

بیت‌المنهج

درآمدی بر دیپلماسی گردشگری

مؤلفان

دکتر ناصر رضائی

(دانش آموخته جغرافیای سیاسی و عضو هیات علمی پژوهشگاه گردشگری)

علیرضا حاجی محمدی

(کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی گردشگری)

رضائی، ناصر، ۱۳۴۶ -	سرشناسه
درآمدی بر دیپلماسی گردشگری/ مؤلفان ناصر رضائی، علیرضا حاجی محمدی.	عنوان و نام پدیدآور
تهران: مهکامه، ۱۳۹۵.	مشخصات نشر
۲۰۰ص: جدول.	مشخصات ظاهری
978-600-7127-78-0 :	شابک
فیفا :	وضعیت فهرست نویسی
کتابنامه: ص. ۱۹۳.	یادداشت
گردشگری -- جنبه های سیاسی :	موضوع
دیپلماسی :	موضوع
Diplomacy :	موضوع
گردشگری -- ایران :	موضوع
Tourism -- Iran :	موضوع
Tourism -- Political aspects :	موضوع
حاجی محمدی، علیرضا، ۱۳۶۳ -	شناخت افزوده
۱۳۹۵ ۵۳۴/۱۱ G155/11 :	رده بندی کنگ
۳۳۸/۴۷۹۱ :	رده بندی دی جی
۴۲۷۵۰۴۰ :	شماره کتابخانه ملی

نام کتاب: درآمدی بر دیپلماسی گردشگری

تألیف: ناصر رضائی، علیرضا حاجی محمدی

ناشر: مهکامه

ناظر چاپ: بهزاد ربیعی فراهانی

طرح جلد: حسین مبینی پور

صفحه آرا: الوهاب

لیتوگرافی: نقش

چاپ و صحافی: اصلانی

نوبت چاپ: چاپ اول / ۱۳۹۵

تیراژ: ۵۰۰

قیمت: ۱۲۵۰۰ ریال

شماره شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۱۲۷-۷۸-۰

مراکز پخش: ۱- تهران، خیابان انقلاب، خیابان فخر رازی، نرسیده به لیلا، کوچه انوری، پلاک ۸،

طبقه دوم، نشر و پخش مهکامه

تلفن: ۶۶۴۸۸۲۰۳-۶۶۴۹۷۰۵۰

فکس: ۹۱۲۰۹۷۱-۱-۶۶۹۶۱۵۰۹

en_mahkame@yahoo.com

www.mahkameh.com

پست الکترونیکی:

نمایندگی های شهرستان:

۱- مشهد: مؤسسه چشم انداز طوس پژوه، تلفن: ۳۸۴۳۴۶۶۶ (۰۵۱)

۲- شیراز: مؤسسه سازمان مدیریتی صنعتی، ۲۲۸۵۰۴۵ (۰۷۱۱)

۳- اصفهان: کتابفروشی چهارباغ، تلفن: ۳۲۲۳۸۸۵۶ (۰۳۱)

۴- یزد: مؤسسه پردیس اقلیم گردشگری یزد، تلفن: ۳۶۳۰۵۳۴۸ (۰۳۵)

۵- کرمان: مؤسسه هفتواد کویر کرمان، تلفن: ۳۲۵۱۳۶۶۶ (۰۳۴)

آدرس کانال انتشارات مهکامه:

telegram.me/mahkamepublishers

فهرست مطالب

۹	مقدمه
۱۳	گفتار اول دیپلماسی، تاریخچه و تقسیمات
۱۳	دیپلماسی
۱۴	تعریف دیپلماسی
۱۷	مفهوم دیپلماسی
۲۰	چارچوب دیپلماسی
۲۳	دستاوردها، وظایف و اهداف دیپلماسی
۲۷	تاریخچه دیپلماسی
۲۷	تبادل فرستادگان لازمه روابط دیپلماتیک
۲۹	دیپلماسی در دوران‌های مختلف
۲۹	دیپلماسی باستان
۳۶	دیپلماسی کلاسیک
۳۸	دیپلماسی نوین
۴۶	تقسیمات دیپلماسی
۴۶	دیپلماسی سنتی
۴۷	دیپلماسی عمومی
۴۸	دیپلماسی سازمان‌های غیردولتی
۵۱	دیپلماسی اقتصادی
۵۹	دیپلماسی شرکتی
۶۰	دیپلماسی تجاری

