



جغرافیا و روابط انسانی، بهار ۱۴۰۲، دوره ۵، شماره ۴، صص ۶۹-۴۸

بررسی تأثیرات سیاسی گردشگری

مهدی ستایش منش^{۱*}

۱-فارغ‌التحصیل کارشناسی ارشد جغرافیای سیاسی، دانشکده جغرافیا دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران.

Mahdisetayesh67@gmail.com

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۳/۰۷

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۲/۱۷

چکیده:

گردشگری علاوه بر اینکه امروزه یکی از پویاترین بخش‌های اقتصادی است که در بخش عمده‌های از کشورها نقش مؤثری در ارتقا تولید ناخالص داخلی، اشتغال آفرینی و توزیع درآمد دارد. با پدیده آوردن تفاهم متقابل میان ملت‌ها به پیشبرد و استواری صلح جهانی کمک‌های شایسته‌ای می‌کند. دولت‌ها برای رسیدن به این آرمان بشری تلاش و کوشش‌های فراوانی برای تحقق صلح و امنیت جهانی معطوف داشته و همواره در سیاست‌گذاری‌ها و تصمیم‌سازی‌ها، توسعه گردشگری را به عنوان پویاترین فعالیت اقتصادی، سیاسی و فرهنگی عصر حاضر با قدرت نرم و نیروی سیال و پرنفوذ خود که در تولید صلح و امنیت و تفاهم و درآمد کشورها و پیوند دولت‌ها و ملت‌ها به یکدیگر تاثیرگذار می‌باشد هدف از این پژوهش بررسی تأثیرات سیاسی، گردشگری می‌باشد. روش تحقیق در این مقاله به صورت توصیفی-تحلیلی است. روش جمع‌آوری داده‌ها به صورت اسنادی-کتابخانه‌ای می‌باشد. نتایج تحقیق نشان داد که گردشگری باعث تقویت صلح-امنیت. افزایش غرور ملی-انسجام ملی-افزایش دیپلماسی عمومی-ایجاد ثبات سیاسی میان کشورها-ارائه تصویر مثبت از کشور میزبان می‌شود.

واژگان کلیدی: گردشگری-امنیت-صلح-ثبات سیاسی-دیپلماسی



بیان مسئله

گردشگری^۱ فعالیتی است مبتنی بر نیاز انسان‌ها به گردش، تفریح، استراحت، خستگی‌زدائی از تنش‌های روحی زندگی مدرن و شهری و حفاظت از سلامتی جسمی و روحی انسان شکل گرفته و به سرعت رو به گسترش و توسعه است. این فعالیت علاوه بر تأمین نیازهای مزبور دارای کارکردهای مفید اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و امنیتی است. از این‌رو گردشگری به شدت رو به گسترش بوده و سرنوشت کشورها، روابط بین‌الملل و اقتصادهای ملی و جهانی را تحت‌الشعاع قرار داده است (حافظ نیا، ۱۳۹۳: ۱۰۳). گردشگری با پدیده آوردن تفاهم متقابل میان ملت‌ها به پیشبرد و استواری صلح جهانی^۲ کمک‌های شایسته‌ای می‌کند. دولت‌ها برای رسیدن به این آرمان بشری تلاش و کوشش‌های فراوانی برای تحقق صلح و امنیت^۳ جهانی معطوف داشته و همواره در سیاست‌گذاری‌ها و تصمیم‌سازی‌ها، توسعه گردشگری را به عنوان پویاترین فعالیت اقتصادی، سیاسی و فرهنگی عصر حاضر با قدرت نرم^۴ و نیروی سیال و پرنفوذ خود که در تولید صلح و امنیت و تفاهم و درآمد کشورها و پیوند دولت‌ها و ملت‌ها به یکدیگر تأثیرگذار می‌باشد و با بهره‌گیری از توان جادویی دیپلماسی گردشگری و مدیریت فرصت‌محور تلاش‌های خود را برای جذب بیشتر گردشگر و رفع تهدیدها معطوف داشته‌اند امروزه ارزش سیاسی گردشگری به صورت اصلی مسلم درآمده و اعتباری جهانی به خود گرفته است، گردشگری و سیاست‌چنان باهم تلفیق یافته‌اند که باید در صحنه سیاست جهانی همان را به حساب آورد. همچنین برخورد دو فرهنگ، تعامل اجتماعی و فرهنگی دو قوم یا اقوام مختلف خودبه‌خود در افزایش اطلاعات، آگاهی درک و شناخت اقوام دیگر، شیوهای زندگی و ویژگی قومی و فرهنگی و اجتماعی اقوام دیگر مؤثر است. بدیهی است اثرات مثبت گفتگو، تعامل اجتماعی و فرهنگی می‌تواند در افزایش سطح آگاهی مردم مؤثر باشد و به‌نوعی آن‌ها را از انزوا، تک‌نگری و تعصب بیرون آورد (رضوانی، ۱۳۹۲: ۵۳). همچنین گردشگری به‌عنوان صنعت و فعالیت نوظهور و پیش‌رونده توجه دولت‌ها و ملت‌ها را به خود جلب نموده است و کشورها با متناسب‌سازی ساختارهای ملی خود با این فعالیت‌ها، سعی بر فراوری پتانسیل‌ها و قابلیت‌های جذب گردشگری به‌ویژه در بعد بین‌المللی داشته و از سوئی دست به ظرفیت‌سازی‌های جدید جذب گردشگری می‌زنند. تا نه‌تنها به معرفی فرهنگ، کشور، سرزمین، ملت، تاریخ و هویت ملی خود به جهانیان بپردازند بلکه منافع اقتصادی خوبی را نصیب خود نمایند (حافظ نیا، ۱۳۹۳: ۱۰۳). در صحنه صادرات^۵ بین‌المللی در هزاره جدید، صنعت گردشگری اهمیت و اعتبار و جایگاه ویژه‌ای داشته است و در معاملات تجاری و بازرگانی و نقش تعیین‌کننده‌ای دارد و در حال حاضر صنعت گردشگری

¹ Tourism

² global peace

³ Security

⁴ soft power

⁵ Exports

از نظر پراکنش مقیاس بزرگ‌ترین صنعت جهان شناخت می‌شود (حیدری چیا، ۱۳۹۶: ۲۲۳). گردشگری موجب شناخت فرهنگ‌های مختلف می‌شود. کشور میزبان این فرصت را پیدا می‌کند که فرهنگ و ارزش‌های خود را به مردم سایر ملل بشناساند و از آنان، نمایندگان برای تبلیغ لندی‌شه‌های خود بسازد (الوانی و پیروز دخت، ۱۳۸۵: ۱۲۴). امروزه گردشگری به صورت یک فعالیت رقابتی در عرصه بین‌المللی ظهور کرده و دولت‌ها با اتخاذ سیاست‌های باز^۱ و تسهیل ورود جهانگردان به کشور خود و توسعه جاذبه‌های توریستی و سایر تدابیر لازم نظیر تجهیز زیرساخت‌های توریستی به نوعی با دولت‌های دیگر رقابت می‌نمایند و هر کدام سعی دارند در عرصه بین‌المللی به شکار جهانگردان و گردشگران بیشتری بپردازند تا از منابع مربوط بهره‌مند گردند. بدیهی است کشورهای با سیستم بسته^۲ در برابر کشورهای با سیستم باز، در عرصه این رقابت بازنده خواهند بود (حافظ نیا، ۱۳۹۳: ۱۰۴). لذا هدف از تحقیق این است گردشگری چگونه بر (امنیت - صلح - دیپلماسی عمومی^۳ - ثبات سیاسی ...) تأثیر می‌گذارد.

