

رویکرد مواجهه با تصویرسازی منفی از ویژند گردشگری ایران (مطالعه تطبیقی)



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شماره مسلسل:
۲۱۵۵۷



مرکز پژوهش‌های
مجلس شورای اسلامی

تاریخ انتشار:
۱۴۰۵/۰۳/۰۴

عنوان گزارش:

رویکرد مواجهه با تصویرسازی منفی از ویژند گردشگری ایران (مطالعه تطبیقی)

نوع گزارش: طرح/لایحه راهبردی نظارتی پیش‌نویس قانونی

نام دفتر:

مطالعات فرهنگی و آموزش (گروه ورزش، میراث فرهنگی و گردشگری)

تهیه و تدوین:

زهرا راجی

مدیر مطالعه:

سعید شفیعا

ناظر علمی:

موسی بیات

ناظر علمی خارج از مرکز:

سیدمهدی ناظمی قره‌باغ (عضو هیئت علمی پژوهشکده فرهنگ انقلاب)

اظهار نظر کنندگان داخل مرکز:

مصطفی جهان‌بخش (دفتر مطالعات سیاسی)، سیدعلی محسنیان، عبدالرحیم قاسمی‌نژاد (دفتر مطالعات فرهنگی و آموزش)

اظهار نظر کنندگان خارج از مرکز:

مسعود ملکوتی‌نیا (واحد معاونت اجتماعی نیروی انتظامی)، مهدیه شادمانی (تحلیلگر مسائل سیاسی و عضو هیئت‌علمی دانشگاه فرهنگیان)، محمودرضا اکرامی‌فر (مشاور سابق فرهنگی اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی)

صفحه آرا:

سیده فاطمه ابوطالبی

ویراستار ادبی:

اکرم وحدانی‌فر

واژه‌های کلیدی:

۱. نفرت‌پراکنی
۲. ایجاد ادراک منفی
۳. سیاست‌های مقابله‌ای

تاریخ شروع مطالعه:

۱۴۰۴/۱۲/۰۱



فهرست مطالب

چکیده.....	۶
خلاصه مدیریتی.....	۷
۱. مقدمه.....	۸
۲. اقدامات کشورهای منتخب در مقابله با تصویر منفی از ویژند ملی گردشگری.....	۹
۲-۱. چین.....	۹
۲-۲. روسیه.....	۱۲
۲-۳. مکزیک.....	۱۶
۳. جمع‌بندی و پیشنهاد سیاستی.....	۱۹
۳-۱. به‌منظور مدیریت تصویر از ایران.....	۱۹
۳-۲. به‌منظور ارتقای ظرفیت دسترس‌پذیری به بازارهای هدف.....	۲۰
۳-۳. در شرایط تشدید سیاست‌های ناظر بر ایران‌هراسی.....	۲۰
منابع و مآخذ.....	۲۱

فهرست جدول

جدول ۱. پاسخ به سؤالات کلیدی گزارش.....	۱۸
---	----



رویکرد مواجهه با تصویرسازی منفی از ویژگی‌گردشگری ایران (مطالعه تطبیقی)

Doi: [10.22034/mrc.report.21557](https://doi.org/10.22034/mrc.report.21557)

چکیده



نفرت پراکنی، ایجاد تصویر و ادراک منفی از کشورها از جمله اقداماتی است که می‌توان آن را ذیل سیاست‌های جنگ نرم سامان‌دهی کرد. سیاستی که بدون دست‌اندازی بر ادوات نظامی و تحریک جبهه نظامی، کشورهای هدف را از تعامل و ارتباطات بین‌المللی کارا باز می‌دارد و بر حوزه‌های گوناگونی از جمله صنعت گردشگری آثاری منفی برجای می‌گذارد. در مطالعه پیش‌رو با گزینش کشورهایایی که در مواجهه با نفرت پراکنی دچار تغییراتی در صنعت گردشگری شده و از این صنعت برای صورت‌بندی اقدامات مقابله‌ای بهره برده‌اند، به مطالعه انواع اقدامات از این طریق پرداخته شده است. به‌طور کلی این گزارش در پی پاسخ‌گویی به سه سؤال در حوزه مخاطب اقدامات مقابله‌ای، نحوه معماری نهادی اقدامات مقابله‌ای، تفویض اختیارات صورت‌گرفته از نهادهای مرتبط با گردشگری به سایر نهادهای مربوطه و ابزارها و سیاست‌های مقابله‌ای است. از این‌رو به مطالعه اقدامات چهار کشور چین، روسیه، مکزیک و سریلانکا در مقابله با نفرت پراکنی غرب پرداخته شده است. نتایج حاصل از ارزیابی گویای آن است که کشورهای منتخب در مقابله با سیاست‌های مطروحه، جامعه جهانی، سطح ملی و واسطه‌های اثرگذار را به‌مثابه مخاطبان خود برگزیده‌اند و با تفویض اختیارات از نهادهای گردشگری به نهادهای امنیتی و بخش خصوصی، ضمن تضمین امنیت ذهنی مخاطب، اقدامات مقابله‌ای خود را ذیل دو دسته نرم و سخت سامان‌دهی کرده‌اند.



