

۱۴۸۴۰۴۴

۹۴/۱۱/۵۸

به نام خدای مهربان

امنیت، نقش رسانه

تألیف: توریسم ایران

طیبه غزلی جهرمی

(دانش آموخته دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران)

دکتر پیروز مجتهدزاده

۱۳۹۴

سرشناسه	: غزلی، طیبه
عنوان و نام پدیدآور	: امنیت، نقش رسانه و توریسم ایران/ مولفان طیبه غزلی جهرمی، پیروز مجتهدزاده.
مشخصات نشر	: تهران: امیدانقلاب، ۱۳۹۴.
مشخصات ظاهری	: ۹۰ ص.
شابک	: 978-600-6896-62-5
وضعیت فهرست‌نویسی	: فیپا
یادداشت	: کتابنامه
موضوع	: گردشگری -- ایران -- نمونه پژوهی
موضوع	: امنیت ملی -- ایران -- نمونه پژوهی
شناسه افزوده	: مجتهدزاده، پیروز، ۱۳۲۴-
رده‌بندی کنگره	: ۱۳۹۴ ۹۶۴ الف/G1۵۵
رده‌بندی دیوبی	: ۹۱۵/۵۵
شماره کتابشناسی	: ۴۰۸۱۱۹۷

انتشارات امیدانقلاب (عضو انجمن ناشران دانشگاهی) nashr.omidenghelab@yahoo.com

نام کتاب	: امنیت، نقش رسانه و توریسم ایران
مولفان	: طیبه غزلی جهرمی، دکتر پیروز مجتهدزاده؛ (واحد علوم و تحقیقات تهران)
ناشر	: امیدانقلاب
حروفچینی	: انتشارات امیدانقلاب
حروف‌نگار و صفحه‌آرا	: سولماز مرادزاد
نوبت چاپ	: اول ۱۳۹۴
تیراژ	: ۱۱۰۰
قیمت	: ۷۰۰۰۰ ریال
چاپ و صحافی	: جام طلایی - چاووش
لینوگرافی	: فرانقش
ناظر فنی چاپ	: مهدی طورانیان
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۶۸۹۶-۶۲-۵

مراکز فروش:

دفتر انتشارات و پخش کتاب علوم پویا: میدان انقلاب، خیابان اردیبهشت (منیری جاوید)، نبش کوچه نوروز، پلاک ۵۱، واحد ۱
 تلفن: ۶۶۴۱۹۵۶۷ و ۶۶۹۶۰۷۷۳ تلفکس: ۶۶۹۶۰۷۷۲

پخش کتاب دانشجویان: خیابان انقلاب، خیابان اردیبهشت (منیری جاوید)، نبش خیابان وحید نظری - پلاک ۱۴۲
 تلفن: ۶۶۴۰۰۲۲۰ - ۶۶۴۰۰۱۴۴

علم گستر سپاهان: ۰۳۱۱-۲۲۱۹۹۷۸-۹

«با توجه به قانون حمایت حقوق مؤلفان، مصنفان و هنرمندان، مصوب سال ۱۳۴۸، کلیه حقوق و حق چاپ متن، طرح روی جلد و عنوان کتاب برای انتشارات امیدانقلاب محفوظ است. هرکس تمام یا قسمتی از این اثر را، بدون اجازه ناشر، نشر یا پخش یا عرضه کند مسود پیگرد قانونی قرار خواهد گرفت»

