمه شده است. ریشه این واژه از اصطلاح Tourist یونانی و لاتین گرفته شده که یکی از معانی آن گردش کردن و یا گشتن است و با پسوند Ism یا گری به صورت اسم مصدر Tourism یا گردشگری درآمده است» (باصری، ۱۳۸۵). گردشگری شامل کلیه فعالیت‌هایی است گردشگران در هنگام سفر انجام می‌دهند و به ایشان مرتبط می‌شود و این می‌تواند شامل، برنامه‌ریزی برای سفر، جابجایی بین مبدأ و مقصد، اقامت و نظایر آن باشد (رنجریان و زاهدی، ۱۳۸۶).



از واژه گردشگری در چند دهه اخیر تعاریف مختلفی ارائه شده است که هر کدام بار معنایی خاصی را با خود داشته تا اینکه در سال ۱۹۹۱ سازمان جهانی گردشگری وابسته به سازمان ملل متحد در نشست خود در اتاوا کانادا برای پرهیز از تشتت تعاریف، به تعریف معیار به شرح زیر دست یافت: «گردشگری به مجموعه فعالیت‌هایی که افراد به هنگام مسافرت به مکانی خارج از محیط زندگی معمولی خود انجام می‌دهند، گفته می‌شود. طول مسافرت نباید کمتر از ۲۴ ساعت و نه بیشتر از ۱۲ ماه متوالی بوده و هدف از آن تفریح، تجارت و دیگر اهداف باشد. در این مسافرت، جهانگرد نمی‌تواند درآمد حاصل از اشتغال کسب کند». در فرهنگستان زبان و ادب فارسی برای کلمه توریسم دو واژه فارسی گنجانده شده است: (۱) جهانگردی: یعنی فعالیت‌های یادشده که در خارج از مرزهای رسمی کشور توسط گردشگر انجام می‌شود. مثلاً ایرانیانی که به خارج از ایران به مسافرت می‌روند و یا خارجیانی که فعالیت‌های مزبور را در داخل ایران انجام می‌دهند؛ فاعلان این نوع فعالیت‌ها را جهانگرد می‌نامیم. (۲) گردشگری یعنی فعالیت‌های یادشده در داخل کشور خود (مثلاً در ایران)؛ فاعلان این نوع فعالیت‌ها را گردشگر می‌نامیم.

فعالیت گردشگری برخاسته از خواست و اراده گروه‌هایی از مردم است. از این رو دارای خصلتی مردمی است و نمی‌توان آن را با تلقین‌ها و تعصب‌های سیاسی و ایدئولوژیک، برخلاف ماهیت مردمی آن، به سمت‌وسویی هدایت کرد. گردشگری با اراده حکومت‌ها به وجود نمی‌آید، اما سیاست‌های خارجی کشورها تأثیری حیاتی در رونق و بقاء این صنعت دارد (رهنمایی، ۱۳۸۴). در عصر کنونی کشورها و جوامع بشری به صورت فزاینده‌ای به این حقیقت پی‌برده‌اند که برای حفظ وضع اقتصادی خود باید ابتکار عمل به خرج داده و در صدد یافتن راه‌های تازه‌ای برای گسترش روابط تجاری خود و خروج از وابستگی به تک‌محصول‌ها برآیند (گلی، ۱۳۸۸).

### ۳. روش تحقیق، جامعه آماری، نمونه و روش نمونه‌گیری

نوع پژوهش از نظر روش توصیفی - پیمایشی<sup>(۱)</sup> است. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل اساتید علوم سیاسی، روابط بین‌الملل و گردشگری دانشگاه‌های تهران، شهید



بهشتی، علامه طباطبایی و تربیت مدرس است که تعداد ۳۰ نفر از این اساتید به شکل تصادفی انتخاب شده و مورد پرسش قرار گرفتند. به منظور دسترسی آسان‌تر به افراد و تحت پوشش قرار دادن تعداد افراد بیشتر و صرف زمان کمتر و افزایش دقت، پرسش‌نامه از طریق ایمیل به پست الکترونیکی افراد ارسال شده و پس از دریافت پاسخ‌ها، با استفاده از نرم افزار اس.پی.اس.اس ۱۶ (مؤمنی و قیومی، ۱۳۸۷: ۲۱۱-۲۱۲) به تجزیه و تحلیل داده‌ها پرداختیم.

### ۱-۳. سؤال، فرضیه، متغیرهای مستقل و وابسته

بعد از بررسی‌های مقدماتی اینچنین به نظر می‌رسد که وجود تصور نادرست نسبت به کشور و انتشار اخبار ناصحیح و منفی درباره ایران از موانع مهم رشد صنعت گردشگری در ایران است و زمانی که این مسئله را دقیق‌تر مورد بررسی قرار می‌دهیم به این نتیجه می‌رسیم که این تصویرسازی منفی نسبت به کشور نه صرفاً به دلیل شرایط داخلی، بلکه در بخش مهمی به دلیل شرایط منطقه‌ای موجود و وضعیت بی‌ثباتی خاورمیانه پدید آمده است. پس شایسته دیدیم تا با پرداختن به عوامل تأثیرگذار بر بی‌ثباتی سیاسی خاورمیانه، تأثیر احتمالی این عوامل بر صنعت گردشگری کشور را بررسی کنیم و در واقع به این سؤال پاسخ دهیم که: **بی‌ثباتی سیاسی خاورمیانه پس از یازدهم سپتامبر ۲۰۰۱ چه تأثیری بر صنعت گردشگری ایران داشته است؟**

بر اساس پرسش فوق، این فرضیه مطرح می‌شود که: بین بی‌ثباتی سیاسی خاورمیانه و رکود صنعت گردشگری کشور در دوره پس از ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ رابطه معنی‌دار مستقیم وجود دارد.

در این پژوهش بی‌ثباتی سیاسی خاورمیانه به عنوان «متغیر مستقل» و صنعت گردشگری کشور به عنوان «متغیر وابسته» در نظر گرفته می‌شود. ما در این پژوهش تأثیر بی‌ثباتی سیاسی خاورمیانه (متغیر مستقل) بر صنعت گردشگری کشور (متغیر وابسته) را مورد بررسی قرار می‌دهیم.

بی‌ثباتی به معنی (وقوع) تغییر فراتر از دامنه نوسانات معمولی است. این مفاهیم را می‌توان بر حسب کمیت (تعداد) تغییرات در ساختار یا فرایند نظام یا در هر دوی

آنها، با دامنه‌ای از هیچ تغییر تا تغییرات زیاد، عملیاتی کرد. این پیوستار درجات ثبات را مشخص می‌کند. فقدان تغییر نیز نشانگر ثبات صرف و حضور آن نشانگر درجه‌ای از بی‌ثباتی است. بنابراین هر نظامی می‌تواند باثبات یا بی‌ثبات معرفی شود. بی‌ثباتی در نظام بین‌المللی را می‌توان براساس تغییر در میزان تعاملات تعارض‌آمیز - که ویژگی پدیده‌هایی مانند جنگ و بحران است - اندازه‌گیری کرد.