بیان / شرح مسئله

یکی از الگوهای قابل تأمل در گفتمان سیاسی بر جسته‌سازی تهدید، امنیتی‌سازی و شکل‌دهی به ادراک خطر نسبت به برخی کشورها، فرهنگ‌ها و گروه‌های اجتماعی است. این فرایند، که گاه با سازوکارهای نفرت‌پراکنی مجسم می‌شود، نقش مهمی را در جهت‌دهی افکار عمومی جهانی ایفا می‌کند و کشورهای هدف را در حوزه‌های مختلف از تعامل کارا و سازنده در عرصه بین‌الملل باز می‌دارد. صنعت گردشگری یکی از حوزه‌های حساس به سیاست‌های ناظر بر نفرت‌پراکنی است که ضمن تأثیرپذیری از چنین سیاست‌هایی نقشی اصلاح‌گر را در مقابله با سیاست‌های نفرت‌پراکنی دول متخاصم دارد. با نظر بر قرارگیری ایران در معرض چنین سیاست‌هایی، بایسته است اقدامات مقابله‌ای برنامه‌ریزی شده با همکاری مجموعه نهادهای متولی و همکار در دستور کار سیاست‌های اجتماعی/سیاسی قرار گیرند. از جمله راهبردهای موثق در راستای صورت‌بندی اقدامات مقابله‌ای، ارزیابی اقدامات سایر کشورهای در معرض نفرت‌پراکنی است. از این رو در مطالعه پیش‌رو ضمن ارزیابی اقدامات مقابله‌ای چهار کشور روسیه، چین، سریلانکا و مکزیک در مواجهه با نفرت‌پراکنی غرب به ارزیابی مخاطبان این اقدامات و بازآرایی نهادی کشورها در رویارویی با سیاست‌های مذکور پرداخته شده است.

نقطه‌نظرات / یافته‌های کلیدی

- در خصوص مخاطبان اقدامات مقابله‌ای باید گفت چنین اقداماتی در کشورهای منتخب فقط به جوامع بین‌الملل ارسال‌کننده پیام خطر/ بی‌طرف محدود نشده و شماری از اقدامات نرم در راستای عدم تأثیرپذیری جامعه ملی و افزایش تفاخر ملی آنان صورت پذیرفته است. همچنین شماری از اقدامات متوجه واسطه‌های اثرگذار بیرونی از جمله هیئت‌های تجاری، چهره‌های اثرگذار فضای مجازی و... بوده است.
- در راستای مدیریت تصویر ملی نیز اقدامات در قالب تسهیل گردشگری چهره‌های گفتمان‌ساز و تأثیرگذار (فعالان فضای مجازی، نویسندگان، تهیه‌کنندگان تولیدات رسانه‌ای و...)، برگزاری جلسات اقناعی با سفارتخانه‌های مقیم در کشور و بهره‌گیری از رویدادهای ورزشی، نمایشگاهی و... برای میزبانی گردشگران ورودی صورت گرفته است. سیاست‌های تسهیل ورود و تحریک تقاضای ورودی از جمله امکان تمدید رویداد در رویدادها نیز به‌مثابه اقداماتی مکمل اجرایی شده‌اند.
- تسهیل اداری و مقرراتی ورود و سفر (امکان تمدید رویداد در محل رویدادها، رویداد الکترونیک، ترتیبات ورود گروهی بدون ویزا، معافیت هزینه رویداد و اجرای ویزای رایگان کوتاه‌مدت برای کشورهای منتخب)، تقویت امنیت میدانی در مراکز کلیدی، مدیریت عملیاتی مخاطره مقصد از طریق تفکیک و معرفی کانون‌های امن و جزیره‌ای‌سازی امنیت گردشگری، واگذاری و تقویت امنیت خصوصی و کنترل دسترسی در محدوده‌های گردشگری، فعال‌سازی پلیس گردشگری برای پاسخ سریع و افزایش احساس امنیت، مشوق‌های حمل‌ونقلی مشروط برای پروازهای چارتر ورودی (مشروط بر تعداد توافق شده گردشگر ورودی و مدت‌زمان مورد وفاق اقامت) و بازآرایی/تقویت اتصال و شبکه پروازی به سمت بازارهای هدف را می‌توان از جمله اقدامات مقابله‌ای در بُعد سخت به‌شمار آورد.
- به‌طور کلی بخشی از سیاستگذاری و اجرای اقدامات مقابله‌ای در بستر گردشگری در کشورهای منتخب به سطوح محلی، شرکای غیردولتی/ نهادهای امنیتی واگذار شده است که از خلال تنظیم‌گری پیشینی (مجوزدهی/استانداردگذاری/کنترل انطباق) و پایش و ارزیابی پسینی (راستی‌آزمایی عملکرد/حسابرسی تحقق شاخص‌ها) ارزیابی و کنترل شده است.



پیشنهاد راهکار تقنینی، نظارتی یا سیاستی

- پیشنهاد می‌شود سیاست‌های مقابله‌ای با هدف مهار چرخه هشدار نهادی و ادراک خطر با گذر از محدوده مخاطبان بین‌الملل بر واسطه‌های اثرگذار بر ادراک جامعه جهانی و جامعه ملی نیز معطوف شود.
- پیشنهاد می‌شود به منظور مدیریت تصویر از ایران سازو کار توجیه و اقناع سفارتخانه‌های مقیم کشور از طریق ارائه گزارش‌های استاندارد و به‌روز، نشست‌های دوره‌ای توجیهی و بازدیدهای میدانی کنترل شده (با تولی‌گری وزارت امور خارجه و وزارت میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی)، میزبانی رویدادهای بین‌المللی کشورهای هدف، رویدادهای مشترک و حمایت از سفرهای جمعی اصحاب رسانه‌های بین‌الملل / چهره‌های تأثیرگذار در فضای مجازی در کشور توأم با ارائه بسته‌های تخفیف سفر در بازه زمانی برگزاری رویدادها و اعطای تسهیلات اقامتی و تسهیل در صدور مجوز تصویربرداری برای عوامل تولیدات رسانه‌های بین‌المللی (با تولی‌گری وزارت میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی) و ایجاد ستاد دائمی مدیریت تصویر از ایران (با تولی‌گری وزارت میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی و همکاری وزارت امور خارجه، فراجا، سازمان صدا و سیما با تمرکز بر مرکز دیپلماسی عمومی و ستاد بحران ذیل حوزه ریاست این سازمان و...) در دستور کار قرار گیرد.
- پیشنهاد می‌شود به منظور افزایش دسترس‌پذیری بازارهای هدف به کشور با در نظر داشتن مشوق‌های مستقیم پروازی و فرودگاهی و مشوق‌های مکمل تحریک تقاضا و بازاریابی مشترک برنامه تشویقی پروازهای ورودی مبتنی بر عملکرد (با تولی‌گری سازمان هواپیمایی کشور) تدوین و اجرا شود.

