



## آیین نامه چاپ پایان نامه (رساله) های دانشجویان دانشگاه تربیت مدرس

نظر به اینکه چاپ و انتشار پایان نامه (رساله) های تحصیلی دانشجویان دانشگاه تربیت مدرس، مبین بخشی از فعالیتهای علمی - پژوهشی دانشگاه است بنابراین به منظور آگاهی و رعایت حقوق دانشگاه، دانش آموختگان این دانشگاه نسبت به رعایت موارد ذیل متعهد می شوند:

ماده ۱: در صورت اقدام به چاپ پایان نامه (رساله) ی خود، مراتب را قبلاً به طور کتبی به «دفتر نشر آثار علمی» دانشگاه اطلاع دهد.

ماده ۲: در صفحه سوم کتاب (پس از برگ شناسنامه) عبارت ذیل را چاپ کند:  
«کتاب حاضر، حاصل پایان نامه کارشناسی ارشد نگارنده در رشته جغرافیای سیاسی است که در سال ۱۳۸۷ در دانشکده علوم انسانی دانشگاه تربیت مدرس به راهنمایی جناب آقای دکتر محمد رضا حافظ نیا، مشاوره جناب آقای دکتر پیروز مجتهد زاده از آن دفاع شده است.»

ماده ۳: به منظور جبران بخشی از هزینه های انتشارات دانشگاه، تعداد یک درصد شمارگان کتاب (در هر نوبت چاپ) را به «دفتر نشر آثار علمی» دانشگاه اهدا کند. دانشگاه می تواند مازاد نیاز خود را به نفع مرکز نشر در معرض فروش قرار دهد.

ماده ۴: در صورت عدم رعایت ماده ۳، ۵۰٪ بهای شمارگان چاپ شده رابه عنوان خسارت به دانشگاه تربیت مدرس، تأدیه کند.

ماده ۵: دانشجو تعهد و قبول می کند در صورت خودداری از پرداخت بهای خسارت، دانشگاه می تواند خسارت مذکور را از طریق مراجع قضایی مطالبه و وصول کند؛ به علاوه به دانشگاه حق می دهد به منظور استیفای حقوق خود، از طریق دادگاه، معادل وجه مذکور در ماده ۴ را از محل توقیف کتابهای عرضه شده نگارنده برای فروش، تامین نماید.

ماده ۶: اینجانب **ناجیه نیسی** دانشجوی رشته **جغرافیای سیاسی** مقطع **کارشناسی ارشد** تعهد فوق و ضمانت اجرایی آن را قبول کرده، به آن ملتزم می شوم.

نام و نام خانوادگی: **ناجیه نیسی**

تاریخ و امضا:

## دستورالعمل حق مالکیت مادی و معنوی در مورد نتایج پژوهش‌های علمی دانشگاه تربیت

### مدرس

**مقدمه:** با عنایت به سیاست‌های پژوهشی دانشگاه در راستای تحقق عدالت و کرامت انسانها که لازمه شکوفایی علمی و فنی است و رعایت حقوق مادی و معنوی دانشگاه و پژوهشگران، لازم است اعضای هیات علمی، دانشجویان، دانش‌آموختگان و دیگر همکاران طرح، در مورد نتایج پژوهش‌های علمی که تحت عناوین پایان‌نامه، رساله و طرح‌های تحقیقاتی که با هماهنگی دانشگاه انجام شده است، موارد ذیل را رعایت نمایند:

**ماده ۱-** حقوق مادی و معنوی پایان‌نامه‌ها / رساله‌های مصوب دانشگاه متعلق به دانشگاه است و هرگونه بهره‌برداری از آن باید با ذکر نام دانشگاه و رعایت آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های مصوب دانشگاه باشد.

**ماده ۲-** انتشار مقاله یا مقالات مستخرج از پایان‌نامه / رساله به صورت چاپ در نشریات علمی و یا ارائه در مجامع علمی باید به نام دانشگاه بوده و استاد راهنما مسئول مکاتبات مقاله باشد.

**تبصره:** در مقالاتی که پس از دانش‌آموختگی بصورت ترکیبی از اطلاعات جدید و نتایج حاصل از پایان‌نامه / رساله نیز منتشر می‌شود نیز باید نام دانشگاه درج شود.

**ماده ۳-** انتشار کتاب حاصل از نتایج پایان‌نامه / رساله و تمامی طرح‌های تحقیقاتی دانشگاه باید با مجوز کتبی صادره از طریق حوزه پژوهشی دانشگاه و بر اساس آئین‌نامه‌های مصوب انجام می‌شود.