صنعت گردشگری عبارت است از کسب‌وکاری که طی آن سازمان‌ها، نهادها و شرکت‌ها، چه دولتی و چه عمومی و یا خصوصی امکانات و تسهیلات لازم را به‌منظور خدمات مربوط برای ارائه به گردشگران مهیا می‌سازند، فاعلیت یا عاملیت این فراهم‌سازی را بخش‌های مرتبط با صنعت گردشگری انجام می‌دهند. گردشگری نیز همانند بسیاری از فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی، معادله‌ای است دوسویه. در یک‌سوی آن عرضه و در سوی دیگر آن تقاضا قرار دارد. ظرفیت مدیریت، سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی آن در پیدا کردن مجموعه سازوکارهایی نهفته است که بتوان از طریق آنها تقاضا را به‌سوی عرضه هدایت کرد. تفاوت گردشگری با فعالیت‌های دیگر اقتصادی در این نکته است که در فعالیت‌های تولیدی معمولاً محصول عرضه را برای ارائه به مصرف‌کننده به محل تقاضا حمل می‌کنند، درحالی‌که برای توسعه گردشگری ناگزیر باید تقاضا را جابجا کرد. به‌عبارت دیگر در عرضه و تقاضای گردشگری این بازار (تقاضا) است که از حوزه جغرافیایی خود باید جابجا شود، زیرا منابع عرضه عموماً ثابت است. بر این اساس شاخص بازاریابی در صنعت گردشگری بسیار تعیین‌کننده محسوب می‌شود.

#### ۴. شاخص‌های بی‌ثباتی سیاسی خاورمیانه

شاخص‌های بی‌ثباتی سیاسی خاورمیانه را به سه دسته عوامل سیاسی، اقتصادی و اجتماعی - فرهنگی تقسیم کرده و هریک را به‌همراه شاخص‌های فرعی آن مورد بررسی قرار می‌دهیم.

##### ۴-۱. عوامل سیاسی

در این بخش ابتدا به بررسی شاخص‌های بی‌ثباتی سیاسی خاورمیانه از قبیل جنگ، اختلافات مرزی، رقابت‌های تسلیحاتی، جنگ‌افزارهای کشتار جمعی، تروریسم،



مداخله قدرت‌های بزرگ خارجی، وسایل ارتباط جمعی، تغییر رژیم، تحریم‌های اقتصادی، فقدان دموکراسی و بی‌ثباتی رژیم سیاسی می‌پردازیم و تأثیر این عوامل را در یک دهه گذشته مورد بررسی قرار می‌دهیم:

**جنگ:** جنگ به معنای اقدام به عملی عمدی، گسترده و مسلحانه است که دو موجودیت سیاسی متفاوت در آن درگیر می‌شوند. جنگ نهادی است که انواع و اشکال مختلف رفتار و اعمالی را مجاز می‌شمارد که از نظر حقوقی انجام آنها با زمان صلح تناسب ندارد (کوئینسکی، ۱۹۹۹).

**تروریسم:** تروریسم، «خشونت از پیش طراحی شده، با جهت‌گیری سیاسی بر ضد اهداف غیرنظامی از سوی گروه‌های خرده‌ملی و عوامل مخفی است که معمولاً برای تأثیرگذاری بر مخاطبان به کار گرفته می‌شود». تروریست کسی است که به این اقدامات مبادرت می‌ورزد. تروریست سعی دارد تا با ترور سردمداران و شخصیت‌های مهم یک نظام به آن ضربه زده یا آن را ساقط کند (پیلار، ۱۹۹۶). تروریسم در قرن بیستم تقریباً اهداف سیاسی واضح و مشخصی داشت و از ابزار کشتار جمعی بی‌بهره بود و بسیاری از گروه‌های تروریستی توسط حکومت‌ها کنترل و حمایت می‌شدند. اما در سال‌های پایانی قرن بیستم این گرایش تغییر کرد و گروه‌های تروریستی بر پایه اعتقادات دینی شکل گرفتند که هم خوب آموزش دیده بودند، هم از بعد اعتقادی بسیار تقویت شده بودند. بنابراین انگیزه‌های نامحدود و انتقام‌جویانه تغییر ماهیت داد و پاداش آن جهانی معرفی شد، که اقدامات تروریستی به‌وقوع پیوسته در خاورمیانه و به‌ویژه کشورهای عراق، افغانستان و پاکستان را می‌توان در این دسته قرار داد. هرچند ادعای این دسته از تروریست‌ها، مبارزه با دشمنان خدا و نجات مردم از اسارت شیطان و نمودهای زمینی آن و مبارزه با استعمار است، اما در عمل پیامد اکثر این حملات، قربانی شدن شهروندان بی‌گناهی است که عموماً نقشی در بازی‌های سیاسی و تعصبات مذهبی این گروه‌ها نداشته‌اند (نای، ۱۹۸۰).

**جنگ و تروریسم در خاورمیانه:** قسمتی از ناامنی و گسترش تروریسم در خاورمیانه را می‌توان ناشی از وقوع جنگ‌های منطقه‌ای دامنه‌دار دانست. وقوع جنگ‌های منطقه‌ای دامنه‌دار از یک سو ناشی از اختلاف ارضی و مرزی و در درجه دوم حاصل دخالت کشورهای فرامنطقه‌ای است. ظهور گروه‌ها و جنبش‌های

تروریستی از دیگر عوامل ناامنی در خاورمیانه محسوب می‌شود که ریشه هرکدام از این گروه‌های تروریستی را می‌توان در ایدئولوژی‌ها و مکتب‌های فکری تعصب‌گرای قومی، نژادی و مذهبی جستجو کرد (پیت، ۲۰۰۹). امروزه ظهور گروه‌های تروریستی که به‌نوعی ریشه در این اعتقادات دارند و با تعصبات کور نژادی و دینی قوام یافته‌اند، در شکلی جدید موجب ناامنی در منطقه خاورمیانه شده است (فیروزی و ندری، ۱۳۸۹).

**بی‌ثباتی رژیم سیاسی:** «حکومت باثبات، حکومتی است که از ظرفیت مدیریتی بالایی برخوردار بوده و نهادهای سیاسی آن توان حل‌وفصل و در صورت ضرورت، توان سرکوب تقاضاهای عمومی را داشته باشند» (راست و استار، ۱۳۸۱: ۳۲۷-۳۲۳). بی‌ثباتی رژیم سیاسی همواره در پی عواملی چون خشونت سیاسی، شورش، طغیان، ترور و درنهایت انقلاب به‌وجود می‌آید. از دیدگاه دانشمندان علوم سیاسی، خشونت‌های سیاسی به سه دسته خشونت اقتداری، خشونت فرقه‌ای و خشونت انقلابی تقسیم می‌شود. در کشورهای خاورمیانه به دلیل غیردموکراتیک بودن ساختار حکومت‌ها و عدم مشارکت عامه مردم در امور سیاسی و حکومتی، اغلب شاهد خشونت‌هایی هستیم که در نتیجه عدم مشروعیت حکومت‌ها به‌وقوع می‌پیوندند. اعتراضات گسترده و آشوب در کشورهای تونس، لیبی، مصر، یمن، سوریه و بحرین، از این دسته هستند که اصل حاکمیت در این کشورها را مورد سؤال قرار داده و زمینه بی‌ثباتی و متعاقب آن سقوط احتمالی این‌گونه حکومت‌ها را فراهم آورده‌اند.

