



Analysis of the Geopolitical Drivers of Tehran Metropolis Tourism with a Future Studies Approach

Afshin Mottaghi^{1✉}, Arash Ghorbani Sepehr², Parisa Ghorbani Sepehr³

1. (Corresponding Author) Department of Political Geography, Faculty of Geographical Sciences, Kharazmi University, Tehran, Iran

Email: a.mottaghi@khu.ac.ir

2. Department of Political Geography, Faculty of Geographical Sciences, Kharazmi University, Tehran, Iran

Email: ar.ghorbani-sepehr@mail.um.ac.ir

3. Department of Political Geography, Faculty of Geographical Sciences, Kharazmi University, Tehran, Iran

Email: parisa.sepehr98@ut.ac.ir

ARTICLE INFO

Keywords:

Urban Geopolitics,
Geopolitics of Urban
Tourism,
Future Studies,
Tehran Metropolis.

Article History:

Received:

5 August 2023

Received in revised form:

26 November 2023

Accepted:

22 December 2023

Available online:

27 January 2023

ABSTRACT

The variables of reputation and emotional attraction of traveling to a place and proportional promotion of the position of these two variables are among the most important factors in effective branding and creating an attractive image of the destination for the purpose of tourism development and attracting tourists and consequently gaining capital. But the problem is that this has been neglected in the country and especially in relation to the metropolis of Ahvaz. therefore, according to this, The present article examines the mutual connection between reputation and emotional appeal of traveling to the metropolis of Ahvaz and also determines the position of this city in corresponding of these two variables. This research is in the field of behavioral geography. The research method is descriptive-analytical and applied in terms of purpose. In doing so, statistical analysis of Kendall Tau and Spearman correlation and location reputation matrix have been used. While the, to confirm the use of the two non-parametric tests mentioned above and to measure the significance of the variables in this framework, the Kalmogorov-Smirnov statistical test was used. The statistical population of the study consists of people who have never traveled to the metropolis of Ahvaz. The sampling method was a combination of cluster snowball sampling and monitored network methods that The collected data were analyzed by SPSS software in the framework of statistical correlations and the above model Based on the research findings, the average emotional attraction of traveling to Ahvaz is lower than the reputation of this metropolis compared to other metropolises in the country and due to the negative image formed due to low environmental quality, the position of Ahvaz metropolis in the place reputation matrix in Is among the losers. Finally, solutions to achieve effective branding were suggested.

Citation: Mottaghi, A., Ghorbani Sepehr, A., & Ghorbani Sepehr, P. (2023). Analysis of the Geopolitical Drivers of Tehran Metropolis Tourism with a Future Studies Approach. *Journal of Urban Tourism*, 10 (4), 75-95.

<http://doi.org/10.22059/JUT.2024.361408.1139>



© The Author(s)

This is an open access article under the CC BY license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

Publisher: University of Tehran Press

Extended Abstract

Introduction

Today, in the 21st century, tourism has become one of the most critical functions of cities, and this function is so vital that it provides the basis for cities to obtain much economic capital and, in the next step, to establish themselves as an important city among other ones to propose. Also, this function has become important in such a way that it has provided the ground for the competition of cities to accept more tourists, which we can call the geopolitics of urban tourism which cities have become so essential and are seeking to increase their functions, especially the function of tourism as a global city to compete with other cities at (local, national, regional and global) levels. The current research employs a future studies approach to identify the geopolitical factors driving urban tourism in Tehran; this will help select key drivers for planning the future of tourism.

Methodology

This article is a mixed type of research (quantitative-qualitative). Therefore, in order to answer the research question, its indicators have been extracted with the help of a multi-stage interview with eight experts and an elite panel and refined based on structural analysis. Drawing the future is based on these indicators. Thus, the Delphi method has been used to screen these indicators. Structural analysis of this question has been done with the help of Mic Mac software to refine indicators and variables in the direction of forecasting, and the presented future is also exploratory in terms of typology. Finally, by identifying and extracting relevant components and selecting panel members based on expertise, the components that did not get the necessary points were removed from the questionnaire, and the final questionnaire was designed in the form of (number zero; no effect), (number one; low impact), (number two; medium impact), (number three; high impact), were provided to the respondents to rate each component.

Result and discussion

As a place with the most natural and human

tourist attractions, Tehran city spends the most urban expenses on building tourist places to attract tourists and earn more foreign currency. Thus, improving the quality of urban life in Tehran is affected by various factors that exist in Tehran. Therefore, in this context, the development of tourism in Tehran is considered as a source of changing economic, social and environmental characteristics, which has the potential to be effective in improving the quality of urban life. In any case, Tehran, following the example of European cities in building entertainment environments, has the first rank in the country, as these entertainment environments are available in all parts of Tehran. Many of these environments in Tehran are well known in the country, attracting many tourists from different cities. Nevertheless, it can be said that the entertainment industry (urban tourism) is one of the geopolitical components of Tehran metropolis, which provides the ground for the development of Tehran compared to other cities. The existing findings show that, due to the transition process, tourism in Tehran will become a geopolitical issue on a national and transnational scale, and it is necessary to identify the driving forces affecting its importance.

Conclusion

The present research was conducted to identify the drivers influencing the tourism geopolitics of Tehran metropolis. Scientific and logical tools are necessary in order to identify and determine the key effective drivers on the geopolitics of tourism in Tehran metropolis with a future studies approach like other approaches, based on the results obtained from the structural analysis in the Mic Mac software, 30 factors such as key variables were selected for the hydropolitical relations of the Zayandeh-Rood watershed. These drivers, in order of priority, include private sector investments H1, hotels, malls, and large commercial centers A5, holding festivals, exhibitions, conferences and seminars H8, economic centrality C4, urban subway A4, financial resources A3, large sports

complexes and cultural centers A10, urban symbols (both Azadi and Milad Tower) A6, holding sports events H7, central and focal location C1, political-administrative centrality C3, information-media centrality A1, production and industrial centrality C2, historical monuments and museums C6, technology and technology centrality A2, creation of large recreational structures (including nature bridge, cable car, ski lift, and amusement parks) A9, style administrative issues in tourism sectors H4, security and social welfare H5, strengthening medical and health tourism H2, places of pilgrimage (including courts and imamzadehs) C7, service and relief infrastructure capacity A8, Universities and the development of university-related disciplines H3, access to freeways and urban passages A7, judicial centrality C5, artists (including actors, singers, and musicians) H6, favorable climate N1, forest parks and urban spaces greenery N3, natural landscapes (mountains and green meadows) N5, the extent and quality of space N2, plant and animal species N4 were obtained as the most influential variables in the future of tourism geopolitics of Tehran metropolis.

Funding

There is no funding support.

Authors' Contribution

All of the authors approved the content of the manuscript and agreed on all aspects of the work.

Conflict of Interest

Authors declared no conflict of interest.

Acknowledgments

We are grateful to all the scientific consultants of this paper.



تحلیل پیشران‌های ژئوپلیتیکی گردشگری کلان‌شهر تهران با رویکرد آینده‌پژوهی

افشین متقی^۱✉، آرش قربانی سپهر^۲، پریسا قربانی سپهر^۳

۱- نویسنده مسئول، گروه جغرافیای سیاسی، دانشکده علوم جغرافیایی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران. Email: a.mottaghi@khu.ac.ir

۲- گروه جغرافیای سیاسی، دانشکده علوم جغرافیایی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران. Email: ar.ghorbanisepehr@mail.um.ac.ir

۳- گروه جغرافیای سیاسی، دانشکده علوم جغرافیایی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران. Email: parisa.sepehr98@ut.ac.ir

چکیده

اطلاعات مقاله

گردشگری شهری یکی از پویاترین مؤلفه‌های مهم توسعه کنونی شهرهاست که در حوزهٔ برندسازی در سطوح (محلی، ملی و فراملی) اثرگذار است. از این رو، مسئله پژوهش حاضر این است که پیشران‌های مؤثر بر وضعیت آینده ژئوپلیتیک گردشگری کلان‌شهر تهران کدام می‌باشند و چه ارتباطی بین این متغیرها از نظر تأثیرگذاری و تأثیرپذیری وجود دارد؟ روش این پژوهش کمی - کیفی (آمیخته) است و از رویکرد آینده‌پژوهی در تحلیل آن استفاده شده است. یافته‌های پژوهش گویای آن است که در مرحلهٔ نخست، با روش دلفی ۳۰ عامل شناسایی شد. آنچه از وضعیت پراکندگی متغیرهای مؤثر بر وضعیت ژئوپلیتیک گردشگری کلان‌شهر تهران می‌توان فهمید، وضعیت ناپایدار سیستم است؛ زیرا بیشتر متغیرها در اطراف محور قطری صفحه پراکنده هستند. بنابراین، ۴ دسته (عوامل تأثیرگذار، عوامل دو وجهی، عوامل تأثیرپذیر و عوامل مستقل) قابل شناسایی هستند. نتایج تحقیق نشان داد ۵ متغیر به عنوان تأثیرگذارترین عامل در ژئوپلیتیک گردشگری کلان‌شهر تهران شناسایی شده‌اند که شامل بر حسب ماتریس اثرگذاری مستقیم و غیرمستقیم می‌توان گفت که شاخص H1 (سرمایه‌گذاری‌های بخش خصوصی) در رتبهٔ اول تأثیرگذاری مستقیم و غیرمستقیم قرار گرفته است. شاخص A5 (هتل‌ها و مال‌ها و مراکز تجاری بزرگ) در رتبهٔ دوم تأثیرگذاری مستقیم و غیرمستقیم قرار گرفته است. شاخص H8 (برگزاری جشنواره‌ها، نمایشگاه‌ها، کنفرانس‌ها و سمینارها) در رتبهٔ سوم تأثیرگذاری مستقیم و غیرمستقیم قرار گرفته است. شاخص C4 (مرکزیت اقتصادی) در رتبهٔ چهارم تأثیرگذاری مستقیم و غیرمستقیم قرار گرفته است. شاخص A4 (متروی شهری) در رتبهٔ پنجم تأثیرگذاری مستقیم و غیرمستقیم قرار گرفته است.

