

Research Paper

A Philosophical Rethinking of Tourism Education Policy in Iran: A Discourse Analysis of the Production of the Tourist Subject

Hojjat Saffarheidari ^{*1} 

¹ Associated Professor, Department of Education, Faculty of Humanities and Social Sciences, The University of Mazandaran, PO Box 47419-54856, Babolsar, Iran.



© Author(s)

publisher. University of Mazandaran

[10.22080/JTPD.2026.32210.4115](https://doi.org/10.22080/JTPD.2026.32210.4115)

Received:

June 24, 2026

Accepted:

August 13, 2026

Available online:

September 23, 2026

Keywords:

Policy Making,, Education,
Tourism, Subject, Discourse.

Abstract

Background and Objective: Tourism education in Iran is predominantly viewed as a technical-vocational process. Critiquing this approach, this study argues that tourism education operates at a deeper level, producing "specific types of tourist subjects." The aim of this research is to analyze how the tourist subject is produced in Iran's tourism education policy, utilizing an integrated theoretical framework of Foucault, Lacan, and Levinas.

Methodology: This qualitative research employed document analysis and directed content analysis. The research population consisted of three key documents: the Strategic Document for Tourism Development (2019), the Undergraduate Tourism Curriculum (2016), and Chapter 17 of the Seventh Development Plan (2023). Purposive sampling was conducted, and data were analyzed through three stages of coding: open, axial, and selective coding.

Findings: The existing policies reproduce three types of subjects: the Accumulative Subject, the Spectacular Subject, and the Reflective Subject. These three subject types reflect a form of egocentrism in tourist experience. In contrast, the Self-Openness to the Other Subject, grounded in Levinas's philosophy, is absent from all documents and is proposed as a theoretical alternative.

Conclusion: Iran's tourism policy system is structurally alienated from the ethics of encounter. The research concludes that the absence of the Ethical Subject is not accidental but structural, as all concepts and priorities are organized around the "Self" (national, economic, image, and identity selves). The originality of this research lies in the first systematic integration of Foucault, Lacan, and Levinas in analyzing Iran's tourism education policy, and the identification of four subject types and non-economic indicators should be developed to measure tourism success.

Originality and Value: This research is the first to systematically integrate the ideas of Foucault, Lacan, and Levinas in analyzing Iran's tourism education policy, and it identifies four types of subjects.

*Corresponding Author: Hojjat Saffarheidari

Address: Department of Education, Faculty of Humanities and Social Sciences, The University of Mazandaran,, Babolsar, Iran - Postal Code: Box 47419-54856

Email: h.saffar@umz.ac.ir

Tel: +98 9015450515



Extended Abstract

1. Introduction

Tourism education in Iran is predominantly viewed as a technical-vocational process aimed at training specialized human resources and enhancing tourist experiences. However, this study argues that such a perspective is insufficient, because tourism education operates at a deeper level: it produces specific types of "tourist subjects." Educational systems, policy discourses, and curricula determine modes of being, seeing, knowing, and encountering the Other for individuals. Despite the quantitative expansion of tourism education programs in Iran, a fundamental question remains unanswered: What kind of tourist subject does tourism education policy produce, and on what discursive logic is this production based? This question is significant both theoretically—as previous studies have focused on technical aspects with little attention to philosophical-critical dimensions—and practically, as identifying the produced subject type is crucial for rethinking educational goals. The theoretical framework integrates three philosophical traditions: Foucault (power/knowledge and governmentality), Lacan (image/desire and the gaze), and Levinas (ethics/the Other and infinite responsibility). Based on this framework, four subject types were identified: the Reflective Subject, the Accumulative Subject, the Spectacular Subject and the Ethical Subject or Self-Openness to the Other.

2. Research Methodology

This research is fundamental in purpose and qualitative in approach, employing document analysis and directed content analysis to explain how the tourist subject is produced in tourism education policy. The research population includes three key policy documents: (1) the Strategic Document for Tourism Development (2019) as the guiding macro-level document, (2) the Undergraduate Tourism Curriculum (2016) as the executive-educational level, and (3) Chapter 17 of the Seventh Development Plan (2023) as the binding macro-level document and the most recent policy. Sampling was conducted using purposive sampling. The unit of analysis is the statement, defined as the smallest meaningful

unit containing a judgment, value, or policy recommendation. Data analysis proceeded in three stages: open coding (extracting relevant statements), axial coding (categorizing based on Foucault, Lacan, and Levinas), and selective coding (determining the subject type produced). To enhance credibility, Lincoln and Guba's four criteria were employed.

3. Research Findings

The findings reveal that tourism education policy in Iran reproduces three types of subjects, while one type is completely absent: **The Accumulative Subject**: Economic logic dominates all three documents. In the Strategic Document, statements such as "reducing dependence on oil revenues," "increasing the share of tourism services in national income," and "job creation and foreign exchange earnings" demonstrate the production of this subject. In the curriculum, courses such as Tourism Economics, Marketing Management, Entrepreneurship, and Accounting Principles explicitly target this type. In the Seventh Development Plan, quantitative targeting of 7.3 million tourist arrivals and tax/customs exemptions demonstrate the absolute dominance of economic accumulation logic. **The Spectacular Subject**: In the Strategic Document, statements such as "improving Iran's mental image," "national branding," and "producing and broadcasting films and documentaries" point to the production of this subject. However, in the undergraduate curriculum, this dimension is largely neglected, with only one course addressing it. In the Seventh Development Plan, this subject is completely eliminated. **The Reflective Subject**: In the Strategic Document, statements such as "training and educating research-oriented, committed, and creative human resources" and "revising curricula" refer to this subject. The 2016 curriculum strengthened this type by adding courses such as History of Culture, Islamic Art and Civilization, Anthropology, and Etiquette of Travel in Islam. However, the Seventh Development Plan contains no direct reference to education and human resource development. **The Self-Openness to the Other Subject—Completely Absent**: This subject type, formulated based on Levinas's philosophy and relying on concepts of "the Face of the Other" and

"infinite responsibility," is not meaningfully present in any document. Limited references to the "Charter of Tourism Ethics" reduce ethics to a mere code, and "community-based development" views local communities as tools for development rather than as ethical Others. There is no compulsory course titled "Tourism Ethics" in the curriculum, and the Seventh Development Plan contains no reference to this subject.

Key Finding: A comparative analysis reveals that the Seventh Development Plan, as the most recent and binding document, has distanced itself from the diversity of the Strategic Document and regressed toward pure economic accumulation. Furthermore, all three documents share a complete absence of the Ethical Subject.

4. Conclusion

This research has demonstrated that tourism education policy in Iran cannot be regarded merely as a process of transferring specialized knowledge. Policy documents at three different levels shape specific types of "tourist subjects" through concepts, values, and priorities. The most significant finding is the fundamental inconsistency among the three documents: the Strategic Document includes relative diversity of subjects; the curriculum has followed a third path (strengthening the identity-knowledge subject); and the Seventh Development Plan has reverted to pure economic accumulation. This inconsistency indicates no effective coordination mechanism exists among the Ministry of Science, the Ministry of Cultural Heritage, and the Budget and Planning Organization. Despite these differences, there is a significant commonality across all levels: the complete absence of the Self-Openness to the Other Subject. From a Levinasian perspective, this demonstrates that Iran's tourism policy system is structurally alienated from the ethics of encounter, with all concepts organized around the "Self" (national, economic, image, and identity selves). The originality of this research lies in the first systematic integration of Foucault, Lacan, and Levinas in analyzing Iranian tourism policy; the identification of four subject types; and a comparative analysis of three documents at three policy levels. Research limitations include the focus on only three policy documents without

examining implementation in practice. Future research could conduct ethnographic studies in tourism classrooms, analyze educator and student perspectives, and compare Iranian tourism education policy with that of other countries using the same framework.

Funding

There is no funding support.

Authors' Contribution

Author contributed equally to the conceptualization and writing of the article. The author approved the content of the manuscript and agreed on all aspects of the work.

Conflict of Interest

Author declared no conflict of interest.

Acknowledgments

I am grateful to all the persons for scientific consulting in this paper.



علمی پژوهشی

بازاندیشی فلسفی در سیاست‌گذاری آموزش گردشگری در ایران: تحلیل گفتمانی تولید سوژه گردشگر

حجت صفار حیدری^{*} 

^۱ دانشجویار، فلسفه تعلیم و تربیت گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران. (h.saffar@umz.ac.ir)



© نویسنده‌گان

ناشر: دانشگاه مازندران



[10.22080/JTPD.2026.32210.4115](https://doi.org/10.22080/JTPD.2026.32210.4115)

چکیده

زمینه و هدف: آموزش گردشگری در ایران عمدتاً به‌عنوان فرآیندی فنی-مهارتی تلقی می‌شود. این پژوهش با نقد این رویکرد، استدلال می‌کند که آموزش گردشگری در سطحی عمیق‌تر به تولید «نوع خاصی از سوژه گردشگر» منجر می‌شود. هدف پژوهش، تحلیل چگونگی تولید سوژه گردشگر در سیاست‌گذاری آموزش گردشگری ایران بر اساس چارچوب تلفیقی فوکو، لاکان و لویناس است. **روش‌شناسی:** پژوهش کیفی با روش تحلیل اسناد و تحلیل محتوای جهت‌دار انجام شد. جامعه آماری شامل سه سند کلیدی است: سند راهبردی توسعه گردشگری (۱۳۹۹)، برنامه درسی کارشناسی گردشگری (۱۳۹۵) و فصل ۱۷ برنامه هفتم توسعه (۱۴۰۲). نمونه‌گیری به‌صورت هدفمند انجام شد و داده‌ها در سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی تحلیل گردیدند. **یافته‌ها:** سیاست‌های موجود سه نوع سوژه را بازتولید می‌کنند: سوژه انباشتی سوژه نمایشی و سوژه تأملی. این سه نوع سوژه نوعی خودمحوری را در تجربه گردشگری بازتاب می‌دهند. در مقابل، سوژه گشوده به سوی دیگری مبتنی بر فلسفه لویناس در هیچ‌یک از اسناد حضور ندارد و به‌عنوان بدیلی نظری پیشنهاد می‌شود. **نتیجه‌گیری و پیشنهادات:** نظام سیاست‌گذاری گردشگری ایران به‌طور ساختاری با اخلاق مواجهه بیگانه است. پیشنهاد می‌شود برنامه توسعه از این منظر مورد بازبینی قرار گیرد و به «اخلاق مواجهه در گردشگری» توجه بیشتری شود، همچنین لازم است درس اجباری «گردشگری به‌مثابه مواجهه اخلاقی» به برنامه درسی افزوده گردد، و شاخص‌های غیراقتصادی نیز برای سنجش موفقیت گردشگری تدوین شوند. **نوآوری و اصالت:** این پژوهش برای نخستین بار با تلفیق نظام‌مند آرای فوکو، لاکان و لویناس به تحلیل سیاست‌گذاری آموزش گردشگری ایران پرداخته و چهار نوع سوژه را شناسایی کرده است.