۱. مقدمه

ایجاد ادراک خطر که در ادبیات سیاسی، ارتباطی و مطالعات امنیتی با مفاهیمی چون میهن‌هراسی و تهدیدسازی هویتی صورت‌بندی می‌شود، یکی از سازوکارهای بنیادین در شکل‌دهی به نگرش‌ها، احساسات جمعی و الگوهای کنش اجتماعی در جوامع معاصر است. این فرایند از طریق برجسته‌سازی گزینشی تهدیدهای واقعی یا مفروض علیه سرزمین، هویت ملی، منافع حیاتی و تمامیت سیاسی کشورهای هدف، احساس ناامنی پایدار را در سطح افکار عمومی بازتولید می‌کند. به بیان دیگر، ادراک خطر الزاماً بازتاب مستقیم واقعیت‌های عینی نیست، بلکه بر ساخته‌ای اجتماعی است که در بستر گفتمان‌های رسانه‌ای، چارچوب‌بندی‌های سیاسی و سازوکارهای معناپردازی جمعی شکل می‌گیرد.

از منظر تحلیلی، ادراک و تصویر منفی درباره یک کشور زمانی تثبیت می‌شود که تصویر آن کشور به نحوی نظام‌مند با مفاهیمی چون بی‌ثباتی، ناامنی، خشونت یا غیرقابل پیش‌بینی بودن شرایط پیوند داده شود. در این وضعیت تجربه مستقیم جای خود را به بازنمایی‌های واسطه‌مند می‌دهد و تصویر ذهنی به مهم‌ترین مبنای قضاوت بدل می‌شود. تداوم این وضعیت می‌تواند پیامدهایی فراتر از حوزه امنیتی را در پی داشته باشد و بر روابط فرهنگی، تعاملات اجتماعی، سرمایه‌گذاری خارجی و حتی گردش جریان‌های انسانی اثر منفی بگذارد. در چنین چارچوبی گردشگری علاوه بر آنکه خود تحت تأثیر اقدامات ناظر بر تهدیدسازی و نفرت‌پرانی قرار می‌گیرد، به‌عنوان یکی از عرصه‌های نوین و مؤثر مقابله راهبردی با ادراک منفی و گفتمان‌های هراس‌محور مطرح می‌شود. به عبارتی گردشگری به مثابه ابزاری نرم و میان‌فرهنگی از این ظرفیت برخوردار است که از طریق تجربه زیسته، مواجهه مستقیم و تعامل انسانی، فاصله میان بازنمایی‌های رسانه‌ای و واقعیت اجتماعی را کاهش دهد. از این رو مطالعه تطبیقی کشورهایی که آگاهانه از گردشگری برای اصلاح تصویر ذهنی، کاهش ادراک خطر و خنثی‌سازی نفرت‌پرانی بهره گرفته‌اند، دارای اهمیت است و می‌تواند مبنای طراحی سیاست‌ها و الگوهای بومی متناسب با شرایط ایران قرار گیرد. به این ترتیب، در گزارش پیش‌رو به ارزیابی اقدامات مقابله‌ای کشورها در مواجهه با تصویرسازی نامناسب از ویژند گردشگری پرداخته شده است.



۲. اقدامات کشورهای منتخب در مقابله با تصویر منفی از ویژند ملی گردشگری

قرارگیری کشورها در معرض سیاست‌های ایجاد ادراک منفی و نفرت‌پراکنی توسط دول غربی، بهره‌گیری از گردشگری در راستای مقابله با سیاست‌های ایجاد ادراک منفی و میزان موفقیت‌آمیز بودن چنین اقداماتی را می‌توان معیارهای اصلی گزینش کشورها قلمداد کرد. براساس چارچوب سه‌گانه معیارهای مطروحه، چهار کشور چین، مکزیک، سریلانکا و روسیه برای مطالعه در گزارش تطبیقی حاضر برگزیده شده‌اند.