واژگان کلیدی:

ژئوپلیتیک شهری، گردشگری شهری، آینده‌پژوهی، کلان‌شهر تهران

تاریخ دریافت:

۱۴۰۲/۰۵/۱۴

تاریخ بازنگری:

۱۴۰۲/۰۹/۰۵

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۲/۱۰/۰۱

تاریخ چاپ:

۱۴۰۲/۱۱/۰۷

استناد: متقی، افشین؛ قربانی سپهر، آرش و قربانی سپهر، پریسا. (۱۴۰۲). تحلیل پیشران‌های ژئوپلیتیکی گردشگری کلان‌شهر تهران با رویکرد آینده‌پژوهی. *مجله گردشگری شهری*، ۱۰ (۴)، ۱-۱۶.

<http://doi.org/10.22059/JUT.2024.361408.1139>

ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران

© نویسندگان



مقدمه

شهرنشینی یکی از بارزترین ویژگی‌های عصری است که مردم در آن زیست می‌کنند (Seto et al, 2019: 180). از این‌رو، قرن بیست و یکم قرن شهری خوانده شده است (Keivani, 2020: 9). مراکز شهری در سطح جهان در حال گسترش هستند به‌طوری که در دو دهه آینده با پیش‌بینی رونق جمعیت شهری روبرو هستیم (Acuto, 2020: 318)، در حال حاضر بیش از ۴ میلیارد نفر در سراسر جهان (Baker, 2020: 2)، یعنی بیش از نیمی از جمعیت جهانی در شهرها زندگی می‌کنند و انتظار می‌رود این سهم تا سال ۲۰۵۰ به ۷۰ درصد برسد (OECD, 2020: 1). از این‌رو، فراهم کردن گردشگری شهری برای شهرها به‌عنوان یکی از دغدغه اصلی مسئولان و سیاست‌گذاران شهری است تا بتوانند زمینه توسعه شهر، رفاه، پویایی و شادکامی شهروندان را فراهم سازند.

در بعد جهانی، گردشگری یکی از مهم‌ترین و سریع‌ترین بخش‌های اقتصادی در حال رشد را نشان می‌دهد (Martins et al, 2017: 251; Vanhove, 2017: 91). همچنین مهم است که اثرات اقتصادی گردشگری بر عناصر محیط طبیعی یا فرهنگی نیز اعمال شود (Kachniewska & Nawrocka, 2012: 21). سفر و گردشگری بخش مهمی از اقتصاد بخش خدمات است به‌طوری که امروزه شهرها به جذب سرمایه، جمعیت، نیروی کار، منابع مالی، گردشگران و... تأکید می‌کنند (Cibinskiene, 2015: 77). گردشگری بر خلاف سایر کارکردهای اقتصادی، مأموریت، اهداف و وظایف خود را نه تنها با استفاده از منابع خود، بلکه مهم‌تر از همه از سایر منابع شهری نیز استفاده می‌کند (Kubiak, 2010: 29). این امر مستلزم توسعه زیرساخت، دسترسی کافی به ارتباطات، خدمات اضافی، مدیریت کارآمد کل منطقه و علاوه بر این، افزایش دسترسی به فناوری‌های اطلاعاتی است که یک شهر را به یک شهر هوشمند برای گردشگری پایدار تبدیل می‌کند (Encalada et al, 2017: 9). جنبه مراقبت مناسب از وضعیت محیط طبیعی ضروری است. با این حال، شایان توجه است که تحولات ساختار شهر ناشی از توسعه سریع گردشگری همیشه مثبت و مورد انتظار ساکنان نیست (Chadha & Onkar, 2016: 1707; Salet et al, 2003: 73). لذا نیاز است که به بخش گردشگری شهری جهت نشاط شهروندان و توسعه شهرها توجه ویژه‌ای شود.

با توجه جغرافی‌دانان سیاسی به مسائل ژئوپلیتیک گردشگری، گروهی از محققان در زمینه مطالعات گردشگری نیز تلاش می‌کنند ژئوپلیتیک را از منظر گردشگری مفهوم‌سازی کنند. این روند تحقیقاتی در مطالعات گردشگری ارتباط نزدیکی با زمینه اجتماعی-اقتصادی، افزایش فعالیت‌های گردشگری فرامرزی در سطح جهانی از هزاره جدید دارد. با تعمیق جهانی‌شدن، پیشرفت سریع فناوری حمل‌ونقل و همچنین کاهش هزینه سفر، بازار گردشگری بین‌المللی رونق گرفته است. تعداد زیادی از مردم این فرصت را دارند و می‌توانند برای سفرهای جهانی به خارج از کشور بروند. گردشگری دیگر امتیاز برای یک اقلیت جهانی نیست و گروه‌های متنوع‌تری از مردم و مکان‌ها به عرصه سیاسی-اقتصادی کشیده می‌شوند. از این‌رو، با افزایش فعالیت‌های گردشگری (فراملی)، طیف گسترده‌ای از مسائل جغرافیای سیاسی در چنین فعالیت‌هایی مانند هویت ملی یا سایر روایت‌های ملی که در گردشگری منعکس می‌شوند، مورد توجه قرار گرفته‌اند. به تعبیری، با توجه به موضوع پژوهشی ژئوپلیتیک گردشگری، جغرافیای سیاسی و مطالعات گردشگری از محدودیت‌های رشته‌ها فراتر رفته و در کنار هم قرار می‌گیرند تا یک حوزه پژوهشی منحصر به فرد با ویژگی میان‌رشته‌ای را تشکیل دهند (Ning & Dittmer, 2023: 1410).

به‌رحال شهر تهران به‌عنوان مکانی که بیشترین جاذبه‌های گردشگری طبیعی و انسانی را داراست، در آن بیشترین هزینه‌های شهری را صرف ساختن مکان‌های گردشگری جهت جذب گردشگر و کسب درآمد ارزی بیشتر می‌نمایند.

بنابراین، بهبود کیفیت زندگی شهری در تهران متأثر از عوامل مختلفی است که در شهر تهران وجود دارد. لذا در همین زمینه، توسعه گردشگری در شهر تهران به‌عنوان منبعی از ویژگی‌های در حال تغییر اقتصادی، اجتماعی و محیطی به شمار می‌آید که پتانسیل آن را دارد تا در بهبود کیفیت زندگی شهری مؤثر واقع شود. به هر روی شهر تهران با الگو قرار دادن شهرهای اروپایی در راستای ساخت محیط‌های سرگرمی‌سازی به‌عنوان پیش‌تاز این امر در کشور رتبه نخست را داراست به‌گونه‌ای که این محیط‌های سرگرمی‌سازی در تمامی نقاط شهری تهران موجود است و تعدادی از این محیط‌های سرگرمی‌سازی موجود در شهر تهران به‌گونه‌ای در کشور شناخته‌شده است که بسیاری از گردشگران را از شهرهای مختلف به‌سوی خود جذب می‌کند. با این وجود می‌توان گفت که صنعت سرگرمی‌سازی (گردشگری شهری) یکی از منابع قدرت در شهر تهران است که زمینه توسعه شهر تهران را در مقابل سایر شهرها، فراهم می‌آورد. در نهایت پژوهش حاضر با رویکرد آینده‌پژوهی در پی آن است که پیشران‌های ژئوپلیتیک گردشگری شهری تهران را شناسایی نماید تا بتوان مبتنی بر آن، پیشران‌های کلیدی را در جهت برنامه‌ریزی برای آینده گردشگری شهر تهران انتخاب نمود.