تاریخ دریافت:

۳ تیر ۱۴۰۴

تاریخ پذیرش:

۲۲ مرداد ۱۴۰۵

تاریخ انتشار:

۱ مهر ۱۴۰۵

کلیدواژه‌ها:

سیاست‌گذاری، آموزش، گردشگری، سوژه، گفتمان.

^{*} نویسنده مسئول: حجت صفار حیدری

آدرس: دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران.

ایمیل: h.saffar@umz.ac.ir

تلفن: ۰۹۱۱۳۱۲۰۵۱۵

۱. مقدمه

می‌کند. از این منظر، پرسش بنیادین آن این نیست که «چه مهارت‌هایی باید آموزش داده شود؟»، بلکه «چه نوع انسانی از طریق این آموزش‌ها تولید می‌شود؟» است. کیتون (۲۰۱۲) و دیگر صاحب‌نظران (Tribe & Ateljevic et al., 2012; Liburd, 2016) بر ضرورت گنجاندن دروس فلسفی و اخلاقی در برنامه‌های درسی و نیز «چرخش انتقادی» در مطالعات گردشگری را امری لازم دانسته‌اند. علی‌رغم گسترش کمی برنامه‌های آموزش گردشگری در ایران در سال‌های اخیر، این پرسش بنیادین همچنان بی‌پاسخ مانده است که: سیاست‌گذاری آموزش گردشگری در ایران، چه نوع سوژه‌ای از گردشگر را تولید می‌کند و این تولید بر پایه چه منطق گفتمانی‌ای شکل می‌گیرد؟ این پرسش بویژه از این جهت مهم است که شناخت نوع سوژه‌ای که نظام آموزشی گردشگری ایران تولید می‌کند، برای سیاست‌گذاران، برنامه‌ریزان درسی و مدرسان این حوزه حیاتی است. اگر نشان داده شود که نظام آموزشی کنونی عمدتاً «سوژه مصرف‌کننده» یا «سوژه انباشتگر» را تولید می‌کند، آنگاه بازنگری در اهداف، محتوا و روش‌های آموزشی ضروری خواهد بود (Bianchi, 2018; Dredge & Jenkins, 2007). بر این اساس پرسش اصلی پژوهش را می‌توان این چنین صورت‌بندی کرد: سیاست‌گذاری آموزش گردشگری در ایران چه نوع سوژه گردشگری تولید می‌کند؟ با سه پرسش فرعی زیر می‌توان پرسش فوق را دقیق‌تر بیان نمود: ۱. بر اساس اسناد سیاستی و برنامه‌های درسی، چند الگوی اصلی از سوژه گردشگر قابل بازشناخت است؟ ۲. هر یک از این الگوها با کدام یک از سنت‌های نظری (قدرت/دانش در فوکو، تصویر/میل در لاکان، اخلاق/دیگری در لویناس) قابل تحلیل است؟ ۳. کدام نوع سوژه در سیاست‌های موجود غایب است و این غایب چه پیامدی برای توسعه گردشگری در ایران دارد؟

گردشگری در ایران طی دو دهه گذشته به‌عنوان یکی از محورهای مهم توسعه اقتصادی، اشتغال‌زایی و دیپلماسی فرهنگی مورد توجه سیاست‌گذاران قرار گرفته است. بر اساس آمارهای رسمی، صنعت گردشگری در برنامه‌های پنجم، ششم و هفتم توسعه به عنوان یکی از پیشران‌های اقتصاد مقاومتی معرفی شده و اهداف کمی مشخصی برای جذب گردشگران خارجی تعیین گردیده است. در این چارچوب، آموزش گردشگری نقشی کلیدی در تربیت نیروی انسانی متخصص، استانداردسازی خدمات و ارتقای تجربه گردشگر ایفا می‌کند (Airey et al., 2017; Airey, 2015). با این حال، بخش عمده‌ای از ادبیات موجود در حوزه آموزش گردشگری، چه در سطح جهانی و چه در ایران، عمدتاً بر رویکردهای فنی و مهارتی - یعنی انتقال دانش تخصصی، تقویت مهارت‌های عملی و افزایش توانایی‌های حرفه‌ای فارغ‌التحصیلان - متمرکز است. هدف اصلی چنین رویکردی، «بهبود عملکرد» و «افزایش رضایت» گردشگر است. آیکورو، و همکاران (۲۰۰۹) نشان می‌دهند که رویکردهای نئولیبرالی در آموزش گردشگری، دانشجوی را به‌عنوان «مصرف‌کننده» بازتعریف می‌کنند. ترایب (۲۰۰۸) استدلال می‌کند که آموزش گردشگری باید فراتر از مهارت‌های فنی رفته و به ابعاد زیبایی‌شناختی و انتقادی نیز بپردازد. بر این اساس مقاله حاضر نیز آموزش گردشگری را چیزی فراتر از انتقال دانش یا مهارت، یعنی تولید «نوع خاصی از سوژه گردشگر» می‌داند. سوژه‌ای که از طریق نظام‌های آموزشی، گفتمان‌های سیاستی و برنامه‌های درسی، ظهور قالب‌هایی از بودن، دیدن، دانستن و مواجهه با دیگری در او ممکن یا ناممکن می‌شود (Urry, 2011; Hannam & Knox, 2010). این رویکرد که ریشه در اندیشه‌های فلسفی-اجتماعی دارد، آموزش را نه به‌مثابه یک فرآیند خنثی و فنی، بلکه به‌مثابه دستگاهی گفتمانی تحلیل می‌کند که سوژه‌های خاصی را تولید و سوژه‌های دیگر را حذف

۲. ادبیات پژوهش

۱.۲. مبانی نظری

در این پژوهش سه سنت نظری فلسفی و علوم اجتماعی به مثابه چارچوبی نظری انتخاب شده است تا از این طریق چگونگی



عمل می‌کند. چئونگ و میلر^۶ (۲۰۰۰) در مقاله «قدرت و گردشگری: مشاهده‌ای فوکویی» به طور مستقیم از مفاهیم قدرت/دانش و حکومت‌مندی برای تحلیل روابط قدرت در صنعت گردشگری استفاده کرده‌اند. هالینزهد^۶ (۱۹۹۹) نیز در مقاله «مراقبت از جهان‌های گردشگری: فوکو و چشم قدرت» به کاربرد مفهوم «مراقبت»^۷ فوکو در مطالعات گردشگری پرداخته است. هانام و ناکس^۸ (۲۰۱۰) در درآمدی انتقادی بر گردشگری، نشان می‌دهند که چگونه مفاهیم فوکویی می‌توانند برای درک گردشگری به عنوان شکلی از انضباط و کنترل به کار روند. در آموزش گردشگری کیستی گردشگر، مفید یا نامفید بودن تجربه او، و درستی نوع نگاه او به مکان تعیین می‌کند. از این منظر، گردشگر نه یک «سوژه طبیعی»، بلکه محصول یک رژیم دانایی-قدرت است که از طریق برنامه‌های درسی، سیاست‌های گردشگری و گفتمان‌های توسعه‌ای عمل می‌کند. در نتیجه، می‌توان گفت که آموزش گردشگری بخشی از یک «ماشین تولید سوژه» است که انواع خاصی از گردشگر را ممکن و انواع دیگر را ناممکن می‌کند. در این پژوهش، سوژه‌ای که از طریق منطق فوکویی تولید می‌شود، «سوژه تأملی» نامیده می‌شود؛ سوژه‌ای که خود را از طریق دانش، یادگیری و خودتنظیمی بازسازی می‌کند.

ب. لاکان: سوژه، تصویر و میل در تجربه گردشگری: در نظریه ژاک لاکان، سوژه نه یک موجود کامل و خودبنیاد، بلکه محصول شکاف و فقدان است. لاکان با نقد مفهوم «سوژه خودآگاه» در فلسفه دکارت و اگزیستانسیالیسم، نشان می‌دهد که سوژه همواره با نوعی بیگانگی ساختاری مواجه است. مهم‌ترین مفهوم در این زمینه، «مرحله آینه‌ای»^۹ است. در این مرحله، کودک بین شش تا هجده ماهگی خود را در آینه بازمی‌شناسد. اما این بازشناسی همواره با نوعی بیگانگی همراه است. زیرا تصویری که کودک از خود می‌بیند، هم خود اوست (چون حرکت می‌کند و کودک آن را به خود نسبت می‌دهد) و هم چیزی فراتر و بیگانه از او (چون کامل‌تر، هماهنگ‌تر و یکپارچه‌تر از احساس درونی کودک است) (Lacan, 2006). این شکاف میان «خود درونی» (که احساس می‌کند) و «خود تصویری» (که می‌بیند) منبع میل و

شکل‌گیری سوژه گردشگر از طریق آموزش‌های گردشگری تحلیل شود: (۱) نظریه نسبت قدرت و سوژه در اندیشه میشل فوکو^۱، (۲) نظریه نسبت میل و سوژه در روان‌کاوی ژاک لاکان^۲، و (۳) فلسفه اخلاقی دیگری در اندیشه امانوئل لویناس^۳. به نظر پژوهش‌گر، این سه نظریه یا رویکرد، امکان فهمی چندلایه از سوژه گردشگر را فراهم می‌کند. هدف این بخش، نه صرفاً شرح این نظریه‌ها، بلکه نشان دادن این نکته است که چگونه آموزش گردشگری به عنوان یک «دستگاه گفتمانی» می‌تواند سوژه‌های خاصی از گردشگر را تولید کند. در ادامه خواهیم کوشید تا تصویری مختصر از رویکرد فلسفی این سه فیلسوف را ترسیم کنیم و سپس ارتباط هر یک را با تحلیل آموزش گردشگری نشان دهیم.