۲-۱. چین

چین در چارچوب راهبرد امنیت ملی ایالات متحده^۱ پیش از سال ۲۰۲۰، به‌عنوان یک چالش راهبردی تعریف شد. به‌طور مشخص ذیل این راهبرد، چین در کنار روسیه به‌عنوان بازیگری معرفی می‌شود که قدرت و منافع آمریکا را به چالش می‌کشد [۱]. به همین سیاق، در خلاصه راهبرد دفاع ملی ایالات متحده ۲۰۱۸^۲ نیز تصریح شد که چین به‌عنوان رقیب راهبردی آمریکا در بازتنظیم نظم جهانی به نفع خود در تلاش است. تمام این صورت‌بندی‌های رسمی زمینه را برای بازتولید روایتی تهدیدمحور از چین در گفتمان سیاستی و رسانه‌ای غرب فراهم آورد [۲]. در استرالیا نیز پیش از سال ۲۰۲۰ یکی از مصادیق قابل توجه نگاه امنیتی به چین در حوزه فناوری و زیرساخت‌های حیاتی بروز یافت. استرالیا در سال ۲۰۱۸ مشارکت شرکت هواوی^۳ را در تأمین تجهیزات شبکه‌های نسل پنجم^۴ با استناد به ملاحظات امنیت ملی محدود/ممنوع کرد.^۵ این اقدام عملاً به تقویت ادراک خطر/تهدید نسبت به فناوری‌های چینی در افکار عمومی و سیاست‌گذاری انجامید [۳]. علاوه بر تهدیدات ادراکی غرب، در برزیل پیش از سال ۲۰۲۰ گفتمان تهدید نفوذ اقتصادی چین به‌ویژه در کارزار انتخاباتی سال ۲۰۱۸ برجسته شد. ژائیر بولسونارو^۶ در مواضع انتخاباتی خود چین را قدرتی شکارچی/سلطه‌گر به تصویر می‌کشید. از جمله عبارت مشهور وی که «چینی‌ها در برزیل خرید نمی‌کنند، برزیل را می‌خرند»^۷ به کرات در رسانه‌های بین‌المللی بازتاب یافت [۴].

علاوه بر تهدیدات حوزه اقتصادی، چین به مثابه تهدیدی برای سلامت جهانی بازنمایی شد [۵]. به‌طور مشخص پس از شیوع بیماری کووید-۱۹ اقدامات کشورهای آمریکا^۸، برزیل^۹ و استرالیا^{۱۰} برای ایجاد ادراک منفی در چین از خلال برجسب‌گذاری بیماری کووید-۱۹ به‌عنوان بیماری برخاسته از چین به افزایش نژادپرستی و آسیاگریزی منجر شد. آمریکا در ژانویه سال ۲۰۲۰ علاوه بر آنکه با اعلام وضعیت اضطراری سلامت

۱. این راهبرد که در دولت دونالد ترامپ و در چارچوب دکترین اول آمریکا منتشر شد، بازگشت «رقابت میان دولت‌ها» را کانون محیط امنیتی دانسته و چین و روسیه را به‌عنوان رقبای تجدیدنظرطلب، و ایران و کره شمالی را در زمره تهدیدهای دولتی برجسته می‌کند. در عین حال تروریسم و تهدیدهای سایبری را نیز از مخاطرات پایدار ارزیابی می‌کند.

2. 2018 National Defense Strategy Summary

3. Huawei

4. 5G

۵. در توضیحات عمومی این تصمیم، نگرانی از امکان سوءاستفاده اطلاعاتی یا دسترسی غیرمجاز به شبکه‌های حیاتی مطرح شده است.

۶. Jair Bolsonaro: ژائیر بولسونارو، سیاست‌مدار و فرماندار سابق ایالت ساؤ پائولو، در کشور برزیل است که در دوره ۲۰۱۹ تا ۲۰۲۲ به‌عنوان رئیس‌جمهور این کشور فعالیت کرد. او در انتخابات سال ۲۰۱۸ به‌عنوان نماینده جناح سیاسی راست‌گرا و مخالف سیاست‌های سوسیالیستی به قدرت رسید.

7. Os Chineses Não Compram Brasileiros, Eles Compram o Brasil

۸. در ایالات متحده، دونالد ترامپ در ۱۸ مارس سال ۲۰۲۰ در توئیتر از اصطلاح ویروس چینی برای کووید-۱۹ استفاده کرد؛ پژوهش‌های بعدی نشان دادند به‌کارگیری این برجسب با افزایش محتوای ضدآسیایی/ضدچینی در شبکه‌های اجتماعی هم‌زمان بوده است.

۹. در برزیل، ادواردو بولسونارو (پسر رئیس‌جمهور وقت) نیز از عبارت ویروس چینی و روایت مقصر دانستن چین استفاده کرد که به تنش دیپلماتیک با چین و تقویت گفتمان ضدچینی در فضای عمومی دامن زد.

۱۰. در استرالیا سناتور پائولین هنسن به‌طور علنی از به‌کار بردن ویروس چینی دفاع کرد و آن را تکرار نمود. مطالعات و گزارش‌ها این رویکرد را نمونه‌ای از بازتولید زبان/چارچوب‌های سینوفوبیک در سیاست داخلی و هم‌زمان با افزایش آسیاگریزی دانسته‌اند.

۱۱. بازه زمانی ۱۱ دی تا ۱۱ بهمن ماه ۱۳۹۸.



عمومی،^۱ هم‌زمان با وضع محدودیت‌های ورود برای افرادی که اخیراً در چین بوده‌اند، هشدار سطح چهارم^۲ را برای استان خوبی^۳ نیز صادر کرد. ایتالیا نیز در ۳۱ ژانویه سال ۲۰۲۰^۴ با توقف تمام پروازها از/به چین به کاهش دسترس‌پذیری پروازی^۵ درباره این مقصد دامن زد [۶]. به‌طور هم‌زمان سنگاپور محدودیت‌های مرحله‌ای خود را در راستای ممنوعیت ورود شهروندان به چین و خروج اتباع چینی آغاز کرد. استرالیا نیز در اوایل فوریه سال ۲۰۲۰^۶ با اعلام ممنوعیت ورود اتباع چینی به کشور پرداخت [۷].