متقی و همکاران (۱۴۰۰): در مقاله‌ای با عنوان «نگرش ژئوپلیتیکی در رقابت گردشگری شهری با استفاده از شاخص جاذبه گردشگری (موردبررسی: تهران با سایر شهرها)» صورت گرفته است بیان می‌کنند شهر تهران جزء شهرهای با تعداد بالای گردشگر به شمار می‌رود که نقش پایتخت بودن این شهر در جذب مسافر و گردشگر تأثیر بسیار زیادی داشته است و همچنین وجود جاذبه‌های متنوع فرهنگی - تاریخی و تفریحی را نباید نادیده گرفت. پوراحمد و همکاران (۱۳۹۷): در مقاله‌ای با عنوان «تحلیلی بر ماهیت فضای عمومی در پروژه‌های بزرگ‌مقیاس گردشگری شهری بر اساس نظریه «تولید اجتماعی فضا» (مطالعه موردی: شهر تهران)» صورت گرفت نتایج تحقیق نشان می‌دهد که بازنمایی فضای عمومی در محیط فکری سازندگان پروژه باغ کتاب مبتنی بر سه گفتمان «فضای یاد دهنده»، «ماندگاری پروژه»، «مقیاس انسانی طراحی و معماری» و در پروژه بوستان ولایت شامل «توسعه جنوب شهر»، «کنترل فضای عمومی»، «تفریح سازی فضای عمومی» و «توجه به ایدئولوژی اسلامی در طراحی فضای عمومی» هست. افتخاری و همکاران (۱۳۹۰): در مقاله «بررسی و اولویت‌بندی ظرفیت‌های گردشگری مناطق روستایی نیز با استفاده از مدل تاپسیس»، متذکر شده‌اند که اولویت‌بندی فضاهای گردشگری روستاهای این منطقه به درستی انجام نگرفته است به‌طوری‌که نتایج این مطالعه با نتایج بررسی‌های سازمان میراث فرهنگی و گردشگری متفاوت بوده است. شعبانی فرد و همکاران (۱۳۸۸): در مقاله‌ای با عنوان «بررسی سنجش ظرفیت پذیرش گردشگری شهری و مدل‌سازی شهرهای گردشگری پایدار از بعد کالبدی (نمونه موردی منطقه ۱۲ تهران)» انجام‌شده و نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که حجم گردشگران ورودی به این منطقه بیش از ظرفیت بالفعل در این منطقه از شهر هست و روند توسعه گردشگری در این منطقه با توجه به ظرفیت پذیرش تعیین‌شده شکلی ناپایدار دارد. هنریک اف. هاندزوه (۲۰۲۳): هدف مقاله‌ای با عنوان «چشم‌انداز گردشگری در زمینه ژئوپلیتیکی آن» لزوماً پیش‌بینی آینده کمی گردشگری در سراسر جهان نیست. بیشتر بررسی شرایط و مکانیسم‌ها در زمینه ژئوپلیتیکی آن‌هاست که ممکن است یا حتی باید در میان مدت و بلندمدت تکامل یابد. ماریک اشتون (۲۰۲۲): در مقاله‌ای با عنوان «عبور به‌عنوان یک گردشگر: کاوش در ژئوپلیتیک شهری روزمره گردشگری» بیان می‌کند، که چگونه ابعاد اجرایی «گردشگری» در زمینه تقسیم‌بندی قومی قطبی شده، نقش ژئوپلیتیک تجسم‌یافته و روزمره را در تولید فضاهای شهری گردشگری نشان می‌دهد. ماری مصطفی نژاد، ماتیلده کوردوبا آزکاراته و راجر نوروم (۲۰۲۱): در کتابی با عنوان «ژئوپلیتیک گردشگری مجموعه‌های زیرساخت، تأثیر و تخیل» بیان می‌کنند، در ژئوپلیتیک گردشگری، مشارکت‌کنندگان فرآیندهای اجرایی مانند مهاجرت نیروی کار، حفاظت، امنیت، ساخت کشور، اختلافات ارضی،

پاک‌سازی قومی، احیای میراث، و مدیریت بحران بهداشت جهانی و... را نشان می‌دهند. فصل‌های کتاب نشان می‌دهند که چگونه طیفی از تجربیات در این فرآیند نقش دارند: بازدید از موزه، تورهای پیاده‌روی، تداعی‌های معماری گذشته، ساخت جاده، تخیل جزیره‌ای نظامی شده، متون فرهنگی جنسیتی، و سکوت‌های رسمی. مصطفی نژاد و نوروم (۲۰۱۶) در مقاله‌ای با عنوان «به‌سوی ژئوپلیتیک گردشگری» بیان می‌کنند، درحالی‌که محققان گردشگری روابط متنوع بین گردشگری، قدرت و فضا را بررسی کرده‌اند، تعداد کمی به‌صراحت به ارتباطات قدرتمند بین گردشگری و ژئوپلیتیک پرداخته‌اند. از طریق ادغام کارهای اخیر در مطالعات جغرافیای سیاسی و گردشگری، این یادداشت رویکردی به‌موقع ارائه می‌دهد که از طریق آن می‌توان گردشگری را از طریق دیدگاه‌های ژئوپلیتیک بررسی کرد تا درک دقیق‌تری از روابط بین گردشگری، نمایندگی و شیوه‌های مکان‌سازی را تسهیل کند.

با توجه به منابع اشاره‌شده در جدول بالا، مقاله حاضر در راستای منابع بالا با نگرش ژئوپلیتیک در حوزه آینده‌پژوهی به نگارش درآمده است و اکثر منابع پیشینه از سایر مدل‌ها و روش‌های توصیفی - تحلیلی استفاده کرده‌اند. پیشینه لاتین گویای آن است که پیوند ناگسستنی میان ژئوپلیتیک و حوزه گردشگری وجود دارد و با پیوند آن می‌توان حوزه ژئوپلیتیک گردشگری شهری را بررسی نمود.

مبانی نظری

ژئوپلیتیک شهری

استفان گراهام در کتاب خود، ژئوپلیتیک شهری را مصادف با وقایعی که در شهرها از جمله «جنگ و تروریسم» شکل گرفته بود، می‌داند و در تعاریف خود مدام از خشونت، جنگ و تروریسم شهری به‌سوی یک ژئوپلیتیک شهری سخن به میان می‌آورد (Graham, 2004: 1). گریگوری آر کاپلی، در کتاب خود در تعریف از ژئوپلیتیک شهری بیان می‌کند که ژئوپلیتیک شهری در زمان هرج‌ومرج، نحوه ورود ما را به مباحث شهری به‌خصوص در زمینه «سطح جمعیت جهانی، شهرنشینی و مهاجرت‌های بین‌المللی» مشخص می‌کند (Copley, 2012: Introduction). ساسکیا ساسن، در کتاب اخیر خود از مبحث ظهور ژئوپلیتیک شهری سخن به میان آورد. در تعریف ژئوپلیتیک شهری آن را این‌گونه بیان می‌کند که یک شبکه پیچیده از بازیگران نوظهور در شهرها که قابلیت‌های چندگانه دارند و جدیداً ظاهر شده‌اند. از این‌رو، آن شهرها را شهرهای جهانی معرفی می‌نماید که با کشورهای ملی در فضای ژئوپلیتیک به رقابت می‌پردازند. شکل گرفتن رقابت بین شهرها با سایر کشورهای ملی را که در طی سه دهه گذشته شاهد آن بوده‌ایم ورود به عرصه ژئوپلیتیک شهری و اهمیت یافتن جایگاه شهرها می‌داند (Sassen, 2012: 1). لذا مبتنی بر ماهیت بیان‌شده، گردشگری شهری به‌عنوان یکی از پیشران‌های قدرت در فضای شهرهاست که بنیان مقاله حاضر را تشکیل می‌دهد که در ادامه به آن خواهیم پرداخت.

گردشگری شهری

مسائل مربوط به ویژگی شهری در گردشگری و ویژگی گردشگری در حوزه شهری به‌طور گسترده در مطالعات گردشگری، مطالعات شهری و سایر زمینه‌های علوم اجتماعی موردبحث قرار گرفته است (Hocevar & Bartol, 2021: 818). هنگام بررسی ادبیات گردشگری شهری پایدار، تجزیه و تحلیل محتوای لو و نیال از سال ۲۰۰۹ از مقالات منتشرشده در مجله گردشگری پایدار (JoST) نشان می‌دهد که اکثریت واضح (۵۸٪) از مقالات اولیه Jost بر طبیعت مبتنی بر طبیعت یا اکوتوریسم متمرکز شده‌اند. اما مقالات مربوط به توسعه پایدار در گردشگری به‌طور کلی از سال ۱۹۹۳

تا ۲۰۰۷ رشد قابل‌توجهی داشته است (Lu & Nepal, 2009: 11). باین‌حال، تعداد مقالاتی که به‌طور خاص بر گردشگری شهری متمرکز شده‌اند، در این دوره کم بوده است. این تعداد مقالات با تمرکز بر بافت شهری مطابق با ادبیات عمومی گردشگری است. در مطالعات گردشگری و به‌طور کلی در علوم اجتماعی، رویکردهای متنوع می‌توانند در هر دو جهت هدایت شوند؛ به‌طوری‌که به‌ندرت به سمت شبکه‌های بین‌رشته‌ای و اغلب در جهت تکه‌تکه شدن مشکل‌ساز که مانع از پیشرفت معرفت‌شناسی‌های رشته‌ای متمایز اما منسجم می‌شود. اگرچه تأکید آن‌ها ممکن است متفاوت باشد، این به‌طور کلی یک فرض ثابت از نویسندگان است (Tribe & Xiao, 2011: 16; Taillon & Jamal, 2009: 11; Darbellay & Stock, 2012: 450; Baliaetti et al, 2015: 11 Hoffman et al, 2001: 36; Gospodini, 2001: 930; Bellini et al, 2017: 336). تفاوت‌ها را می‌توان در استفاده از اصطلاحاتی که نویسندگان با آن کار می‌کنند، اما اغلب مفاهیم مرتبط یا مشابه را توضیح می‌دهند: حوزه گردشگری شهری، رویکردها، دیدگاه‌ها، انواع، موضوعات و موضوعات فرعی شناسایی کرد.

گردشگری شهری را می‌توان به‌عنوان فعالیت گردشگری که در یک نقطه شهری گسترش یافته است تعریف کرد که دارای زیرساخت مناسب گردشگری و عناصر طبیعی، تاریخی و فرهنگی هست که باعث می‌شود آن نقطه شهری به‌صورت یک قطب جذاب برای گردشگران به‌وسیله عرضه کردن امکان تولید و مصرف محصولات و خدمات درآید (Voultsaki, 2002: 2). گردشگری شهری می‌تواند موجب نوزایی شهری و توسعه اقتصادی شود، هر چند در بیشتر کشورها، خصوصاً کشورهای درحال توسعه، به گردشگری شهری در سیاست‌های توسعه ملی، برنامه‌ریزی شهری و تحقیقات اقتصادی توجهی نشده است (Mbaiwa et al, 2007: 725). ترویج گردشگری به یک عنصر حیاتی در برنامه‌ریزی معاصر برای توسعه اقتصاد شهری تبدیل شده است (Rogerson, 2002: 169). مدیران و برنامه‌ریزان شهری به دنبال توسعه گردشگری هستند، زیرا اثرات مثبتی که گردشگری می‌تواند برای اقتصادهای محلی بر حسب ایجاد اشتغال و توسعه سرمایه‌گذاری داشته باشد بسیار مهم است. مخصوصاً در بستر باز ساخت جهانی و صنعت‌زدایی، گردشگری فرصت‌هایی را برای احیای بسیاری از اقتصادهای شهری که در حال رکود هستند پیشنهاد می‌کند (Rogerson, 2002: 1170).