## ۲-۴. عوامل اقتصادی

تأثیرگذاری عوامل اقتصادی بر ثبات سیاسی کشورها امری محتوم و غیرقابل انکار است. اما اینکه کدام شاخص‌های اقتصادی نقش بیشتری در ثبات یا بی‌ثباتی سیاسی کشورها دارند، از منطقه‌ای به منطقه دیگر و از کشوری به کشور دیگر متغیر است. بسیاری از تحقیقات اقتصادی و اجتماعی حاکی از آن است که با افزایش درآمد، تمایل و توانایی جوامع به بهبود شرایط زندگی، ارتقای شرایط کار و گسترش دموکراسی افزایش خواهد یافت. برای مثال، تحقیقات **بارو** (۱۹۹۶)، نشان می‌دهد که توسعه اقتصادی و بهبود سطح زندگی (که توسط نرخ رشد تولید ناخالص ملی،



نرخ مرگ‌ومیر کودکان و درصد جمعیت مرد و زن دارای تحصیلات ابتدایی اندازه‌گیری می‌شوند) در طول زمان، احتمال دموکراتیزه شدن نهادهای سیاسی را به‌نحو چشمگیری افزایش می‌دهد. بنابراین تحقیقات، مردم (مصرف‌کنندگان) دارای سلسله‌مراتبی از مطالبات هستند که در صدر آن، تأمین ضروریات زندگی و در مدارج پایین‌تر کالاهای «لوکس»<sup>۱</sup> از جمله آزادی سیاسی قرار دارد. در حوزه عوامل اقتصادی تأثیرگذار بر ثبات سیاسی منطقه خاورمیانه شاخص‌هایی از قبیل محرومیت، توسعه‌نیافتگی و فقر، فساد دولتی و آثار جهانی‌شدن و نقش بحران‌های اقتصادی را مدنظر قرار می‌دهیم و نیز شاخص‌های عملکردی اقتصاد کلان، از جمله میزان تولید ناخالص داخلی، درآمد سرانه و نرخ رشد اقتصادی کشور در یک دهه اخیر را بررسی می‌کنیم.

### ۳-۴. عوامل اجتماعی و فرهنگی

رهیافت فرهنگ‌شناسی همه‌چیز را برساخته ویژگی‌های فرهنگی می‌داند و معتقد است هر قوم و ملتی در فضای زمانی و نظام معنایی خودش قابل تعریف است. این تلقی در واقع شیوه امنیت‌پژوهی تفهمی است که نگاه هرمنوتیک به مناسبات و باورهای اجتماعی دارد و قائل به اصالت و مرجعیت رفتارهای جمعی در همه اشکال آن است. در این رهیافت، تکوین هر عملی ریشه در باورهای ذهنی و ویژگی‌های فرهنگی جامعه دارد. بنابراین چندان قابل نقد و نقض نیست، چون محک و مرجع نقد آن رفتار در متن همان فرهنگ و اذهانی نهفته است که مورد مطالعه محقق قرار گرفته‌اند. در عین حال که سنت‌ها و گذشته فرهنگی خاورمیانه مشترکات بسیاری را برای این منطقه به‌جای گذاشته است، ریشه بسیاری از مشکلات کنونی خاورمیانه در مسیر همگرایی را نیز باید در همین سوابق فرهنگی منطقه و باورهای رهبران حاکم جستجو کرد. باین‌حال بررسی عوامل فرهنگی منطقه خاورمیانه به درک بهتر توسعه تاریخی نهادهای سیاسی، اجتماعی و اقتصادی آن کمک می‌کند. می‌توان گفت آینده خاورمیانه را بدون توجه خاص به متغیرهای فرهنگی و عواملی مانند ملی‌گرایی، اسلام‌گرایی، مدرنیته و مسئله جهانی‌شدن نمی‌توان پیش‌بینی کرد. اینکه چگونه افراد، سازمان‌ها و دولت‌ها با چنین متغیرهایی کنار خواهند آمد و تا چه میزان

<sup>1</sup> - Luxurious

از آنها متأثر می‌شوند، آینده فرهنگی خاورمیانه را رقم خواهد زد.

## ۵. شاخص‌های صنعت گردشگری

شاخص‌های صنعت گردشگری شامل زیرساخت‌ها، قوانین و سیاست‌گذاری‌ها، بازاریابی، منابع انسانی، «منابع طبیعی، تاریخی، فرهنگی»، «امنیت و آسایش» و «سلامت و بهداشت» می‌باشند. در اینجا به دلیل اهمیت نقش «بازاریابی» بر این شاخص تأکید می‌شود. از نظر **کاتلر** بازاریابی فرایندی است اجتماعی و مدیریتی که طی آن افراد و گروه‌ها، نیازهایشان را از طریق تبادل و ارائه کالاها و خدمات به یکدیگر برطرف می‌کنند و از نظر **لامسدن**، بازاریابی در صنعت گردشگری روندی است مدیریتی که شامل پیش‌بینی نیازها و جلب رضایت گردشگران فعلی و آتی است. بازاریابی گردشگری به‌عنوان شناسایی و پیش‌بینی نیازهای گردشگران و فراهم کردن امکانات برای تأمین نیازها و مطلع ساختن آنان و ایجاد انگیزه بازدید در آنهاست، که این امر موجب تأمین رضایت گردشگران و تحقق اهداف سازمانی خواهد شد. هدف گردشگران از سفر به نقاط گوناگون جهان، بهره‌مندی از جاذبه‌هایی است که در مقاصد گردشگری نهفته است. به‌عبارتی وجود جاذبه‌ها در مقصد گردشگری است که افراد را به سفر به مقاصد مختلف جذب می‌کند (براون، ۲۰۰۹). با توجه به ویژگی‌های خاص محصول گردشگری، بازاریابی در این صنعت نسبت به دیگر صنایع از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و به‌کارگیری مؤثر ابزارهای بازاریابی گردشگری برای یک کشور یا یک منطقه امری ضروری است، زیرا از طریق بازاریابی می‌توان به گردشگران بالقوه اطلاعاتی درباره آنچه منطقه‌ای مشخص می‌تواند ارائه دهد، عرضه کرد و آنها را نسبت به بازدید از آن ترغیب کرد (لایمر و جورگن، ۲۰۰۹). بر این اساس اگر بازاریابی را فرایندی مدیریتی بدانیم، تمام فعالیت‌های برنامه‌ریزی، تهیه محصولات گردشگری و جذب گردشگر نیازمند عملیات و فعالیت‌های بازاریابی است؛ چون بازاریابی عبارت است از همه فعالیت‌های ارزیابی بازار و نیازهای مشتریان آن بازار، همراه با ارزیابی خدمات، امکانات، هزینه‌های دستیابی به هدف و تسهیلاتی که رضایت مشتریان را دربر دارد (امین بیدختی و نظری، ۱۳۸۸: ۴۹-۴۸). این کار شامل برنامه‌های هدف‌گذاری شده

بر گروه خاصی از مشتریان و ترغیب آنها به خرید یا استفاده از خدمات است. حال که تعریف مفاهیم و معرفی عوامل مؤثر بر بی‌ثباتی سیاسی خاورمیانه و رکود صنعت گردشگری انجام شد، در قسمت بعدی به روش آزمون رابطه معنادار میان متغیر مستقل (بی‌ثباتی سیاسی خاورمیانه) و متغیر وابسته (رکود صنعت گردشگری ایران) پرداخته و سپس از طریق تحلیل یافته‌ها به آزمون ضریب همبستگی میان شاخص‌های این دو متغیر می‌پردازیم.