روش‌شناسی

روش تحقیق در این مقاله به صورت توصیفی - تحلیلی است. روش جمع‌آوری داده‌ها به صورت اسنادی - کتابخانه‌ای - می‌باشد. در واقع با مطالعه و بررسی آثار علمی که در مورد (گردشگری و صلح - گردشگری و امنیت - گردشگری و دیپلماسی. گردشگری و همگرایی کشورها ...) در سال‌های اخیر به چاپ رسیده است سعی در استنتاج این مطالعات در قالب یک مقاله کاربردی نمودیم.

پیشینه تحقیق

¹ Open policies

² Closed system

³ Public Diplomacy

جدول ۱. پیشینه تحقیق

نویسنده و سال	عنوان	یافته‌ها
کریمی پور و دیگران (۱۳۹۶)	ارزیابی نقش گردشگری بر همگرایی واحدهای سیاسی- فضایی ایران و آذربایجان	نتایج تحقیق نشان می‌دهد که از بین شاخص‌های مورد بررسی، شاخص‌های بسترهای اقتصادی و تجاری گردشگری و خدمات ارائه شده به گردشگران به ترتیب با مقادیر (۴/۰۵ و ۴/۰۲) بیشترین تأثیر را در همگرایی دو کشور به خود اختصاص داده‌اند. علاوه بر این، نتایج تحلیل عاملی نشان می‌دهد که سه عامل بهبود روابط تجاری (۱۹/۳۹)؛ استفاده از خدمات درمانی و بازدید از بستگان (۱۷/۲) و دسترسی آسان و امنیت کشور همسایه (۱۱/۶) با نزدیک به ۵۰ درصد از کل واریانس از دیدگاه پاسخگویان بیشترین اهمیت را در ایجاد و بهبود همگرایی بین دو کشور همسایه از طریق توسعه گردشگری دارد.
عزیزی فر (۱۳۹۶)	ژئوپلیتیک گردشگری؛ راهبردی در توسعه گردشگری و همگرایی کشورهای جهان اسلام با محوریت توسعه گردشگری در سواحل خلیج فارس	یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد از مهم‌ترین بازتاب‌های نگرش ژئوپلیتیک گردشگری بر توسعه گردشگری و همگرایی کشورهای جهان اسلام می‌توان به تلاش قدرت‌ها برای ایجاد ثبات سیاسی، اعتدالی سطح امنیت در جامعه به ویژه جامعه محلی سواحل خلیج فارس، کاهش کشمکش‌های سیاسی در اثر کاهش نرخ بیکاری در کشور، تلاش برای تقلیل آشوب‌ها و تشنجات سیاسی در کشور و برقراری تماس بین قومیت‌ها و ملیت‌های گوناگون و ارتقای درک متقابل بین آنان اشاره نمود؛ بنابراین می‌توان گفت ژئوپلیتیک گردشگری در تعامل با امنیت، فرصتی برای سیاست‌گذاری‌های گردشگری کلان اقتصادی قدرت‌ها در سطح جهان اسلام به ویژه راهبردی در توسعه پایدار منطقه ساحلی خلیج فارس است.
رضایی (۱۳۹۳)	نقش و جایگاه دیپلماسی عمومی در توسعه گردشگری در ایران	و برای رونق صنعت گردشگری و به تبع آن توسعه دیپلماسی عمومی و دو دسته اقدامات در سطوح داخلی و خارجی پیشنهاد گردیده که مهم‌ترین آن‌ها توجه ویژه به دیپلماسی گردشگری به‌عنوان دیپلماسی مثبت و انسان‌گرا است
نباکوئی و همکاران (۱۳۹۲)	تأثیر گردشگری بر توسعه همگرایی منطقه‌ای کشورهای حوزه جنوب غرب آسیا	به این نتیجه رسیدند که لزوم ارتقای امنیت کشورهای منطقه و نیز تأکید بر گردشگری به‌عنوان فاکتوری همگراکننده در عرصه‌های مختلف سیاسی، فرهنگی و اقتصادی می‌تواند زمینه را برای توسعه یک همگرایی محدود یا گسترده و تحول در معادلات ژئوپلیتیک حوزه جنوب غرب آسیا فراهم آورد
		نتایج پژوهش نشان می‌دهد که توسعه گردشگری با افزایش درآمد، تولید، اشتغال‌زایی، تقویت بخش خصوصی، توسعه تجارت، افزایش عدالت، تقویت سیاست داخلی و خارجی،

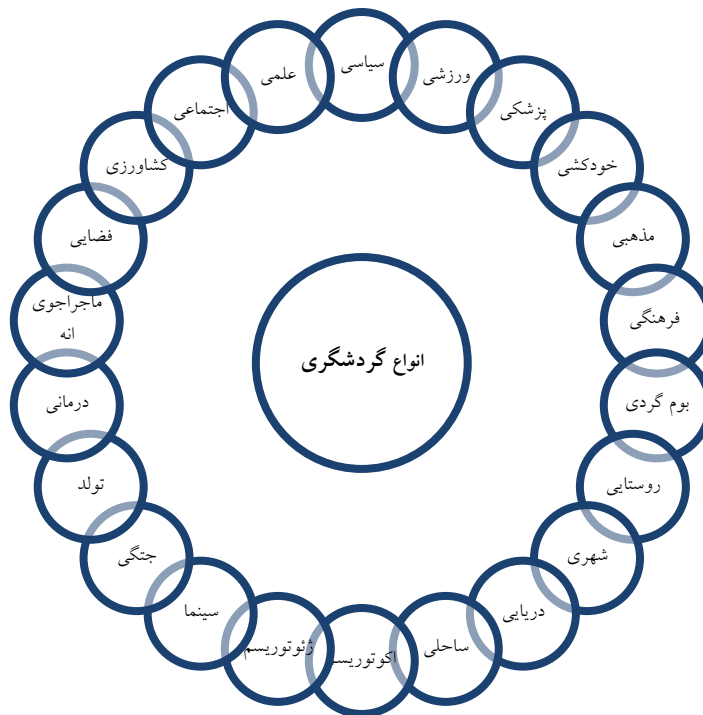
<p>افزایش رفاه، آموزش، افزایش انسجام و همبستگی ملی و تبادلات فرهنگی بطور همزمان، هم باعث تقویت و توسعه اقتصادی کشور در سطح ملی و بین‌المللی خواهد شد، هم در شناساندن چهره واقعی کشور و ملت ایران به جامعه جهانی اثرگذار خواهد بود و همچنین سیاست داخلی و خارجی کشور را تقویت خواهد کرد و در نهایت با تقویت قدرت ملی موقعیت و منزلت ژئوپلیتیک کشور در سطح منطقه‌ای و جهانی افزایش بیشتری خواهد یافت.</p>	<p>بررسی تأثیر توسعه گردشگری بر تقویت قدرت ملی ایران</p>	<p>وزین و همکاران (۱۳۹۷)</p>
<p>نتایج حاصل از این تحقیق نشان می‌دهد گردشگری اثرات متنوع گردشگری در جهان و افزون بر این، پتانسیل اثرگذاری با شدت زیاد بر شاخص‌های صلح جهانی اثر دارد</p>	<p>اولویت‌بندی اثرات توسعه گردشگری بر شاخص‌های صلح جهانی</p>	<p>ضرغام بروجنی و دهکردی (۱۳۹۱)</p>