روش پژوهش

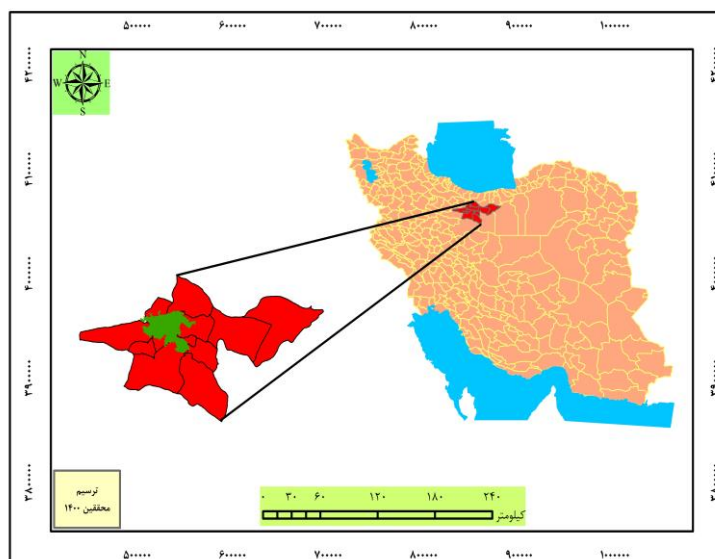
تحقیق حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش پژوهش توصیفی – تحلیلی است. ماهیت داده‌ها کیفی و کمی و روش گردآوری داده‌ها به‌صورت کتابخانه‌ای، میدانی (پرسشنامه تأثیرات متقابل) و پیمایشی (در چند مرحله) است. برای انجام تحقیق حاضر ابتدا با مراجعه به منابع کتابخانه‌ای مهم‌ترین پیشران‌های ژئوپلیتیکی گردشگری شهر تهران شناسایی و با بهره‌گیری از نرم‌افزار MicMac عوامل کلیدی شناسایی شدند، درنهایت با شناسایی و استخراج پیشران‌های مرتبط و انتخاب اعضای پنل بر اساس تخصص، پیشران‌هایی که امتیاز لازم را کسب نکردند از پرسشنامه حذف شدند و پرسشنامه نهایی طراحی شده در قالب (عدد صفر؛ بی‌تأثیر)، (عدد یک؛ تأثیر کم)، (عدد دو؛ تأثیر متوسط)، (عدد سه؛ تأثیر زیاد)، در اختیار پاسخ‌دهندگان قرار داده شد تا نسبت به هر مؤلفه امتیاز دهند. بر اساس جدول ۱ جامعه آماری این پژوهش ۲۰ کارشناس و متخصص خبره در مسئله موردپژوهش است.

جدول ۱. اطلاعات توصیفی جامعه آماری

سن	تعداد	جنسیت	تعداد	مدرک تحصیلی	تعداد	رشته تحصیلی	تعداد
۲۰-۳۰	۸	مرد	۱۲	دانشجوی دکتری	۶	جغرافیا	۱۲
۳۰-۴۰	۴	زن	۸	دکتری	۱۲	اقتصاد	۳
۴۰-۵۰	۵	-	-	پسادکتری	۲	علوم سیاسی	۲
۵۰-۶۰	۳	-	-	-	-	مدیریت	۳

محدوده مورد مطالعه

کلان‌شهر تهران با ارتفاع متفاوت از شمال به جنوب (۸۰۰ متر اختلاف ارتفاع) در دامنه‌های جنوبی البرز مرکزی گسترده شده است. این کلان‌شهر کانون تصمیم‌گیری کشور و مرکز تجمع بیشترین امکانات در زمینه اقتصادی، صنعتی، خدماتی، آموزشی، تحقیقاتی، اداری و سیاسی در کشور محسوب می‌شود. به دلیل این تمرکز بسیار پیچیده و عظیم درون بزرگ‌ترین کلان‌شهر کشور، حوزه نفوذ و جایگاه تهران تا حدی گسترش یافته که هرگونه اتخاذ تصمیم و عملکردی را تحت تأثیر خود قرار داده است (متقی و همکاران، ۱۴۰۰: ۱۰۵). ویژگی چند نقشی بودن تهران نیز بر اهمیت آن می‌افزاید. نقش‌های سیاسی، اداری، فرهنگی، خدماتی، صنعتی و اقتصادی همه بر اهمیت این شهر افزوده و باعث تأثیرگذاری بیشتر این شهر بر نقاط دیگر گردیده است (قربانی سپهر و همکاران، ۱۴۰۱: ۳۱۳).



شکل ۱. موقعیت جغرافیایی کلان‌شهر تهران

یافته‌ها

شهر تهران به عنوان مکانی که بیشترین جاذبه‌های گردشگری طبیعی و انسانی را داراست، در آن بیشترین هزینه‌های شهری را صرف ساختن مکان‌های گردشگری جهت جذب توریست و کسب درآمد ارزی بیشتر می‌نماید. بنابراین، بهبود کیفیت زندگی شهری در تهران متأثر از عوامل مختلفی است که در شهر تهران وجود دارد. لذا در همین زمینه، توسعه گردشگری در شهر تهران به عنوان منبعی از ویژگی‌های در حال تغییر اقتصادی، اجتماعی و محیطی به شمار می‌آید که پتانسیل آن را دارد تا در بهبود کیفیت زندگی شهری مؤثر واقع شود. به هر روی، شهر تهران با الگو قرار دادن شهرهای اروپایی در راستای ساخت محیط‌های سرگرمی‌سازی به عنوان پیش‌تاز این امر در کشور رتبه نخست را داراست به گونه‌ای

که این محیط‌های سرگرمی‌سازی در تمامی نقاط شهری تهران موجود است و تعدادی از این محیط‌های موجود در شهر تهران به‌گونه‌ای در کشور شناخته‌شده است که بسیاری از گردشگران را از شهرهای مختلف به‌سوی خود جذب می‌کند. با این وجود می‌توان گفت که صنعت سرگرمی‌سازی (گردشگری شهری) یکی از مؤلفه‌های ژئوپلیتیکی کلان‌شهر تهران است که زمینه توسعه شهر تهران را در مقابل سایر شهرها، فراهم می‌آورد. یافته‌های موجود نشان‌دهنده آن است که گردشگری شهر تهران با توجه به روند گذار، تبدیل به یک موضوع ژئوپلیتیکی در مقیاس ملی و فراملی خواهد شد که نیاز است پیشران‌های تأثیرگذار بر اهمیت آن شناسایی شود. از این‌رو، در جدول ۲ پیشران‌های ژئوپلیتیکی گردشگری شهر تهران مشخص شده است.

جدول ۲. پیشران‌های ژئوپلیتیکی گردشگری کلان‌شهر تهران

بعد	عوامل / متغیرها (به همراه کد)
پیشران انسانی (H)	سرمایه‌گذاری‌های بخش خصوصی (H1)، تقویت گردشگری درمانی و سلامت (H2)، دانشگاه‌ها و توسعه رشته‌های مرتبط دانشگاهی (H3)، شیوه‌های مدیریتی در بخش‌های گردشگری (H4)، امنیت و رفاه اجتماعی (H5)، هنرمندان (اعم از بازیگران، خوانندگان و نوازندگان) (H6)، برگزاری رویدادهای ورزشی (H7)، برگزاری جشنواره‌ها، نمایشگاه‌ها، کنفرانس‌ها و سمینارها (H8).
پیشران طبیعی (N)	آب‌وهوای مطلوب (N1)، وسعت و کیفیت فضا (N2)، پارک‌های جنگلی و فضاهای سبز شهری (N3)، گونه‌های گیاهی و جانوری (N4)، چشم‌اندازهای طبیعی (کوه‌ها و مراتع سبز) (N5).
پیشران ترکیبی (C)	موقعیت مرکزی و کانونی (C1)، مرکزیت تولیدی و صنعتی (C2)، مرکزیت سیاسی-اداری (C3)، مرکزیت اقتصادی (C4)، مرکزیت قضایی (C5)، بناهای تاریخی و موزه‌ها (C6)، مکان‌های زیارتی (اعم از بارگاه‌ها و امام‌زاده‌ها) (C7).
پیشران مصنوعی (A)	مرکزیت اطلاعاتی-رسانه‌ای (A1)، مرکزیت تکنولوژی و فناوری (A2)، منابع مالی (A3)، متروی شهری (A4)، هتل‌ها و مال‌ها و مراکز تجاری بزرگ (A5)، نمادهای شهری (اعم از برج آزادی و برج میلاد) (A6)، دسترسی به آزادراه‌ها و معابر شهری (A7)، ظرفیت زیرساخت‌های خدماتی و امدادی (A8)، ایجاد سازه‌های تفریحی بزرگ (اعم از پل طبیعت و تله‌کابین و تله‌اسکی و شهربازی‌ها) (A9)، مجتمع‌های ورزشی بزرگ، فرهنگسراها (A10).