### ۶. تحلیل یافته‌ها

در این قسمت قصد داریم با تحلیل اطلاعات به دست آمده از پرسش‌نامه‌ها، به تجزیه و تحلیل نتایج کسب شده پرداخته و وجود رابطه بین شاخص‌های بی‌ثباتی سیاسی و شاخص‌های رکود صنعت گردشگری کشور را مورد بررسی قرار دهیم. در این راستا ابتدا با استفاده از تکنیک ضریب همبستگی اسپیرمن، عوامل بی‌ثباتی سیاسی بر اساس ۱۵ شاخص مختلف در سه بعد سیاسی، اقتصادی و اجتماعی - فرهنگی مشخص شد. شایان ذکر است شاخص‌های مورد استفاده در این مقاله با استفاده از روش دلفی و توسط مصاحبه و نظرسنجی از صاحب‌نظران دانشگاهی و خبرگان حوزه گردشگری و علوم سیاسی انتخاب شدند. همچنین برای آزمون پایایی پرسش‌نامه از روش آلفای کرونباخ استفاده شد. بدین منظور پرسش‌نامه طراحی شده از طریق ایمیل برای ۳۰ نفر از اعضای جامعه آماری ارسال و مقدار آلفای کرونباخ برای عوامل سیاسی ۰/۸۷۱، عوامل اقتصادی ۰/۸۵۲ و عوامل اجتماعی - فرهنگی ۰/۷۹۹ و برای سؤال دوم که مربوط به شاخص‌های گردشگری است معادل ۰/۸۹۲ به دست آمد و ضریب آلفای کرونباخ برای کل پرسش‌نامه ۰/۹۲۷ به دست آمد که از لحاظ آماری ضریب قابل قبولی به حساب می‌آید.

#### ۶-۱. داده‌های توصیفی

در این بخش توزیع فراوانی پاسخ‌های مرتبط با شاخص‌های بی‌ثباتی سیاسی و رکود صنعت گردشگری مورد بررسی قرار می‌گیرد. در جدول (۱)، توزیع فراوانی پاسخ‌های مرتبط با تأثیر شاخص‌های بی‌ثباتی سیاسی خاورمیانه (بسیار زیاد - زیاد - کم - بسیار کم و ندارد) ارائه شده است.



جدول ۱. توزیع فراوانی پاسخ‌های مرتبط با شاخص‌های بی‌ثباتی سیاسی خاورمیانه

شاخص	پاسخ‌ها	فراوانی	درصد	درصد تراکمی
جنگ	۴	۱۷	۵۶/۷	۵۶/۷
	۵	۱۳	۴۳/۳	۱۰۰/۰
	مجموع	۳۰	۱۰۰/۰	...
تروریسم	۴	۱۸	۶۰/۰	۶۰/۰
	۵	۱۲	۴۰/۰	۱۰۰/۰
	مجموع	۳۰	۱۰۰/۰	...
مداخله قدرت‌های بزرگ	۳	۱۱	۳۶/۷	۳۶/۷
	۴	۱۱	۳۶/۷	۷۳/۳
	۵	۸	۲۶/۷	۱۰۰/۰
	مجموع	۳۰	۱۰۰/۰	...
فقدان دموکراسی	۳	۵	۱۶/۷	۱۶/۷
	۴	۱۵	۵۰/۰	۶۶/۷
	۵	۱۰	۳۳/۳	۱۰۰/۰
	مجموع	۳۰	۱۰۰/۰	...
بی‌ثباتی رژیم سیاسی	۳	۴	۱۳/۳	۱۳/۳
	۴	۱۲	۴۰/۰	۵۳/۳
	۵	۱۴	۴۶/۷	۱۰۰/۰
	مجموع	۳۰	۱۰۰/۰	...
محرومیت	۲	۱	۳/۳	۳/۳
	۳	۸	۲۶/۷	۳۰/۰
	۴	۱۵	۵۰/۰	۸۰/۰
	۵	۶	۲۰/۰	۱۰۰/۰
	مجموع	۳۰	۱۰۰/۰	...
توسعه‌یافتگی	۳	۱	۳/۳	۳/۳
	۴	۲۱	۷۰/۰	۷۳/۳
	۵	۸	۲۶/۷	۱۰۰/۰
	مجموع	۳۰	۱۰۰/۰	...
تأثیرات جهانی‌شدن	۱	۱	۳/۳	۳/۳
	۲	۵	۱۶/۷	۲۰/۰
	۳	۸	۲۶/۷	۴۶/۷
	۴	۱۴	۴۶/۷	۹۳/۳
	۵	۲	۶/۷	۱۰۰/۰
	مجموع	۳۰	۱۰۰/۰	...
بحران هویت در نسل جوان	۲	۴	۱۳/۳	۱۳/۳
	۳	۱۲	۴۰/۰	۵۳/۳
	۴	۱۱	۳۶/۷	۹۰/۰
	۵	۳	۱۰/۰	۱۰۰/۰
قومیت و مذهب	۲	۲	۶/۷	۶/۷
	۳	۴	۱۳/۳	۲۰/۰
	۴	۱۲	۴۰/۰	۶۰/۰
	۵	۱۲	۴۰/۰	۱۰۰/۰
	مجموع	۳۰	۱۰۰/۰	...

طبق جدول (۱)، از مجموع ۳۰ نفر، ۱۷ نفر (۶۵/۷ درصد) تأثیر شاخص جنگ بر بی‌ثباتی سیاسی را (زیاد) و ۱۳ نفر (۴۳/۳ درصد)، تأثیر جنگ بر بی‌ثباتی سیاسی را (بسیار زیاد)

ارزیابی کرده‌اند. در مورد شاخص تروریسم نیز ۱۸ نفر (۶۰ درصد) تأثیر آن بر بی‌ثباتی سیاسی خاورمیانه را (زیاد) و ۱۲ نفر (۴۰ درصد) تأثیر تروریسم بر بی‌ثباتی سیاسی را (بسیار زیاد) ارزیابی نموده‌اند. در مورد شاخص بی‌ثباتی رژیم سیاسی تنها ۴ نفر (۱۳/۳ درصد) تأثیر آن بر بی‌ثباتی سیاسی را (کم) ارزیابی کرده و ۱۲ نفر (۴۰ درصد) آن را (زیاد) و ۱۴ نفر (۴۶/۷ درصد) تأثیر آن را (بسیار زیاد) ارزیابی کرده‌اند.

در جدول (۲) فراوانی پاسخ‌های مرتبط با تأثیر شاخص‌های سنجش وضعیت صنعت گردشگری کشور (بسیار بد - بد - متوسط - خوب و بسیار خوب) ارائه شده است.

جدول ۲. توزیع فراوانی پاسخ‌های مرتبط با شاخص‌های سنجش وضعیت صنعت گردشگری کشور

شاخص‌ها	پاسخ‌ها	فراوانی	درصد	درصد تراکمی
زیرساخت‌ها	۳	۱۳	۴۳/۳	۴۳/۳
	۴	۱۴	۴۶/۷	۹۰/۰
	۵	۳	۱۰/۰	۱۰۰/۰
	مجموع	۳۰	۱۰۰/۰	....
قوانین و سیاست‌گذاری‌ها	۲	۲	۶/۷	۶/۷
	۳	۱۱	۳۶/۷	۴۳/۳
	۴	۱۴	۴۶/۷	۹۰/۰
	۵	۳	/۰	۱۰۰/۰
بازاریابی	مجموع	۳۰	۱۰۰/۰	....
	۴	۱۸	۶۰/۰	۶۰/۰
	۵	۱۲	۴۰/۰	۱۰۰/۰
	مجموع	۳۰	۱۰۰/۰	....
منابع انسانی	۲	۲	۶/۷	۶/۷
	۳	۱۳	۴۳/۳	۵۰/۰
	۴	۱۲	۴۰/۰	۹۰/۰
	۵	۳	۱۰/۰	۱۰۰/۰
منابع طبیعی، تاریخی و فرهنگی	مجموع	۳۰	۱۰۰/۰	....
	۱	۵	۱۶/۷	۱۶/۷
	۲	۷	۲۳/۳	۴۰/۰
	۳	۴	۱۳/۳	۵۳/۳
امنیت و آسایش	۴	۷	۲۳/۳	۷۶/۷
	۵	۷	۲۳/۳	۱۰۰/۰
	مجموع	۳۰	۱۰۰/۰	....
	۳	۱	۳/۳	۳/۳
سلامت و بهداشت	۴	۱۶	۵۳/۳	۵۶/۷
	۵	۱۳	۴۳/۳	۱۰۰/۰
	مجموع	۳۰	۱۰۰/۰	....
	۲	۸	۲۶/۷	۲۶/۷
	۳	۱۵	۵۰/۰	۷۶/۷
	۴	۶	۲۰/۰	۹۶/۷
	۵	۱	۳/۳	۱۰۰/۰
	مجموع	۳۰	۱۰۰/۰	....