یافته‌های تحقیق: ۱۴۰۰

تعریف گردشگری

گردشگری یا توریسم واژه توریسم از دو بخش ترکیب یافته است: تور به معنای سفر، گشت، مسافرت، سیاحت و ایسم، پسوندی که اشاره به مکتب یا اندیشه‌ای فلسفی، مذهبی، سیاسی، ادبی و غیره دارد؛ بنابراین گردشگری یعنی مکتبی که پایه فکری آن سیاحت و گردشگری است (کاظمی، ۱۳۹۲: ۱۴). واژه توریسم نخستین بار در سال ۱۸۱۱ میلادی در مجله‌ای انگلیسی زبان به نام «*sporting magazine*» آمد. در آن زمان این لغت به معنای مسافرت به منظور تماشای آثار تاریخی و بازدید از مناظر طبیعی برای کسب لذت به کار می‌رفت (میری و حسین زهی، ۱۴۰۱: ۳۴). صنعت گردشگری آمیزه‌ای از فعالیت‌های مختلف است که به صورت زنجیره‌ای در جهت خدمت‌رسانی به گردشگران انجام می‌گیرد؛ بنابراین گردشگری شامل تمامی پدیده‌ها و روابط حاصل از تعامل گردشگران، عرضه‌کنندگان و فروشندگان محصولات جهانگردی، دولت‌ها و جوامع، میزبانان در فرآیند جذب و پذیرایی از گردشگران می‌باشد. گردشگری مفهومی گسترده است و همواره در طول تاریخ تعریف آن دستخوش تغییر بوده است (یادگاری و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۳۱). گردشگری به سفری موقتی و کوتاه گفته شده که ضمن آن گردشگر به منطقه‌ای خارج از محل سکونت و کار خود به منظور سیرو سیاحت سفر می‌کند (الوانی، مهدی و دهدشتی شاهرخ، زهره، ۱۳۷۳: ۱۹). پیرس، گردشگری را همچون یک آلیاژ با ترکیب صنعتی تعریف کرد که از حرکت و جابه‌جایی مردم و اقامتشان در مقاصد مختلفی غیر از محل سکونتشان نشئت می‌گیرد. گردشگری اساساً پدیده‌ای است که در اوقات فراغت شکل می‌گیرد (کاظمی، ۱۳۹۲: ۱۷). گردشگری را مجموعه فعالیت‌های افرادی که خارج از محل

زندگی معمول خود بوده و به قصد تفریح، استراحت و انجام امور دیگر مسافرت می کنند و بیش از یک سال در آن مکان نمی مانند تعریف می کند. با این استثنا که افرادی که برای کسب درآمد مسافرت می کنند همانند ورزشکارانی که به عضویت تیم های خارجی در می آیند، دانشجویانی که دارای برنامه های بلند مدت هستند، اعضای دیپلماتیک و نیروهای نظامی که به خاطر مأموریت هایشان مجبور به سفر هستند در فرایند گردشگری نیستند (دانایی فر و همکاران، ۱۳۹۱: ۶). گرچه امروزه درباره گردشگری تعاریف گوناگونی وجود دارد ولی سازمان جهانی گردشگری که وابسته به سازمان ملل است و به عنوان یک مرجع جهانی درباره مسائل و خط مشی های گردشگری عمل می کند گردشگری اینگونه تعریف کرده سفر و اقامت به مکان هایی خارج از محیط همیشگی که مدت زمان آن بیش از یک سال نباشد و به منظور گذراندن اوقات فراغت، کسب و کار انجام می شود (یادگاری و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۳۱). امروزه با گسترش صنعت گردشگری، هرساله میلیون ها نفر با اهداف متفاوت به مناطق مختلف سفر می کنند. این سفرها تنها محدود به تفریح و بازدید از جاذبه های گردشگری نمی شود؛ بلکه می تواند به منظور یک فرصت شغلی، درمان بیماری و یا حتی آشنایی با فرهنگ و مذهب یک کشور باشند. از انواع گردشگری میتوان به گردشگری سلامت، فرهنگی، تجاری، مذهبی، ورزشی، آموزشی، ژئوتوریسم، اکوتوریسم، و ... اشاره کرد (پور حسن، ۱۳۹۴: ۳).



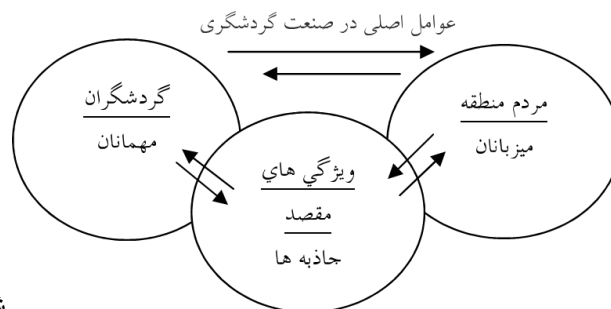
شکل شماره (۱)

عوامل مؤثر بر گردشگری

عوامل زیادی در توسعه گردشگری نقش دارند. که ارتباط و تعامل بین این عوامل باعث توسعه گردشگری می‌شود. سه عامل اصلی در توسعه گردشگری عبارت‌اند از:

۱- گردشگران (مهمانان) ۲- مردم منطقه (میزبانان) ۳- ویژگی‌های مقصد (جاذبه‌ها) (الوانی و پیروز بخت،

۱۳۸۵:۱۱۲).



شکل شماره (۲)

دیدگاه‌ها نسبت به گردشگری

امروزه در زمینه گردشگری، چهار دیدگاه غالب وجود دارد: دیدگاه اقتصادی، دیدگاه اجتماعی و فرهنگی، دیدگاه سیاسی و دیدگاه زیست‌محیطی.

۱- دیدگاه اقتصادی

گردشگری قبل از هر چیز یک مسئله اقتصادی است. ساماندهی فضای جغرافیایی در امر مبادله آزاد گردشگری شکل می‌گیرد و تجارت مسافرت بر پایه سرمایه‌داری و سودآوری انجام می‌شود. از این رو گردشگری در فرآیند عرضه و تقاضا جلوه‌هایی از توسعه را نشان می‌دهد. یکی از مهم‌ترین محرک‌های توسعه فعالیت‌های گردشگری در اغلب کشورها کسب منافع و مزایا اقتصادی است. اهمیت بالایی ایجاد شغل‌های جدید و پایدار برای دولت‌ها و جذب سرمایه‌گذاری از جمله دلایلی است که بسیاری از کشورهای را به عرصه رقابت در بزرگ‌ترین صنعت خدماتی جهان، یعنی گردشگری کشانده است. کارشناسان اقتصادی با تأکید بر جنبه‌های مختلف گردشگری نقش آن را در پویایی اقتصادی بسیار مهم دانسته‌اند و می‌کوشند تا با شناخت یعدها اقتصادی گردشگری راه‌های توسعه را در این مسیر بررسی کنند. توانایی‌ها گردشگری را در زمینه اقتصادی می‌توان در قالب جریان سرمایه بازشناخت که برای اقتصادهای ملی اهمیت بالایی دارد. تحرک پذیری^۱ اقتصاد گردشگری سبب کسب ارز خارجی، فروش محصولات داخلی و گسترش راه‌های صادراتی می‌شود (عباس نژاد، ۱۳۷۵: ۳۰).

۲- دیدگاه اجتماعی و فرهنگی

فرهنگ به مجموعه کاملی از ویژگی‌های متمایز روحی، مادی، فکری و هنجاری اطلاق می‌شود که یک گروه اجتماعی و یا یک جامعه را از نوع دیگر مشخص می‌سازد و نه فقط شامل هنر و ادبیات می‌باشد بلکه سبک زندگی، حقوق بنیادی بشر، نظام ارزش‌ها، سنت‌ها و باورها را نیز در بر می‌گیرد (شفیعی و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۷۱). فرهنگ در جلوه‌های مختلف، انعکاس زندگی دیرینه در انسان‌های امروزی است که جوامع از سانی بدان خو می‌گیرند و در دوره‌های مختلف و تحت تأثیر عوامل گوناگون شکل مختلفی می‌یابد، ولی شکل سنتی خود را هم چنان حفظ می‌کنند. (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۹۳: ۸۶). گردشگری از نظر ماهوی قبل از آنکه به عنوان یک پدیده اقتصادی مطرح باشد یک امر فرهنگی است، به گونه‌ای که در اطراف آن آثار فرهنگی بسیاری شکل می‌گیرد. در قرن بیست یکم که گونه‌های مختلف گردشگری مطرح است، انتخاب گونه گردشگری توسط گردشگر یک امر فرهنگی - اقتصادی است. گردشگری به عنوان یک امر فرهنگی در دو طرف جریان گردشگری در یک مکان،

¹Mobility

تعامل ها و تبادلهای را سبب می شود و با از سان ها، انگیزه ها، خواسته ها، نیازها و آرزوهای آنها که منبعث از فرهنگ جامعه است در ارتباط است (ترنر، ۱۳۸۷: ۹۵).