الف. فوکو: قدرت، دانش و تولید سوژه گردشگر: در اندیشه تبارشناختی میشل فوکو، قدرت اهمیت محوری دارد. در نزد او قدرت نه صرفاً سرکوبگر، بلکه تولیدکننده است. قدرت از طریق شبکه‌ای از نهادها، گفتمان‌ها و تکنیک‌ها عمل می‌کند و سوژه‌هایی خاص را ممکن می‌سازد (Foucault, 1980). برخلاف نظریه‌های سنتی قدرت که آن را عمدتاً از بالا به پایین و در قالب سرکوب و منع تحلیل می‌کنند، فوکو نشان می‌دهد که قدرت در سطوح خرد، در روابط روزمره، در نهادهای آموزشی، در گفتمان‌های علمی و در تکنیک‌های بدنی عمل می‌کند. یکی از دیگر مفاهیم کلیدی در این زمینه، مفهوم «حکومت‌مندی»^۴ است. حکومت‌مندی به مجموعه‌ای از تکنیک‌ها و عقلانیت‌هایی اشاره دارد که از طریق آن‌ها رفتار افراد هدایت می‌شود بدون آنکه الزاماً از طریق اجبار مستقیم باشد (Foucault, 1991). در نظام‌های حکومت‌مندی، افراد خود رفتار خود را بر اساس هنجارهایی که درونی ساخته‌اند، تنظیم می‌کنند. این همان چیزی است که فوکو «تکنولوژی‌های خود» می‌نامد. در این چارچوب، آموزش به عنوان یکی از ابزارهای اصلی حکومت‌مندی عمل می‌کند. آموزش نه تنها دانش منتقل می‌کند، بلکه چه دانشی دانستنی است، چگونه باید به آن نگاه کرد، و متناسب با آن چه رفتاری باید نشان داد را نیز تعیین می‌کند. فوکو (۲۰۰۷) در درس‌گفتارهای «امنیت، سرزمین، جمعیت» به طور مفصل به سازوکارهای حکومت‌مندیدر جوامع مدرن پرداخته است. در حوزه گردشگری، این امر به شکل خاصی

⁶ Hollinshead

⁷ surveillance

⁸ Hannam & Knox

⁹ mirror stage

¹ Foucault

² Lacan

³ (Levinas

⁴ governmentality

⁵ Cheong & Miller

گردشگری نه تنها مهارت تولید می‌کند، بلکه «اقتصاد نگاه» را نیز بازتولید می‌کند. در این پژوهش، سوژه‌ای که از طریق منطق لاکانی تولید می‌شود، «سوژه نمایشی» نامیده می‌شود؛ سوژه‌ای که هویت گردشگری خود را از طریق نمایش، تصویر و تأیید بیرونی می‌سازد.

ج. لویناس: اخلاق دیگری و امکان تجربه غیرابزاری: در مقابل دو رویکرد پیشین، امانوئل لویناس بر اخلاق «دیگری» تأکید می‌کند. لویناس با نقد بنیادین سنت فلسفه غرب – که به باور او همواره دیگری را به «همان»^۵ تقلیل داده است – نظریه‌ای ارائه می‌دهد که در آن دیگری اصالت اخلاقی دارد. در اندیشه لویناس، سوژه نه در خود، بلکه در مواجهه با دیگری شکل می‌گیرد. این مواجهه پیش از هرگونه شناخت یا طبقه‌بندی، یک رابطه اخلاقی است (Levinas, 1969). مواجهه با «چهره»^۶ دیگری امری است که در آن دیگری خود را به ما نشان می‌دهد، اما این ظهور، همواره با نوعی آسیب‌پذیری همراه است. چهره دیگری «مرا» به مسئولیت فرا می‌خواند. مهم‌ترین ویژگی این مواجهه، نامتناهی بودن مسئولیت در برابر دیگری است. به گفته لویناس، هرچه بیشتر به دیگری پاسخ دهیم، مسئولیت ما بیشتر می‌شود. این مسئولیت، «غیرقابل تقابل»^۷ است؛ یعنی به پاسخ دیگری مشروط نیست (Levinas, 1998). من بدون آنکه منتظر پاسخ دیگری باشم، در برابر او مسئولم. لویناس با نقد فلسفه‌های مبتنی بر خودمحوری (از دکارت تا هوسرل و هیدگر)، بر این نکته تأکید دارد که دیگری همواره فراتر از فهم و تصاحب ماست. بنابراین، هرگونه تلاش برای تبدیل دیگری به «ابژه شناخت» یا «ابزار تجربه» نوعی خشونت معرفتی محسوب می‌شود. در زمینه گردشگری، این نگاه اهمیت زیادی دارد. بسیاری از سیاست‌های گردشگری، مکان‌ها، فرهنگ‌ها و جوامع محلی را به «منابع تجربه» تبدیل می‌کنند. وضعیتی که در آن مقصد به کالا، فرهنگ به تجربه مصرفی و دیگری به ابژه مشاهده تبدیل می‌شود. هوکرت (۲۰۱۸)^۸ با بهره‌گیری از مفاهیم لویناس، نشان می‌دهد که گردشگری نه به مثابه یک صنعت، بلکه به مثابه یک مواجهه اخلاقی قابل تحلیل است و نظام‌های آموزشی و سیاست‌های گردشگری عمدتاً از این بعد اخلاقی غافل بوده‌اند.

جستجوی همیشگی برای تمامیت است. سوژه همواره در تلاش است تا آن شکاف را پر کند، اما این شکاف هرگز پر نمی‌شود. از این رو، میل همواره میل به دیگری بازنمایی شده است. در زمینه گردشگری، این نظریه اهمیت ویژه‌ای پیدا می‌کند. تجربه گردشگری در جهان معاصر به شدت تصویری شده است. گردشگر نه تنها تجربه می‌کند، بلکه خود را در عکس‌ها می‌بیند، تجربه را ثبت می‌کند (فیلم، عکس، یادداشت)، و آن را به بازنمایی تبدیل می‌کند (به اشتراک‌گذاری در شبکه‌های اجتماعی). در اینجا، سوژه گردشگر از طریق تصویر شکل می‌گیرد، نه صرفاً از طریق تجربه مستقیم. از منظر لاکان، نگاه^۱ دیگر متعلق به سوژه نیست؛ بلکه سوژه در میدان نگاه دیگری شکل می‌گیرد (Lacan, 1998). در گردشگری، این نگاه می‌تواند نگاه گردشگران دیگر، نگاه رسانه‌ها، نگاه جامعه میزبان، یا حتی نگاه دوربین باشد. نادسن و همکاران^۲ (۲۰۱۶) در مقاله «توهم اصالت: گشت‌وگذار با لاکان» نشان می‌دهند که جست‌وجوی «اصالت» در گردشگری در واقع نوعی خیال‌پردازی است که فقدان بنیادین سوژه را می‌پوشاند. هوانگ و لی^۳ (۲۰۱۰) در مقاله «نگاه گردشگر در مستندهای سفر: مطالعه موردی تورهای آدم‌خوار» به تحلیل مفهوم «نگاه» در گردشگری از منظر دو چارچوب فوکویی و لاکانی پرداخته و نشان می‌دهند که نگاه گردشگر نه تنها یک کنش دیدن، بلکه فرآیندی روان‌کاوانه در میدان «دیگری بزرگ» استی کینگزبوری^۴ (2010) ارزش بالقوه‌ی روان‌کاوی لاکانی را به عنوان یک روش‌شناسی کیفی در جغرافیای انسانی و مطالعات گردشگری به تصویر می‌کشد و نشان می‌دهد که مفهوم «ابژه‌ی میل در تعاملات بین گردشگران و کارکنان هتل‌ها قابل مشاهده است. بنابراین گردشگری را می‌توان به عنوان صحنه‌ای از میل دیده شود که در آن فرد تلاش می‌کند خود را در تصویر مقصد، در تجربه فرهنگی یا در روایت سفر بازسازی کند.

در این چارچوب، آموزش گردشگری نیز به تولید «سوژه تصویری» کمک می‌کند؛ سوژه‌ای که یاد می‌گیرد تجربه خود را قابل نمایش کند (چه چیزهایی ارزش دیده شدن دارند)، قابل ثبت کند (چگونه تجربه را مستندسازی کند)، و قابل به اشتراک‌گذاری سازد (چگونه تجربه را برای دیگران بازنمایی کند). بنابراین، آموزش

^۵ (the Same^۶ The face^۷ non-reciprocal^۸ Höckert^۱ the gaze^۲ Knudsen et al^۳ Huang & Lee^۴ Kingsbury



سوی دیگری صورت‌بندی شده است؛ سوژه‌ای که در آن مرکزیت خود تضعیف شده و تجربه به رابطه‌ای اخلاقی با دیگری تبدیل می‌شود. جدول شماره ۱ ارتباط میان چارچوب نظری، نوع آموزش و سوژه تولید شده را نمایش می‌دهد.