**ماده ۴-** ثبت اختراع و تدوین دانش فنی و یا ارائه در جشنواره‌های ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی که حاصل نتایج مستخرج از پایان‌نامه / رساله و تمامی طرح‌های تحقیقاتی دانشگاه باید با هماهنگی استاد راهنما یا مجری طرح از طریق حوزه پژوهشی دانشگاه انجام گیرد.

**ماده ۵-** این دستورالعمل در ۵ ماده و یک تبصره در تاریخ ۱۳۸۴/۴/۲۵ در شورای پژوهشی دانشگاه به تصویب رسیده و از تاریخ تصویب لازم‌الاجرا است و هرگونه تخلف از مفاد این دستورالعمل، از طریق مراجع قانونی قابل پیگیری می‌شود.

نام و نام خانوادگی : ناجیه نیسی

امضاء



دانشکده علوم انسانی

پایان نامه دوره کارشناسی ارشد جغرافیای سیاسی

## بررسی تطبیقی تاثیر ایدئولوژی و سیاست بر توسعه توریسم مطالعه موردی کیش و دبی

ناجیه نیسی

استاد راهنما:

دکتر محمدرضا حافظ نیا

استاد مشاور:

دکتر پیروز مجتهدزاده

آذر ۱۳۸۷

مهداة

إلى وطنى...

إلى أبى وأمى...

إلى كريم أخى...

وإلى من ينبض قلبى بحبه الى الابد...

## من لم يشكر المخلوق لم يشكر الخالق

با سپاس فراوان از :

استاد فرزانه دکتر محمدرضا حافظ نیا که ژئوپلیتیک انسانگرا را به ما آموخت و آموخت که علم را و ژئوپلیتیک را تنها باید برای خدمت به انسانها و در راه اهداف متعالی انسانی به کار گرفت.

استاد بزرگوار دکتر پیروز مجتهدزاده که نگاه علمی، تفکر علمی و قضاوت علمی را به ما آموخت.

استاد عزیزم دکتر زهرا احمدی پور که تفکر سیستماتیک را در جغرافیای سیاسی و در نگاه به مسائل عملی از وی آموختم.

خانم نرگس وزین و همسرشان آقای حسین مختاری که در نگارش این پایان نامه با اینجانب همکاری کردند.

## چکیده

صنعت توریسم از سوی سازمان جهانی توریسم به عنوان صنعت سوم معرفی شده است. بنابراین کشورهای مختلف سعی دارند تا با برنامه ریزی وسیعتر در زمینه توریسم منطقه جذابی برای توریست‌ها باشند و این سرمایه عظیم را به سمت کشور خود هدایت کنند. در این پژوهش دو مکان توریستی کیش و دبی که از نظر طبیعی و اقلیمی شباهت فراوان دارند با یکدیگر مقایسه شده‌اند. این پژوهش نشان داده است با توجه به شباهت طبیعی این دو مکان که یکی در شمال و دیگری در جنوب خلیج فارس قرار دارد، دبی در زمینه توریسم بسیار موفق‌تر از جزیره کیش عمل کرده است. این پژوهش تفاوت این دو منطقه را به دلیل ایدئولوژی لیبرال حاکم بر کشور امارات و ایدئولوژی اسلامی کشور جمهوری اسلامی ایران می‌داند.

کلمات کلیدی: ایدئولوژی، سیاست، توریسم، کیش، دبی

## فصل اول: طرح تحقیق

۱	.....مقدمه.....
۲	.....۱-۱ بیان مسئله.....
۳	.....۱-۲ سوالات تحقیق.....
۳	.....۱-۳ پیشینه تحقیق.....
۵	.....۱-۴ ضرورت انجام تحقیق.....
۵	.....۱-۵ فرضیات تحقیق.....
۶	.....۱-۶ روش انجام تحقیق.....
۷	.....۱-۷ مشکلات تحقیق.....

## فصل دوم: مبانی نظری

۹	.....۲-۱ ایدئولوژی.....
۹	.....۲-۱-۲ پیشینه تاریخی ایدئولوژی.....
۱۱	.....۳-۱-۲ تعاریف ایدئولوژی.....
۱۱	.....الف: تعاریف مارکسیستی.....
۱۲	.....ب: تعاریف غیرمارکسیستی.....
۱۳	.....۲-۱-۴ ایدئولوژی‌های معاصر.....
۱۴	.....۲-۱-۴-۳ لیبرالیسم.....
۱۴	.....۲-۱-۴-۵ بنیادگرایی اسلامی.....
۱۶	.....۲-۲ تاثیر ایدئولوژی بر سیاست.....
۱۸	.....۲-۲-۱ حکومت.....
۱۹	.....۲-۲-۲ انواع حکومت‌های ایدئولوژیک.....
۱۹	.....۲-۲-۲-۳ حکومت لیبرال.....
۲۰	.....الف: حکومت دموکراتیک اولیه.....
۲۱	.....ب: حکومت رفاهی و دموکراسی.....
۲۲	.....ج: حکومت نئولیبرال.....
۲۳	.....حکومت اسلامی.....
۲۳	.....۲-۳ تاثیر سیاست بر فضا و توريسم.....