۳- دیدگاه سیاسی

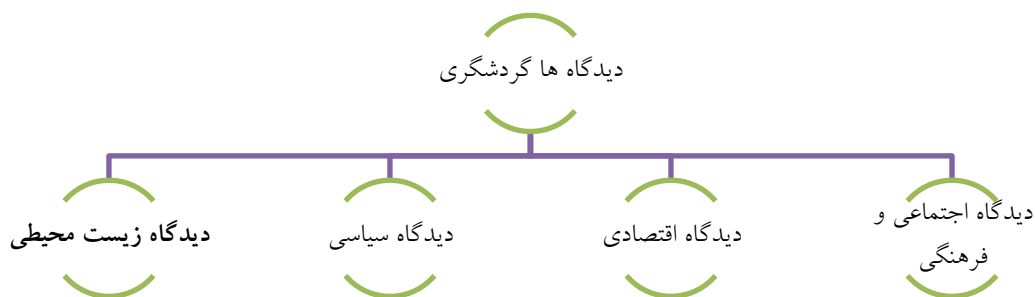
در جهان امروزی توسعه گردشگری و توسعه روابط و مناسبات بین‌المللی در تعاملی دوطرفه قرار دارند. باید توجه داشت که دولت‌های مختلف جهان ضمن ایجاد ثبات، امنیت و فضای آرام سیاسی در داخل، تلاش در افزایش ارتباطات بین‌المللی و جهانی دارند و به ایجاد شرایط مطلوب داخلی و خارجی در اثر گسترش دیپلماسی فعال و سازنده، به سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری بر سیاست بین‌المللی و مسائل سیاسی داخلی دولت‌ها بر روند گسترش مردم‌سالاری در کشورهای توریست‌پذیر، همراه با مثال‌ها و شواهد، خود کتاب جداگانه‌ای می‌طلبد. به طور مثال می‌توان گفت: گسترش مردم‌سالاری در کشورهای چین در سال‌های اخیر تا اندازه‌های زیاد مدیون گسترش گردشگری و سیاست گردشگری این کشور است. از دیدگاه سیاسی، گردشگری، در عین حال که یک قابلیت اقتصادی است، موجب نوع دوستی و همکاری بین‌المللی نیز هست و همین امر باعث می‌شود که از نظر سیاسی، دولت‌ها به هم نزدیک‌تر شوند و ملت‌ها همدیگر را بیشتر بشناسند. دولت‌هایی که در زمینه گردشگری سرمایه‌گذاری کرده‌اند، در روابط بین‌المللی خود بازنگری به عمل آورده‌اند. مردم محبوس در یک گوشه از جهان استبداد را تحمل می‌کنند، اما ملت توریست‌پذیر خواه‌ناخواه به مردم‌سالاری^۱ دست می‌یابند. گذار از گردشگری به گردشگری خود گذار از سنت به مدرنیته است. گذار از سنت به مدرنیته لاجرم با قدرت و آزادی توأم است. اگر سنت (تجدد) و مدرنیته را در یک مربع قرار دهیم، یک ضلع آن سنت، ضلع روبروی آن مدرنیته و دو ضلع دیگر آن، آزادی و قدرت است. پس گذار از گردشگری به گردشگری لاجرم به آزادی می‌انجامد (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۹۳: ۱۱۶-۱۱۵). از نظر ژئوپلیتیکی^۲ توریسم می‌توان آن را رقابت قدرتها میان جذب گردشگر در سطح منطقه‌ای و جهانی در راستای سیاست‌گذاری‌های اقتصادی برای توسعه فضای سرزمینی و کسب منافع ملی و توسعه پایدار گردشگری تعریف نمود. اساساً رویکرد ژئوپلیتیکی به گردشگری به خصوص در عصر پسامدرن در فرآیندی منطقه‌ای تبلور می‌یابد که در آن جریان سرمایه به سوی مناطقی با قابلیت‌های بالا در زمینه گردشگری پذیرایی در حرکت است. در تحلیل ژئواستراتژیکی مناطق ژئوپلیتیکی در زمینه گردشگری هستند. (عزیزی فر، ۱۳۹۶: ۷۳).

¹ Democracy

² Geopolitical

۴- دیدگاه زیست محیطی

گردشگری علاوه بر آثار اقتصادی و اجتماعی - فرهنگی آثار زیست محیطی نیز دارد. این آثار در صورت عدم پیگیری راهبردی، استانداردها^۱ و ارزیابی های مشخص و روشن در زمینه توسعه گردشگری دارای جنبه های منفی بسیاری در ابعاد محیط انسانی و طبیعی است، هرچند از دیگر سو گردشگری در صورت پایبندی به پایداری در مفهوم بومی کردن زمینه ساز حفاظت از محیط زیست شود. از دیدگاه زیست محیطی توجه به فواید گردشگری نباید مانع از پرداختن به جنبه های نامطلوب این پدیده گردد. تحقیقات سازمان ملل در مورد تأثیر گردشگری بر کشورهای درحال توسعه نشان از آن دارد که با وجود اینکه گردشگری موجب شکوفایی اقتصادی کشورهای مقصد گردیده و مبادلات فرهنگی را بین دولت های مختلف قوت بخشیده است ولی از طرف دیگر موجب خلل های اجتماعی زیست محیطی نیز شده است. از این رو ضرورت پرداختن به گردشگری در مفاهیمی از پایداری الزامی است. این امر سبب آن شده که برنامه ریزان و سیاست گذران امور گردشگری با دیدی گسترده در ترسیم راهبردهای توسعه گردشگری، دیدگاه های زیست محیطی را در زمینه پایداری محیط زیست در ابعاد انسانی و طبیعی در نظرگیرند و بدین ترتیب مفاهیمی چون توسعه پایدار، گردشگری پایدار گردشگری بومی وارد ادبیات توسعه گردشگری بشود (ایدینگتن، ۱۳۷۴:۱).