طبق جدول (۲) از مجموع ۳۰ نفر، ۱۸ نفر (۶۰ درصد) وضعیت صنعت گردشگری کشور را (بد) ارزیابی کرده و ۱۲ نفر (۴۰ درصد) وضعیت صنعت گردشگری کشور به لحاظ بازاریابی را (بسیار بد) ارزیابی کرده‌اند. با مقایسه نتایج به‌دست‌آمده در این قسمت و مقایسه جداول (۱) و (۲) می‌توان به وجود رابطه بین عوامل بی‌ثبات‌کننده خاورمیانه نظیر جنگ، تروریسم و بی‌ثباتی رژیم‌های سیاسی این منطقه و رکود صنعت گردشگری کشور پی برد.

### ۲-۶. یافته‌های تحلیلی

برای مشخص شدن نوع رابطه میان متغیرها، رابطه همبستگی بین این متغیرها و سطح معنی‌داری آنها را مورد آزمایش قرار می‌دهیم.

جدول ۳. ضریب همبستگی و سطح معنی‌داری شاخص‌های بی‌ثباتی سیاسی و صنعت گردشگری

شاخص‌ها	زیرساخت‌ها	قوانین و سیاست‌گذاری‌ها <sup>۱</sup>	بازاریابی	منابع انسانی	منابع طبیعی و تاریخی	امنیت و آسایش	سلامت و بهداشت
جنگ	ضریب همبستگی	۰/۲۵۴	۰/۱۲۲	۰/۷۹۶	۰/۰۱۷	۰/۲۱۱	۰/۴۵۶
	سطح معنی‌داری	۰/۱۷۶	۰/۵۲۲	۰/۰۰۰	۰/۹۳۰	۰/۲۶۴	۰/۴۱۰
تروریسم	ضریب همبستگی	۰/۰۶۵	۰/۰۶۸	۰/۷۲۲	۰/۱۳۲	۰/۱۰۵	۰/۱۵۴
	سطح معنی‌داری	۰/۷۳۲	۰/۷۲۰	۰/۰۰۰	۰/۴۸۷	۰/۵۸۳	۰/۴۱۸
مداخله قدرت‌های بزرگ	ضریب همبستگی	۰/۳۱۰	۰/۴۶۵	۰/۰۲۱	۰/۱۹۱	۰/۲۵۴	۰/۰۵۹
	سطح معنی‌داری	۰/۰۹۶	۰/۰۱۰	۰/۹۱۳	۰/۳۱۳	۰/۱۷۶	۰/۷۵۵
فقدان دموکراسی	ضریب همبستگی	۰/۰۸۶	۰/۲۶۱	۰/۱۹۴	۰/۲۵۷	۰/۰۵۷	۰/۰۳۹
	سطح معنی‌داری	۰/۶۵۰	۰/۱۶۳	۰/۳۰۵	۰/۱۷۰	۰/۷۶۶	۰/۸۳۶
بی‌ثباتی رژیم سیاسی	ضریب همبستگی	۰/۱۶۲	۰/۳۱۵	۰/۶۹۶	۰/۰۵۳	۰/۱۹۶	۰/۰۱۳
	سطح معنی‌داری	۰/۳۹۲	۰/۰۹۰	۰/۰۰۰	۰/۷۸۰	۰/۲۹۹	۰/۹۴۶
محرومیت	ضریب همبستگی	۰/۲۶۴	۰/۳۰۹	۰/۰۳۸	۰/۰۱۷	۰/۱۵۵	۰/۱۶۵
	سطح معنی‌داری	۰/۱۵۹	۰/۰۹۷	۰/۸۴۰	۰/۹۲۹	۰/۴۱۳	۰/۲۸۳
توسعه نیافتگی	ضریب همبستگی	۰/۱۵۹	۰/۰۶۳	۰/۴۷۷	۰/۰۲۶	۰/۳۶۱	۰/۴۹۰
	سطح معنی‌داری	۰/۴۰۲	۰/۷۴۰	۰/۰۰۸	۰/۸۹۳	۰/۰۵۰	۰/۰۰۶

۰/۲۱۱	۰/۰۵۲	۰/۱۱۰	۰/۱۱۸	۰/۰۲۱	۰/۰۹۷	۰/۱۳۱	ضریب همبستگی	تأثیرات جهانی شدن
۰/۲۶۴	۰/۷۸۶	۰/۵۶۲	۰/۵۳۳	۰/۹۱۲	۰/۶۱۰	۰/۴۹۰	سطح معنی‌داری	
۰/۲۹۸	۰/۱۱۸	۰/۱۵۹	۰/۰۱۱	۰/۱۶۳	۰/۲۱۴	۰/۱۰۱	ضریب همبستگی	بحران هویت در نسل جوان
۰/۱۱۰	۰/۵۳۴	۰/۴۰۲	۰/۹۵۵	۰/۳۸۹	۰/۲۵۵	۰/۵۹۵	سطح معنی‌داری	
۰/۱۰۲	۰/۳۰۶	۰/۰۱۱	۰/۰۳۲	۰/۱۵۰	۰/۱۳۶	۰/۰۷۴	ضریب همبستگی	قومیت و مذهب
۰/۵۹۰	۰/۱۰۰	۰/۹۵۵	۰/۸۶۷	۰/۴۲۹	۰/۴۷۵	۰/۶۹۸	سطح معنی‌داری	

با توجه به جدول (۳)، جنگ با ضریب همبستگی معادل ۰/۷۹۶ در سطح معنی‌داری ۰/۰۰۰ و تروریسم با ضریب همبستگی معادل ۰/۷۲۲ در سطح معنی‌داری ۰/۰۰۰ بیشترین تأثیر منفی را بر بازاریابی گردشگری داشته‌اند. تأثیر شاخص جنگ بر از دست رفتن امنیت و آسایش گردشگران نیز با ضریب همبستگی ۰/۴۵۶ در سطح معنی‌داری ۰/۰۱۱ قابل قبول بوده ولی میزان این همبستگی پایین است. شاخص مداخله قدرت‌های بزرگ نیز با ضریب همبستگی معادل ۰/۴۶۵ در سطح معنی‌داری ۰/۰۱۰ با شاخص قوانین و سیاست‌گذاری‌ها در ارتباط است که میزان همبستگی این دو شاخص نیز نسبتاً پایین می‌باشد. شاخص بی‌ثباتی رژیم سیاسی دارای همبستگی به میزان ۰/۶۹۶ در سطح معنی‌داری ۰/۰۰۰ با شاخص بازاریابی است و همبستگی بالای این دو شاخص را نشان می‌دهد. شاخص توسعه‌نیافتگی نیز با شاخص‌های بازاریابی، «منابع طبیعی و تاریخی» و «امنیت و آسایش» دارای همبستگی‌هایی معادل ۰/۴۷۷، ۰/۳۶۱ و ۰/۴۹۰ در سطوح معنی‌داری ۰/۰۰۸، ۰/۰۵۰ و ۰/۰۰۶ است. بنابراین با توجه به این مقادیر و نیز یافته‌های پژوهش، این مطلب قابل مشاهده است که بی‌ثباتی سیاسی خاورمیانه بر صنعت گردشگری کشور تأثیر منفی داشته و این تأثیر منفی بر شاخص‌هایی از صنعت گردشگری مانند بازاریابی مشهودتر است.