۲۴	..... ۲-۴- توريسم
۲۵	..... ۲-۴-۱- تعاريف توريسم
۲۷	..... ۲-۴-۲- انواع توريسم
۲۷	..... الف: توريسم تفريحي
۲۷	..... ب: توريسم درماني
۲۸	..... ج: توريسم ورزشي
۲۸	..... د: توريسم فرهنگي
۲۹	..... ه: توريسم تجاري
۲۹	..... و: توريسم سياسي
۲۹	..... ز: توريسم طبيعت گرا
۳۰	..... ح: توريسم مذهبي
۳۰	..... ط: توريسم خريد
۳۱	..... ي: توريسم مجازي
۳۱	..... ك: توريسم قومي
۳۲	..... ل: توريسم مزرعه اي
۳۲	..... م: توريسم ادبي
۳۳	..... ن: توريسم جنسي
۳۴	..... س: توريسم فضا
۳۴	..... ع: توريسم باستان شناسي
۳۵	..... ف: توريسم تولد
۳۵	..... ۲-۴-۳- طبقه بندي جاذبه هاي توريستي
۳۷	..... ۲-۵- ايدئولوژي سياست و فضا

### فصل سوم: قلمرو تحقيق

۴۰	..... مقدمه
۴۰	..... ۳-۱- مشخصات و ويژگي هاي كلي جزيره كيش
۴۱	..... ۳-۱-۱- موقعيت زمين شناسي جزيره كيش
۴۲	..... ۳-۱-۲- جمعيت
۴۴	..... ۳-۱-۳- اقليم
۴۶	..... ۳-۱-۴- تاريخچه كيش
۴۹	..... ۳-۱-۵- سازمان منطقه آزاد كيش



۵۰	.....۳-۱-۶- الگوی مدیریتی کیش
۵۲	.....۳-۱-۷- ایدئولوژی حکومت ایران
۵۳	.....۳-۲- مشخصات و ویژگی‌های کلی دبی
۵۵	.....۳-۲-۱- موقعیت دبی
۵۶	.....۳-۲-۲- جمعیت
۵۸	.....۳-۲-۳- اقلیم
۵۸	.....۳-۲-۴- تاریخچه دبی
۵۹	.....۳-۲-۵- سازمان توریسم و بازاریابی
۶۱	.....۳-۲-۶- الگوی مدیریتی دبی
۶۲	.....۳-۲-۷- حکومت و ایدئولوژی دبی

### فصل چهارم: یافته‌های تحقیق

۶۴	.....مقدمه
۶۴	.....۴-۱- طبقه‌بندی جاذبه‌های کیش
۶۴	.....۴-۱-۱- بر اساس نظریه کلاوسون
۶۴	.....۴-۱-۱-۱- دسته اول
۶۴	.....الف- شهر زیرزمینی کاریز
۶۵	.....ب- شهر باستانی حریره
۶۵	.....۴-۱-۱-۲- دسته دوم
۶۵	.....الف- جشنواره تابستانی کیش
۶۶	.....ب- بازارهای کیش
۶۶	.....۴-۱-۱-۳- دسته سوم
۶۶	.....الف- کشتی یونانی
۶۶	.....ب- مساجد کیش
۶۷	.....ج- قنات
۶۸	.....د- پایاب
۶۸	.....ه- آب انبارهای سنتی
۶۸	.....۴-۱-۱-۴- دسته چهارم
۶۸	.....الف- هتل‌ها
۶۹	.....۴-۱-۲- طبقه‌بندی جاذبه‌های کیش بر اساس نظریه پیرز
۶۹	.....۴-۱-۲-۱- جاذبه‌های طبیعی