اما در چارچوب تفکر لویناسی، امکان نوع دیگری از گردشگری مطرح می‌شود، **گردشگری به‌مثابه مواجهه اخلاقی با دیگری**. در اینجا، سوژه گردشگر نه مصرف‌کننده تجربه، بلکه فردی است که در برابر دیگری مسئول است. این نوع سوژه، همان چیزی است که در مدل این پژوهش به‌عنوان **«سوژه گشوده به**

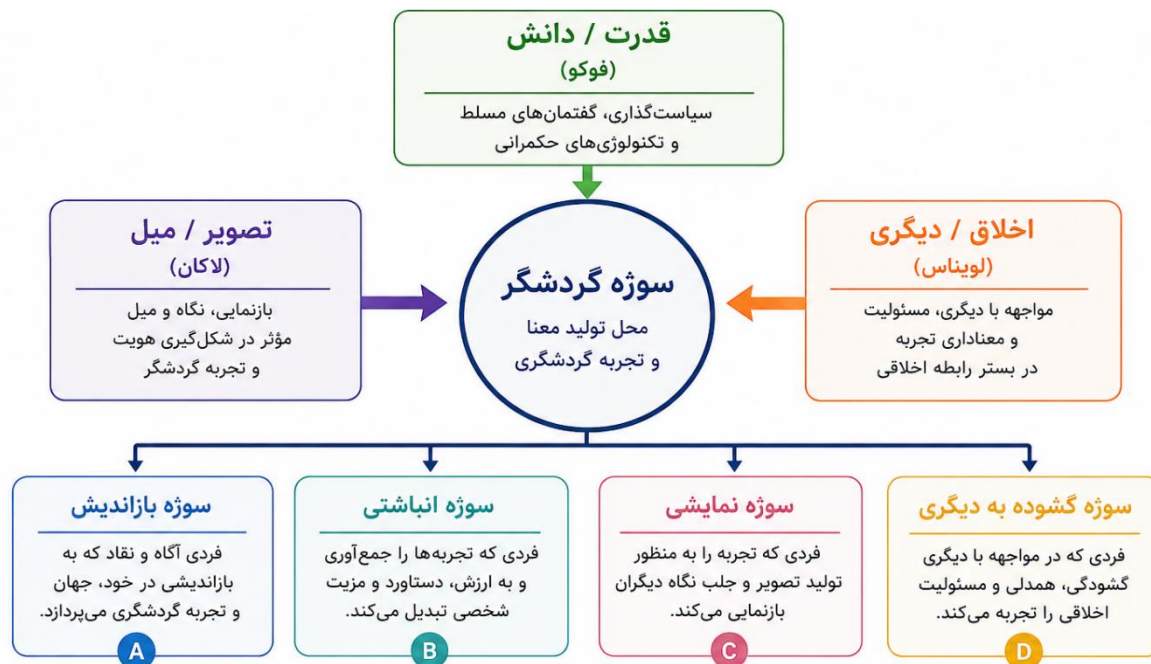
جدول ۱. نمایش چارچوب نظری، نوع آموزش و سوژه تولید شده

ردیف	فیلسوف مرجع	سازوکار سوژه‌سازی	پرسش محوری	نوع سوژه
۱	فوکو	حکومت‌مندی، تکنولوژی‌های خود، گفت‌وگو	چگونه آموزش از طریق دانش و هنجارها سوژه می‌سازد؟	سوژه‌ای تأملی
۲		انباشت، بهره‌وری، محاسبه‌پذیری	چگونه منطق اقتصادی از طریق آموزش هدایت می‌شود؟	سوژه‌ای انباشتی
۳	لاکان	مرحله‌ی آینه‌ای، نگاه، میل به دیگری	چگونه تصویر و بازنمایی سوژه را شکل می‌دهد؟	سوژه‌ای نمایشی
۴	لویناس	چهره‌ی دیگری، مسئولیت نامتناهی، نقد خودمحوری	چگونه مواجهه با دیگری امکان تجربه‌ی غیرابزاری را فراهم می‌کند؟	سوژه‌ای اخلاقی

به‌عنوان یک میدان مرکزی در تولید سوژه گردشگر تحلیل کرد؛ میدانی که در آن سیاست‌گذاری، برنامه درسی و گفت‌وگو توسعه به‌طور هم‌زمان عمل می‌کنند. این چگونگی را می‌توان در مدل مفهومی زیر مشاهده نمود.

جدول ۱ نشان می‌دهد که گردشگری در کنار فعالیت اقتصادی و فرهنگی یک **"دستگاه تولید سوژه"** نیز هست. از یک سو **قدرت** تعیین می‌کند چه چیزی را تجربه کنیم، **تصویر** تعیین می‌کند چگونه دیده شویم، و **اخلاق** تعیین می‌کند چگونه با دیگری مواجه شویم. از این‌روست که آموزش گردشگری را می‌توان

شکل ۱. مدل مفهومی گونه‌های سوژه گردشگر در سیاست‌گذاری آموزش گردشگری



۲.۲. پیشینه پژوهش

کم‌توجهی به ابعاد فرهنگی و اجتماعی رنج می‌برد، اما پژوهش آن‌ها نیز از چارچوب فلسفی-انتقادی بهره نمی‌برد. زنده‌گل (۲۰۱۸) نیز در «مجموعه قوانین و مقررات میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری» به مستندسازی چارچوب قانونی گردشگری ایران پرداخته‌اند. اما این مطالعات عمدتاً به جنبه‌های توصیفی و تحلیلی-مدیریتی محدود شده‌اند. ایمانی خشخو و داغستانی (۲۰۱۵) در کتاب «برنامه‌ریزی توسعه گردشگری، رویکردی راهبردی» به تحلیل سند راهبردی توسعه گردشگری پرداخته‌اند. ضرغام بروجنی (۲۰۱۲، ۲۰۱۳) در کتاب «برنامه‌ریزی توسعه گردشگری» به بررسی الگوهای برنامه‌ریزی پرداخته است. این مطالعه نیز فاقد رویکرد انتقادی و فلسفی است و به «تولید سوژه» توجهی ندارند کاظمی (۲۰۰۶) در کتاب «مدیریت گردشگری» به اصول و مبانی مدیریت در صنعت گردشگری پرداخته و عمدتاً رویکردی فنی-مدیریتی دارد.

پژوهش‌های خارجی: در حوزه گردشگری با رویکرد انتقادی و فلسفی، نسبت به مطالعات داخلی، پیشینه طولانی‌تری وجود دارد. این مطالعات را می‌توان به چند دسته تقسیم کرد:

علی‌رغم آنکه در دو دهه اخیر در حوزه‌های گوناگون گردشگری پژوهش‌های متعددی انجام شده است، اما متأسفانه از زاویه‌ای که این پژوهش به سیاست‌گذاری آموزش گردشگری می‌نگرد - یعنی ، رویکرد فلسفی-انتقادی و با تمرکز بر تولید سوژه - پیشینه پژوهش در خوری در ایران یافت نگردید. با این حال می‌توان به موارد محدودی از پژوهش‌ها در ارتباط با پژوهش حاضر اشاره کرد.

پژوهش‌های داخلی :

رنجبرمطلق (۲۰۲۵) در مقاله «انطباق آموزش عالی گردشگری با اهداف توسعه گردشگری: تمرکز بر برنامه کارشناسی گردشگری در ایران» به تحلیل شکاف میان برنامه درسی ۱۳۹۵ و اهداف توسعه پرداخته است. یافته‌های او نشان می‌دهد که برنامه درسی موجود از نظر مهارت‌های تصمیم‌گیری استراتژیک و آگاهی محیطی با نیازهای بازار کار همخوانی کامل ندارد. با این حال، این پژوهش نیز عمدتاً بر جنبه‌های فنی-مهارتی متمرکز است و به ابعاد فلسفی و انتقادی توجهی ندارد. موسوی و رجبی (۲۰۲۵) در مطالعه‌ای با عنوان «آسیب‌شناسی آموزش گردشگری در اسناد بالادستی و برنامه‌های توسعه جمهوری اسلامی ایران» به تحلیل محتوای اسناد سیاستی پرداخته و دریافتند که آموزش گردشگری در ایران از



«دیگری بزرگ» است. کینگزبوری (۲۰۱۰) ارزش بالقوه روان‌کاوی لاکانی را به عنوان یک روش‌شناسی کیفی در جغرافیای انسانی و مطالعات گردشگری به تصویر می‌کشد. کینگزبوری با استفاده از مطالعه موردی خود در مورد گردشگری جامائیکا، نشان می‌دهد که چگونه مفهوم «بژه میل»^۸ در تعاملات بین گردشگران و کارکنان هتل‌ها قابل مشاهده است. او توضیح می‌دهد که جذابیت پایدار گردشگری را می‌توان از طریق چگونگی تحقق «بژه میل» در فعالیت‌های خدماتی و سرگرمی درک کرد.

ج) *مطالعات لویناسی* در گردشگری: کاربرد فلسفه لویناس در مطالعات گردشگری، نسبت به دو رویکرد دیگر، جدیدتر و محدودتر است. مهم‌ترین منبع در این زمینه، کتاب هوکرت (۲۰۱۸) با عنوان «اخلاق مهمان‌نوازی: گردشگری و مواجهه با دیگری» است. هوکرت با بهره‌گیری از مفاهیم لویناس، نشان می‌دهد که گردشگری نه به مثابه یک صنعت، بلکه به مثابه یک مواجهه اخلاقی قابل تحلیل است. او استدلال می‌کند که نظام‌های آموزشی و سیاست‌های گردشگری عمدتاً از این بعد اخلاقی غافل بوده‌اند.

د) *چرخش انتقادی در مطالعات گردشگری*: بیانکی^۹ (۲۰۱۸) در مقاله «اقتصاد سیاسی توسعه گردشگری: مروری انتقادی» استدلال می‌کند که سیاست‌های گردشگری اغلب به نفع دستورکارهای نئولیبرالی عمل می‌کنند. ترایب و لیپورد (۲۰۱۶) نیز بر «چرخش انتقادی» در مطالعات گردشگری تأکید کرده‌اند. اسکات و جعفری^{۱۰} (۲۰۱۴) با مطالعه گردشگری در جهان اسلام به نکاتی اشاره کرده‌اند که برای وضعیت گردشگری در ایران اهمیت ویژه‌ای دارد. درج و جنکینز^{۱۱} (۲۰۰۷) در کتاب «برنامه‌ریزی و سیاست گردشگری» به بررسی ابعاد مختلف سیاست‌گذاری گردشگری پرداخته‌اند. ادنسون^{۱۲} (۲۰۰۰) در مقاله «صحنه‌آرایی گردشگری: گردشگران به عنوان اجراگر» نشان می‌دهد که گردشگران نه مصرف‌کنندگان منفعل، بلکه اجراگران فعالی هستند که تجربه خود را می‌سازند. پریچارد و مورگان^{۱۳} (۲۰۰۰) نیز به بررسی ابعاد جنسیتی و فضایی در گردشگری پرداخته‌اند.