در این پژوهش بعد از شناسایی متغیرهای ژئوپلیتیک گردشگری شهری تهران از طریق نرم‌افزار MICMAC، ماتریس اثرات متقاطع را با استفاده از نظر نخبگان و مدیران اجرایی شکل داده و با دادن امتیازدهی به مؤلفه‌های موردنظر بر حسب میزان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری آن‌ها از صفر تا ۳ امتیازهایی داده‌شده است. لذا در تحلیل انجام‌گرفته با توجه به جدول ۴، ابعاد ماتریس در نرم‌افزار میک‌مک ۳۰*۳۰ بوده و تعداد تکرارها ۲ بار در نظر گرفته‌شده است. همچنین تأثیر هر یک از متغیرهای ستون عمودی (تأثیرگذار) بر ستون افقی (تأثیرپذیر) موردبررسی قرار گرفته است. در این ماتریس شاخص پُرشدگی ۸۰/۳۳۳ درصد است که نشان‌دهنده تأثیرگذاری عوامل بر یکدیگر است. از مجموع ۷۲۳ رابطه؛ رابطه صفر ۱۷۷ رابطه را در برمی‌گیرد، رابطه (۱)، ۱۲۵ رابطه را ایجاد کرده است، ۱۹۳ رابطه دارای اثرات متقاطع (۲) و ۴۰۵ رابطه دارای اثرات متقاطع (۳) هستند. نتایج گویای آن است تعداد روابط با اثرگذاری زیاد نسبت به سایر روابط بیشتر است و روابط با شدت کم، درصد کمی را از مجموع روابط تشکیل داده است.

جدول ۳. تحلیل اولیه داده‌های ماتریس اثرات متقابل

شخص	ابعاد ماتریس	تعداد تکرار	صفر	یک	دو	سه	P	جمع	درصد پُرشدگی
مقلد	۳۰*۳۰	۲	۱۷۷	۱۲۵	۱۹۳	۴۰۵	۰	۱۷۳	۸۰/۳۳۳۳

با توجه به جدول ۵، ماتریس این پژوهش بر اساس شاخص‌های آماری با ۲ بار چرخش از مطلوبیت و بهینه‌شدگی ۱۰۰ درصد در بخش تأثیرگذاری و ۱۰۰ درصد در بخش تأثیرپذیری برخوردار بوده که حاکی از روایی بالایی پرسشنامه و پاسخ‌های آن است.

جدول ۴. درجه مطلوبیت و بهینه‌شدگی ماتریس

محدوده	تأثیرپذیری	تأثیرگذاری	چرخش
شهر تهران	۹۹٪	۹۶٪	۱
	۱۰۰٪	۱۰۰٪	۲

با توجه به جدول ۵ و بر اساس نتایج تحلیلی این ماتریس، متغیرهای مصنوعی، انسانی و ترکیبی بیشترین تأثیر و متغیر طبیعی کمترین تأثیر را بر وضعیت ژئوپلیتیکی گردشگری شهری تهران داشته‌اند. همچنین متغیرهای بخش مصنوعی، انسانی و ترکیبی بیشترین تأثیرپذیری و متغیر طبیعی کمترین تأثیرپذیری را داشته‌اند. در ادامه به تحلیل پایداری و ناپایداری سیستم پرداخته می‌شود، نحوه پراکنش متغیرها وضعیت پایداری و ناپایداری سیستم را تعیین می‌کند.

جدول ۵. میزان اثرگذاری و اثرپذیری عوامل مستقیم و غیرمستقیم

بند	متغیرها	اثرات مستقیم		اثرات غیرمستقیم	
		تأثیرپذیری	تأثیرگذاری	تأثیرپذیری	تأثیرگذاری
سرمایه‌گذاری	H1 سرمایه‌گذاری‌های بخش خصوصی	۸۲	۸۰	۲۸۳۱۴۰	۲۲۲۸۰۹
	H2 تقویت گردشگری درمانی و سلامت	۵۹	۴۰	۲۱۲۶۴۱	۱۵۲۳۴۶
	H3 دانشگاه‌ها و توسعه رشته‌های مرتبط دانشگاهی	۵۱	۵۱	۱۸۵۱۳۱	۱۸۹۱۶۲
	H4 شیوه‌های مدیریتی در بخش‌های گردشگری	۶۲	۶۷	۲۲۱۱۸۹	۲۲۳۶۶۶
	H5 امنیت و رفاه اجتماعی	۶۱	۶۷	۲۱۵۹۴۰	۲۲۰۴۰۸
	H6 هنرمندان (اعم از بازیگران، خوانندگان و نوازندگان)	۳۹	۳۳	۱۵۳۹۴۰	۱۲۵۱۷۷
	H7 برگزاری رویدادهای ورزشی	۶۴	۴۹	۲۲۹۵۴۲	۱۸۱۱۹۹
	H8 برگزاری جشنواره‌ها، نمایشگاه‌ها، کنفرانس‌ها و سمینارها	۷۶	۵۱	۲۶۸۵۲۴	۲۰۴۲۲۴
فرهنگ و تفریح	جمع متغیرهای انسانی	۴۹۴	۴۴۵	۱۷۷۱۶۴۷	۱۵۹۰۱۰۱
	N1 آب‌وهوای مطلوب	۳۷	۷۳	۱۲۱۹۶۵	۲۲۴۹۸۱
	N2 وسعت و کیفیت فضا	۳۹	۸۲	۹۸۵۱۷	۲۸۳۱۴۹
	N3 پارک‌های جنگلی و فضاهای سبز شهری	۳۴	۵۱	۱۱۲۹۵۵	۲۰۲۳۱۳
	N4 گونه‌های گیاهی و جانوری	۲۴	۱۱	۷۴۱۶۰	۳۷۱۶۶
محیط زیست	N5 چشم‌اندازهای طبیعی (کوه‌ها و مراتع سبز)	۳۲	۳۱	۱۰۲۷۸۵	۱۱۰۵۸۳
	جمع متغیرهای طبیعی	۱۵۶	۲۵۵	۵۱۰۸۱۲	۸۷۸۱۹۹
	C1 موقعیت مرکزی و قانونی	۶۴	۷۷	۲۲۶۲۲۹	۲۲۲۹۹۰
	C2 مرکزیت تولیدی و صنعتی	۶۳	۵۱	۲۱۹۱۹۳	۲۱۶۶۶۷
	C3 مرکزیت سیاسی-اداری	۶۴	۸۰	۲۲۶۱۲۶	۲۱۵۹۷۴
ساخت و ساز	C4 مرکزیت اقتصادی	۷۳	۷۶	۲۵۱۸۷۷	۲۶۳۷۱۱
	C5 مرکزیت قضایی	۴۱	۳۷	۱۵۰۹۷۰	۱۴۸۱۳۶
	C6 بناهای تاریخی و موزه‌ها	۶۳	۳۷	۲۲۶۵۷۴	۱۳۷۱۰۳
	C7 مکان‌های زیارتی (اعم از بارگاه‌ها و امام‌زاده‌ها)	۵۷	۳۹	۲۰۸۶۹۸	۱۱۶۸۱۹
	جمع متغیرهای ترکیبی	۴۲۵	۴۰۴	۱۵۱۰۲۸۷	۱۴۵۱۴۷۰
تکنولوژی	A1 مرکزیت اطلاعاتی- رسانه‌ای	۶۴	۷۰	۲۲۳۵۰۷	۲۵۱۶۸۴
	A2 مرکزیت تکنولوژی و فناوری	۶۳	۷۴	۲۲۸۱۴۱	۲۶۵۷۰۴
	A3 منابع مالی	۶۹	۸۵	۲۴۸۸۰۱	۲۸۶۷۰۲

۲۴۸۶۵۴	۲۵۹۹۱۱	۶۹	۷۳	A4	متروی شهری
۲۱۳۸۴۶	۲۷۵۶۶۹	۶۱	۷۸	A5	هتل‌ها و مال‌ها و مراکز تجاری بزرگ
۲۱۲۷۵۱	۲۲۵۱۶۹	۵۹	۶۵	A6	نمادهای شهری (اعم از برج آزادی و برج میلاد)
۲۱۲۷۵۴	۱۸۲۶۹۰	۵۹	۵۱	A7	دسترسی به آزادراه‌ها و معابر شهری
۱۷۲۲۵۱	۲۰۴۲۴۶	۶۷	۵۷	A8	ظرفیت زیرساخت‌های خدماتی (راه‌آهن و فرودگاه) و امدادی
۱۸۴۸۳۸	۲۲۵۲۶۴	۵۳	۶۳	A9	ایجاد سازه‌های تفریحی بزرگ (اعم از پل طبیعت و تله‌کابین و تله‌اسکی و شهربازی‌ها)
۱۶۰۰۹۳	۲۲۹۲۲۳	۴۵	۶۸	A10	مجموع‌های ورزشی بزرگ، فرهنگسراها
۳۳۱۰۲۷۷	۳۸۴۸۱۸۸	۶۲	۶۵۱		جمع متغیرهای مصنوعی
۱۷۲۶	۱۷۲۶	۱۷۲۶	۱۷۲۶		جمع کل متغیرها

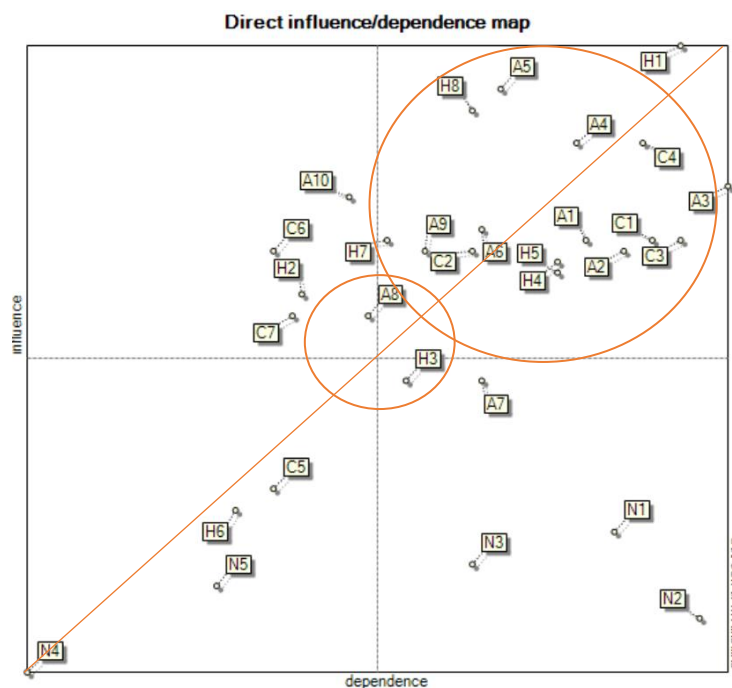
آنچه از وضعیت صفحه پراکندگی متغیرهای مؤثر بر وضعیت ژئوپلیتیکی گردشگری شهری تهران می‌توان فهمید وضعیت ناپایداری سیستم است. با توجه به وضعیت ناپایداری سیستم ۵ نوع متغیر شامل: متغیرهای تعیین‌کننده یا تأثیرگذار، متغیرهای دوجویی، متغیرهای تنظیمی، متغیرهای تأثیرپذیر یا نتیجه و متغیرهای مستقل در این سیستم قابل‌شناسایی است.