جدول ۴. ضریب همبستگی و سطح معنی‌داری شاخص جنگ و بازاریابی گردشگری

شاخص‌ها	زیرساخت‌ها	قوانین و سیاست‌گذاری‌ها	بازاریابی	منابع انسانی	منابع طبیعی و تاریخی	امنیت و آسایش	سلامت و بهداشت
جنگ	ضریب همبستگی	۰/۱۲۲	۰/۷۹۶	۰/۰۱۷	۰/۲۱۱	۰/۴۵۶	۰/۱۵۶
	سطح معنی‌داری	۰/۱۷۶	۰/۰۰۰	۰/۹۳۰	۰/۲۶۴	۰/۰۱۱	۰/۴۱۰

همان‌گونه که در جدول (۴) ملاحظه می‌شود که شاخص جنگ با «بازاریابی» و «امنیت و آسایش» دارای همبستگی برابر ۰/۷۹۶ و ۰/۴۵۶ در سطوح معنی‌داری ۰/۰۰۰ و ۰/۰۱۱ است، که در مورد امنیت و آسایش، مقدار این همبستگی پایین است.

بین شاخص جنگ و رکود سایر شاخص‌های رشد صنعت گردشگری از جمله زیرساخت‌ها، قوانین و سیاست‌گذاری‌ها، منابع انسانی، منابع طبیعی و تاریخی و سلامت و بهداشت، همبستگی و سطح معنی‌داری قابل قبولی مشاهده نشد. به‌منظور بررسی دقیق‌تر شاخص‌های جنگ و بازاریابی در جدول (۵) به رابطه بین شاخص‌های فرعی این دو مؤلفه می‌پردازیم.

جدول ۵. ضریب همبستگی و سطح معنی‌داری شاخص‌های فرعی جنگ و بازاریابی گردشگری

شاخص‌ها	بازاریابی	شناساندن جاذبه‌ها و امکانات گردشگری از طریق رسانه‌ها	برگزاری نمایشگاه‌ها و سمینارهای داخلی و بین‌المللی
جنگ	ضریب همبستگی	۰/۷۹۶	۰/۶۶۵
	سطح معنی‌داری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
	تعداد	۳۰	۳۰
حملات نظامی خارجی و جنگ‌های چریکی	ضریب همبستگی	۰/۶۸۸	۰/۵۴۹
	سطح معنی‌داری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۲
	تعداد	۳۰	۳۰
جنگ در کشورهای همسایه	ضریب همبستگی	۰/۸۴۶	۰/۷۱۵
	سطح معنی‌داری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
	تعداد	۳۰	۳۰

طبق جدول (۵) (ضریب همبستگی ۰/۷۹۶ و در سطح معنی‌داری ۰/۰۰۰)، نتیجه می‌گیریم که فرض  $H_0$  مبنی بر عدم رابطه همبستگی بین شاخص جنگ و بازاریابی گردشگری رد شده و وجود رابطه همبستگی بین این دو متغیر اثبات می‌شود. در مورد شاخص‌های دیگر که در جدول ذکر شده است نیز به‌دلیل پایین‌تر بودن سطح معنی‌داری از ۰/۰۵، فرض  $H_0$  رد شده و وجود رابطه همبستگی بین متغیرها با ضریب همبستگی مزبور اثبات می‌شود.

جدول ۶. ضریب همبستگی و سطح معنی داری شاخص تروریسم و صنعت گردشگری

شاخص	زیرساخت‌ها	قوانین و سیاست‌گذاری‌ها	بازاریابی	منابع انسانی	منابع طبیعی و تاریخی	امنیت و آسایش	سلامت و بهداشت	تروریسم	
								ضریب همبستگی	سطح معنی داری
								۰/۰۶۵	۰/۰۶۸
								۰/۰۶۵	۰/۰۶۸
								۰/۰۶۵	۰/۰۶۸
								۰/۰۶۵	۰/۰۶۸

در جدول (۶) ملاحظه می‌شود که شاخص تروریسم با بازاریابی گردشگری دارای همبستگی برابر ۰/۷۲۲ در سطوح معنی داری ۰/۰۰۰ است. بین شاخص تروریسم و رکود سایر شاخص‌های رشد صنعت گردشگری از جمله زیرساخت‌ها، قوانین و سیاست‌گذاری‌ها، منابع انسانی، «منابع طبیعی و تاریخی»، «امنیت و آسایش» و «سلامت و بهداشت» همبستگی قابل قبولی مشاهده نمی‌شود و سطح معنی داری بیش از ۰/۰۵ است که قابل قبول نبوده و نشان‌دهنده نبود رابطه مستقیم بین تروریسم و این شاخص‌ها است. به منظور بررسی دقیق‌تر شاخص‌های تروریسم و بازاریابی گردشگری در جدول (۷) به رابطه بین شاخص‌های فرعی این دو مؤلفه می‌پردازیم.

جدول ۷. ضریب همبستگی و سطح معنی داری شاخص‌های تروریسم و بازاریابی گردشگری

شاخص‌ها	بازاریابی	شناساندن جاذبه‌ها و امکانات گردشگری از طریق رسانه‌ها	برگزاری نمایشگاه‌ها و سمینارهای داخلی و بین‌المللی	تروریسم	
				ضریب همبستگی	سطح معنی داری
				۰/۷۲۲	۰/۰۶۵
				۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
				۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
				۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
				۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
				۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
				۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
				۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
				۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
				۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
				۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
				۰/۰۰۰	۰/۰۰۰

با توجه به جدول (۷) سطح معنی داری شاخص تروریسم با بازاریابی گردشگری ۰/۰۰۰ است که به دلیل پایین تر بودن مقدار آن از ۰/۰۵ (و وجود ضریب همبستگی

۷۲۲/). فرض  $H_0$  در مورد نبود رابطه همبستگی بین دو متغیر رد شده و وجود همبستگی بین دو متغیر اثبات می‌شود. در مورد شاخص‌های دیگر که در جدول ذکر شده است نیز به دلیل پایین‌تر بودن سطح معنی‌داری از ۰/۰۵، فرض  $H_0$  رد شده و وجود رابطه همبستگی بین متغیرها با ضریب همبستگی ذکر شده اثبات می‌شود.