۶۴	 دیپلماسی بازرگانی
۶۴	 دیپلماسی سایبر (رسانه‌ای و اینترنتی)
۶۹	 تله دیپلماسی
۶۹	 دیپلماسی مجازی
۶۹	 دیپلماسی دیجیتال
۷۰	 دیپلماسی شبکه‌ای
۷۰	 دیپلماسی آشکار
۷۳	 گفتار دوم / مفاهیم مرتبط با دیپلماسی، روابط سیاسی و قوانین حاکم بر آن
۷۳	 مفاهیم مرتبط با دیپلماسی
۷۳	 منافع ملی
۷۴	 رژیم‌های بین‌المللی
۷۶	 انواع رژیم‌های بین‌المللی / دسته آن‌ها
۷۹	 اصول
۸۰	 هنجارها
۸۰	 قواعد
۸۱	 رویه‌های تصمیم‌گیری
۸۱	 نظارت
۸۲	 شفافیت
۸۲	 روابط سیاسی، سیاست خارجی و دیپلماسی
۸۲	 روابط سیاسی و اصول سیاست خارجی
۸۲	 اصول سیاست خارجی و عوامل مؤثر در آن
۸۳	 عوامل مؤثر در اصول سیاست خارجی
۸۴	 عوامل داخلی
۸۵	 عوامل خارجی
۸۵	 روابط در نخستین تمدن‌ها

۸۷	ایران آغازگر روابط دیپلماتیک در جهان
۹۰	یونان
۹۲	روم
۹۴	بیزانس
۹۶	قرون وسطی
۹۷	دولت - امپریای ایتالیا
۹۸	قرون سده ۱۰ و سده ۱۱
۱۰۲	قرن نوزدهم
۱۰۴	قوانین حاکم بر روابط سیاسی
۱۰۶	وزارت امور خارج و بازنگری روابط دیپلماتیک
۱۰۸	روابط سیاسی بین دولت‌ها
۱۱۰	سطح روابط دولت‌ها
۱۱۳	سیاست خارجی دولت‌ها
۱۲۱	گفتار سوم / گردشگری، مفاهیم و تعاریف
۱۲۱	سفر و مسافر
۱۲۳	جهانگردی و جهانگرد
۱۲۳	گردشگری و گردشگر
۱۲۴	اهداف و انگیزه‌های گردشگری
۱۲۶	اهداف توسعه گردشگری
۱۲۷	تقسیمات گردشگری
۱۲۷	اثرات گردشگری
۱۲۸	انواع گردشگری از نظر سازمانی
۱۲۸	بازارهای گردشگری بین‌المللی در مقصدهای مختلف جهان
۱۲۹	لازمه توسعه گردشگری
۱۳۰	الف) حمایت‌های معنوی

- ۱۳۰ (ب) حمایت‌های مادی
- ۱۳۱ گفتار چهارم / دیپلماسی عمومی و دیپلماسی گردشگری
- ۱۳۱ مفاهیم، آثار و کارکردها
- ۱۳۳ دیپلماسی عمومی، ویژگی‌های آن
- ۱۳۴ دیپلماسی عمومی و قدرت هوشمند
- ۱۳۷ بازگران دیپلماسی عمومی
- ۱۳۷ تاثیر دیپلماسی عمومی در جهان کنونی
- ۱۳۸ تاثیر دیپلما بر گردشگری بر اقتصاد، سیاست و فرهنگ
- ۱۳۹ چالش‌های انواع دیپلماسی عمومی
- ۱۴۲ دیپلماسی بر مبادی گردشگری
- ۱۴۴ دیپلماسی و صنعت گردشگری
- ۱۴۴ رابطه دیپلماسی گردشگری با سیاست خارجی و کاربرد آن در روابط بین‌الملل
- ۱۴۵ دیپلماسی گردشگری و ضرورت توسعه آن
- ۱۴۸ ارزش و اهمیت گردشگری در راستای دیپلماسی
- ۱۵۰ موضوعات حائز اهمیت در امر دیپلماسی گردشگری
- ۱۵۱ نقش دستگاه دیپلماسی
- ۱۵۳ سیاست‌ها، اهداف و اثرات گردشگری
- ۱۵۳ سیاست‌های مستقیم و اصلی
- ۱۵۴ سیاست‌های عمومی و کلان مؤثر
- ۱۵۴ (الف) سیاست خارجی
- ۱۵۴ (ب) سیاست منطقه‌ای
- ۱۵۴ راهکارهای اجرایی در حوزه دیپلماسی گردشگری
- ۱۵۵ (الف) در بعد داخلی
- ۱۵۶ (ب) در بعد خارجی