"متغیرهای تأثیرگذار یا تعیین‌کننده" در بین ۳۰ عامل مورد مطالعه مجموعاً ۵ متغیر از گروه‌های مختلف جزء متغیرهای تأثیرگذار شناسایی شدند. این عوامل؛ عامل ظرفیت زیرساخت‌های خدماتی و امدادی (A8)، مجتمع‌های ورزشی بزرگ، فرهنگسراها (A10)، بناهای تاریخی و موزه‌ها (C6)، مکان‌های زیارتی (اعم از بارگاه‌ها و امام‌زاده‌ها) (C7)، تقویت گردشگری درمانی و سلامت (H2) به‌عنوان متغیر تأثیرگذار به دست آمد.

"متغیرهای دوجویی" از تأثیرگذاری و تأثیرپذیری بالایی برخوردار هستند. در بین عوامل مورد بررسی مجموعاً ۱۶ متغیر از گروه‌های مختلف جزء متغیرهای دوجویی شناسایی شدند که ۸ متغیر جزو متغیرهای ریسک و ۸ متغیر به‌عنوان متغیرهای هدف انتخاب شدند. عوامل ریسک شامل؛ متروی شهری (A4)، هتل‌ها و مال‌ها و مراکز تجاری بزرگ (A5)، نمادهای شهری (اعم از برج آزادی و برج میلاد) (A6)، ایجاد سازه‌های تفریحی بزرگ (اعم از پل طبیعت و تله‌کابین و تله‌اسکی و شهربازی‌ها) (A9)، سرمایه‌گذاری‌های بخش خصوصی (H1)، برگزاری رویدادهای ورزشی (H7)، برگزاری جشنواره‌ها، نمایشگاه‌ها، کنفرانس‌ها و سمینارها (H8)، مرکزیت تولیدی و صنعتی (C2) می‌شوند. همچنین عوامل هدف؛ موقعیت مرکزی و قانونی (C1)، مرکزیت سیاسی-اداری (C3)، مرکزیت اقتصادی (C4)، مرکزیت اطلاعاتی-رسانه‌ای (A1)، مرکزیت تکنولوژی و فناوری (A2)، منابع مالی (A3)، شیوه‌های مدیریتی در بخش‌های گردشگری (H4)، امنیت و رفاه اجتماعی (H5) بودند.

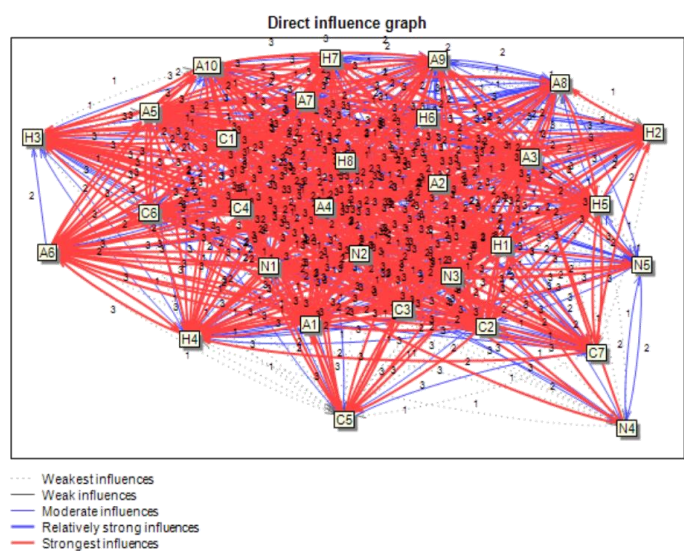
"متغیرهای تنظیمی"؛ در گراف تأثیرگذاری و تأثیرپذیری عوامل منابع مالی (A3)، ظرفیت زیرساخت‌های خدماتی (راه‌آهن و فرودگاه) و امدادی (A8) به‌عنوان متغیر تنظیمی شناخته شده است.

نوع بعدی متغیرهای شناسایی شده، "متغیرهای تأثیرپذیر یا نتیجه" هستند. در پژوهش حاضر؛ آب‌وهوای مطلوب (N1)، وسعت و کیفیت فضا (N2)، پارک‌های جنگلی و فضاهای سبز شهری (N3)، دسترسی به آزادراه‌ها و معابر شهری (A7)، دانشگاه‌ها و توسعه رشته‌های مرتبط دانشگاهی (H3) به‌عنوان متغیرهای تأثیرپذیر یا نتیجه به دست آمدند. "متغیرهای مستقل"؛ گونه‌های گیاهی و جانوری (N4)، چشم‌اندازهای طبیعی (کوه‌ها و مراتع سبز) (N5)، هنرمندان (اعم از بازیگران، خوانندگان و نوازندگان) (H6)، مرکزیت قضایی (C5) متغیرهای مستقل شناسایی شدند.

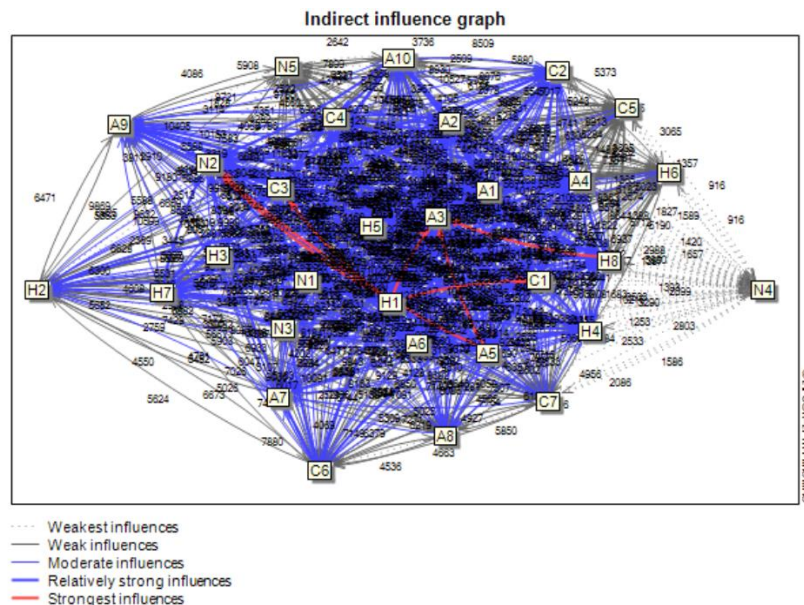


شکل ۲. پراکنش متغیرها در پلان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری (مستقیم)

چگونگی و نحوه روابط مستقیم و غیرمستقیم هر کدام از متغیرهای شناسایی شده در نرم افزار میک مک، در پوشش ۱۰۰ درصد مورد تحلیل قرار گرفتند.



شکل ۳. گراف چرخه اثرگذاری مستقیم با پوشش ۱۰۰ درصد عوامل



شکل ۴. گراف چرخه اثرگذاری غیرمستقیم با پوشش ۱۰۰ درصد عوامل

همان‌طور که در گراف چرخه اثرگذاری مستقیم قابل مشاهده است، بین متغیرهای ژئوپلیتیک گردشگری شهری تهران ارتباط بسیار بالایی با درجه قوی برقرار است. بر این اساس، با اتکاء به یافته‌های جداول ۲ تا ۵ و شکل‌های ۲ تا ۴، نیروهای پیشران کلیدی به لحاظ تأثیرگذاری مستقیم و غیرمستقیم به صورت جدول ۶ قابل ارائه خواهد بود.

جدول ۶. رتبه‌بندی متغیرهای کلیدی مؤثر بر ژئوپلیتیک گردشگری شهر تهران با رویکرد آینده‌پژوهی

متغیرها	امتیاز نهایی به‌دست‌آمده		رتبه به‌دست‌آمده	
	تأثیرگذاری مستقیم	تأثیرگذاری غیرمستقیم	تأثیرگذاری مستقیم	تأثیرگذاری غیرمستقیم
سرمایه‌گذاری‌های بخش خصوصی	H1	۴۷۵	۴۶۱	۱
هتل‌ها و مال‌ها و مراکز تجاری بزرگ	A5	۴۵۱	۴۴۹	۲
برگزاری جشنواره‌ها، نمایشگاه‌ها، کنفرانس‌ها و سمینارها	H8	۴۴۰	۴۳۸	۳
مرکزیت اقتصادی	C4	۴۳۲	۴۱۰	۴
متروی شهری	A4	۴۳۲	۴۳۳	۵
منابع مالی	A3	۳۹۹	۴۰۵	۶
مجموعه‌های ورزشی بزرگ، فرهنگسراها	A10	۳۹۳	۳۹۶	۷
نمادهای شهری (اعم از برج آزادی و برج میلاد)	A6	۳۷۶	۳۸۴	۸
برگزاری رویدادهای ورزشی	H7	۳۷۰	۳۷۴	۹
موقعیت مرکزی و کانونی	C1	۳۷۰	۳۶۹	۱۰
مرکزیت سیاسی-اداری	C3	۳۷۰	۳۶۸	۱۱
مرکزیت اطلاعاتی-رسانه‌ای	A1	۳۷۰	۳۶۹	۱۲
مرکزیت تولیدی و صنعتی	C2	۳۶۵	۳۵۸	۱۳
بناهای تاریخی و موزه‌ها	C6	۳۶۵	۳۶۹	۱۴
مرکزیت تکنولوژی و فناوری	A2	۳۶۵	۳۷۳	۱۵
ایجاد سازه‌های تفریحی بزرگ (اعم از پل طبیعت و تله‌کابین و تله‌اسکی و شهربازی‌ها)	A9	۳۶۵	۳۶۷	۱۶
شیوه‌های مدیریتی در بخش‌های گردشگری	H4	۳۵۹	۳۶۰	۱۷
امنیت و رفاه اجتماعی	H5	۳۵۳	۳۵۲	۱۸