۱-۲. بهره‌مندی از ظرفیت رویدادها و گردشگری تجاری / نمایشگاهی

در راستای مقابله با ایجاد ادراک منفی و در بستر گردشگری وزارت بازرگانی^۷ چین به‌صورت هدفمند از سال ۲۰۱۸ از ظرفیت گردشگری تجاری / نمایشگاهی^۸ و میزبانی رویدادهای بین‌المللی به‌عنوان ابزار مکمل مدیریت تصویر و نمایش گشودگی در تعاملات اقتصادی رسانه‌ای بهره‌مند شده است [۸]. به‌طور مشخص شورای دولتی چین^۹ با همکاری وزارت بازرگانی^{۱۰} فعالانه میزبانی کنفرانس‌های اقتصادی همچون کنفرانس جهانی اینترنت^{۱۱}، نمایشگاه بین‌المللی سرمایه‌گذاری و تجارت چین^{۱۲} و نمایشگاه بین‌المللی کالاهای مصرفی چین^{۱۳} را در ادوار ایجاد ادراک خطر از این کشور، عهده‌دار شده است. هم‌زمان با چنین اقدامی در چین به‌منظور تحریک تقاضای سفر، امتیازاتی از قبیل امکان درخواست تمدید ویزا در محل برگزاری کنفرانس‌ها به گردشگران اعطا شده است [۹].

۲-۱-۲. ارائه پاداش سفر به شرکت‌های گردشگری

به‌طور مشخص در چارچوب آیین‌نامه پاداش گردشگری استان گویژو^{۱۴} در سال ۲۰۲۱، هرگاه شرکت گردشگری برای گردشگرانی از قبیل اعضای هیئت‌های تجاری خارجی یا اصحاب رسانه (خبرنگاران، تهیه‌کنندگان و...) سفرهای گروهی را سامان‌دهی کند، به‌نحوی که گردشگران از ظرفیت رسانه‌ای خود برای معرفی جاذبه‌های گردشگری بهره‌مند شوند، شرکت گردشگری به‌ازای هر نفر و هر شب مبلغی معادل ۴۵۰ یوان^{۱۵} را به‌عنوان پاداش دریافت می‌کند؛ مشروط بر آنکه پیش از اجرای برنامه سفر موافقت پیشینی اداره فرهنگ و گردشگری استان اخذ شده باشد [۱۰].

همچنین در چارچوب سیاست‌های تشویقی گردشگری استان گویژو مشوق ویژه‌ای برای شرکت‌های گردشگری مقرر شده است. بر این اساس، چنانچه یک شرکت گردشگری بتواند گروهی متشکل از حداقل شصت تن از گردشگران ورودی را از طریق پرواز چارتر به استان گویژو وارد کند و کل گروه حداقل دو شب در این استان اقامت داشته باشند، به شرکت مجری پاداشی معادل ۳۰,۰۰۰ یوان برای هر نوبت پرواز ورودی پرداخت می‌شود^{۱۶} [۱۱]. گفتنی است این پرداخت‌ها معمولاً پس از درخواست و راستی‌آزمایی انجام می‌شود و ضروری است شرکت‌های

1. PHEIC

۲. سطح چهارم هشدارهای مسافرتی نشان‌دهنده بالاترین درجه خطر و ممنوعیت مطلق سفر است؛ صدور این هشدار توسط مقامات ذی‌صلاح، تأکیدی بر وجود شرایطی است که امنیت جانی مسافران را به‌طور جدی به‌مخاطره می‌اندازد؛ بنابراین، به تمام شهروندان اکیداً توصیه می‌شود از هرگونه عزیمت به مقصد مربوطه اجتناب کنند و در صورت اقامت فعلی، تدابیر لازم برای خروج فوری از آن منطقه را اتخاذ نمایند. این سطح غالباً در پی ارزیابی ریسک‌های امنیتی بحرانی نظیر درگیری‌های مسلحانه، بی‌ثباتی‌های گسترده، یا وقوع حوادث غیرمنتظره در مقیاس کلان صادر می‌گردد.

۳. استان هوپئی یکی از استان‌های مرکزی جمهوری خلق چین است.

۴. معادل ۱۱ بهمن‌ماه ۱۳۹۸.

5. Air Accessibility

۶. معادل بهمن‌ماه ۱۳۹۸.

7. Ministry of Commerce of the People's Republic of China

8. MICE

9. State Council of the PRC

10. MOFCOM

11. World Internet Conference

12. CIFIT

13. CICPE

14. Guizhou Province

۱۵. معادل ۹۹۹۹۰۰۰۰ ریال در زمان نگارش گزارش.

۱۶. دولت استانی گویژو بودجه مشوق‌های گردشگری را تأمین و سیاست‌گذاری می‌کند و اداره فرهنگ و گردشگری استان مسئول اجرای پرداخت پاداش به شرکت‌های گردشگری مجری است.

متقاضی مدارک را به نهاد ثالث ارزیاب حرفه‌ای، که توسط اداره فرهنگ و گردشگری استان تعیین می‌شود، ارائه کند. این نهاد ثالث مأمور است اصالت و صحت مدارک را کنترل کند، پرونده‌های ناقص را برای تکمیل بازگرداند و پس از تأیید کامل بودن اسناد، رسید پذیرش را صادر کند. سپس در بازه زمانی ۱۰ روزه نتیجه را به متقاضی اعلام، و در نهایت گزارش ارزیابی را برای طی کردن مراحل اعلان عمومی به اداره استان ارسال کند [۱۲].