۶۹	..... الف- درخت لور.....
۶۹	..... ب- مجموعه درخت سبز.....
۷۰	..... ج- منطقه جنگلی کیش.....
۷۰	..... د- بوستان آهوان.....
۷۰	..... ه- نخلستان کیش.....
۷۱	..... ۲-۱-۴- جاذبه‌های مصنوعی.....
۷۱	..... الف- مسیر ویژه دوچرخه سواری.....
۷۱	..... ب- پلاژها.....
۷۲	..... ج- جاده جهان.....
۷۲	..... د- آکواریوم، حیات در دریا.....
۷۲	..... ه- اسکله تفریحی بزرگ.....
۷۳	..... و- پارک ساحلی مرجان.....
۷۳	..... ز- پارک تفریحی ساحلی میر مهنا.....
۷۴	..... ح- پارک هنر.....
۷۴	..... ط- نمایشگاه خزندگان.....
۷۴	..... ی- پارک دلفین.....
۷۵	..... ۳-۱-۴- توریسم در کیش.....
۷۶	..... ۱-۳-۴- تعداد توریست‌های کیش.....
۷۸	..... ۲-۳-۴- سرمایه‌گذاری توریستی در کیش.....
۷۸	..... ۳-۳-۴- درآمد توریستی جزیره کیش.....
۷۹	..... ۲-۴- طبقه‌بندی جاذبه‌های دبی.....
۷۹	..... ۱-۲-۴- بر اساس نظریه کلاوسون.....
۷۹	..... ۱-۱-۲-۴- جاذبه‌های دسته اول.....
۷۹	..... ۲-۱-۲-۴- جاذبه‌های دسته دوم.....
۷۹	..... الف- جشنواره تابستانی دبی.....
۷۹	..... ب- جشنواره خرید دبی.....
۸۰	..... ج- مراکز خرید.....
۸۰	..... د- کنسرت موسیقی.....
۸۱	..... ۱-۳-۲-۴- جاذبه‌های دسته سوم.....
۸۱	..... الف- روستای توریستی البوم.....
۸۱	..... ب- دو روستای التراث و الغوص.....

۸۱	.....ج- موزه.....
۸۲	.....د- بستکيه.....
۸۲	.....ه- مجلس ام الشيف.....
۸۳	.....و- خانه شيخ سعيد.....
۸۳	.....ز- مسجد الكبير.....
۸۳	.....ح- مسجد الجميرا.....
۸۴	.....ط- برج نهار.....
۸۴	.....ی- بيت الوكيل.....
۸۴	.....ک- بازار.....
۸۵	.....۴-۲-۱-۴- جاذبه‌های دسته چهارم.....
۸۵	.....الف- هتل‌ها.....
۸۵	.....ب- رستوران‌ها.....
۸۶	.....۲-۲-۴- بر اساس نظريه پيرز.....
۸۶	.....۱-۲-۴- جاذبه‌های طبيعي.....
۸۶	.....الف- خور.....
۸۶	.....ب- پل مکتوم.....
۸۶	.....۲-۲-۴- جاذبه‌های مصنوعي.....
۸۶	.....الف- ميدان‌های گلف.....
۸۷	.....ب- مرکز تجارت جهاني.....
۸۷	.....ج- برج دبي.....
۸۸	.....د- مجمع جزاير جهان.....
۸۸	.....ه- برج العرب.....
۹۰	.....و- پارک‌های عمومي.....
۹۰	.....ز- باغ وحش دبي.....
۹۱	.....۳-۲-۴- توريسم در دبي.....
۹۲	.....۱-۳-۲-۴- تعداد توريست‌ها.....
۹۴	.....۲-۳-۲-۴- ميزان سرمايه‌گذاري توريستي در دبي.....
۹۵	.....۳-۳-۲-۴- ميزان درآمد توريستي دبي.....

## فصل پنجم: تجزيه و تحليل

۹۶	..... ۵-۱- آزموون فرضیات
۹۶	..... ۵-۱-۱- مقایسه تعداد توریست‌های کیش و دبی
۹۸	..... ۵-۱-۲- مقایسه درآمد توریستی کیش و دبی
۹۹	..... ۵-۱-۳- مقایسه سرمایه گذاری توریستی کیش و دبی
۱۰۰	..... ۵-۲- آزموون فرضیه دوم
۱۱۶	..... نتیجه گیری