جدول ۸. ضریب همبستگی و سطح معنی‌داری شاخص بی‌ثباتی رژیم سیاسی و صنعت گردشگری

شاخص	ضریب همبستگی	زیرساخت‌ها	قوانین و سیاست‌گذاری‌ها	بازاریابی	منابع انسانی	منابع طبیعی و تاریخی	امنیت و آسایش	سلامت و بهداشت	بی‌ثباتی رژیم سیاسی
									سطح معنی‌داری
	۰/۱۶۲	۰/۳۱۵	۰/۶۹۶	۰/۰۵۳	۰/۱۹۶	۰/۰۱۳	۰/۱۴۸	۰/۴۳۵	

براساس جدول (۸) ملاحظه می‌شود که شاخص بی‌ثباتی رژیم سیاسی با بازاریابی دارای همبستگی برابر ۰/۶۹۶ در سطح معنی‌داری ۰/۰۰۰ است. بین شاخص بی‌ثباتی رژیم سیاسی و سایر شاخص‌های رشد صنعت گردشگری از جمله زیرساخت‌ها، قوانین و سیاست‌گذاری‌ها، منابع انسانی، «منابع طبیعی و تاریخی»، «امنیت و آسایش» و «سلامت و بهداشت» همبستگی قابل‌قبولی مشاهده نشده و سطح معنی‌داری بیش از ۰/۰۵ است که قابل قبول نبوده و نشان‌دهنده نبود رابطه مستقیم بین تروریسم و این شاخص‌ها است. به منظور بررسی دقیق‌تر شاخص‌های بی‌ثباتی رژیم سیاسی و بازاریابی در جدول (۹) به رابطه بین شاخص‌های فرعی این دو مؤلفه می‌پردازیم.

جدول ۹. ضریب همبستگی و سطح معنی‌داری شاخص‌های بی‌ثباتی رژیم سیاسی و بازاریابی گردشگری

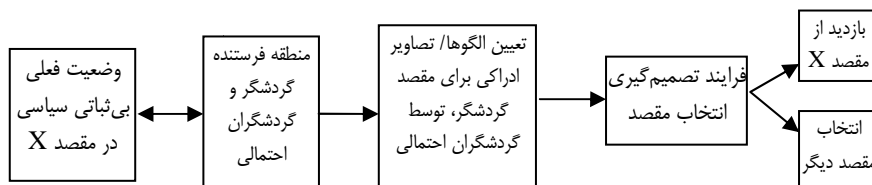
شاخص‌ها	بازاریابی	شناساندن جاذبه‌ها و امکانات گردشگری از طریق رسانه‌ها	برگزاری نمایشگاه‌ها و سمینارهای داخلی و بین‌المللی	بی‌ثباتی رژیم سیاسی
				ضریب همبستگی
	۰/۶۹۶	۰/۵۷۸	۰/۵۹۸	
	۰/۰۰۰	۰/۰۰۱	۰/۰۰۰	
تعداد	۳۰	۳۰	۳۰	
	۰/۷۵۴	۰/۶۲۴	۰/۷۳۶	تظاهرات و اعتصابات و شورش‌ها
	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	
تعداد	۳۰	۳۰	۳۰	

با توجه به جدول (۹) سطح معنی‌داری شاخص بی‌ثباتی رژیم سیاسی با بازاریابی  $0/000$  است که به دلیل پایین بودن مقدار آن از  $0/05$  فرض  $H_0$  در مورد نبود رابطه همبستگی بین دو متغیر رد شده و وجود همبستگی بین دو متغیر اثبات می‌شود. در مورد شاخص‌های دیگر که در جدول ذکر شده است نیز به دلیل پایین‌تر بودن سطح معنی‌داری از  $0/05$  فرض  $H_0$  رد شده و وجود رابطه همبستگی بین متغیرها با ضریب همبستگی ذکر شده اثبات می‌شود.

### نتیجه‌گیری

براساس الگوی ارائه‌شده توسط صدیقی و ناتال و نیز در نظر گرفتن نتایج حاصل از پژوهش می‌توان به این نتیجه رسید که اثرات بی‌ثباتی سیاسی بر صنعت گردشگری به شدت منفی است. این واقعیت که صنعت گردشگری متأثر از بی‌ثباتی سیاسی و اثرات همراه آن است، عاملی است که هیچ سیاست‌گذار گردشگری نمی‌تواند آن را نادیده بگیرد.

نمودار ۱. بی‌ثباتی سیاسی و تعیین الگوی ادراکی



منبع: صدیقی و ناتال، ۲۰۰۰: ۲۵-۲۳

وسعت و اهمیت بی‌ثباتی سیاسی، عامل تعیین‌کننده‌ای برای تغییر تصویر مقاصد در کشورهای فرستنده گردشگر است. وقوع جنگ، تروریسم و ناآرامی در منطقه خاورمیانه امری بسیار شایع بوده که اثرات زیانبار آن همواره گریبان‌گیر بسیاری از کشورهای منطقه شده است. این اثرات زیانبار همواره خود را با اشکال مختلف سیاسی، اقتصادی و اجتماعی - فرهنگی به کشورهای منطقه نشان داده است. اما در چند دهه اخیر با شکوفایی و رونق صنایع جدید خدماتی از جمله صنعت گردشگری و نقش انکارناپذیر آن در اقتصاد کشورهای منطقه، بررسی این عوامل به منظور پاسخ‌گویی به مشکلات عدیده این صنعت در منطقه امری ضروری به نظر می‌رسید که لازم بود به شکل دقیق‌تری مورد توجه قرار گیرد. پس بر آن شدیم تا در



پژوهشی تأثیر احتمالی بی‌ثباتی سیاسی خاورمیانه بر صنعت گردشگری کشور را پس از ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ مورد بررسی قرار دهیم. دوره بعد از واقعه ۱۱ سپتامبر بدین دلیل مورد توجه ما قرار گرفت که پس از این حادثه، بی‌ثباتی خاورمیانه به شدت افزایش یافت و جنگ، تروریسم و ناآرامی، سراسر این منطقه را فراگرفت. از یافته‌های به دست آمده در این پژوهش به این نتیجه می‌رسیم که بی‌ثباتی سیاسی خاورمیانه پس از ۱۱ سپتامبر بر صنعت گردشگری ایران تأثیر منفی داشته است. از جمله شاخص‌های بی‌ثباتی سیاسی که بیشترین تأثیر را بر صنعت گردشگری ایران داشته، جنگ است. جنگ همواره به عنوان عاملی مخرب برای صنعت گردشگری کشورها مطرح بوده است. کشورهایی که گرفتار پدیده شوم جنگ می‌شوند به شدت درآمدهای گردشگری خود را از دست می‌دهند و سال‌ها طول می‌کشد تا این گونه کشورها بتوانند دوباره صنعت گردشگری خود را احیاء کنند. در این میان نتایج پژوهش حاضر نشانگر این امر است که جنگ در کشورهای همسایه ایران بیشترین تأثیر منفی را بر صنعت گردشگری کشور داشته است. به ویژه نتایج پژوهش به روشنی بیانگر تأثیر جنگ (به ویژه در کشورهای همسایه) بر بازاریابی گردشگری است. بدین صورت که با بالا گرفتن آتش جنگ در کشورهای همسایه، جذب گردشگر خارجی و تبلیغات که از ارکان اصلی بازاریابی به حساب می‌آیند به شدت دچار چالش می‌شود.