۱۹	۱۹	۳۴۸	۳۴۱	H2	تقویت گردشگری درمانی و سلامت
۲۰	۲۰	۳۴۰	۳۳۰	C7	مکان‌های زیارتی (اعم از بارگاه‌ها و امام‌زاده‌ها)
۲۱	۲۱	۳۳۳	۳۳۰	A8	ظرفیت زیرساخت‌های خدماتی (راه‌آهن و فرودگاه) و امدادی
۲۲	۲۲	۳۰۲	۳۹۵	H3	دانشگاه‌ها و توسعه رشته‌های مرتبط دانشگاهی
۲۳	۲۳	۲۹۹	۳۹۵	A7	دسترسی به آزادراه‌ها و معابر شهری
۲۵	۲۴	۲۴۶	۳۲۷	C5	مرکزیت قضایی
۲۴	۲۵	۲۵۱	۳۲۵	H6	هنرمندان (اعم از بازیگران، خوانندگان و نوازندگان)
۲۶	۲۶	۱۹۸	۲۱۴	N1	آب‌وهوای مطلوب
۲۷	۲۷	۱۸۵	۱۹۶	N3	پارک‌های جنگلی و فضاهای سبز شهری
۲۸	۲۸	۱۶۶	۱۸۵	N5	چشم‌اندازهای طبیعی (کوه‌ها و مراتع سبز)
۲۹	۲۹	۱۶۰	۱۶۸	N2	وسعت و کیفیت فضا
۳۰	۳۰	۱۲۰	۱۲۹	N4	گونه‌های گیاهی و جانوری

بر حسب ماتریس اثرگذاری مستقیم و غیرمستقیم می‌توان گفت که شاخص H1 (سرمایه‌گذاری‌های بخش خصوصی) در رتبه اول تأثیرگذاری مستقیم و غیرمستقیم قرار گرفته است. شاخص A5 (هتل‌ها و مال‌ها و مراکز تجاری بزرگ) در رتبه دوم تأثیرگذاری مستقیم و غیرمستقیم قرار گرفته است. شاخص H8 (برگزاری جشنواره‌ها، نمایشگاه‌ها، کنفرانس‌ها و سمینارها) در رتبه سوم تأثیرگذاری مستقیم و غیرمستقیم قرار گرفته است. شاخص C4 (مرکزیت اقتصادی) در رتبه چهارم تأثیرگذاری مستقیم و غیرمستقیم قرار گرفته است. شاخص A4 (متروی شهری) در رتبه پنجم تأثیرگذاری مستقیم و غیرمستقیم قرار گرفته است.

بحث

یافته‌های تحقیق گویای آن است که گردشگری زمینه ژئوپلیتیکی شدن کلان‌شهر تهران را فراهم آورده است. این تحقیق به‌مانند تحقیق متقی و همکاران (۱۴۰۰)، نشان می‌دهد ژئوپلیتیکی شدن گردشگری زمینه رقابت با سایر شهرها را در این حوزه فراهم آورده است. همچنین ماری و نورم (۲۰۱۶) اشاره نموده‌اند که می‌توان گردشگری را از طریق دیدگاه‌های ژئوپلیتیک بررسی کرد تا درک دقیق‌تری از روابط بین گردشگری و ژئوپلیتیک شهری به دست آورد. بنابراین، گردشگری به‌عنوان یک منبع ژئوپلیتیکی بر اساس آرای اشترن (۲۰۲۳) نقش مؤثری در ژئوپلیتیکی شدن فضاهای شهری دارد. همچنین دسته‌بندی پیشران‌های مقاله حاضر مشابه با دسته‌بندی پیشران‌ها (منابع جغرافیایی قدرت) در کتاب ژئوپلیتیک شهری «جان پرور و قربانی سپهر» (۱۳۹۶) هست.

نتیجه‌گیری

تحقیق حاضر با هدف شناسایی پیشران‌های تأثیرگذار بر ژئوپلیتیک گردشگری کلان‌شهر تهران انجام شده است. بر اساس نتایج به‌دست‌آمده از تحلیل ساختاری در نرم‌افزار MICMAC، ۳۰ عامل به‌مثابه متغیرها کلیدی برای مناسبات هیدروپلیتیک حوضه آبریز زاینده‌رود انتخاب شدند. این پیشران‌ها به ترتیب اولویت شامل سرمایه‌گذاری‌های بخش خصوصی H1، هتل‌ها و مال‌ها و مراکز تجاری بزرگ A5، برگزاری جشنواره‌ها، نمایشگاه‌ها، کنفرانس‌ها و سمینارها H8، مرکزیت اقتصادی C4، متروی شهری A4، منابع مالی A3، مجتمع‌های ورزشی بزرگ، فرهنگسراها A10، نمادهای شهری (اعم از برج آزادی و برج میلاد) A6، برگزاری رویدادهای ورزشی H7، موقعیت مرکزی و کانونی C1، مرکزیت سیاسی-اداری C3، مرکزیت اطلاعاتی-رسانه‌ای A1، مرکزیت تولیدی و صنعتی C2، بناهای تاریخی و

موزه‌ها C6، مرکزیت تکنولوژی و فناوری A2، ایجاد سازه‌های تفریحی بزرگ (اعم از پل طبیعت و تله‌کابین و تله‌اسکی و شهربازی‌ها) A9، شیوه‌های مدیریتی در بخش‌های گردشگری H4، امنیت و رفاه اجتماعی H5، تقویت گردشگری درمانی و سلامت H2، مکان‌های زیارتی (اعم از بارگاه‌ها و امامزاده‌ها) C7، ظرفیت زیرساخت‌های خدماتی و امدادی A8، دانشگاه‌ها و توسعه رشته‌های مرتبط دانشگاهی H3، دسترسی به آزادراه‌ها و معابر شهری A7، مرکزیت قضایی C5، هنرمندان (اعم از بازیگران، خوانندگان و نوازندگان) H6، آب‌وهوای مطلوب N1، پارک‌های جنگلی و فضاهای سبز شهری N3، چشم‌اندازهای طبیعی (کوه‌ها و مراتع سبز) N5، وسعت و کیفیت فضا N2، گونه‌های گیاهی و جانوری N4 به منزله تأثیرگذارترین متغیرها در آینده ژئوپلیتیک گردشگری کلان‌شهر تهران به دست آمدند.

به هر روی، پیشران‌های مصنوعی ژئوپلیتیک گردشگری کلان‌شهر تهران بر گردشگری این شهر در رقابت با سایر شهرها اثرگذار بوده است. به‌طوری‌که کلان‌شهر تهران به‌واسطه مرکزیت سیاسی، اداری و اقتصادی کشور منابع مالی بسیاری در آن در جریان است و سرمایه‌گذاران و بخش خصوصی بیشتر تمایل به سرمایه‌گذاری در این شهر نسبت به سایر شهرها دارند. شایان‌ذکر است با تغییر و تحولاتی که در فضای طبیعی این شهر در طی سال‌ها رخ داده است از گردشگری طبیعی تا حدودی بی‌بهره است و رونق گردشگری در این شهر به‌واسطه ایجاد ظرفیت‌های گردشگری مصنوعی و ترکیبی در این کلان‌شهر است که سالانه میلیون‌ها نفر از سراسر ایران و جهان برای بازدید از این شهر به تهران سفر می‌کنند که همین زمینه رونق گردشگری کلان‌شهر تهران و برندینگ شدن آن در این حوزه را در رقابت با سایر شهرهای ایران بیشتر کرده است. اما با توجه به یافته‌های تحقیق پیشران خدمات زیرساختی (فرودگاه و راه‌آهن) در رونق گردشگری شهری تهران به‌عنوان هاب گردشگری منطقه جنوب غرب آسیا در یک دهه آینده بسیار تأثیرگذار است و نیاز است مسئولان مربوطه در این زمینه برنامه‌ریزی‌های لازم را انجام دهند.

حامی مالی

حامی مالی این اثر شرکت یادگار درخشان آریا هست.

سه‌میه نویسندگان در پژوهش

نویسندگان در تمام مراحل و بخش‌های انجام پژوهش سهم برابر داشتند.

تضاد منافع

نویسندگان اعلام می‌دارند که هیچ تضاد منافی در رابطه با نویسندگی و یا انتشار این مقاله ندارند.

تقدیر و تشکر

نویسندگان بر خود لازم می‌دانند از شرکت یادگار درخشان آریا که با حمایت‌های مادی و معنوی خود، زمینه به ثمر رسیدن این مقاله را فراهم ساخته، تشکر و قدردانی نمایند.