شکل شماره (۳)

¹ standards

تأثیرات سیاسی گردشگری ترویج صلح

بر اساس مکتب لیبرال^۱، گردشگری فعالیتی با اهمیت در ترویج صلح می باشد؛ زیرا از یک طرف وابستگی اقتصادی^۲ بین کشورها را گسترش می دهد و از طرفی بستری برای تماسهای فرد به فرد در سطح بین المللی فراهم می کند. این تعاملات به ویژه در جایی که یک کشور دموکراتیک وجود دارد، باعث خواهد شد، شهروندان نسبت به مردمان مناطق دیگر رفتار مهربان تر باشند و در نتیجه به دولت خود فشار بیشتری برای برقراری رفتار صلح جویانه با دیگر دولتها وارد کنند. ارتباطات فرد به فرد که بوسیله تجارت و خدمات ایجاد شده منجر به افزایش ثروت و ایجاد طبقه متوسط توانا برای رسیدن به آزادی سیاسی مانند دموکراسی می شود. گردشگری با توجه به مشارکت در هر دو سطح خرد و کلان می تواند به عنوان کاتالیزور^۳ برای گسترش روابط صلح آمیز عمل کند (ضرغام بروجنی و دهکردی، ۱۳۹۱: ۲۶). همچنین همه ساله تعداد بی شماری از افراد برای حضور در کنگره ها و محافل علمی، درمان یا تفریح به کشورهای دیگر مسافرت می کنند. این مسافرت ها علاوه بر این که فرصتی برای همکاری بین کشورها فراهم می کند، تصویری از کشور میزبان را به دنیای خارج منعکس می سازد. شناخت بیشتر افراد یک کشور یا کشورهای مختلف از یکدیگر، تأثیر بسیار مطلوبی در استحکام روابط سیاسی، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و دولت ها دارد. هیچ چیز نمی تواند به اندازه مسافرت، یعنی حضور در محل، افراد را به یکدیگر نزدیک کند (بنا درویش، ۱۳۸۲: ۳۵). گردشگری می تواند فاصله های روان شناختی^۴ و فرهنگی افراد را از حیث نژادها، رنگ ها، مذاهب و در مراحل مختلف اجتماعی و توسعه پوشش دهد. به وسیله تسهیل روابط اجتماعی حقیقی در میان افراد، گردشگری می تواند ادراک بین المللی را ارتقا بخشد، به صنعت صلح جهانی تبدیل شود و به افراد کمک کند تا بر تعصبات^۵ خود غلبه کنند (زارعی و همکاران، ۱۳۹۱: ۷۴).

¹ Liberal school

² Economic dependence

³ the catalyst

⁴ Psychological

⁵ prejudice

ایجاد ثبات سیاسی میان کشورها

ایجاد ثبات سیاسی و تأمین صلح دربردارنده مفهوم مثبتی است. عدم وقوع جنگ یک شرط اساسی برای صلح است اما برای این که تمام مردم احساس آرامش کنند، کافی نیست. توسعه فعالیت گردشگری در فضای رقابت میان جوامع جهان در چارچوب ژئوپلیتیک گردشگری نه تنها از صلح ذینفع است؛ بلکه یک عامل اصلی برای صلح مثبت و هم منفی است. گردشگری باید به شیوه ای مناسب و درست برنامه ریزی^۱ و مدیریت شود زیرا هزینه ها و فوایدی هم برای جوامع و اقتصاد محلی و هم جهانی دارد. اگر جریان یک طرفه کنونی گردشگران از کشورهای توسعه یافته به کشورهای در حال توسعه، جای خود را به یک جریان دو طرفه بدهد، هر دو جامعه می توانند در زمینه های بیشتری با هم تبادل داشته باشند و با توجه به منافع یکدیگر با هم همکاری و مشارکت داشته باشند. بنابر این گردشگری تنها در زمانی می تواند منجر به صلح و ثبات سیاسی میان کشورهای جهان شود که به طور دقیق مدیریت و برنامه ریزی شده تا بتواند چارچوب کنونی گردشگری را تغییر دهد و البته اکثریت مردم هم فرصتی برای گردشگر شدن را داشته باشند (عزیزی فر، ۱۳۹۶: ۷۵).

ارائه تصویر مثبت از جامعه میزبان

گردشگری توانایی و قابلیت های قابل توجهی برای ارائه ی تصویری مثبت از کشور ها، ایجاد می کند و زمینه را برای روابط مثبت در سطح فردی و دولتی دارد و از طریق دخالت در فرایند سیاست داخلی دولت ها بر روابط بین الملل تأثیر می گذارد (Prideaux, Kim, & Prideaux, 2007: 305).

دیپلماسی عمومی

واژه دیپلماسی به معنای هدایت روابط بین افراد، گروه ها و ملتها از جمله واژه های سیاسی مورد استفاده در عرصه مناسبات بین المللی است. در عین حال دیپلماسی تعیین کننده چارچوب دکترین و اصول کلی هدایت سیاست خارجی هر کشور است؛ بنابراین سه مفهوم پایه ای دیپلماسی، روابط بین دولت ها، مذاکره و گفتمان (فن سازش در سیاست میان دو یا چند ملت به جای به مخاطره انداختن منافع ملی) و بالاخره مسیری برای جلوگیری از جنگ

¹ planning

و ایجاد صلح هستند. دیپلماسی گردشگری به نقش گردشگری در ایجاد صلح، رونق اقتصادی و افزایش درآمد، خنثی سازی تبلیغات منفی خارجی و ... و جایگاه دولت در دست یابی به این اهداف اشاره دارد. موفقیت یا شکست صنعت جهانگردی در هر کشور به طور مستقیم به اعمال سیاست های حمایتی دولت وابسته است، به نحوی که هرچه چتر حمایتی دولت نسبت به گردشگری گسترده تر باشد، شکوفایی این بخش هم بیشتر خواهد بود (رضایی، ۱۳۹۳: ۱۶۱). بنابراین هر گردشگر طی سفر خود تجربه های مختلفی در مورد مکانی که به آن سفر کرده است به دست می آورد و می تواند این تجربه ها را به اطرافیان خود نیز انتقال دهد. بر این اساس می توان گفت گردشگری کارکرد دیپلماسی هم دارد و از ابزارهای دیپلماسی عمومی است. به این ترتیب که حضور گسترده ی گردشگر، قدرت چانه زنی آن کشور را در محافل جهانی بالا می برد یعنی کشورها می توانند با ابزار دیپلماسی عمومی قدرت و امنیت خود را افزایش دهد. از سوی دیگر با افزایش گردشگران و افزایش شناخت متقابل، صلح و اعتماد بین ملت ها افزایش می یابد و در نتیجه منافع بسیاری برای طرفین مهمان و میزبان به وجود می آورد (فرتوک زاده و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۰۳). به عنوان مثال کشور چین خود را کشوری می بیند که برای نسل ها توسط قدرت های غربی و ژاپن استثمار و تحقیر شده است. این احساس زمینه را برای دستیابی به جایگاه شایسته جهانی فراهم آورده و رشد اقتصادی نیز فرصتی بود که به تدریج اعتماد به نفس مقامات چین را افزایش و برای تبدیل شدن به یک قدرت بزرگ کمک های قابل ملاحظه ای را ارائه داد؛ اما در سال های اخیر تأکید بر مؤلفه های منفی ظهور چین، به مانع مهمی برای ارتقاء وجهه بین المللی این کشور و به تبع، عامل منفی در جهت تداوم روند افزایش قدرت آن بوده است. هم زمان با رشد اقتصادی و تبدیل چین به یک قدرت جهانی، مباحث مربوط به «تهدید چین» به این احساس تهدید آمیز از چین دامن زد که افزایش قدرت این کشور ممکن است نظم جهانی را مورد تهدید قرار داده و عامل بی ثباتی در نظام بین الملل باشد (برازجانی و همکاران، ۱۳۹۵: ۳). اما چین توانست با استفاده گردشگری یکی از اشکال دیپلماسی ذهنیت مطلوب در افکار عمومی بین المللی، آن تصویر بدخیم و منفی خود را تضعیف و چهره مثبت را تقویت کرده است. اقداماتی که این کشور از طریق ابزارهای فرهنگی دیپلماسی عمومی خود به انجام می رساند، القای یک چین خوب و صلح دوست به جهانیان است (همان منبع: ۲۴).