- گفتار پنجم / شاخص‌ها و نظریه‌های روابط سیاسی و گردشگری ۱۵۷
- شاخص‌های روابط سیاسی ۱۵۷
- الف) امنیت ۱۵۷
- ب) عوامل جغرافیایی ۱۵۸
- ج) جغرافیای اقتصادی ۱۵۸
- شاخص‌های روابط گردشگری ۱۵۸
- نظریه‌های روابط سیاسی، دیپلماتیک و گردشگری ۱۵۹
- صلح موقت ۱۵۹
- نظام سیاسی مردم‌گرایانه ۱۶۱
- الف) وجود جامعه و حکومت و مردم ۱۶۱
- ب) کاهش دلبستگی مردم به امور ۱۶۲
- ج) مسئولیت‌گریزی شهروندان ۱۶۲
- ملی‌گرایی ۱۶۳
- فراملی‌گرایی ۱۶۵
- آرمان‌گرایی ۱۶۶
- واقع‌گرایی ۱۶۷
- نواقص گرایی ۱۶۸
- لیبرالیسم ۱۶۹
- نئولیبرالیسم و گردشگری ۱۷۰
- مدرنیسم و گردشگری ۱۷۰
- مدرنیته (نوگرایی) و گردشگری ۱۷۱
- پست مدرنیسم (فرانوگرایی) و گردشگری ۱۷۲
- پسامدرنیته و گردشگری ۱۷۴
- فرایسامدرن و گردشگری ۱۷۵
- نظریه عطایای الهی و گردشگری ۱۷۷
- نظریه اثر تکاثری مخارج گردشگری ۱۷۷

۱۷۹	گفتار ششم / جهانی شدن و دیپلماسی گردشگری
۱۷۹	الف) فرایند جهانی شدن و نقش آن در صنعت گردشگری و دیپلماسی
۱۸۵	تعاریف و مفاهیم
۱۸۶	ابعاد جهانی شدن
۱۸۶	بعد اقتصادی
۱۸۷	بعد فرهنگی
۱۸۷	بعد سیاسی
۱۸۸	بعد علمی و فناوری
۱۸۸	بعد اجتماعی
۱۸۸	جهانی شدن و تغییرات مثبت
۱۹۰	جهانی شدن و تغییرات منفی
۱۹۰	ب) جهانی شدن و صنعت گردشگری
۱۹۲	نقش جهانی شدن در صنعت گردشگری
۱۹۲	تأثیر جهانی شدن بر گردشگری
۱۹۲	حوزه‌های تأثیرپذیر گردشگری در جهانی شدن
۱۹۴	فرهنگ
۱۹۵	اکولوژی
۱۹۵	اقتصاد
۱۹۵	سیاست
۱۹۵	تکنولوژی
۱۹۶	رفتار گردشگر
۱۹۷	منابع

گردشگری، تولید توسعه، رونق اقتصادی، ایجاد اشتغال، کسب درآمدهای ارزی، رفاه، ارتباطات، مبادلات فرهنگی در جوامع مختلف است. مقاصد بسیاری در سراسر جهان، با سرمایه‌گذاری در گردشگری، فضایی را برای این صنعت ایجاد کرده‌اند که در حال تبدیل شدن به عامل تولید برای پیشرفت اجتماعی-اقتصادی از طریق ایجاد مشاغل و تشکیلات اقتصادی، درآمدهای ناشی از صادرات و توسعه زیرساخت‌ها می‌باشد. در طول شش دهه گذشته، گردشگری رشد پیوسته و متنوعی را تجربه کرده و تبدیل به یکی از بزرگترین و سریع‌ترین بخش‌های اقتصادی در حال رشد جهان شده است. علاوه بر مقاصد سنتی، گردشگری امریکای شمالی، مقاصد جدید متعددی در حال شکل‌گیری هستند، با وجود شوک‌های گاه و بی‌گاه، گردشگری رشد بی‌وقفه‌ای داشته است. تعداد گردشگران بین‌المللی از ۲۵ میلیون نفر در سال ۱۹۵۰ به ۲۷۵ میلیون نفر در سال ۱۹۸۰؛ ۵۲۷ میلیون نفر در سال ۱۹۹۵ و یک میلیارد و ۱۳۳ میلیون نفر در سال ۲۰۱۴ رسیده است. به همین ترتیب، دریافتی‌های بین‌المللی در مقاصد مختلف در سراسر جهان از ۲ میلیارد دلار در سال ۱۹۵۰ به ۱۰۴ میلیارد دلار در سال ۱۹۸۰؛ حدود ۴۱۵ میلیارد دلار در سال ۱۹۹۵ و به یک تریلیون و ۲۴۵ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۴ افزایش یافته است.