منابع

پوراحمد، احمد؛ زیاری، کرامت الله؛ حاتمی‌نژاد، حسین و رضایی‌نیا، حسن. (۱۳۹۷). تحلیلی بر ماهیت فضای عمومی در پروژه‌های بزرگ‌مقیاس گردشگری شهری بر اساس نظریه «تولید اجتماعی فضا» (مطالعه موردی: شهر تهران). مجله گردشگری شهری،

doi:10.22059/JUT.2018.251169.441 .۱۵۹-۱۳۵، (۲) ۵

شعبانی فرد، محمد؛ پوراحمد، احمد؛ حسینی، علی و رشیدی، مصطفی. (۱۳۸۸). بررسی سنج ظرفیت پذیرش گردشگری شهری و مدل سازی شهرهای گردشگری پایدار از بعد کالبدی (نمونه منطقه ۱۲ تهران). *فصلنامه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی*، ۹ (۹)، ۴۷-۷۴.

قربانی سپهر، آرش؛ متقی، افشین و سالوکوادر، جوزف. (۱۴۰۱). تبیین و شناخت مؤلفه های ژئوپلیتیکی کلان شهر تهران (با تأکید بر منابع جغرافیایی قدرت با ماهیت انسانی). *فصلنامه جغرافیا و برنامه ریزی منطقه ای*، ۱۲ (۴)، ۳۰۷-۳۳۳.

doi:20.1001.1.22286462.1401.12.4.19.0

متقی، افشین؛ انصاری، زهرا؛ قربانی سپهر، آرش و دلالت، مراد. (۱۴۰۰). نگرش ژئوپلیتیکی گردشگری شهری با استفاده از شاخص جاذبه گردشگری (مورد بررسی: تهران با سایر شهرها). *نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی*، ۲۱ (۶۱)، ۹۵-۱۱۷.

doi:10.52547/jgs.21.61.95

References

- Acuto, M. (2020). COVID-19: lessons for an urban (izing) world. *One Earth*, 2 (4), 317-319. doi:10.1016/j.oneear.2020.04.004
- Baker, J., Cira, D., & Lall, S. (2020). COVID-19 and the Urban Poor: Addressing Those in Slums. *World Bank Group*, 1, 1-8. <https://thedocs.worldbank.org/en/doc/304801589388481883-0200022020/original/AddressingCOVID19andtheUrbanPoorSHORTversionrev3logos.pdf>.
- Baliatti, S., Ma's, M. & Helbing, D. (2015). On disciplinary fragmentation and scientific progress. *Plos One*, 10 (3). doi.org/10.1371/journal.pone.0118747.
- Bellini, N., Go, F.M. & Pasquinelli, C. (2017). Urban tourism and city development: notes for an integrated policy agenda. *Jornal Tourism in the City*, 32 (1), 1-15. doi:10.1016/j.tourman.2010.02.002
- Chadha, H.; Onkar, P. (2016). Changing Cities in the Perspective of Religious Tourism—A case of Allahabad. *Procedia Technol*, 24, 1706–1713. doi.org/10.1016/j.protcy.2016.05.200.
- Cibinskeine, A. (2015). City tourism competitiveness model. *Vadyba*, (1), 77. doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.411.
- Copley, G. R. (2012). *Urban Geopolitics in a Time of Chaos*. Published by: The International Strategic Studies Association, Alexandria, Virginia.
- Darbellay, F. and Stock, M. (2012). Tourism as complex interdisciplinary research object. *Annals of Tourism Research*, 39 (1), 441-458. doi.org/10.1016/j.annals.2011.07.002.
- Encalada, L., Boavida-Portugal, I., Cardoso Ferreira, C., & Rocha, J. (2017). Identifying Tourist Places of Interest Based on Digital Imprints: Towards a Sustainable Smart City. *Sustainability*, 9(12), 2317. <https://doi.org/10.3390/su9122317>
- Ghorbani sepehr, A., Mottaghi, A., & Salukvadze, J. (2022). Explaining and recognizing the geopolitical components of Tehran metropolis (Emphasizing the geographical sources of power with human nature). *Quarterly of Geography & Regional Planning* 12 (4), 307-333. [In Persian]. doi:20.1001.1.22286462.1401.12.4.19.0
- Gospodini, A. (2001). Urban design, urban space morphology, urban tourism: an emerging new paradigm concerning their relationship". *European Planning Studies*, 9 (7), 925-934. doi.org/10.1080/09654310120079841.
- Graham, S. (2004). *Cities, War and Terrorism: Towards an Urban Geopolitics*. Oxford: Blackwell.
- Henryk, H. (2023). The prospects of tourism in its geopolitical context. *Journal Folia Turistica*. 60 (2), 15-58. <https://doi.org/10.4000/etudescaribeennes.28054>.
- Hocevar, M. and Bartol, T. (2021). Mapping urban tourism issues: analysis of research perspectives through the lens of network visualization. *International Journal of Tourism Cities*, 7 (3), 818-844. DOI:10.1108/IJTC-05-2020-0110

- Hoffman, L.M., Fainstein, S.S. & Judd, D.R. (2001). *Cities and Visitors: Regulating People, Markets, and City Space*, 57.
- Kachniewska, M., & Nawrocka, E. (2012). *Turystyka jako przedmiot badań ekonomicznych [Tourism as the subject of economic research]*. In Rynek Turystyczny [Tourist Market]; Kachniewska, M., Nawrocka, E., Niezgoda, A., Pawlicz, A., Eds., Wolters Kluwers Publishers: Warsaw, Poland, 15–32.
- Keivani, R. (2020). A review of the main challenges to urban sustainability. *International Journal of Urban Sustainable Development*, 1(1-2), 5-16. doi.org/10.1080/19463131003704213.
- Kubiak, B. (2010). Rola informacji w warunkach globalizacji: Kapitał, turystyka, usługi [The role of information in globalization conditions: Capital, tourism, services]. In Konsument na Rynku Turystycznym. Informacja Turystyczna w Europie [A Consumer on the Tourist Market. Tourist Information in Europe]; Chudy-Hyski, D., Zemła, M., Eds.; University of Business in Wrocław Press: Katowice, Poland, 17–34. doi.org/10.3390/su10062095.
- Lu, J., & Nepal, S.K. (2009). Sustainable Tourism Research: An Analysis of Papers Published in the Journal of Sustainable Tourism. *J. Sustain. Tour.* 17, 5–16. doi.org/10.1080/09669580802582480.
- Martins, L., Gan, Y., & Ferreira-Lopes, A. (2017). an empirical analysis of the influence of macroeconomic determinants on World tourism demand. *Tour. Manag.* 61, 248–260. doi.org/10.1016/j.tourman.2017.01.008.
- Mostafanezhad, M., Córdoba Azcárate, M., & Norum, R. (2021). *Tourism Geopolitics Assemblages of Infrastructure, Affect, and Imagination*. the University of Arizona Press Spring.
- Mostafanezhad, M., & Norum, R., (2016). Towards a geopolitics of tourism, Affect. *Journal Annals of Tourism Research*. 61, 226–228. <http://dx.doi.org/10.1016/j.annals.2016.08.003>.
- Mottaghi, A., Ansari, Z., Ghorbani sepehr, A., & Delalat, M. (2021). The geopolitical attitude of urban tourism using the tourism attraction index (Case study: Tehran with other cities). *Applied Research Journal of Geographical Sciences* 21 (61), 95–117. [In Persian]. [doi: 10.52547/jgs.21.61.95](https://doi.org/10.52547/jgs.21.61.95)
- Ning, A., & Dittmer, J. (2023). The Geopolitics of Tourism in the Indo-Pacific. *Journal Geopolitics*, 28 (4), 1405–1421. <https://doi.org/10.1080/14650045.2023.2200940>.
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (Updated 23 July 2020). Cities policy responses.
- Pourahmad, A., Ziari, K., Hataminejad, H., & Rezaeinia, H. (2018). An Analysis on the Nature of Public Space in Large-scale Urban Tourism Projects based on "Social Production of Space" Theory (case study: Tehran). *Jornal of Urban Tourism, Development Southern Africa* 5 (2), 135–159. [In Persian]. [doi:10.22059/JUT.2018.251169.441](https://doi.org/10.22059/JUT.2018.251169.441)
- Salet, W.G., Thornley, A., & Kreukels, A. (2003). *Metropolitan Governance and Spatial Planning: Comparative Case Studies of European City-Regions*. Taylor & Francis: London, UK.
- Sassen, S. (2012). *Cities in a World Economy*. University of California Press.
- Seto, K.C.; Sanchez-Rodriguez, R.; Fragkias, M. (2019). The New Geography of Contemporary Urbanization and the Environment. *Annu. Rev. Environ. Resour.* 35, 167–194. [DOI:10.1146/annurev-environ-100809-125336](https://doi.org/10.1146/annurev-environ-100809-125336).
- Shabani Fard, M. & Pourahmad, A. & Hosseini, A. & Rashidi, M. (2009). Investigating the acceptance capacity of urban tourism and modeling sustainable tourism cities from the physical dimension (sample of Tehran's 12th district). *Journal of Applied Research in Geographical Sciences*, 11 (14), 47–74. [In Persian]. <http://jgs.khu.ac.ir/article-۲۷۴-۱-fa.html>
- Shtern, M. (2022). Passing as a tourist: Exploring the everyday urban geopolitics of tourism, *Journal Political Geography*, 93, 102526. <https://doi.org/10.1016/j.polgeo.2021.102526>.

- Taillon, J. and Jamal, T. (2009). *Understanding tourism as an academic community, study, and/or discipline*, in Papineau. D. (Ed.), *Philosophy*, Oxford University Press, 4-20. <https://www.longdom.org/open-access/understanding-tourism-as-an-academic-community-study-or-discipline-10223.html>.
- Tribe, J., & Xiao, H. (2011), Developments in tourism social science, *Annals of Tourism Research*, 38 (1), 7-26. doi:10.1016/j.annals.2010.11.012.
- Vanhove, N. (2017). *The Economics of Tourism Destinations: Theory and Practice*. Routledge: London, UK.