الف) *مطالعات فوکویی* در گردشگری: اولین و مشهورترین کاربرد مفاهیم فوکو در مطالعات گردشگری به اوری^۱ (۲۰۲۲) باز می‌گردد که با الهام از مفهوم «نگاه پزشکی» فوکو، نشان می‌دهد گردشگری نوعی «نگاه» گفتمانی است که از طریق رسانه‌ها، نهادهای اجتماعی و گفتمانهای قدرت شکل می‌گیرد. چئونگ و میلر (۲۰۰۰) در مقاله «قدرت و گردشگری: مشاهده‌ای فوکویی» به طور مستقیم از مفاهیم قدرت/دانش و حکومت‌مندی برای تحلیل روابط قدرت در صنعت گردشگری استفاده کرده‌اند. هالینزهد (۱۹۹۹) نیز در مقاله «مراقبت از جهان‌های گردشگری: فوکو و چشم قدرت» به کاربرد مفهوم «مراقبت»^۲ فوکو در مطالعات گردشگری پرداخته است.

ب) *مطالعات لاکانی* در گردشگری: در مورد پژوهش خارجی که از نظریه لاکان تأثیر پذیرفته‌اند شماری از آنها قابل ملاحظه‌اند. به عنوان نمونه نادسن و همکاران (۲۰۱۶) در مقاله «توهم اصالت: گشت‌وگذار با لاکان» یکی از مهم‌ترین و مستقیم‌ترین کاربردهای روان‌کاوی لاکانی در گردشگری را ارائه داده‌اند. استدلال اصلی این است که «اصالت»^۳ در گردشگری یک «خیال‌پردازی»^۴ است، نه یک ویژگی عینی یا تجربه‌ای قابل‌دستیابی. نویسندگان با تکیه بر مفهوم «فقدان» و «میل» در نظریه لاکان، نشان می‌دهند که گردشگران نه به دنبال اصالت واقعی، بلکه به دنبال تحقق داستانی (سناریویی) هستند که فقدان بنیادین زندگی مدرن را معنا می‌بخشد. این دیدگاه، نقدی جدی بر مفاهیم رایج «اصالت وجودی» در مطالعات گردشگری وارد می‌کند و نشان می‌دهد که جست‌وجوی اصالت، فرآیندی پایان‌ناپذیر است. هوانگ و لی (۲۰۱۰) به طور مشخص به تحلیل مفهوم «نگاه» در گردشگری از منظر دو چارچوب فوکویی و لاکانی می‌پردازند. نویسندگان با مطالعه مستند *Cannibal Tours*، پیچیدگی‌های نگاه گردشگر، نگاه جامعه میزبان و «نگاه دوم»^۵ را بررسی می‌کنند. در بخش لاکانی مقاله، بر مفاهیمی چون «فقدان»^۶ به عنوان منشأ میل و «نظم نمادین»^۷ تأکید شده است و نشان داده می‌شود که نگاه گردشگر نه تنها یک کنش دیدن، بلکه فرآیندی روان‌کاوانه در میدان

^۸ objet petit a

^۹ Bianchi

^{۱۰} Scott & Jafari

^{۱۱} Dredge & Jenkins

^{۱۲} Edensor

^{۱۳} Pritchard & Morgan

^۱ Urry

^۲ surveillance

^۳ Authenticity

^۴ Fantasy

^۵ second gaze

^۶ lack

^۷ Symbolic Order

را به عنوان واحد تحلیل انتخاب نموده است؛ از این رو هر عبارت یا بندی که به نحوی دلالتی درباره اهداف آموزش گردشگری، ویژگی‌های مطلوب دانش‌آموخته، شایستگی‌ها، نسبت آموزش با توسعه، بازنمایی گردشگری یا تعامل با دیگری داشت انتخاب گردید. معیار انتخاب نیز عبارات و متن‌هایی بودند که ظرفیت تفسیر در چارچوب نظری داشتند. در مقاله حاضر تنها نمونه‌های شاخص هر مقوله ارائه شده‌اند. تحلیل داده‌ها در سه مرحله کدگذاری باز (کدگذاری اولیه)، کدگذاری محوری (مقوله‌بندی نظری)، کدگذاری انتخابی (تعیین نوع سوژه) و بطریق دستی انجام شده است. جدول شماره ۲ نمونه‌های شاخص منابع سه‌گانه و فرایند کدگذاری را نشان می‌دهد. برای سنجش اعتبار یافته‌ها، از چهار معیار اعتبارپذیری^۶ (مثلت‌سازی داده‌ها از طریق مقایسه سه سند با یکدیگر و بررسی هم‌پوشانی و تفاوت‌های آنها و بازبینی یافته‌ها)؛ انتقال‌پذیری^۷ (تشریح شفاف زمینه پژوهش شامل معرفی کامل سه سند، ویژگی‌های آنها از نظر نوع سند، سطح، نهاد تصویب‌کننده و بافتار سیاسی-اجرایی هر یک)؛ اتکاپذیری^۸ (مستندسازی کامل فرایند پژوهش شامل ثبت دقیق مراحل کدگذاری، نگهداری دفترچه یادداشت تحلیلی)؛ و تأییدپذیری^۹ (اجتناب از تحمیل تمایل شخصی با استفاده از بازبینی هم‌تا و بررسی مجدد کدها) (Lincoln & Guba, 1985) استفاده شده است. با این حال به منظور افزایش اعتبار تفسیرها، جدول‌های کدگذاری و مقوله‌بندی در اختیار دو تن از خبرگان رشته فلسفه آموزش قرار گرفت. پس از دریافت دیدگاه‌های اصلاحی و بحث درباره موارد اختلاف، نسخه نهایی کدگذاری بازنگری شد.

ه) *مطالعات انتقادی آموزش گردشگری*: تلفر و شارپلی^۱ (۲۰۲۳) در کتاب «برنامه‌ریزی توسعه گردشگری در کشورهای در حال توسعه» به بررسی الگوهای برنامه‌ریزی پرداخته است. این مطالعات اگرچه از نظر محتوایی غنی است، اما فاقد رویکرد انتقادی و فلسفی هستند و به «تولید سوژه» توجهی ندارد. در حوزه آموزش گردشگری، ایری^۲ (۲۰۱۵) از جمله پژوهشگرانی هستند که به نقد رویکردهای فنی-مهارتی پرداخته و بر ضرورت آموزش انتقادی تأکید کرده‌اند. تریپ استدلال می‌کند که آموزش گردشگری نباید صرفاً به تربیت «مدیران اجرایی» محدود شود، بلکه باید به تربیت «اندیشمندان انتقادی» نیز بپردازد. . کیتون (۲۰۱۲) نیز در مقاله «ضرورت فلسفه در آموزش گردشگری» بر اهمیت گنجاندن دروس فلسفی و اخلاقی در برنامه‌های درسی تأکید کرده است. آیکورو^۳، تریپ و ایری (۲۰۰۹) تأثیر نئولیبرالیسم بر آموزش گردشگری را تحلیل کرده و نشان می‌دهند که این گفتمان، دانشجو را به عنوان «مصرف‌کننده» بازتعریف می‌کند. ایری و تریپ (۲۰۰۵) در کتاب راهنمای بین‌المللی آموزش گردشگری، مروری جامع بر چالش‌ها و ظرفیت‌های این حوزه ارائه داده‌اند.

۳. روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، بنیادی و از نظر رویکرد، کیفی است. روش پژوهش تحلیل اسناد مبتنی بر چارچوب نظری^۴ و تحلیل محتوای جهت‌دار^۵ است. انتخاب این روش به این دلیل صورت گرفته است که پژوهش حاضر درصدد تبیین چگونگی تولید سوژه گردشگر در سیاست‌گذاری آموزش گردشگری است و این امر مستلزم تحلیل معانی، گفتمان‌ها و دلالت‌های نهفته در اسناد سیاستی است. جامعه آماری این پژوهش شامل سه سند راهبرد گردشگری (۱۳۹۹)، فصل ۱۷ سند هفتم توسعه ملی ایران (۱۴۰۲) و سرفصل‌های رشته گردشگری کارشناسی مصوب (۱۳۹۵) وزارت علوم است. نمونه‌گیری به صورت هدفمند^۶ انجام شده است و پژوهش‌گر با مطالعه کامل اسناد مذکور، «عبارات و متن سیاسی»

⁶ purposive sampling

⁷ Credibility

⁸ Transferability

⁹ Dependability

¹⁰ Confirmability

¹ Telfer&Sharply

² Airey

³ Ayikoru

⁴ (Theory-driven / Directed Qualitative Content Analysis)

⁵ Directed Content Analysis



جدول ۲: مراحل گدگذاری اسناد بر اساس انتخاب نمونه‌های شاخص

اسناد	نمونه‌ها	کد گذاری اولیه	کدگذاری محوری	کدگذاری انتخابی
برنامه درسی	اقتصاد گردشگری (۹۴۰۳۵)	«ارزش افزوده اقتصادی» ←	: «انباشت اقتصادی»	سوژه انباشتی
	هنر و تمدن اسلامی (۹۴۰۲۸)	خودسازی هویتی-دینی	خودسازی و دانش	تأملی
	«مدیریت بازاریابی و تبلیغات گردشگری»	تصویر مقصد، بازنمایی	اقتصاد نگاه	نمایشی (ضعیف)
	ارتباطات میان فرهنگی گردشگری در کشورهای «اسلامی»	توسعه روابط، وحدت اسلامی	اخلاق دیگری (تقلیل یافته)	غایب
سند راهبردی	کاهش وابستگی به منابع نفتی و بهره‌مندی از «گردشگری به عنوان منبع پایدار»	جایگزینی نفت با گردشگری	انباشت اقتصادی	انباشتی
	«بهبود تصویر ذهنی از ایران در سطح بین‌المللی»	مدیریت تصویر	اقتصاد نگاه	نمایشی
	آموزش و تربیت نیروی انسانی پژوهشگر، متعهد و «خلاق»	تربیت نیروی متخصص	خودسازی حرفه‌ای	تأملی
	«رعایت منشور اخلاق گردشگری»	اخلاق صوری	اخلاق	غایب (تقلیلی)
برنامه هفتم	«هدف‌گذاری ورود گردشگر خارجی (۱۵ میلیون نفر)»	هدف‌گذاری عددی	انباشت اقتصادی	انباشتی
	«واگذاری امور غیرحاکمیتی به تشکلهای حرفه‌ای»	خودتنظیمی صنفی	حکومت‌مندی از راه دور	تأملی (ضعیف)
	هیچ اشاره‌ای به اخلاق گردشگری، مسئولیت در «برابر جامعه میزبان یا مواجهه فرهنگی»	غیاب معنادار	اخلاق دیگری	غایب

۴. یافته‌ها

۱.۴. تحلیل سند راهبردی توسعه گردشگری

سند راهبردی توسعه گردشگری در سال ۱۳۹۹ توسط هیئت وزیران و به پیشنهاد وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی به تصویب رسید. این سند به عنوان بالادست‌ترین سند راهنما در حوزه گردشگری ایران محسوب می‌شود و خطوط کلان سیاستی را مشخص می‌کند. در ادامه به بعضی از عبارات کلیدی از متن سند اشاره می‌شود:

۱. گزاره‌هایی که حول محور منطق اقتصادی قرار دارند

و تولید سوژه انباشتی را نمایش می‌دهند:

- «کاهش وابستگی به منابع نفتی و بهره‌مندی از گردشگری به عنوان منبع پایدار» ص ۲.