### فهرست جداول

۴۳	..... جدول ۳-۱- خانوار و جمعیت بر حسب جنس
۵۷	..... جدول ۳-۲- درصد جمعیت امارت‌های کشور امارات از کل جمعیت کشور
۵۷	..... جدول ۳-۳- جمعیت امارت‌های کشور امارات از سال ۱۹۷۵ تا ۲۰۰۵
۶۹	..... جدول ۴-۱- هتل‌های کیش بر حسب ستاره
۷۷	..... جدول ۴-۲- پروازهای خارجی فرودگاه کیش بر حسب نوع پرواز
۷۷	..... جدول ۴-۳- پروازهای خارجی فرودگاه کیش بر حسب مبدأ و مقصد
۷۷	..... جدول ۴-۴- مسافران هوایی حمل شده بر حسب نوع مسافر
۷۷	..... جدول ۴-۵- تعداد مسافران هوایی جزیره کیش
۷۸	..... جدول ۴-۶- میزان سرمایه‌گذاری در بخش توریسم کیش
۹۳	..... جدول ۴-۷- توریست‌های وارد شده به دبی سه ربع اول سال ۲۰۰۶ میلادی
۹۳	..... جدول ۴-۸- تعداد مهمان‌های هتل‌های دبی در سال ۲۰۰۷ میلادی
۹۴	..... جدول ۴-۹- مهمان‌های دبی در سال ۲۰۰۷ بر حسب ملیت
۹۷	..... جدول ۵-۱- مقایسه تعداد توریست‌های کیش و دبی
۹۸	..... جدول ۵-۲- مقایسه تعداد هتل‌های کیش و دبی
۹۹	..... جدول ۵-۳- مقایسه میزان درآمد توریستی کیش و دبی
۱۰۱	..... جدول ۵-۴- مقایسه جاذبه‌های کیش و دبی
۱۰۲	..... جدول ۵-۵- توزیع فراوانی سوال اول
۱۰۳	..... جدول ۵-۶- توزیع فراوانی سوال دوم
۱۰۴	..... جدول ۵-۷- توزیع فراوانی سوال سوم
۱۰۵	..... جدول ۵-۸- توزیع فراوانی سوال چهارم
۱۰۶	..... جدول ۵-۹- توزیع فراوانی سوال پنجم

۱۰۷	جدول ۵-۱۰ توزیع فراوانی سوال ششم.....
۱۰۸	جدول ۵-۱۱ توزیع فراوانی سوال هفتم.....
۱۰۹	جدول ۵-۱۲ توزیع فراوانی سوال هشتم.....
۱۱۰	جدول ۵-۱۳ توزیع فراوانی سوال نهم.....
۱۱۱	جدول ۵-۱۴ توزیع فراوانی سوال دهم.....
۱۱۲	جدول ۵-۱۵ توزیع فراوانی سوال یازدهم.....
۱۱۳	جدول ۵-۱۶ توزیع فراوانی سوال دوازدهم.....
۱۱۳	جدول ۵-۱۷ توزیع فراوانی سوال سیزدهم.....
۱۱۴	جدول ۵-۱۸ توزیع فراوانی سوال چهاردهم.....
۱۱۵	جدول ۵-۱۹ توزیع فراوانی سوالات پرسشنامه.....

#### فهرست نمودارها

۴۴	نمودار ۳-۱ روند رشد جمعیت در کیش ۱۳۸۵-۱۳۲۰.....
۹۴	نمودار ۴-۱ مهمان‌های دبی در سال ۲۰۰۷ بر حسب ملیت.....
۹۷	نمودار ۵-۱ مقایسه تعداد توریست‌های کیش و دبی.....
۹۹	نمودار ۵-۲ مقایسه میزان درآمد توریستی کیش و دبی.....
۱۰۲	نمودار ۵-۳ توزیع فراوانی سوال اول کیش.....
۱۰۲	نمودار ۵-۴ توزیع فراوانی سوال اول دبی.....
۱۰۳	نمودار ۵-۵ توزیع فراوانی سوال دوم کیش.....
۱۰۳	نمودار ۵-۶ توزیع فراوانی سوال دوم دبی.....
۱۰۴	نمودار ۵-۷ توزیع فراوانی سوال سوم کیش.....
۱۰۴	نمودار ۵-۸ توزیع فراوانی سوال سوم دبی.....
۱۰۵	نمودار ۵-۹ توزیع فراوانی سوال چهارم کیش.....
۱۰۵	نمودار ۵-۱۰ توزیع فراوانی سوال چهارم دبی.....
۱۰۶	نمودار ۵-۱۱ توزیع فراوانی سوال پنجم کیش.....
۱۰۶	نمودار ۵-۱۲ توزیع فراوانی سوال پنجم دبی.....
۱۰۷	نمودار ۵-۱۳ توزیع فراوانی سوال ششم کیش.....
۱۰۷	نمودار ۵-۱۴ توزیع فراوانی سوال ششم دبی.....
۱۰۸	نمودار ۵-۱۵ توزیع فراوانی سوال هفتم کیش.....
۱۰۸	نمودار ۵-۱۶ توزیع فراوانی سوال هفتم دبی.....