۳-۱-۲. بخشودگی مالیاتی

همچنین ذیل سیاست بخشودگی مالیاتی، استرداد مالیات خروج در چین سازو کاری برای بازپرداخت بخشی از مالیات بر ارزش افزوده کالاهای خریداری شده توسط مسافران برون مرزی است که با خرید از فروشگاه‌های دارای مجوز، ارائه اسناد لازم و خروج کالا از مبادی مجاز اجرا می‌شود. در بسته بهینه‌سازی ابلاغی از ۲۶ آوریل سال ۲۰۲۵ حداقل خرید واجد درخواست در یک فروشگاه در یک روز به ۲۰۰ یوان کاهش یافته و شرط مصرف نشدن کالا برقرار است [۱۳]. این سیاست دو الگوی اجرایی مکمل دارد که یکی استرداد هنگام خروج و دیگری استرداد هنگام خرید است. استرداد هنگام خروج مستلزم تأیید گمرک در نقطه خروج و سپس پرداخت توسط عامل استرداد است و استرداد زمان خرید با پیش‌مجوز کارت اعتباری، مبلغ استرداد به صورت پیش‌پرداخت ارائه، و پس از راستی‌آزمایی گمرک در زمان خروج نهایی می‌شود (به خریدار پرداخت می‌شود). مصوبه مبلغ استرداد به صورت مشترک توسط وزارت بازرگانی، وزارت دارایی، وزارت فرهنگ و گردشگری، گمرک چین، سازمان امور مالیاتی و سازمان هواپیمایی کشوری چین ابلاغ می‌شود و در مرحله اجرا، سازمان امور مالیاتی مسئول قاعده‌گذاری و نظارت مالیاتی، گمرک مسئول تأیید خروج کالا و عاملان استرداد (شبکه‌های بانکی و پرداخت) مسئول پرداخت نهایی مبلغ اند [۱۴].

۴-۱-۲. حکمرانی رسانه‌ای

در سطح رسانه‌ای نیز در بُعد ملی، چین به قاب‌بندی هویتی خود به عنوان کنشگر مسئول و صلح طلب پرداخته است. به این منظور در تولیدات رسانه‌ای به پیروی از سند توسعه صلح‌آمیز چین^۱ (مصوب دفتر اطلاع‌رسانی شورای دولتی چین ۲۰۱۱)، سند خط‌مشی‌واژگانی^۲ (۲۰۱۶) و سند نبرد روایی^۳ (۲۰۱۳) پرداخته است. در راستای مصوبات اسناد مربوطه، تلویزیون مرکزی چین^۴ و شبکه بین‌المللی چین^۵ اقدامات مربوط به ایجاد ادراک خطر را اغلب در قالب بدفهمی، پیش‌داوری تاریخی یا پروژۀ مهار چین بازخوانی می‌کند و از این مسیر گفتمان تهدید چین را به تهدیدسازی علیه چین بدل می‌سازد.

در بُعد بین‌المللی اقدامات رسانه‌ای در این کشور، می‌توان به انعقاد قراردادهای بازنشر محتوا با شبکه سی‌جی‌تی‌ان^۶ اشاره کرد. در چارچوب رسمی برنامه شرکای جهانی سی‌جی‌تی‌ان، دامنه همکاری از تولید سفارشی و تولید مشترک تا خرید حقوق نشر و سرمایه‌گذاری مشترک تعریف شده است که نشان می‌دهد بازنشر محتوا می‌تواند از بازپخش ساده فراتر رود و به زنجیره کامل تولید/توزیع تبدیل شود. افزون بر این، در برخی گزارش‌های رسمی منتشر شده از سوی طرف چینی از امضای توافق‌های اشتراک و تبادل محتوای خبری با شرکای اروپایی نیز یاد شده است [۱۵].

1. China's Peaceful Development

۲. مقصود از این سند دستورالعمل خبرگزاری شین‌هوا درباره فهرست «واژگان ممنوع» و «واژگان نیازمند احتیاط» در گزارش‌های خبری است که در ژوئیه ۲۰۱۶ مورد بازنگری قرار گرفت. این سند ماهیت قانونی ندارد و بیشتر یک چارچوب حرفه‌ای جهت استانداردسازی واژه‌گزینی رسانه‌ای است و توصیه می‌کند در موضوعات حساس چه صورت‌بندی‌هایی به لحاظ زبانی به کار رود.

۳. این سند خط‌مشی کلانی است که از طریق رهنمودهای سطح عالی حزب/رهبر صورت‌بندی و سپس در نظام رسانه‌ای پیاده‌سازی می‌شود.

4. China Central Television

5. China Global Television Network

۶. China Global Television Network: این شبکه تلویزیونی که با هدف پوشش رویدادهای جهانی و ارائه گزارش‌ها، تحلیل‌ها و برنامه‌های مستند فعالیت می‌کند، در سال ۲۰۱۶ میلادی در چارچوب سازمان‌دهی مجدد رسانه‌های برون مرزی چین شکل گرفت و در واقع ادامه فعالیت بخش بین‌المللی تلویزیون مرکزی چین به شمار می‌آید. سی‌جی‌تی‌ان برنامه‌های خود را به صورت شبانه‌روزی و به چند زبان مختلف از جمله انگلیسی، عربی، اسپانیایی، فرانسوی و روسی پخش می‌کند.