فهرست

۱	فصل اول: کلیات
۱-۱	مقدمه
۳	۲-۱ اهداف تحقیق
۳	۳-۱ تعاریف عملیاتی
۴	۴-۱ نظریات
۵	فصل دوم: ادبیات و پیشینه پژوهش
۵	۱-۲ مفهوم امنیت
۷	۱-۱-۲ تعریف مفهوم امنیت ملی
۹	۲-۱-۲ خصوصیات امنیت ملی
۹	۳-۱-۲ نسبی بودن امنیت
۹	۴-۱-۲ ذهنی بودن امنیت
۹	۵-۱-۲ تجزیه ناپذیر بودن امنیت
۱۰	۶-۱-۲ ابعاد اساسی امنیت ملی
۱۲	۷-۱-۲ تهدیدات و آسیب‌پذیری‌های امنیتی
۱۳	۸-۱-۲ آسیب‌پذیری‌های امنیتی
۱۳	۹-۱-۲ تهدیدات امنیتی
۱۵	۱۰-۱-۲ انواع تهدیدات امنیتی
۱۷	۲-۲ رسانه
۱۷	۱-۲-۲ رسانه
۱۹	۲-۲-۲ تعریف رسانه
۲۸	۳-۲-۲ نقش و اهمیت رسانه در عصر فراصنعتی
۳۱	۴-۲-۲ نقش رسانه‌ها در تغییر ذهنیت‌ها و ایجاد بحران
۳۳	۵-۲-۲ اطلاعات، رسانه و قدرت نرم
۳۵	۶-۲-۲ جنگ رسانه‌ای
۳۶	۳-۲ گردشگری
۳۶	۱-۳-۲ تعریف گردشگری
۳۸	۲-۳-۲ تاریخچه گردشگری
۳۸	۱-۲-۳-۲ پیشینه گردشگری در جهان
۴۱	۲-۲-۳-۲ تاریخچه سفر و سیاحت در ایران
۴۵	۳-۳-۲ صنعت گردشگری و اهمیت آن
۴۵	۴-۳-۲ مزایای گردشگری
۴۶	۱-۳-۳-۲ آثار اقتصادی گردشگری
۴۷	۱-۱-۳-۳-۲ گردشگری و اشتغال
۴۸	۲-۳-۳-۲ آثار فرهنگی - اجتماعی گردشگری

۴۹	 ۲-۳-۳-۱ آثار اجتماعی
۴۹	 ۲-۳-۳-۳ آثار سیاسی
۵۰	 ۲-۳-۳-۳ آثار زیست محیطی
۵۱	 ۲-۳-۳-۴ آثار آموزشی
۵۱	 ۲-۳-۳-۵ مزایای گردشگری
۵۱	 ۲-۳-۴ موانع گردشگری
۵۲	 ۲-۳-۵ اثرات منفی گردشگری
۵۳	 ۲-۳-۶ انواع جاذبه‌های گردشگری
۵۴	 ۲-۳-۷ انواع گردشگری
۵۸	 ۲-۳-۸ جایگاه ایران در صنعت گردشگری
۶۰	 ۲-۴ بخش چهارم "نظریه‌های گردشگری"
۶۰	 ۲-۴-۱ ارزش در جهانگردی
۶۱	 ۲-۴-۲ عوامل موثر بر ارزش سفر
۶۱	 ۲-۴-۳ نظریه‌های انگیزش در جهانگردی
۶۱	 ۲-۴-۴ نظریه‌ی نیازها
۶۲	 ۲-۴-۵ ارزش‌ها و انگیزش در نظریه نیازها
۶۳	 ۲-۴-۶ نظریه سلسله مراتب سبک‌های سفر
۶۴	 ۲-۴-۷ نظریه‌ی انتظار و احتمال
۶۴	 ۲-۴-۸ نظریه‌های رفتار مصرف‌کننده در جهانگردی
۶۵	 فصل سوم: روش‌شناسی
۶۵	 ۳-۱ روش تحقیق
۶۵	 ۳-۲ ابزار تحقیق
۶۵	 ۳-۳ جامعه آماری
۶۶	 ۳-۴ حجم نمونه
۶۶	 ۳-۵ روش نمونه‌گیری
۶۶	 ۳-۶ رویه جمع‌آوری اطلاعات
۶۶	 ۳-۷ اعتبار و پایایی تحقیق
۶۷	 فصل چهارم: تجزیه و تحلیل اطلاعات
۶۷	 ۴-۱ مقدمه
۶۹	 ۴-۲ نتایج تجزیه و تحلیل مدل‌های تحقیق
۷۰	 ۴-۳ نتایج حاصل از پرسشنامه اختصاصی توریست‌ها
۷۵	 فصل پنجم: نتیجه‌گیری و پیشنهادها
۷۵	 ۵-۱ نتیجه‌گیری
۷۸	 ۵-۲ پیشنهادها
۸۱	 منابع