افزایش اتحاد و انسجام ملی

- ۱- استفاده از گردشگری برای نشان دادن فرهنگ و تاریخ بومی - محلی، می تواند ساکنین بیشتری را ترغیب کند تا فعالانه در حیات فرهنگی جامعه مشارکت کنند.
- ۳- گردشگری فرصتی را برای آمیختگی مرزهای قومی در مناطق همجوار فراهم می آورد و با گرامیداشت اقوام^۱ مختلف، باعث تقویت درک بین فرهنگی و اتحاد اجتماعی می شود.
- ۴- گردشگری با فراهم آوری فرصت هایی مناسب جهت نمایش فرهنگ ها، زبانها، احیای سنت ها و افزایش غرور فرهنگی، نیرویی قوی در جهت تقویت هویت گروههای قومی است.
- ۵- با منافع که از راه گردشگری نصیب اقوام می شود، آنها اعتماد به نفس و تعهد مورد نیاز را برای حفاظت از سنت ها و پایدار نگه داشتن هویت و تمایزهایشان به دست خواهند آورد (صالحی پور، ۱۳۹۴: ۲۲۴).

افزایش امنیت

امنیت از مهم ترین نیازها و انگیزه های انسان به شمار می رود، به گونه ای که دستیابی به بسیاری از نیازهای دیگر در گرو تأمین امنیت است. امنیت اولین عاملی است که موجب می شود انسان ها کنار هم آیند، از نیروی هم کمک گرفته، در مسئولیت های اجتماعی مشارکت جویند تا آسوده تر و مطمئن تر زندگی کنند. توسعه و پیشرفت جامعه و برخورد آری از فرصت ها و ظرفیت های لازم اجتماعی و فرهنگی همواره نیازمند بهره مندی از امنیت است اگرچه مسئله امنیت امری مهم تلقی می شود بسیاری از جامعه شناسان احساس امنیت را مهم تراز وجود امنیت تلقی می کنند. احساس امنیت در یک جامعه به احساس روانی شهروندان از میزان وجود یا عدم وجود عامل تهدیدکننده در آن جامعه برمی گردد. امنیت پدیده ای چندبعدی است و مطالعه ای میزان آن در یک جامعه از جهات مختلف سیاسی، اقتصادی و اجتماعی امکان پذیر است (کلدی و کمانی، ۱۰۴: ۱۳۹۳). یکی از مواردی که باید در گردشگری به طور جدی مورد تأکید قرار گیرد امنیت است. آسایش، راحتی و امنیت از مسائل بسیار مهمی است که گردشگران را به نقاط مختلف دنیا جلب می کند اصولاً تا امنیت برقرار نباشد سفری شکل نخواهد گرفت و سخن گفتن از گردشگری بیهوده خواهد بود. در واقع، هرگاه در سطح جامعه جهانی بستر مناسب امنیت فراهم

¹Relatives

با شد افراد سفر می‌کنند و این امر مبین آن است که فعالیت‌های مربوط به گردشگری رونق می‌یابد زیرا اگر گردشگران نسبت به مقصدی احساس ناامنی داشته باشند هرگز به آنجا سفر نمی‌کنند. امنیت و گردشگری پارامترهای یک معادله هستند که نسبتی مستقیم باهم دارند (سلیمی سبحان، ۱۳۹۳: ۱۰۶). کشور لبنان به عنوان یکی از زیباترین کشورهای خاورمیانه^۱ یک مقصد دیدنی برای گردشگران اروپایی محسوب می‌شود و توانست در سال ۲۰۰۰ و ۲۰۰۵ به ترتیب ۱.۲۷۸۰۰۰ و ۱.۱۴۰۰۰۰ نفر گردشگر خارجی را جذب کند، اما با وقوع جنگ ۳۳ روزه با اسرائیل صنعت گردشگری این کشور دچار رکود و آسیب جدی شد. به طوری که تعداد گردشگران ورودی به این کشور در سال ۲۰۰۶ با کاهش ۶.۸ درصدی به ۱.۰۶۴۰۰۰ رسید. متولیان گردشگری این کشور پس از جنگ گزارش دادند که هتل‌های این کشور خسارتی از مسافران شده و بسیاری از تأسیسات و امکانات گردشگری بر اثر اصابت گلوله و بمب به شدت تخریب شدند (اصفهانی، ۱۳۹۰: ۷۱). به عبارت دیگر، نقش و تأثیر صنعت گردشگری در ترسیم امنیت یک کشور چنان است که اکثر کشورهای توسعه‌یافته با وجود دارا بودن منابع کلان اقتصادی و درآمد، ترجیح می‌دهند بر روی صنعت گردشگری متمرکز شوند. حضور مستقیم بازدیدکنندگان و گردشگران در یک کشور علاوه بر توسعه اقتصادی و تبادلات فرهنگی، آن کشور را به عنوان یک قطب امن به جهانیان معرفی می‌کند و باعث افزایش سفر به داخل کشور می‌شد امنیت داخلی را افزایش می‌دهد و به مشروعیت سیاسی^۲ در سطح بین‌المللی می‌انجامد (جعفری صمیمی و خبره، ۱۳۹۴: ۹۲).

دموکراسی و مشارکت^۳

دموکراسی حکومت جمعی است که در آن اعضای اجتماع به طور مستقیم یا غیر مستقیم در گرفتن تصمیم‌هایی که به همه‌ی آنها مربوط می‌شود شرکت دارند یا می‌توانند شرکت داشته باشند. قوام دموکراسی به مشارکت است - مشارکت افراد جامعه در گرفتن تصمیم‌هایی که در وضع ایشان تأثیر می‌گذارد. مفهوم اصلی مشارکت در تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی توسعه، فراتر از یک حق سیاسی برای رأی دادن در انتخابات است. رابطه دموکراسی و گردشگری به چند دهه پیش بازمی‌گردد. زمانی که بر حق داشتن اوقات فراغت کارگران تأکید شد و این حق در سازمان‌های ملی اروپایی به رسمیت شناخته شد. در دهه‌ی ۹۰ میلادی، دموکراسی به شکل غربی آن جایگزین حکومت‌های خودکامه در بلوک شرقی شد. این تغییرات در گردشگری کشورهای نیز اثراتی بر جای

¹ Middle East

² Political legitimacy

³ participation

گذاشت حاصل تجربیات مشارکتی در زندگی اجتماعی، اقتصادی و سیاسی جوامع غربی آغاز نوینی در روی آوری به مشارکت جامعه در فرایند برنامه ریزی گردشگری شد (ضرغام بروجنی و دهکردی، ۱۳۹۱: ۳۰).

افزایش غرور ملی

صنعت گردشگری فرصتی برای ساکنان ایجاد می‌کند تا فرهنگ خود را مستقیم و بدون واسطه و به شکل واقعی به علاقه‌مندان عرضه کنند. این عمل، به‌ویژه باعث تقویت غرور و همبستگی^۱ جامعه میزبان و افزایش حد تحمل آنان در برابر فرهنگ‌های دیگر می‌شود همچنین این شیوه معرفی فرهنگی خود به دیگران، هرگونه شائبه یا پنداشت‌های نادرست درباره فرهنگ ساکنان را برطرف می‌کند و گردشگران امکان مشاهده فرهنگ واقعی میزبانان خود را به دست می‌آورند؛ به‌علاوه مهمانان می‌توانند برخی خصایص فرهنگی جامعه میزبان را که خودشان کمتر به آن توجه داشته‌اند، شناسایی و معرفی کنند مطالعات انجام گرفته در ایران نیز مؤید این واقعیت است، به‌طوری‌که اکثریت قریب به اتفاق کسانی که از ایران دیدن کرده‌اند، پس از سفر دیدگاهشان درباره مردم و فرهنگ این سرزمین کاملاً تغییر کرده و ایرانیان را مردمانی خونگرم، مهمان نواز و صمیمی می‌شناسند (کاظمی، ۱۳۹۲: ۱۰۶).