- «افزایش سهم خدمات گردشگری از درآمدهای ملی» ص ۳.

- «اشتغال‌زایی، ارزآوری و درآمدزایی» ص ۳.
- «بهبود فضای کسب و کار و افزایش اشتغال کارآمد با تأکید بر جوامع محلی، جوانان و زنان» ص ۳.

۲. گزاره‌هایی که حول محور منطق تصویر قرار دارند و تولید سوژه نمایشی را بازتاب می‌دهند:

- «بهبود تصویر ذهنی از ایران در سطح بین‌المللی» ص ۵
- «ایجاد و ترویج تصویر ذهنی مثبت از ایران در کشورهای بازار هدف» ص ۶.
- «تهیه و پخش فیلم و مستندهای مرتبط با گردشگری» ص ۸.

- «معرفی کشور به عنوان مقصد گردشگری» ص ۸.
- ۳. گزاره‌هایی که حول محور منطق دانش قرار دارند و تولید سوژه تأملی را بازتاب می‌دهند:
- «آموزش و تربیت نیروی انسانی پژوهشگر، متعهد و خلاق» ص ۹.
- «بازبینی سرفصل‌های رشته‌های گردشگری متناسب با نیازهای بخش» ص ۱۰.
- ۴. گزاره‌هایی که مرتبط با اخلاق (دیگری) هستند اما نمایش ضعیف و حاشیه‌ای را از اخلاق به معنای گشودگی عرضه می‌کنند:
- «رعایت منشور اخلاق گردشگری» ص ۳. در این جا اخلاق به کد اجرایی تقلیل یافته است.
- «تأکید بر الگوی توسعه گردشگری جامعه‌محور» ص ۳. در این گزاره جامعه محلی به عنوان منبع توسعه دیده می‌شود، نه به عنوان دیگری اخلاقی.

جدول ۳: کدگذاری نمونه‌های شاخص سند راهبردی توسعه گردشگری ۱۳۹۹

ردیف	چارچوب نظری	کد اولیه	مقوله محوری	شواهد مستقیم	نوع سوژه
۱	فوکو	جایگزینی نفت با گردشگری	انباشت اقتصادی	کاهش وابستگی به منابع نفتی	انباشتی
۲		درآمدزایی ملی	انباشت اقتصادی	افزایش سهم از درآمدهای ملی	انباشتی
۳		محاسبه‌پذیری سفر	انباشت اقتصادی	اشتغال‌زایی، ارزآوری، درآمدزایی	انباشتی
۴		تربیت نیروی متخصص	خودسازی حرفه‌ای	آموزش و تربیت نیروی انسانی	تأملی
۵		استانداردسازی آموزشی	حکومت‌مندی آموزشی	بازبینی سرفصل‌ها	تأملی
۶	لاکان	مدیریت تصویر	اقتصاد نگاه	بهبود تصویر ذهنی از ایران	نمایشی
۷		برندسازی ملی	اقتصاد نگاه	ایجاد تصویر مثبت در بازارهای هدف	نمایشی
۸		رسانه‌ای شدن تجربه	اقتصاد نگاه	تهیه و پخش فیلم و مستند	نمایشی
۹		مقصد به مثابه کالای بصری	اقتصاد نگاه	معرفی کشور به عنوان مقصد	نمایشی
۱۰	لوییناس (تقلیل یافته)	اخلاق صوری	کدگذاری اخلاق	رعایت منشور اخلاق گردشگری	انباشتی (اخلاق به کد اجرایی تقلیل یافته)
۱۲		جامعه محلی به عنوان ابزار	توسعه ابزاری	تأکید بر توسعه جامعه‌محور	تأملی (ابزاری)



۲. دروسی که سوژه تأملی تولید می کنند: تاریخ فرهنگ (۹۴۰۲۷)، هنر و تمدن اسلامی (۹۴۰۲۸)، مردم شناسی (۹۴۰۳۳)، شناخت ملل (۹۴۰۲۴)، آداب سفر در اسلام (۹۴۰۴۵)، گردشگری شهری (۹۴۰۴۲)، گردشگری روستایی (۹۴۰۴۴). در این دروس به ترتیب هدف افزایش آگاهی و دانش دانشجویان دارای اهمیت است. این دانش و آگاهی شامل: دانش فرهنگی برای خودسازی حرفه ای، هویت سازی دینی- ملی، شناخت دیگری اما از فاصله، دانش تطبیقی برای تعامل بهتر، هنجارهای دینی برای سفر است.

۳. دروسی که سوژه نمایشی تولید می کند. در بررسی برنامه درسی به تولید سوژه نمایشی چندان توجهی نشده است. تنها یک درس در این مقوله قرار می گیرد: مدیریت بازاریابی و تبلیغات گردشگری با کد درسی (۹۴۰۳۸)

۴. دروسی که سوژه گشوده به سوی دیگری (اخلاق مورد نظر لویناس) تولید می کند. در رابطه با این مقوله هیچ درس اجباری با عنوان «اخلاق گردشگری» یا «مواجهه با دیگری» وجود ندارد. گرچه درسی با عنوان «ارتباطات میان فرهنگی گردشگری در کشورهای اسلامی» وجود دارد اما این درس بیشتر بر «توسعه روابط» و «وحدت کشورهای اسلامی» تأکید دارد تا مسئولیت در برابر دیگری. تأکید درس بر هویت کشورهای اسلامی اخلاق را تا سطح تولید سوژه تأملی (ابزاری) تقلیل می دهد.

جمع بندی تحلیل سند راهبردی - نکته کلیدی: سند راهبردی علی رغم تنوع نسبی سوژه ها (تأملی، نمایشی، انباشتی) به طور کامل از سوژه گشوده به سوی دیگری غافل است. اشاره به «منشور اخلاق گردشگری» و «توسعه جامعه محور» از منظر لویناس ناکافی است، زیرا اخلاق را به یک کد اجرایی تقلیل می دهد و جامعه محلی را ابزاری برای توسعه می بیند.

۲.۴. تحلیل سرفصل های برنامه درسی کارشناسی گردشگری

برنامه درسی کارشناسی گردشگری در سال ۱۳۹۵ توسط شورای عالی برنامه ریزی آموزشی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری به تصویب رسید. این سند به عنوان سطح اجرایی- آموزشی سیاست گذاری گردشگری محسوب می شود. در ادامه دروس شاخص اصلی و تخصصی مورد بررسی قرار می گیرد.

۱. دروسی که سوژه انباشتی تولید می کند: اقتصاد گردشگری (۹۴۰۳۵)، مدیریت بازاریابی و تبلیغات گردشگری (۹۴۰۳۹)، کارآفرینی در گردشگری (۹۴۰۶۱)، مدیریت دفاتر خدمات مسافرتی و صدور بلیط (۹۴۰۵۳)، اصول حسابداری (۹۴۰۱۷). دروس مذکور به ترتیب درصدد تحقق اهداف زیرند: آشنایی با اثرات اقتصادی گردشگری، تبدیل تجربه به کالای قابل فروش، گردشگر = کارآفرین = سرمایه گذار، مهارت فنی- مدیریتی، دارایی ها، سرمایه گذاری، سود سهام.

جدول ۴: کدگذاری دروس شاخص اصلی و تخصصی رشته گردشگری ۱۳۹۵

ردیف	چارچوب نظری	کد اولیه	مقوله محوری	شواهد مستقیم (نام درس / سرفصل)	تولید نوع سوژه
۱	فوکو	ارزش افزوده اقتصادی	انباشت اقتصادی	اقتصاد گردشگری - اثرات اقتصادی	انباشتی
۲		تبدیل تجربه به کالا	انباشت اقتصادی	مدیریت بازاریابی و تبلیغات	انباشتی
۳		گردشگر = کارآفرین	انباشت اقتصادی	کارآفرینی در گردشگری	انباشتی
۴		مهارت فنی- مدیریتی	انباشت اقتصادی	مدیریت دفاتر خدمات مسافرتی	انباشتی
۵		دارایی ها، سرمایه گذاری، سود	انباشت اقتصادی	اصول حسابداری	انباشتی
۶		خودسازی هویتی- دینی	خودسازی و دانش	هنر و تمدن اسلامی	تأملی
۷		هنجارهای دینی برای سفر	خودسازی و دانش	آداب سفر در اسلام	تأملی
۸		شناخت دیگری از فاصله	خودسازی و دانش	مردم شناسی	تأملی
۹		دانش تطبیقی برای تعامل	خودسازی و دانش	شناخت ملل	تأملی

۱۰	دانش فرهنگی برای خودسازی	خودسازی و دانش	تاریخ فرهنگ	تأملی
۱۲	تصویر مقصد، بازنمایی	اقتصاد نگاه	مدیریت بازاریابی و تبلیغات	نمایشی (ضعیف)
۱۳	توسعه روابط، وحدت اسلامی	اخلاق دیگری (تقلیل یافته)	ارتباطات میان فرهنگی	تأملی (ابزاری)

نکته کلیدی: اگرچه برای تقویت سوژه تأملی، در برنامه درسی سال ۱۳۹۵ دروسی هویتی-فرهنگی وجود دارد، اما هیچ تحولی در جهت ایجاد سوژه گشوده به سوی دیگری ایجاد نکرده است. مهم‌تر آنکه، در حالی که سند راهبردی (۱۳۹۹) به سوژه نمایشی توجه دارد، برنامه درسی (۱۳۹۵) همچنان این بعد را نادیده می‌گیرد.