۱۰۹	..... نمودار ۱۷-۵- توزیع فراوانی سوال هشتم کیش
۱۰۹	..... نمودار ۱۸-۵- توزیع فراوانی سوال هشتم دبی
۱۱۰	..... نمودار ۱۹-۵- توزیع فراوانی سوال نهم کیش
۱۱۰	..... نمودار ۲۰-۵- توزیع فراوانی سوال نهم دبی
۱۱۱	..... نمودار ۲۱-۵- توزیع فراوانی سوال دهم کیش
۱۱۱	..... نمودار ۲۲-۵- توزیع فراوانی سوال دهم دبی
۱۱۲	..... نمودار ۲۳-۵- توزیع فراوانی سوال یازدهم
۱۱۳	..... نمودار ۲۴-۵- توزیع فراوانی سوال دوازدهم
۱۱۴	..... نمودار ۲۵-۵- توزیع فراوانی سوال سیزدهم
۱۱۴	..... نمودار ۲۶-۵- توزیع فراوانی سوال چهاردهم

### فهرست نقشه‌ها

۴۲	..... ۳-۱- نقشه موقعیت جغرافیایی جزیره کیش
۵۳	..... ۳-۲- موقعیت جغرافیایی جزیره کیش و دبی
۵۶	..... ۳-۳- نقشه شهر دبی
۷۵	..... ۴-۱- تاسیسات توریستی کیش
۹۱	..... ۴-۲- تاسیسات توریستی دبی

# فصل اول

طرح تحقيق

## مقدمه

درآمد حاصل از صنعت گردشگری و چرخش مالی که حول محور این صنعت انجام می‌پذیرد و اشتغالی که ایجاد می‌کند، رونق و رفاه اقتصادی را به همراه دارد، لذا زمینه رقابت عظیمی را در صحنه ژئوپلیتیک سرمایه به وجود آورده است. هر کشوری سعی دارد با برنامه‌ریزی و اتخاذ سیاست‌های اقتصادی و برقراری روابط با دیگر کشورها، گسترش امنیت داخلی و بین‌المللی و ایجاد زمینه‌های اقتصادی و فرهنگی در سطح ملی جریان سرمایه‌گذاری را به سوی خود هدایت کند

صنعت توریسم از سوی سازمان جهانی توریسم به عنوان صنعت سوم معرفی شده است. بنابراین کشورهای مختلف سعی دارند تا با برنامه‌ریزی وسیع‌تر در زمینه توریسم منطقه جاذبی برای توریست‌ها باشند و این سرمایه عظیم را به سمت کشور خود هدایت کنند.

یکی از عوامل بسیار مهم که در رونق یا رکود صنعت توریسم در یک کشور موثر است ایدئولوژی آن کشور می‌باشد که از طریق اثرگذاری مستقیم بر برنامه‌های کشور آنها را در جهت جذب توریست یا بالعکس هدایت می‌کند.

ایدئولوژی که نیروهای اجتماعی، ارزشهای جامعه، آداب و رسوم، ترس، آرمانهای سیاسی - عقیدتی از مهمترین مظاهر آن در یک جامعه می‌باشند، بر تصمیمات اجرایی (سازمانهای دولتی) تاثیرگذار است و این تصمیمات که در واقع سیاست یک کشور را تشکیل می‌دهند به نوبه خود بر چشم اندازه‌های جغرافیایی تاثیر می‌گذارد. هر تصمیمی که سازمانهای دولتی یک کشور اتخاذ می‌کنند در روی فضای آن کشور اجرا می‌شود و فضا را بر طبق آن تصمیم تغییر می‌دهد. در واقع در تشکیل



پدیده‌های جغرافیایی از طرفی علل و شرایط تصمیم‌گیری‌ها و از طرف دیگر ارزشها و باورهای پذیرفته شده از طرف تصمیم‌گیرندگان موثر است.

در مورد کشور ایران و نظام جمهوری اسلامی نیز مساله توریسم کاملاً متأثر از ایدئولوژی این کشور و ارزشهای آن است به طوری که در این باره گفته می‌شود: چنانچه به صنعت توریسم تنها از عینک اقتصادی و سودجویانه نگریسته شود، طبعاً برای رسیدن به آن باید برخی از ارزشها نادیده گرفته شود. در حالی که ما می‌توانیم از این فرصت در جهت معرفی انقلابمان استفاده کنیم، بدینوسیله که هم از نیروهای معتقد و متعهد و انقلابی خود برای اعزام به کشورهای مختلف و ارتباط با مردم آن کشورها بهره بگیریم و هم از حضور خارجی‌ان در شهرهای کشورمان، به طوری که علاوه بر آشنا کردن آنان با آثار باستانی و تاریخی، برای معرفی انقلاب و مکتبمان نیز استفاده کنیم، هر چند که این کار نیازمند سرمایه‌گذاری می‌باشد و به جای سوددهی اقتصادی محتاج هزینه کردن باشد.

