

۱۹۵۹۲۴۵

گردشگری؛ گذرنامه توسعه

ارتباطات سیاسی ملل

مؤلف: رضا خادم الرضا



مؤسسه
انتشارات آزادی‌اندیشان

۱۳۹۷

عنوان و نام پدیدآور	گردشگری؛ گذرنامه توسعه ارتباطات سیاسی ملل / مولف رضا خادام‌الرضا.
مشخصات نشر	تهران: آزاد اندیشان، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری	۶۸ص.
شابک	۹۷۸-۶۰۰-۸۵۸۱-۳۶-۹
وضعیت فهرست نویسی	فیا
یادداشت	کتابنامه: ص. ۶۸-۶۵.
موضوع	گردشگری -- جنبه‌های سیاسی
موضوع	Tourism -- Political aspects
موضوع	ارتباط در سیاست
موضوع	Communication in politics
رده بندی کنگره	G۱۵۵ / ۱۱خ۲ ۱۳۹۷
رده بندی دیویی	۳۳۸/۴۷۹۱
شماره کتابشناسی	۵۲۱۸۳۴۸



مؤسسه

انتشارات آزادی‌اندیشان

نام کتاب: گردشگری؛ گذرنامه توسعه ارتباطات سیاسی ملل

مؤلف: رضا خادام‌الرضا

سر: انتشارات آزادی‌اندیشان

چاپ اول: ۱۳۹۷

لیتوگراف: تهران

شمارگان: ۲ نسخه

قیمت: ۱۰۰۰

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۵۸۱-۳۶-۹

مرکز پخش: تهران، میدان انقلاب خیابان کارگر جنوبی، بین لبافی آزاد، کوچه سرود،

پلاک ۱۰، واحد ۲، انتشارات آزادی‌اندیشان

تلفن: ۰۹۱۲۳۱۴۰۱۸۷_۶۶۹۶۷۰۰۰

"همه حقوق برای مولف محفوظ است."

فهرست مطالب

۶.....	سرآغاز سخن
۷.....	ارتباطات سیاسی
۷.....	نظریه همگرایی
۸.....	تعریف همگرایی
۸.....	عوامل و زمینه‌های همگرایی
۹.....	نظریه ارتباطات
۹.....	نظریه کارکردگرایی
۱۰.....	نظریه نو کارکردگرایی
۱۰.....	نظریه فدرالیسم
۱۱.....	نظریه‌های گردشگری
۱۱.....	نظریه مبادله‌ای اجتماعی
۱۱.....	گردشگری به عنوان یک سیستم
۱۳.....	رابطه امنیت و گردشگری
۱۳.....	مفهوم گردشگری
۱۳.....	انواع گردشگری
۱۴.....	گردشگری فرهنگی
۱۵.....	گردشگری سیاسی
۱۷.....	گردشگری مذهبی؛ ضرورت سفر و سیاحت در اسلام
۱۹.....	امنیت و تفاهم فرهنگی بین کشورها
۲۰.....	امنیت و توسعه گردشگری

عناصر تأثیرگذار در امنیت گردشگران	۲۱
عوامل مؤثر در افزایش گردشگری	۲۳
گردشگری و صلح بین‌المللی	۲۴
گردشگری و نقش فرهنگ در ارتباطات سیاسی	۲۴
بررسی جایگاه گردشگری در ارتباطات سیاسی کشورها	۲۵
صنعت گردشگری و ابعاد آن	۲۵
شاخص‌های گردشگری بین‌المللی	۲۶
آثار گردشگری در حوزه‌های مختلف	۲۷
۱- اثرات زیست‌محیطی	۲۸
۲- اثرات اقتصادی گردشگری	۳۱
۳- اثرات فرهنگی- اجتماعی گردشگری	۳۵
۴- اثرات سیاسی توسعه گردشگری	۳۷
گردشگری بین‌المللی و توسعه	۴۰
نقش دولت‌ها در گردشگری	۴۱
روابط فرهنگی بین‌المللی	۴۴
نظریه نوکاردگرایی قدرت نرم در فرهنگ	۴۵
دیپلماسی عمومی	۴۵
مفاهیم مرتبط با دیپلماسی عمومی	۴۵
تبلیغات	۴۶
عملیات روانی	۴۶
برند سازی	۴۶
ابعاد برند سازی	۴۷

- ۴۷..... روابط عمومی/ امور عمومی
- ۴۸..... دیپلماسی فرهنگی
- ۴۸..... دیپلماسی چریکی
- ۴۹..... شاخص های دیپلماسی فرهنگی از منظر قدرت نرم
- ۵۰..... شاخص های دیپلماسی فرهنگی از منظر ارتباطات بین الملل فرهنگی
- ۵۵..... گردشگری در کشورهای اسلامی
- ۵۶..... گردشگری در ایران
- ۵۷..... نقاط قوت گردشگری ایران
- ۵۸..... جاذبه های اکو گردشگری ایران
- ۵۹..... جایگاه ایران در بازار جهانی گردشگری
- ۶۲..... نکات ضعف صنعت گردشگری ایران
- ۶۴..... موانع گردشگری در ایران در حوزه بین المللی
- ۶۶..... منابع:

سر آغاز سخن

گردشگری گذرنامه توسعه ارتباطات سیاسی ملل است. گردشگری علاوه بر تأثیر در کیفیت و چگونگی ارتباطات سیاسی ملل تداوم و توسعه روابط را نیز تعیین می‌کند. حتی برخی از دانشمندان علوم سیاسی، ارتباطات سیاسی ملل را عامل بسیار مهم در تحکیم صلح و دوستی بین ملل می‌دانند و عامل بسیار مهمی در همگرایی بین‌المللی و منطقه‌ای مورد توجه ویژه قرار می‌دهند. گسترش گردشگری بین کشورها باعث انتقال ارزش‌ها، فرهنگ‌ها و تفکیمات، روابط می‌گردد. یکی از مهم‌ترین مشکلات در زمینه‌ی گردشگری عدم توازن میزان ورود و خروج گردشگران کشورها به یکدیگر هست که مهم‌ترین دلیل آن را می‌توان به عدم شناخت حاذبه‌های گردشگری یک کشور توسط شهروندان کشور دوم و سطح پایین ارتباطات سیاسی در زمینه‌ی گسترش تبادلات گردشگری به یکدیگر دانست.

در این کتاب در پی آن هستیم که صنعت گردشگری تا چه حد می‌تواند در ارتقای ارتباطات سیاسی ملل تأثیرگذار باشد؟ قدرت‌گذاری‌های قوه‌ی مجریه در کشورها چگونه می‌تواند بستر سازی مناسب را در زمینه‌ی ارتقای صنعت گردشگری ایجاد نماید؟ گردشگری تا چه میزانی بر تحکیم روابط و گسترش مبادلات فرهنگی و سیاسی بین آن‌ها اثر می‌گذارد و یا اینکه دولت‌ها عامل مهم و مرکزی برای پذیرش گردشگری در روابط سیاسی هستند و به آنچه میزان توجه می‌کنند؟

گردشگری امروزه فراتر از یک صنعت به پدیده‌ای اجتماعی اقتصادی و حتی سیاسی تبدیل شده است و حتی در بعضی موارد مطالعه گردشگری یک کشور، مثابه کنکاش در سیاست آن کشور محسوب می‌شود.

در مورد جایگاه صنعت گردشگری دیدگاه‌های بسیاری ارائه شده است. از جمله گردشگری را گذرنامه توسعه نامیده یا گردشگری را امیدبخش‌ترین و جایگزین‌ترین صنعتی می‌دانند که کشورهای در حال توسعه در برابر خود دارند.