۳.۴. تحلیل فصل ۱۷ برنامه هفتم توسعه (۱۴۰۲)

برنامه هفتم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در سال ۱۴۰۲ توسط مجلس شورای اسلامی به تصویب رسید. فصل ۱۷ این برنامه به طور خاص به میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی اختصاص دارد. این سند به عنوان جدیدترین و الزام‌آورترین سند بالادستی گردشگری ایران محسوب می‌شود. ماده ۸۲ و ۸۳ سند مذکور به اهداف کمی و حمایت‌های مالی و مقرراتی در این حوزه اشاره دارد.

گزاره مربوط به ماده ۸۲ هدف کمی را نشان می‌دهد: «تعیین اهداف کمی برای ورود گردشگر خارجی (تا پایان برنامه ۱۵ میلیون نفر)». گزاره‌های مربوط به ماده ۸۳ نیز به این شرح بیان شده‌اند:

- **بند الف:** اعطای معافیت‌های مالیاتی به تأسیسات و فعالیت‌های گردشگری. به قصد تشویق سرمایه‌گذاری از طریق ابزارهای مالی.
- **بند ب:** معافیت گمرکی (حقوق ورودی) برای واردات تجهیزات و شناورهای ویژه گردشگری. به قصد حمایت مادی از زیرساخت‌های گردشگری.
- **بند ت:** واگذاری امور غیرحاکمیتی به شکل‌های حرفه‌ای به قصد واگذاری نظارت به نهادهای صنفی.

جدول ۵: کدگذاری نمونه‌های شاخص فصل ۱۷ برنامه هفتم توسعه (۱۴۰۲)

ردیف	چارچوب نظری	کد اولیه	مقوله محوری	شواهد مستقیم (ماده/بند)	تولید نوع سوژه
۱	فوکو	هدف‌گذاری عددی، رشد کمی	انباشت اقتصادی	هدف‌گذاری ورود ۷.۳ میلیون گردشگر (ماده ۸۲)	انباشتی
۲		مشوق اقتصادی، کاهش هزینه	انباشت اقتصادی	معافیت‌های مالیاتی (ماده ۸۳، بند الف)	انباشتی
۳		حمایت مادی از سرمایه‌گذاری	انباشت اقتصادی	معافیت گمرکی (ماده ۸۳، بند ب)	انباشتی
۴		خودتنظیمی صنفی	حکومت‌مندی از راه دور	واگذاری امور به تشکلهای حرفه‌ای (ماده ۸۳)	تأملی (ضعیف)
۵		برنامه‌ریزی جامع و راهبردی	عقلانیت برنامه‌ریزی	تهیه سند جامع صنایع دستی (تبصره‌ها)	تأملی (ابزاری)



۶	لاکان	حذف کامل منطق تصویر	اقتصاد نگاه	هیچ اشاره‌ای به بهبود تصویر ذهنی، دیپلماسی گردشگری یا رسانه	انباشتی (غلبه منطق اقتصادی)
۷	لویناس	غیاب معنادار	اخلاق دیگری	هیچ اشاره‌ای به اخلاق گردشگری، مسئولیت در برابر جامعه میزبان یا مواجهه فرهنگی	انباشتی (غلبه منطق اقتصادی)

مقایسه نکات کلیدی:

برنامه هفتم توسعه مهم‌ترین و نگران‌کننده‌ترین یافته این پژوهش است. زیرا:

۱. حذف کامل سوژه نمایشی: در حالی که سند راهبردی بر «بهبود تصویر ذهنی» و «دیپلماسی گردشگری» تأکید داشت، برنامه هفتم هیچ اثری از این مفاهیم ندارد. ۲. تضعیف سوژه تأملی: برخلاف سند راهبردی که بر «آموزش و تربیت نیروی انسانی پژوهشگر، متعهد و خلاق» تأکید داشت، برنامه هفتم هیچ

اشاره مستقیمی به آموزش ندارد. ۳. سلطه مطلق سوژه انباشتی: هدف‌گذاری عددی و معافیت‌های مالیاتی و گمرکی، گردشگری را به یک مسئله صرفاً اقتصادی تبدیل کرده است. ۴. غیاب کامل سوژه گشوده به سوی دیگری: مانند دو سند دیگر، هیچ اشاره‌ای به اخلاق، جامعه میزبان یا مواجهه فرهنگی وجود ندارد. این غیاب نشان می‌دهد که نظام سیاست‌گذاری گردشگری ایران به طور ساختاری با اخلاق مواجهه بیگانه است.

جدول ۶: تحلیل تطبیقی سه سند سیاست‌گذاری بر اساس تولید نوع سوژه

شاخص مقایسه	سند راهبردی توسعه گردشگری (۱۳۹۹)	برنامه درسی کارشناسی گردشگری (۱۳۹۵)	فصل ۱۷ برنامه هفتم توسعه (۱۴۰۲)
سوژه انباشتی	غالب (۴ کد)	غالب (۵ کد)	مسلط مطلق (۴ کد)
سوژه نمایشی	حضور قوی (۴ کد)	ضعیف (۱ کد)	حذف کامل (۰ کد)
سوژه تأملی	حضور (۲ کد)	قوی (۶ کد)	ضعیف (۲ کد)
سوژه اخلاقی	غایب (اشاره‌های تقلیلی)	غایب (نبود یک درس اجباری)	غایب (بدون اشاره)
منطق مسلط	اقتصادی + تصویری + دانشی	اقتصادی + هویتی	اقتصادی محض
روند کلی	تنوع نسبی	تقویت هویت‌گرایی	بازگشت به انباشت محض
ناهماهنگی	ناهماهنگ با برنامه هفتم	ناهماهنگ با هر دو سند	ناهماهنگ با سند راهبردی

۵. بحث و نتیجه گیری

یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد که سیاست‌گذاری آموزش گردشگری در ایران را نمی‌توان صرفاً فرآیندی برای انتقال دانش تخصصی یا تربیت نیروی انسانی تلقی کرد. اسناد سیاستی و آموزشی در سه سطح مختلف از طریق مجموعه‌ای از مفاهیم، ارزش‌ها و اولویت‌ها، نوع خاصی از «سوژه گردشگر» را شکل می‌دهند. در این بخش، ابتدا به تحلیل ناهماهنگی میان سه سند می‌پردازیم، سپس این ناهماهنگی را از منظر سه نظریه فوکو، لاکان و لویناس تفسیر می‌کنیم، در ادامه پیامدهای نظری و سیاستی یافته‌ها را بررسی می‌کنیم و در پایان به محدودیت‌های پژوهش و مسیرهای آینده اشاره می‌نماییم.

۱.۵. سه سند، سه منطق متفاوت: تحلیل ناهماهنگی و اشتراکات

یکی از مهم‌ترین یافته‌های این پژوهش، ناهماهنگی بنیادین میان سه سند سیاست‌گذاری گردشگری ایران است. هر یک از این سه سند، منطق متفاوتی را دنبال می‌کند و نوع متفاوتی از سوژه را به عنوان سوژه مسلط بازتولید می‌نماید. این ناهماهنگی را می‌توان از دو جهت تحلیل کرد:

نخست، واگرایی زمانی-سیاستی: سند راهبردی (۱۳۹۹) به عنوان یک سند راهنما، تنوع بیشتری از سوژه‌ها (انباشتی، نمایشی، تأملی) را شامل می‌شود. اما برنامه هفتم (۱۴۰۲) به عنوان سندی الزام‌آور و جدیدتر، این تنوع را حذف کرده و به انباشت اقتصادی محض بازگشته است. این یک عقب‌نشینی معنادار محسوب می‌شود. این یافته با تحلیل بیانکی (۲۰۱۸) از سلطه گفتمان نئولیبرالی در سیاست‌های گردشگری همخوانی دارد.

دوم، واگرایی افقی-ساختاری: برنامه درسی (۱۳۹۵) که در فاصله زمانی میان این دو سند قرار دارد، مسیر سوم را رفته است: تقویت سوژه هویتی-دانشی (تأملی) در کنار حفظ سوژه انباشتی، اما غفلت کامل از سوژه نمایشی و سوژه اخلاقی. درج و جنکینز (۲۰۰۷) بر اهمیت هماهنگی میان سطوح مختلف سیاست‌گذاری تأکید دارند. با این حال یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که هیچ سازوکار مؤثری برای هماهنگی میان نهادهای متولی وجود ندارد. هر یک از نهادهای ذیربط در مسیرهای متفاوت و حتی متناقضی حرکت می‌کنند.

با وجود این تفاوت‌های بنیادین، نقطه اشتراک مهمی در همه سطوح وجود دارد: غیاب کامل سوژه گشوده به سوی دیگری. از منظر لویناس، این غیاب نشان می‌دهد که نظام سیاست‌گذاری گردشگری ایران به طور ساختاری با اخلاق مواجهه بیگانه است. این غیاب را شاید بتوان «کوری ساختاری» نظام سیاست‌گذاری گردشگری ایران نامید. نظام سیاست‌گذاری نمی‌تواند دیگری را به عنوان سوژه اخلاقی مستقل ببیند، زیرا تمام مفاهیم، ارزش‌ها و اولویت‌های آن حول محور «خود» (خود ملی، خود اقتصادی، خود تصویری، خود هویتی) سازمان یافته است. یافته‌های پژوهش حاضر با پژوهش‌های ترایب (۲۰۰۲)، ترایب و لیورد (۲۰۱۶)، و آیکورو و همکاران (۲۰۰۹) که نشان می‌دهند آموزش گردشگری تحت تأثیر گفتمان نئولیبرالی قرار دارد و دانشجو را به عنوان «مصرف‌کننده» بازتعریف می‌کند، همخوانی دارد. کیتون (۲۰۱۲) بر ضرورت «چرخش اخلاقی» در مطالعات گردشگری تأکید کرده است، اما این نکته در سیاست‌های گردشگری ایران غایب است. اتل‌یویچ و همکاران (۲۰۱۲) نیز بر «چرخش انتقادی» در مطالعات گردشگری تأکید داشته‌اند که می‌تواند چارچوبی برای بازاندیشی در سیاست‌های گردشگری ایران فراهم آورد.