## ۱-۱ بیان مسئله

درآمد حاصل از صنعت گردشگری و چرخش مالی که حول محور این صنعت انجام می‌پذیرد و اشتغالی که ایجاد می‌کند، رونق و رفاه اقتصادی را به همراه دارد، لذا زمینه رقابت عظیمی را در صحنه ژئوپلیتیک سرمایه به وجود آورده است. هر کشوری سعی دارد با برنامه‌ریزی و اتخاذ سیاست‌های اقتصادی و برقراری روابط با دیگر کشورها، گسترش امنیت داخلی و بین‌المللی و ایجاد زمینه‌های اقتصادی و فرهنگی در سطح ملی جریان سرمایه‌گذاری را به سوی خود هدایت کند. لذا جذب گردشگر و گسترش صنعت گردشگری بیش از هر چیزی متأثر از ایدئولوژی و سیاست دولت و نگرش آن به توسعه این صنعت است. این تحقیق درصدد است تا تاثیر ایدئولوژی و سیاست را بر توسعه توریسم بررسی کند. برای این کار دو مکان جاذب گردشگر یعنی کیش و دبی در منطقه خلیج فارس را به عنوان نمونه انتخاب کرده تا تاثیر سیاست حکومت‌های جمهوری اسلامی ایران و امارات متحده عربی را بر توسعه توریسم بررسی و مقایسه نماید. دولت‌ها در زمینه گردشگری با توان رقابت خارجی،

جذب سرمایه و گردشگر، رفاه اجتماعی و گسترش بازارهای گردشگری بر اساس توزیع مجدد ثروت همراه با روند نوسازی مدیریتی- فناوری ایفای نقش می‌کنند. نتایج این فعل و انفعالات اقتصادی و جریان معکوس سرمایه و انسان (از مرکز به پیرامون) بر روابط سیاسی بسیار گسترده است (پاپلی یزدی، ۱۳۸۵).

## ۲-۱ سوالات تحقیق

کدامیک از دو مکان کیش و دبی در جذب توریست و کسب درآمد حاصل از توریسم موفق‌تر بوده است؟

تاثیر ایدئولوژی حاکم و سیاست متخذه از سوی حکومت‌های مربوطه بر توسعه توریسم چگونه است؟

## ۳-۱ پیشینه تحقیق

فتاحی کنعانی در سال ۱۳۸۴ در تحقیقی با عنوان "توریسم و تاثیر آن بر جوامع روستایی اهمیت شیوه‌های برنامه ریزی پایدار شامل یک ارزیابی واقع‌گرایانه از ظرفیتهای مورد نیاز، توسعه زیرساختها، منطقه بندی، مشارکت محلی و آموزش روستاییان و جهانگردان را مورد بررسی قرار داده است. او می‌گوید توریسم باید به عنوان یکی از اجزای تشکیل دهنده توسعه مورد توجه قرار گیرد به طوری که برنامه‌های توریسم همسو با توسعه جامعه قلمداد شود. (کنعانی، ۱۳۸۴: ۳۸)

کروبی در سال ۸۲ در تحقیقی با عنوان فرهنگ و گردشگری نقش فرهنگ را در توسعه صنعت جهانگردی بررسی کرده است. او عنوان می‌کند آنچه صنعت توریسم را از سایر صنایع جدا می‌سازد جنبه فرهنگی آن است، زیرا بیشترین تبادل فرهنگی در آن انجام می‌گیرد. در واقع پدیده فرهنگ در راس هرم صنعت گردشگری جای دارد. بنابراین وقتی بسیاری از جوامع یکی از اهداف توسعه صنعت

جهانگردی را توسعه فرهنگی می دانند، اعتلای فرهنگی در یک اقلیم توریست پذیر، این توان را دارد که موانع عمده موجود در سر راه این صنعت را برطرف نماید. همچنین ضرورت ایجاب می کند که ضمن توجه و حفظ هویت ملی و فرهنگی جامعه خودی، پرداختن به سایر فرهنگها که در حاشیه صنعت جهانگردی با آنها تعامل ایجاب می کند- از موارد با اهمیت تلقی شود (کروبی، ۱۳۸۲ : ۲۱).