شکل شماره (۴)

¹ Correlation

دلایل دخالت دولت ها در گردشگری

مداخله دولت ها در امور جهانگردی واقعیتی انکارناپذیر به شمار می رود. این صنعت قادر نیست بدون مداخله دولت ها به بقاء خود ادامه دهد (بنا درویش، ۱۳۸۲: ۲۳) در کشورهای صنعتی و همچنین در حال توسعه، به هنگام طراحی و تدوین برنامه ها و خط مشی های عمومی کشور به گردشگری به عنوان ابزاری موثر در ادامه روند توسعه، توجه خاصی معطوف می شود. دولت شکلی را برای صنعت گردشگری خود انتخاب می کند که از دیدگاه خود برای ایفای نقش های مورد نیاز بهترین و مناسب ترین باشد، این اشکال را می توان به صورت اختصاص وزارتخانه ای کامل به امر گردشگری، اختصاص بخشی از یک وزارتخانه به امر گردشگری، یک سازمان غیر دولتی نیمه مستقل که دولت تا سیس می کند. صاحب نظران نقش های مختلفی را برای دولت ها در نظر گرفته اند اما اصلی ترین نقش های دولت را می توان در سه دسته (نقش تنظیمی، نقش هنجاری و نقش شناختی) طبقه بندی کرد (دانایی فرد و همکاران، ۱۳۹۱: ۷).

جدول شماره (۲)

سه نقش اساسی دولت در گردشگری	
دولت ها به برگزاری نمایشگاه ها، ارائه جوایز مختلف و همچنین برگزاری جشنواره های مختلف و ارائه جوایز ویژه برای خدمات اشخاص و شرکت هایی که در معرفی جاذبه های گردشگری و جذب گردشگرها کارنامه موفق دارند موجب ارتقای گردشگری میشود	هنجاری
دولت ها در این نقش اقداماتی از قبیل، پخش برنامه هایی در خصوص گردشگری در رسانه های عمومی و افزایش تبلیغات را دستور کار خود قرار می دهند. همچنین برنامه های آموزشی برای برخورد مناسب با گردشگرها، طراحی وب سایت هایی برای گردشگری مجازی را ارائه می دهند. برنامه های چون دوره های آموزشی تورگردانی، هتل داری و استفاده از تکنیکهای مدیریتی علمی و به روز دنیا و ارتقای استانداردهای مهارتی	شناختی
دولت به تدوین چارچوب نظارتی برای توسعه و مدیریت گردشگری، حفاظت از منابع طبیعی و فرهنگی و تسهیل مشارکت بخش خصوصی می پردازند. شامل، برنامه ریزی ملی گردشگری همگام با خط مشی های توسعه ملی، تسهیل و ساده کردن الزامات بوروکراتیک، ارائه مشوق های مالی همچون تخفیف های مالی، پشتیبانی و حمایت های مالی و مشاوره ای	تنظیمی

همچنین دولت‌ها به دلایل مختلف در امر گردشگری دخالت دارند، از جمله -تنها دولت‌ها می‌توانند با سایر دول، مذاکره نموده و توافقاتی پیرامون مسائلی نظیر شکل مهاجرت‌ها یا پروازها و فرود در قلمرو ملی به عمل آورند. (بنا درویش، ۱۳۸۲: ۲۳) تنها آنها قادرند خدمات و امکانات لازم و زیرساخت‌های اساسی را فراهم نمایند ایجاد تعادل منطقه‌ای در پهنه جغرافیایی و تأمین درآمد و توزیع متعادل ثروت - حمایت از بخش گردشگری به منظور پیشبرد توسعه اقتصادی و ایجاد یک محیط با ثبات برای آن؛ برقراری امنیت ملی از طریق کنترل سرحدات و کنترل ورودی‌ها و خروجی‌های گردشگران، - اطمینان از امنیت و سلامتی هموطنان در خارج از کشور - حفظ و تداوم روابط بین‌الملل بر اساس قانون اساسی - برقراری امنیت گردشگران در تمام مراحل ورود، تأمین سایر هدف‌های سیاسی از جمله: جلب اعتماد جهانی، کسب حیثیت برای حکومت و تبلیغ مبانی ایدئولوژیکی خود (Masoumi, 2006:80).

میزان دخالت دولت در گردشگری

دخالت دولت در گردشگری در سه سطح بین‌المللی، ملی و محلی صورت می‌پذیرد شامل: در سطح بین‌المللی: الف- عضویت در مجامع بین‌المللی، ب- قرارداد تجارت ج- روابط حسنه با دیگر دول؛ در سطح ملی: الف- ورود و خروج گردشگران در مرزها، ب- برنامه ریزی و سیاست‌گذاری، ج- ایجاد ساختارهای زیربنایی و توزیع منابع در سطح ملی، د- بازاریابی؛ در سطح محلی: تدوین قوانین و مقررات دولتی مانند: صدور مجوز فعالیت به افراد و سازمانها، اعمال قوانین و مقررات در مورد رعایت اصول ایمنی، بهداشت و اشتغال و نظارت بر فعالیت‌ها، اعمال کنترل بر فرایند ساخت، محل ساخت، قوانین مربوط به منطقه بندی و طرح ساخت‌های تأسیسات گردشگری (رضایی، ۱۳۹۳: ۱۷۷).

نتیجه‌گیری

گردشگری فعالیتی است مبتنی بر نیاز انسان‌ها به گردش، تفریح، استراحت، خستگی‌زدائی از تنش‌های روحی زندگی مدرن و شهری و حفاظت از سلامتی جسمی و روحی انسان شکل گرفته است و به سرعت

رو به گسترش و توسعه هست. این فعالیت علاوه بر تأمین نیازهای مزبور دارای کارکردهای مفید اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و امنیتی است. از این رو گردشگری به شدت رو به گسترش بوده و سرنوشت کشورها، روابط بین الملل و اقتصادهای ملی و جهانی را تحت الشعاع قرار داده است هدف این پژوهش، بررسی تاثیرات گردشگری بر صلح، امنیت، دیپلماسی و مشارکت - تاثیر بر ثبات سیاسی و غرور ملی صورت گرفته روش تحقیق این مقاله، توصیفی - تحلیلی بوده. روش جمع آوری داده ها به صورت اسنادی - کتابخانه ای - بوده. یافته های تحقیق نشان داد که گردشگری می تواند به عنوان فرصتی نرم با ایجاد سازه های ژئوپلیتیکی گردشگری، سازمان جهانی و منطقه ای، ضمن تقویت روابط سیاسی، اجتماعی و اقتصادی، بنیان های گردشگری خود را باز تعریف نمایند و با تبادل انرژی (ارتباطات) میزان آنتروپی خود را کاهش و با ترسیم فضای باز و کاهش سطح استهلاك و اصطکاک بین المللی، قدرت نرم کشورها خود را افزایش داده و موجب تحکیم مبانی دوستی و مودت فی مابین ملت ها و دولت ها، تقویت صلح و امنیت بین کشورها، باعث افزایش غرور ملی - افزایش انسجام ملی - افزایش دیپلماسی عمومی دولت ها - ایجاد ثبات سیاسی میان کشورها - ارائه تصویر مثبت از کشور میزبان. ایجاد دموکراسی و مشارکت. شود.

منابع

- اصفهانی، نوشین. (۱۳۹۱). امنیت و جایگاه آن در صنعت جهانگردی ورزشی. پژوهش های معاصر در مدیریت ورزشی، ۱(۲)، ۶۹-۷۸.
- الوانی، مهدی، پیروز بخت، معصومه. (۱۳۸۵). فرایند مدیریت جهان گردی، تهران: دفتر پژوهش های فرهنگی
- ایدینگتن، جی.ام (۱۳۷۴). اکوتوریسم، ترجمه اسماعیل کهرم، نشر: سازمان حفاظت و محیط زیست.
- برازجانی، مریم، اصغری ثانی، حسین، پوردست، زهرا. (۱۳۹۵). کارویژه دیپلماسی عمومی در تغییر وجهه بین المللی چین. پژوهش نامه ایرانی سیاست بین الملل، ۴(۲)، ۲۶-۱
- بنا درویش، فاطمه. (۱۳۸۲). نقش دولت و مدیریت بخش عمومی در پیشبرد و ارتقاء برنامه های جهانگردی. مطالعات مدیریت گردشگری، ۱(۱)، ۳۸-۲۳.
- پاپلی یزدی، محمدحسین. سقایی، مهدی. (۱۳۹۳). گردشگری (ماهیت و مفاهیم). تهران انتشارات سمت.