تجربه سفر. جدول ۶ تصویری از چگونگی تولید سوژه گردشگر در اسناد بالادستی در ایران و تفاوت میان آنها را نشان می‌دهد.

محدودیت‌های پژوهش: این پژوهش تنها سه سند سیاستی را انتخاب و تحلیل قرار داده است. پژوهش‌های آینده می‌توانند با انجام مطالعات قوم‌نگارانه در کلاس‌های درس گردشگری، تحلیل دیدگاه‌های مدرسان و دانشجویان گردشگری، و مقایسه سیاست‌گذاری آموزش گردشگری ایران با سایر کشورها با استفاده از همین چارچوب نظری، به غنای این حوزه بیفزاید.

حامی مالی

بنا به اظهار نویسنده مسئول، این مقاله حامی مالی نداشته است.

سهم نویسندگان در پژوهش

نویسنده اول: کامل

تضاد منافع

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

تقدیر و تشکر

نویسنده (نویسندگان)، از همه‌ی افراد، به دلیل مشاوره و راهنمایی علمی و مشارکت‌شان در این مقاله تشکر و قدردانی می‌نماید (می-نمایند).

پژوهش حاضر نشان داد که سیاست‌گذاری آموزش گردشگری در ایران را نباید به بعد فنی - مهارتی تقلیل داد و یا آن را راهی برای انتقال دانش تخصصی یا تربیت نیروی انسانی تلقی کرد. اسناد سیاستی و آموزشی در سه سطح مختلف، از طریق مجموعه‌ای از مفاهیم، ارزش‌ها و اولویت‌ها، نوع خاصی از «سوژه گردشگر» را شکل می‌دهند. مهم‌ترین یافته، ناهماهنگی بنیادین میان سه سند است: سند راهبردی تنوع نسبی سوژه‌ها را شامل می‌شود، برنامه درسی مسیر سوم (تقویت سوژه هویتی-دانشی) را رفته است، و برنامه هفتم توسعه به انباشت اقتصادی محض بازگشته است. نادیدن ضرورت توجه به سوژه گشوده به سوی دیگری، ویژگی مشترک همه این اسناد است. از این رو می‌توان نتیجه گرفت که نظام سیاست‌گذاری گردشگری ایران سخت نیازمند تولید سوژه اخلاقی است. در حال حاضر این نظام تمام مفاهیم، ارزش‌ها و اولویت‌های سیاست‌گذاری را حول محور «خود» سازمان یافته داده است. تحلیل تفاوت‌ها و اشتراکات دست کم بازبینی سه تغییر را در سیاست‌گذاری آموزش گردشگری در ایران ضروری می‌سازد: نخست، لازم است بخشی مستقل در برنامه توسعه با عنوان «اخلاق مواجهه در گردشگری و مسئولیت در برابر جامعه میزبان» گنجانده شود. دوم، برنامه درسی گردشگری ۱۳۹۵ بازبینی شود و حداقل یک درس اجباری ۲ واحدی با عنوان «گردشگری به مثابه مواجهه اخلاقی: درآمدی بر فلسفه لویناس» در برنامه درسی قرار گیرد. سوم، در شاخص‌های موفقیت گردشگری بازنگری به عمل آید و شاخص‌های دیگری در کنار شاخص‌های موجود که بیشتر اقتصادی هستند قرار گیرد. شاخص‌هایی مانند: کیفیت مواجهه فرهنگی، احساس مسئولیت در برابر جامعه میزبان، کاهش خودمحوری در

References

- Airey, D. (2015). *Tourism education: Global issues and trends*. Channel View Publications.
- Airey, D., Cuffy, V. V., & Papageorgiou, G. C. (2017). Lifelong learning and tourism education. In *Lifelong learning for tourism* (pp. 3-14). Routledge.
- Airey, D., & Tribe, J. (Eds.). (2005). *An international handbook of tourism education*. Elsevier.
- Ateljevic, I., Morgan, N., & Pritchard, A. (Eds.). (2012). *The critical turn in tourism studies: Creating an academy of hope*. Routledge.
- Ayikoru, M., Tribe, J., & Airey, D. (2009). Reading tourism education: Unveiled. *Annals of Tourism Research*, 36(2), 191-221.. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2008.11.001>
- Bianchi, R. (2018). The political economy of tourism development: A critical review. *Annals of Tourism Research*, 70, 88-102. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2017.08.005>.
- Caton, K. (2012). Taking the moral turn in tourism studies. *Annals of Tourism Research*, 39(4), 1906-1928. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.05.021>
- Cheong, S. M., & Miller, M. L. (2000). Power and tourism: A Foucauldian observation. *Annals of Tourism Research*, 27(2), 371-390. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00065-1](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00065-1)
- Dredge, D., & Jenkins, J. (Eds.). (2007). *Tourism planning and policy*. John Wiley & Sons.
- Edensor, T. (2000). Staging tourism: Tourists as performers. *Annals of Tourism Research*, 27(2), 322-344. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00082-1](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00082-1)
- Imani Khoshkhoo, M. H., & Daghestani, S. (2015). *Tourism development planning: A strategic approach*. Jahad Daneshgahi Publications. [In Persian].
- Foucault, M. (1980). *Power/knowledge: Selected interviews and other writings 1972-1977*. Pantheon Books.
- Foucault, M. (1991). *Discipline and punish: The birth of the prison*. Penguin Books.
- Foucault, M. (1991). Governmentality. In G. Burchell, C. Gordon, & P. Miller (Eds.), *The Foucault effect: Studies in governmentality* (pp. 87-104). University of Chicago Press.
- Foucault, M. (2007). *Security, territory, population: Lectures at the Collège de France 1977-1978*. Palgrave Macmillan.
- Hannam, K., & Knox, D. (2010). *Understanding tourism: A critical introduction*. Sage.
- Höckert, E. (2018). *Ethics of hospitality: Tourism and the encounter with the Other*. University of Lapland.
- Hollinshead, K. (1999). Surveillance of the worlds of tourism: Foucault and the eye-of-power. *Tourism Management*, 20(1), 7-23. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(98\)00096-8](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(98)00096-8)
- Huang, W. J., & Lee, B. C. (2010). The Tourist Gaze in travel documentaries: The case of Cannibal Tours. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 11(4), 239-259. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2010.504180>



- kazemi, M. (2006). *Tourism management*. SAMT Publications. [In Persian].
- Kingsbury, P. (2010). Locating the melody of the drives. *The Professional Geographer*, 62(4), 519-533. <https://doi.org/10.1080/00330124.2010.501272>
- Knudsen, D. C., Rickly, J., & Vidon, E. S. (2016). The fantasy of authenticity: Touring with Lacan. *Annals of Tourism Research*, 58, 33-45. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2016.02.003>
- Lacan, J. (1998). *The four fundamental concepts of psychoanalysis*. W.W. Norton & Company.
- Lacan, J. (2006). *Écrits: The first complete edition in English*. W.W. Norton & Company.
- Levinas, E. (1969). *Totality and infinity: An essay on exteriority*. Duquesne University Press.
- Levinas, E. (1998). *Otherwise than being: Or beyond essence*. Duquesne University Press.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Sage Publications.
- Mousavi, S. M., & Raji, Z. (2025). Pathology of tourism education in upstream documents and development programs of the Islamic Republic of Iran. *Journal of Geography and Tourism Planning*, 1(3). [In Persian]. <https://orcid.org/0000-0003-1634-445X>
- Pritchard, A., & Morgan, N. (2000). Constructing tourism landscapes: Gender, sexuality and space. *Tourism Geographies*, 2(2), 115-139. <https://doi.org/10.1080/14616680050027851>
- Ranjbar Motlagh, F. (2025). Adaptation of higher tourism education with tourism development goals: Focusing on the undergraduate tourism curriculum in Iran. *Tourism and Leisure*, 10(19), 219-245. <https://doi.org/10.22133/tlj.2025.498931.1234> [In Persian].
- Scott, N., & Jafari, J. (2010). *Tourism in the Muslim world*. Emerald Group Publishing Limited.
- Seventh Development Plan of the Islamic Republic of Iran. (2023). Chapter 17: Cultural Heritage, Tourism and Handicrafts. Approved by the Islamic Consultative Assembly. [In Persian].
- Strategic Document for Tourism Development of the Islamic Republic of Iran. (2019). Approved by the Cabinet. <https://dotic.ir/news/7490/>. [In Persian].
- Telfer, D., & Sharpley, R. (2023). *Tourism development planning in developing countries* (H. Zargham Boroujeni, Z. Nekouei, & M. Shojaei, Trans.). Mehkameh Publications. [In Persian].
- Tribe, J. (2002). RESEARCH TRENDS AND IMPERATIVES IN TOURISM EDUCATION. *Acta Turistica*, 14(1), 61-81. <http://www.jstor.org/stable/23234090>
- Tribe, J. (2008). The art of tourism. *Annals of Tourism Research*, 35(4), 924-944. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2008.07.003>
- Tribe, J., & Liburd, J. J. (2016). The tourism knowledge system. *Annals of Tourism Research*, 57, 44-61. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2015.11.011>
- Undergraduate Tourism Curriculum. (2016). Approved by the Supreme Council of Educational Planning,



- Ministry of Science, Research and Technology. [In Persian].
- Urry, J. (2022). *The tourist gaze* (3rd ed.). (Sadegh Salehi, Trans). University of Mazandaran Publications. [In Persian]
- Urry, J. (2011). *The tourist gaze* (3rd ed.). Sage Publications.
- Zargham Boroujeni, H. (2012). *Tourism development planning in developing countries*. Mehkameh Publications. [In Persian].
- Zargham Boroujeni, H. (2013). *Tourism development planning (An integrated and sustainable approach)*. Mehkameh Publications. [In Persian].
- Zendegol, R. (2018). *Collection of laws and regulations of cultural heritage, handicrafts and tourism*. Chetr-e Danesh Publications. [In Persian].