۲-۲. روسیه

اقدامات مبتنی بر نفرت پراکنی علیه روسیه از سال ۲۰۱۴ توسط بریتانیا، ایالات متحده، کانادا، استرالیا، اتحادیه اروپا به این سو شدت یافت و از فوریه سال ۲۰۲۲ با شدت بیشتری ادامه دارد. سیاست ایجاد ادراک منفی و نفرت پراکنی در مورد روسیه از خلال هشدارهای رسمی سفر و توصیه به ترک کشور، کاهش و همچنین قطع دسترسی پروازی به مقصد روسیه و ایجاد تحریم‌های فرهنگی/اجتماعی شکل گرفته است. به‌طور مشخص بریتانیا، آمریکا، کانادا و استرالیا به ارائه هشدارهای سفر به روسیه پرداخته‌اند. اتحادیه اروپا نیز در فوریه سال ۲۰۲۲ در واکنش به جنگ حریم هوایی خود را به روسیه بست که این اقدام به‌طور مستقیم دسترسی پذیری به این مقصد را کاهش داده است. بر پایه آمارهای مرزی و گزارش‌های ثانویه، گردشگری ورودی هدف‌مند روسیه در سال ۲۰۲۲، ۳۰٪ درصد کمتر از سال ۲۰۲۱ و حدود ۹۶ درصد پایین‌تر از سال ۲۰۱۹ گزارش شده است. هم‌سوا با این اقدامات در مارس سال ۲۰۲۳ هشدار امنیتی آمریکا درباره تهدید حمله در مسکو توسط چند کشور دیگر (از جمله بریتانیا و کانادا و...) بازتاب داده شد و به تقویت چرخه ادراک و تصویر منفی از روسیه انجامید [۱۶ و ۱۷].

۲-۲-۱. تغییر بازار هدف گردشگر ورودی

در چارچوب راهبرد کلان فدراسیون روسیه^۴ به‌منظور خنثی‌سازی ادراک خطر ساخته شده توسط گفتمان‌های غربی و کاهش آثار سیاست‌های بازدارنده غیرمستقیم، تنوع‌بخشی و چرخش بازارهای هدف گردشگری ورودی از کشورهای غربی به سوی بازارهای آسیایی به‌عنوان اقدامی چندسطحی اتخاذ شده است. طراحی و هدایت راهبردی این سیاست در سطح کلان بر عهده نهاد ریاست جمهوری و شورای امنیت فدراسیون روسیه، و در سطح اجرایی، فدراسیون روسیه مسئول هماهنگی نهادی و تبدیل این جهت‌گیری راهبردی به سیاست‌های عملیاتی بوده است. همچنین آژانس فدرال حمل‌ونقل هوایی^۵ با توسعه مسیرهای هوایی به مقاصد آسیایی و منطقه‌ای، زیرساخت لازم را برای تحقق این چرخش بازار فراهم کرده است [۱۸ و ۱۹].

۲-۲-۲. تحریک تقاضای سفر

– اجرایی‌سازی روادید الکترونیک

روسیه در مواجهه با ورود گردشگران غربی، رویکردی مبتنی بر انفعال راهبردی^۶ را دنبال می‌کند. در این چارچوب، سازوکار ویزای الکترونیک به‌گونه‌ای طراحی شده است که صدور آن مستلزم ارائه دعوت‌نامه، رزرو محل اقامت یا مستندات ناظر بر هدف سفر نیست و دامنه شمول آن، سفرهای کوتاه با اهدافی از جمله گردشگری و فعالیت‌های تجاری را دربرمی‌گیرد. براساس مقررات جاری، این نوع روادید از اعتبار ۱۲۰ روزه برخوردار است و حداکثر اقامت مجاز را تا ۳۰ روز امکان‌پذیر می‌سازد. افزون بر این، از ۱ اوت سال ۲۰۲۳^۷ سازوکار تردد گروه‌های گردشگری بدون روادید میان روسیه و چین که در دوره همه‌گیری کووید ۱۹ به‌حالت تعلیق در آمده بود، بار دیگر به اجرا درآمد. در ادامه این روند از ۱ دسامبر سال ۲۰۲۵^۸ با صدور فرمان ریاست جمهوری، برای گردشگران با اهداف تجاری امکان ورود بدون روادید تا سقف ۳۰ روز در قالب بازه زمانی محدود فراهم شده است [۲۰].

– لغو روادید

همچنین در این کشور به‌منظور تحریک تقاضای سفر از راهبرد لغو روادید سفر (برای کشورهای آسیایی از قبیل چین، هند، تیموری، ایران، سیریا،

۱. بازه زمانی بهمن تا اسفندماه ۱۴۰۰.

۲. معادل بهمن تا اسفندماه ۱۴۰۰.

۳. معادل اسفند ۱۴۰۲ تا فروردین‌ماه ۱۴۰۳.

4. Russian Federation
5. Rosaviatsiya
6. Strategic Inaction

۷. معادل ۱۰ مردادماه ۱۴۰۲.

۸. معادل ۱۰ آذرماه ۱۴۰۴.

میانمار، بنگلادش، قزاقستان، ترکمنستان و...) استفاده شده است. به طور مشخص، لغو روادید سفر از اوت سال ۲۰۲۳ با مسئولیت وزارت امور خارجه و وزارت توسعه اقتصادی برای شهروندان بیش از ۵۵ کشور اعمال شده است [۲۱].

۲-۲-۲. استرداد هزینه‌های سفر

در برنامه یارانه گردشگری داخلی روسیه، که توسط آژانس فدرال گردشگری روسیه و با مشارکت سامانه پرداخت ملی روسیه^۱ اجرا شده است، دولت به صورت استاندارد ۲۰ درصد از هزینه سفرهای داخلی واجد شرایط را به مسافر بازمی‌گرداند [۲۲]. این امتیاز صرفاً شامل رزرو مستقیم هتل یا مراکز اقامتی درمانی از وبگاه رسمی همان مراکز می‌شود. در تمام حالات شرط اصلی بهره‌مندی از این یارانه، پرداخت هزینه سفر با کارت بانکی ملی ثبت شده در سامانه دولتی مشوق‌های پرداخت بوده است. همچنین هم‌زمان با تشدید روایت خطر و شکل‌گیری روسیه‌هراسی در ادبیات سیاسی- رسانه‌ای غرب پس از سال ۲۰۲۲، یکی از موانع عملی سفر به روسیه نه فقط نگرانی امنیتی، بلکه اختلال در تجربه سفر در سطح خدمات پایه بود. به ویژه دشواری پرداخت، رزرو و تسویه هزینه‌ها که به واسطه محدودیت‌های بانکی بین‌المللی تشدید شد و به صورت غیرمستقیم همان تصویر مقصد پر مخاطره و غیرقابل اتکا را بازتولید کرد [۲۳].