- پورحسن، سمیه (۱۳۹۶). بررسی ابعاد گردشگری سلامت در ایران و جهان، دومین همایش بین المللی افق های نوین در علوم مدیریت و حسابداری، اقتصاد و کارآفرینی ایران، تهران، انجمن افق نوین علم و فناوری
- ترنر، جانانان اچ. (۱۳۸۷). مفاهیم و کاربردهای جامعه شناختی، ترجمه محمد فولادی و محمد عزیز بختیاری، انتشارات موسسه آموزشی و تحقیقی امام خمینی.
- جعفری صمیمی، احمد، خبره، شیما. (۱۳۹۴). اثر گردشگری مذهبی بر رشد اقتصادی در استان های ایران، فصلنامه فضای گردشگری، ۴(۱۵)، ۱۰۳-۸۵
- حافظ نیا، محمدرضا. (۱۳۹۳). اصول و مفاهیم ژئوپلیتیک. مشهد: نشر پا پلی.
- حیدریچیان، رحیم. (۱۳۹۶). مبانی برنامه ریزی صنعت گردشگری. تهران: انتشارات سمت.
- دانایی فرد، حسن، جاوید، سید داریوش، فانی، علی اصغر. (۱۳۹۱). ارتقای ظرفیت گردشگری جمهوری اسلامی ایران: تحلیلی بر ابزارهای خط مشی گذاری ملی گردشگری. مطالعات مدیریت گردشگری، ۷(۱۹)، ۲۴-۱.
- رضوانی، علی اصغر. (۱۳۹۲). جغرافیا و صنعت توریست: تهران. پیام نور.
- رضایی، ناصر. (۱۳۹۳). تحلیل جایگاه دیپلماسی عمومی در گردشگری ایران. فصلنامه بین المللی ژئوپلیتیک، ۱۰(۳۴)، ۱۸۸-۱۶۰.
- زارعی متین، حسن، سیدجوادین، سید رضا، رحیم پور، علی، باقری، مسلم. (۱۳۹۱). تبیین مسائل صنعت گردشگری جمهوری اسلامی ایران. فصلنامه اندیشه مدیریت راهبردی (اندیشه مدیریت). ۶(۱)، ۱۰۶-۷۳
- سلیمی سبحان، محمد رضا. (۱۳۹۳). امنیت و توسعه پایدار گردشگری (مطالعه موردی: شهر تهران). پژوهشنامه جغرافیای انتظامی، ۲(۸)، ۹۷-۱۲۷.
- شفیع، نوزد، قنبری، فرهاد، کیانی، آذین. (۱۳۹۵). فرهنگ و نقش آن در دیپلماسی عمومی. فصلنامه علمی مطالعات میان فرهنگی، ۱۱(۲۹)، ۱۹۵-۱۷۵.
- صالحی پور، محمدرضا. (۱۳۹۴). مدیریت گردشگری میراث فرهنگی (راهنمای عمل). اصفهان، انتشارات: چهار باغ.
- ضرغام بروجنی، حمید، خسروانی دهکردی، افروز. (۱۳۹۱). اثرات توسعه گردشگری بر شاخص های صلح جهانی. مطالعات مدیریت گردشگری، ۷(۱۹)، ۴۷-۲۵.
- عباس نژاد، محمود. (۱۳۷۵). بررسی نقش صنعت جهانگردی در توسعه روستایی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشهد.

- عزیزی فر، محمد جواد. (۱۳۹۶). ژئوپلیتیک گردشگری، راهبردی در توسعه گردشگری و همگرایی کشورهای جهان اسلام با محوریت توسعه گردشگری در سواحل خلیج فارس. مطالعات فرهنگی و سیاسی خلیج فارس، ۴(۱۳)، ۸۱-۶۹.
- فرتوک زاده، حمیدرضا، اسفندیارپور بروجنی، سیما، کیانی فیض آبادی، زهره، رجبی نهوجی، میثم. (۱۳۹۵). بررسی سیاستهای توسعه صنعت گردشگری در ایران با استفاده از رویکرد پویایی های سیستم. فصلنامه سیاستگذاری عمومی، ۲(۱)، ۹۳-۱۱۹.
- کاظمی، مهدی. (۱۳۹۲). مدیریت گردشگری، تهران: انتشارات سمت.
- کریمی پور یدالله، عبدی، عطاالله، افراخته، حسن، متقی، افشین، خدائی، بهرامعلی. (۱۳۹۶). ارزیابی نقش گردشگری بر همگرایی واحدهای سیاسی- فضایی ایران و آذربایجان. تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی. ۱۷ (۴۵): ۱۳۹-۱۶۳.
- کلدی، علی رضا، کمانی سوگند. (۱۳۹۳). آسیب شناسی احساس امنیت اجتماعی زنان در فضای عمومی شهر تهران (زنان ۱۵ تا ۳۵ سالگی). نشریه پژوهش نامه علوم اجتماعی، ۸(۲)، ۱۰۳-۱۲۲.
- گلپور، مجید، خراسانی اسمعیلی، پریسا. (۱۳۹۷). آینده پژوهی نقش دیپلماسی فرهنگی در منزلت سیاسی بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران؛ با تاکید بر گردشگری. فصلنامه مطالعات سیاسی، ۱۱(۴۱)، ۶۸-۴۹.
- میری، غلامرضا، حسین زهی، اسماعیل. (۱۴۰۱). بررسی وضعیت مولفه های گردشگری خلاق در شهر چابهار و نقش آن در توسعه پایدار شهری. جغرافیا و روابط انسانی، ۴(۴)، ۴۶-۳۰.
- لطفی، حیدر، تیموری، قاسم، مهمانپرست نودهی، کسرا، راستاد بروجنی، مرضیه. (۱۳۹۴). نقش گردشگری در تامین منافع ملی ایران در منطقه ژئوپلیتیک خلیج فارس. فصلنامه علمی و پژوهشی نگرش های نو در جغرافیای انسانی، ۷(۲)، ۶۸-۵۳.
- نباکوئی، سید امیر، کریمی پاشاکی، سجاد، منعم، روح اله. (۱۳۹۲). تاثیر گردشگری بر توسعه همگرایی منطقه ای کشورهای حوزه جنوب غرب آسیا، همایش ملی ژئوپلیتیک جنوب غرب آسیا؛ مسائل تحولات و چشم انداز، طالقان.
- وزین، نرگس، مختاری هشی، حسین، ستایش منش، مهدی. (۱۳۹۷). بررسی تاثیر توسعه گردشگری بر تقویت قدرت ملی ایران. پژوهش های جغرافیای سیاسی، ۳(۲)، ۱۳۹-۱۱۵.
- یادگاری، مهدی، محمدی، شهریار، یارمحمدی سامانی، پیمان. (۱۳۹۴). الگوی اعتماد در گردشگری الکترونیکی. مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۰(۳۰)، ۱۴۸-۱۲۹.
- Prideaux, B., Kim, S. S., & Prideaux, J. (2007). Using Tourism To Promote Peace On The Korean Peninsula. *Annals of Tourism Research*, 34, 291-309

- *Masoumi, Masoud(2006); Tourism Nature, Peik Kavir publication[in Persian]*