حضور در سال ۸۱ در تحقیقی با عنوان الگوی ارزیابی منابع طبیعی گردشگری مطالعه موردی همدان ، دو دسته اهداف نظری و عملی را دنبال می کند که اهداف نظری شامل شناسایی انواع منابع موثر در توسعه جهانگردی و دسته بندی منابع گردشگری و اهداف عملی، شامل طراحی الگوی مناسب برای ارزیابی و اولویت بندی منابع طبیعی گردشگری، در جهت توسعه گردشگری استان همدان است. نتایج این تحقیق نشان می دهد که اقلیم مهمترین منبع طبیعی گردشگری منطقه است. حیات وحش، پوشش گیاهی و هیدرولوژی و توپوگرافی نیز در اولویتهای بعدی قرار دارند (حضور، ۱۳۸۱ : ۱۳۱).

حسین ملکی در سال ۸۰ در تحقیق با عنوان بررسی جامعه شناختی عوامل موثر بر رضایتمندی توریستی، مطالعه موردی گردشگران خارجی جزیره کیش به این نتایج دست یافت: بین عوامل جمعیتی، اقتصادی، آگاهیهای توریست، تجربیات توریست، تبلیغات، موقعیت سیاسی ایران و جاذبه های توریستی، ملیت، مذهب و رضایتمندی توریستی رابطه های مثبت و معنی داری وجود دارد. نتایج چند متغیره نشان می دهد که متغیرهای جذابیت بازار، حقوق توریستی، جذابیت تاریخی و سن، متغیرهایی هستند که بیشترین تاثیر را دارند و در متن رضایتمندی توریستی وارد معامله رگرسیون شده اند و توانسته اند بیش از نیمی از تغییرات متغیر وابسته را تبیین کنند (ملکی، ۱۳۸۰ : ۱)

مسعود ناصری در سال ۱۳۷۵ در تحقیقی با عنوان شناسایی موانع موثر توسعه توریسم ایران و طراحی الگوی تبیینی برای گسترش جذب توریست بیان می کند که با تجزیه و تحلیل اطلاعات به دست آمده فرضیات: تبلیغات سوء غیر واقع از ایران، عدم استفاده از شیوه های مناسب بازاریابی مانع جذب توریست به ایران است) اثبات و فرضیات: عدم وجود قوانین و مقررات مناسب، عدم وجود

امکانات اقامتی و رفاهی مناسب، هزینه های بالای زندگی و اقامت، عدم برخورد مناسب با توریستها، مانع جذب توریست به ایران است، رد شد. وی ضمن برشماری عمده ترین مشکلات و موانع صنعت جهانگردی کشور از جمله: موانع تشکیلاتی و سازمانی، وجود سازمانهای موازی، عدم هماهنگی بین سازمانهای دست اندرکار توریسم در کشور، قوانین و مقررات دست و پاگیر صدور ویزا و ... پیشنهاداتی نیز جهت رفع موانع فوق ارائه شده که از جمله می توان به مواردی چون رفع موانع سرمایه گذاری داخلی و خارجی، رفع محدودیتهای ورود و خروج جهانگردان، بهبود سیستم حمل و نقل کشور، رفع کمبود تاسیسات اقامتی و انجام فعالیتهای مناسب بازاریابی، اشاره نموده است. عزیز مراسلی ۱۳۷۴ از گروه اقتصاد در پایان نامه خود اظهار می کند، متوسط سهم درآمد ارزی توریسم ایران از کل درآمد جهانی در طی دوره (۱۳۵۷-۶۷) در منطقه اروپای غربی ۴۲ درصد جنوب شرقی آسیا ۲۱ درصد، خاورمیانه ۴/۱۹ درصد، شرق آسیا و اقیانوسیه ۵/۹ درصد، اروپای شرقی ۳/۷ درصد و منطقه آمریکای شمالی ۲/۳ درصد درآمد توریسم ایران را تامین می کرده اند.

#### ۴-۱: ضرورت انجام تحقیق

نظر به اهمیت توریسم که در جهان به عنوان صنعت سوم معرفی شده است، و قابلیت های بالقوه جزیره کیش در زمینه جذب توریست، انجام این پژوهش لازم بود، تا چالش های موجود برای جذب توریست در جزیره کیش شناخته شده و در جهت حل آنها تدابیری اندیشیده شود.

#### ۵-۱: فرضیات تحقیق

- ۱- دبی از لحاظ جذب توریست و کسب درآمد حاصل از توریسم از جزیره کیش موفق تر است.
- ۲- موفقیت دبی در جذب توریست به دلیل برنامه ریزی گسترده تر و ایدئولوژی آزادتر کشور امارات نسبت به کشور ایران است.