شاخص دیگر بی‌ثباتی سیاسی که تأثیر آن بر گردشگری در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفت، تروریسم است. همان گونه که از نتایج می‌توان دریافت، تروریسم به عنوان یکی از عوامل بی‌ثباتی سیاسی در منطقه، آثار نامطلوب زیادی بر بازاریابی خدمات گردشگری کشور داشته است. تروریسم در خاورمیانه، اسلام طالبانی و همچنین گروهک‌های القاعده و امثال آن از دلایل ترس از اسلام هستند. وجود تروریسم در یک کشور نه تنها موجب ناامنی در آن کشور می‌شود، بلکه باعث به وجود آمدن تصویر منفی از کل منطقه که عموماً کشورهای مسلمان‌نشین هستند می‌گردد. حملات تروریستی که در کشورهای همسایه مانند پاکستان، افغانستان و عراق اتفاق می‌افتد، باعث مخدوش شدن چهره کشورهای منطقه، از جمله ایران می‌شود و این امر تأثیر مخربی بر صنعت گردشگری کشور دارد. هر انفجار

تروریستی که در یکی از کشورهای همسایه به وقوع می‌پیوندد، نتیجه ماه‌ها تبلیغات و شناسایی جاذبه‌ها و برگزاری نمایشگاه‌های گردشگری را یک‌جا بر باد می‌دهد. از سوی دیگر، زمانی که تصویرسازی منفی و تهدیدآمیز از ایران در نقاط مختلف جهان صورت می‌گیرد، نباید انتظار داشت که با معرفی جاذبه‌های گردشگری کشور یا ارتقای صرف زیرساخت‌ها داخلی و برگزاری چند گردهمایی، بتوان جهانگردان را به سفر به کشور ترغیب کرد. در این میان طبق یافته‌های پژوهش هرگاه قربانیان این حملات تروریستی، جهانگردان خارجی باشند، شاهد به‌وجود آمدن اثرات مخرب‌تری بر بازاریابی مقاصد گردشگری خواهیم بود. گروه‌های تروریستی، برای رسانه‌ای‌تر کردن اخبار حملات خود و نیز به‌وجود آوردن مشکلات بیشتر برای دولت‌ها و به‌منظور تحت فشار قرار دادن دولت‌ها و تحمیل خواست‌های خود، در مواردی گردشگران خارجی را هدف اقدامات تروریستی خود قرار می‌دهند.

شاخص دیگر بی‌ثباتی سیاسی در خاورمیانه که بر گردشگری تأثیر نامطلوب می‌گذارد، بی‌ثباتی رژیم سیاسی در کشورهای این منطقه است. تظاهرات، اعتصابات و شورش‌هایی که از ۲۰۱۱ در کشورهای مختلف عربی شروع شده، در وهله نخست، به صنعت گردشگری این کشورها و در مرحله بعد به صنعت گردشگری کل منطقه آسیب جدی وارد کرده است.\*



## یادداشت‌ها

۱. تحقیق توصیفی: شامل مجموعه روش‌هایی است که هدف آن توصیف کردن شرایط یا پدیده‌های مورد بررسی است. به عبارت دیگر محقق در این روش سعی می‌کند که آنچه هست را بدون هیچ‌گونه دخالت یا استنتاج ذهنی گزارش دهد و نتایج عینی از موقعیت را ارائه کند.

تحقیق پیمایشی: برای بررسی و توضیح ویژگی‌های یک جامعه آماری روش تحقیق پیمایشی به کار می‌رود. تحقیق پیمایشی سعی دارد آنچه هست را بدون هیچ فعالیت یا استنتاج ذهنی گزارش دهد و از موقعیت، نتایج عینی بگیرد.

## منابع

## الف - فارسی

- اسمیت، برایان کلایو. ۱۳۸۰. *فهم سیاست جهان سوم، نظریه‌های توسعه و دگرگونی سیاسی*، ترجمه امیرمحمد حاجی‌یوسفی و محمدسعید قائنی نجفی، تهران: وزارت امور خارجه، مرکز چاپ و انتشارات.
- امین بیدختی، علی اکبر؛ نظری، ماشاءالله. ۱۳۸۸. *نقش بازاریابی در توسعه صنعت گردشگری*، چشم‌انداز مدیریت، شماره ۳۲.
- باصری، ابوالفضل. ۱۳۸۵. *گردشگری و توسعه اقتصادی*، چاپ پنجم، تهران: نشر نو.
- پیلار، پال. ۱۹۹۶. تحلیلگر ارشد سابق خاورمیانه در شورای اطلاعات ملی امریکا. راپوررت، دیوید. سی. ۱۳۷۸. *امنیت در خاورمیانه*، گزیده مقالات سیاسی - امنیتی، جلد اول، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- راست، بروس و استار، هاروی. ۱۳۸۱. *سیاست جهانی، محدودیت و فرصت‌های انتخاب*، ترجمه علی امیدی، دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی.
- زین، هاوارد. ۲۰۰۵. *تروریسم و جنگ*، ترجمه سعید ساری اصلانی.
- ساندرز، دیوید. ۱۳۸۰. *الگوهای بی‌ثباتی سیاسی*، ترجمه و نشر انتشارات پژوهشکده مطالعات راهبردی، چاپ هما.
- فیروزی، محمدعلی و ندری، حجت. ۱۳۸۹. *خلیج فارس: امنیت، تروریسم و تورسیم*، مجموعه مقالات چهارمین کنگره بین‌المللی جغرافی دانان جهان اسلام، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه شهید چمران اهواز.
- کولکو، گابریل. ۲۰۰۲. *عصر نوین جنگ*، ترجمه سعید ساری اصلانی، دانشگاه یورک، ایالات اونتاریوی کانادا.
- گلی، علی. ۱۳۸۸. *توریسم ایران در کجای خاورمیانه ایستاده است*، جهانگردی و توریسم، <http://pnumbt.persianblog.ir/post/148>
- موسوی، سید حسین و حیدر، محمود. ۱۳۸۱. *تعاطی اندیشه سیاسی و فعل سیاسی در خاورمیانه*، مرکز پژوهش‌های علمی و مطالعات استراتژیک خاورمیانه، چاپ وزارت امور خارجه.
- مؤمنی، منصور و فعال قیومی، علی. ۱۳۸۷. *تحلیل‌های آماری با استفاده از SPSS*، تهران:

نشر کتاب نو.

هرسیچ، حسین. آذر و دی ۱۳۸۰. «رابطه عملیات تروریستی و سیاست‌های مداخله‌گرایانه امریکا»، *اطلاعات سیاسی - اقتصادی*، سال ۱۶، شماره ۱۷۱-۱۷۲.

ب - انگلیسی

- Ake, C. 2009. **Comparative Politics; A Definition of Political Stability**, (Research Note).
- AL- Hamarneh, A. & Steiner, C. 2006. **Rethinking the Strategies of Tourism Development in the Arab World after September 11, 2001**.
- Arana, E. , Carmelo, J. 2008. **The Impact of Terrorism on Tourism Demand**, University of Las Palmas de Gran Canaria, Spain, 35.
- Barro, R., 1996. "Democracy and Growth", **Journal of Economic Growth**, Volume 1, Number 1.
- Flecher, J., & Morakabati, Y. 2008. **Tourism Activity, Terrorism and Political Instability within the Commonwealth: the Cases of Fiji and Kenya**.
- Georgiou, A., Clements, MA. 1998. **The Impact of Political Instability on a Fragile Tourism Product**, Staffordshire University Business school: PA college, Larnaca, Cyprus.
- Lipset , SM. 1981. **Political Man: The Social Bases of Politics**, New York: The Johns Hopkins University Press.
- Peit , A. May 2009. **The Nature and Cause of Political Conflict**, (World Public Opinion: Global Public Opinion on International Affair, Massachusetts Ave. Washington, DC, 2006).
- Sarah, R. 2007. **Political Instability and Its Effects on Tourism**, Victoria University, Melbourne, Australia.
- Seddighi, H. R., Nuttull, A. L. 2000. **Does Cultural Background of Tourists Influence the Destination Choice?**