در عین حال تخمین زده می‌شود تعداد گردشگران ورودی بین‌المللی بین سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۳۰ در سراسر جهان با حدود ۳/۳ درصد رشد سالیانه به ۱ میلیارد و ۸۰۰ میلیون نفر در سال ۲۰۳۰ برسد و باز هم تخمین زده می‌شود ورودی‌های مناطق نوظهور بین سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۳۰، با مثبت ۴/۴ درصد، رشدی دو برابری نسبت به مناطق پیشرفته (با مثبت ۲/۲ درصد)، داشته باشند. در

این بین سهم بازار اقتصادهای نوظهور از ۳۰ درصد در سال ۱۹۸۰ به ۴۵ درصد در سال ۲۰۱۴ افزایش یافته و انتظار می‌رود به ۵۷ درصد، یعنی رقمی حدود یک میلیارد گردشگر ورودی بین‌المللی، در سال ۲۰۳۰ برسد.

از طرفی بر اساس اعلام سازمان جهانی گردشگری حدود ۹ درصد تولید ناخالص داخلی مربوط به گردشگری است (مستقیم، غیرمستقیم و القایی)؛ در بین همه مشاغل بالاترین نسبت ایجاد شغل را دارا است؛ ۱/۵ تریلیون دلار صادرات گمرکی در سال ۲۰۱۴ بوده است و ۶٪ صادرات جهانی مربوط به گردشگری است.

این آمار و ارقام نشان بزرگی صنعت گردشگری است و ظهور کشورهای جدید در عرصه گردشگری جهان و رقابت آنها با مقاصد سنتی نیز نشان‌دهنده وجود پتانسیل‌های قوی در این صنعت برای برون رفت از تنگناها و توسعه ارتباطات است؛ لذا به نظر می‌رسد در این رقابت مؤثرترین راه برای رسیدن به جایگاه مطلوب، بهره‌گیری از دیپلماسی گردشگری باشد.

واژه دیپلماسی به معنای هدایت رفتار بین افراد، گروه‌ها و ملت‌ها از جمله واژه‌های سیاسی مورد استفاده در عرصه مناسبات بین‌المللی است. دیپلماسی تعیین‌کننده چارچوب دکترین سیاست خارجی هر کشور و اصول کلی هدایت سیاست خارجی است. بنابراین سه مفهوم پایه دیپلماسی، روابط بین دولت‌ها، مذاکره و گفت‌وگو (فن سازش در سیاست میان دو یا چند دولت به جای به مخاطره انداختن منافع ملی) و بالاخره وسیله‌ای برای جلوگیری از جنگ و ایجاد صلح است. دیپلماسی گردشگری به نقش گردشگری در ایجاد صلح، رونق اقتصادی و افزایش درآمد، خنثی‌کننده تبلیغات منفی خارجی و... و جایگاه دولت در دستیابی به این اهداف اشاره دارد. موفقیت یا شکست صنعت جهانگردی در هر کشور به‌طور مستقیم به اعمال سیاست‌های حمایتی دولت وابسته است. به نحوی که هر چه چتر حمایتی دولت نسبت به گردشگری گسترده‌تر باشد، شکوفایی این بخش هم بیشتر خواهد بود.

با توجه به اینکه گردشگری تعامل فرهنگی میان مردم است، می‌تواند حامل

پیامی برای بوجود آوردن یک دیپلماسی باشد. مطمئناً کمتر کسی با این موضوع مخالف است که گردشگری موجب شده بسیاری از سوء تفاهات از بین بروند. برای توسعه گردشگری به عنوان ابزاری جهت پیشبرد مقاصد سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی توجه به موارد زیر ضروری است:

- ♦ ارزش و اهمیت قائل شدن برای گردشگری به عنوان یک صنعت؛
 - ♦ تبدیل گردشگری به عنوان زمینه ساز (توسعه) دیپلماسی؛
 - ♦ داشتن دیپلماسی راهبردی مؤثر برای گردشگری؛
 - ♦ بهره گیری از گردشگری در ایجاد اشتغال، فقرزدایی، جلب و جذب سرمایه های داخلی و خارجی و در نهایت افزایش درآمد ملی.
- برای رسیدن به این اهداف توجه به مسائل زیر ضروری است:
- ♦ کم کردن تصدی گرایی دولت و مسئولیت فقط ناظر باشد؛
 - ♦ فعال کردن بخش خصوصی؛
 - ♦ اصلاح قوانین ورود و خروج؛
 - ♦ استانداردسازی خدمات و تسهیلات گردشگری؛
 - ♦ تبلیغات مناسب و گسترده؛ و در نهایت
 - ♦ تغییر نوع نگاه دولت مردان به گردشگر و گردشگری به عنوان یک فرصت و نه یک تهدید.

همان گونه که اشاره شد صنعت گردشگری به طور مستقیم وابسته به سیاست های دولت است، بنابراین تدوین دیپلماسی گردشگری می تواند در توسعه این صنعت نقطه عطف و منشاء اثر فراوان باشد. توسعه دیپلماسی گردشگری سبب فراهم آوردن زیرساخت های مناسب و ایجاد شرایط امن مطلوب در ابعاد مختلف شده مستقیماً بر اقتصاد، سیاست، فرهنگ و اجتماع تأثیر خواهد گذاشت. در بعد اقتصادی سبب رونق اقتصادی، اشتغال زایی، ایجاد درآمد، تسهیل در سرمایه گذاری و در نهایت افزایش درآمد سرانه ملی خواهد شد. به علاوه در گفتگوهای اقتصادی

بین کشورها گردشگری می‌تواند به‌عنوان یکی از پایه‌ها و محورهای اصلی بحث‌های هیأت‌های بلند پایه محسوب شود. در بعد فرهنگی اجتماعی با توجه به کنجکاوی گردشگران به مسایل، رویدادها و پدیده‌های هر محل، سبب بازگشت و توجه مردم به هویت و اصالت خویش شده و دولت و بخش خصوصی با تهیه برنامه‌های گوناگون می‌توانند شرایط مناسب را برای توسعه این صنعت فراهم آورند. در بعد سیاسی، بهترین راه تبلیغ صحیح در مورد کشور و مقابله با تبلیغات منفی خواهد بود. توجه به ارتباط گردشگری با عوامل سیاسی و نقش گردشگری در توسعه سیاسی و نیز تاثیر تصمیم‌گیری‌های سیاسی بر توسعه یا عدم توسعه گردشگری، نقش دولت، بخش خصوصی، بخش عمومی، نهادهای سازمان‌ها و ارتباط بین این اجزاء با گردشگری از عوامل قابل توجه در دیپلماسی گردشگری است؛ لذا تدوین دیپلماسی گردشگری و اجرای آن می‌تواند زمینه‌ساز ورود گردشگران و به دنبال آن استقرار صلح پایدار و رونق اقتصادی و افزایش درآمد ناخالص ملی کشور باشد.

این مجموعه طی گفتارهای مختلف به معرفی دیپلماسی و گردشگری، تاریخچه و تقسیمات آنها، مفاهیم و تعاریف، مقررات حاکم بر روابط سیاسی، رابطه دیپلماسی با سیاست خارجی، نقش جهانی شدن در توسعه گردشگری و دیپلماسی، شاخص‌های روابط سیاسی و گردشگری و دیپلماسی بر پایه گردشگری یا همان دیپلماسی عمومی گردشگری پرداخته است.

از کلیه عزیزان و سرورانی که در تهیه این اثر نگار را یاری داده‌اند کمال تشکر و امتنان را داریم. ضمناً از دست اندرکاران نشر مهم‌ها که پیگیر ارتقاء سطح علمی رشته گردشگری بوده و مشوق محققین این بخش هستند نیز تشکر و قدردانی می‌نماید.

ناصر رضائی

علیرضا حاجی محمدی