۲-۲-۴. هدفمندسازی سفرهای داخلی

وزارت فرهنگ با برنامه‌هایی همچون میهن من^۲ مسیرهای فرهنگی شناختی را برای سفر گروه‌های هدف خاصه دانش‌آموزان صورت‌بندی می‌کند، با تکیه بر مجریانی از جمله بنیاد فرهنگ روسیه^۳ اجرای سفرها را پیش می‌برد و در پیوند حافظه جنگ با تجربه سفر، برنامه‌هایی مانند جاده‌های پیروزی^۴ با حمایت وزارت فرهنگ و نهادهای حافظه تاریخی، سفر را به ابزار آموزش میهنی و تثبیت روایت قهرمانانه بدل می‌کند [۲۵]. همچنین در راستای تحریک سفرهای هدفمند داخلی بسته‌های مقرون به صرفه سفر تحت نظارت وزارت فرهنگ و نهادهای منطقه‌ای به عنوان اقدام مکمل و مقوم کارزارهای تبلیغاتی طراحی می‌شوند. این بسته‌ها پوشش بخش عمده هزینه‌های حمل‌ونقل و اقامت در مسیرهای میراثی تعریف شده همچون حلقه‌های طلایی^۵ و مسیرهای نظامی قهرمانی^۶ را دربرمی‌گیرند و از طریق سازوکارهای رزرو برخط با تخفیف قابل توجه به گروه‌های هدف داخلی عرضه می‌شوند [۲۶].

۲-۲-۵. سریلانکا

پس از حملات عید پاک توسط نیروهای داخلی در سریلانکا در سال ۲۰۱۹، بریتانیا در ۲۵ آوریل توصیه به پرهیز از سفرهای غیرضرور را برای شهروندان اعلام کرد و آمریکا در ۲۶ آوریل هشدار را به سطح ۳ رساند. طبق گزارش بانک مرکزی سریلانکا^۸ در سال ۲۰۱۹ ورود گردشگر ۱۸ درصد و درآمد گردشگری ۱۷.۷ درصد کاهش یافته است [۲۷]. در ماه مه سال ۲۰۲۲ وزارت امور خارجه ایرلند ضمن اشاره بر ناآرامی‌های داخلی سریلانکا، هشدار پرهیز از سفرهای غیرضرور را برای شهروندان خود صادر کرد. بار دیگر در ژوئیه سال ۲۰۲۲ نیز وزارت امور خارجه بریتانیا با اشاره بر بحران‌های اقتصادی و داخلی سریلانکا هشدار پرهیز از هرگونه سفر به این کشور را صادر کرد [۲۸]. در همین زمان وزارت

1. National Payment Card System

۲. برنامه میهن من در روسیه طرحی فرهنگی- آموزشی برای سامان‌دهی سفرهای میدانی دانش‌آموزان به شهرها و مسیرهای منتخب با محور آشنایی با تاریخ، فرهنگ و میراث مناطق و تقویت هویت ملی است. این برنامه از سال ۲۰۱۳ آغاز شده و در سال‌های اخیر ذیل برنامه‌های ملی- فرهنگی با نقش‌آفرینی وزارت فرهنگ و اجرای عملیاتی از طریق نهادهای مجری حوزه فرهنگ (از جمله بنیاد فرهنگ روسیه) ادامه یافته و شامل بازدیدهای یک‌روزه/ چندروزه و برنامه‌های آموزشی در مقاصد مختلف است. در منابع رسمی مربوطه به تخصیص بودجه (برای مثال نزدیک به ۱۷۰ میلیون روبل برای اجرای یک مقطع) و تأمین خدماتی مانند اسکان، تغذیه و حمل‌ونقل مناسب برای گروه‌های دانش‌آموزی اشاره شده است.

3. Russkiy Mir Foundation

۴. جاده‌های پیروزی برنامه‌ای برای اجرای بازدیدهای آموزشی رایگان دانش‌آموزان در قالب تورهای اتوبوسی به موزه‌ها و اماکن میراث و افتخار نظامی است که آژانس توسعه گردشگری داخلی به عنوان اپراتور آن معرفی می‌شود و با حمایت نهادی و پشتیبانی مالی وزارت فرهنگ فدراسیون روسیه، وزارت دفاع، آژانس فدرال گردشگری (روستوربسم) و دولت استان مسکو اجرا شده است. اقلام رایگان شامل خودتور/ بازدید، جابه‌جایی اتوبوسی در مسیر و همراهی راهنمای حرفه‌ای و بازدیدهای برنامه‌ریزی شده است؛ اما هزینه رفت‌وبرگشت تا نقطه آغاز مسیر (مانند بلیت قطار، هواپیما یا اتوبوس‌های عمومی) در پوشش برنامه نیست و برای آن جبرانی پیش‌بینی نشده است.

۵. مجموعه مسیرهای گردشگری بر گزیده شهرهای تاریخی شمال شرق مسکو.

۶. روسیه بیش از ۱۴۰ مسیر مربوط به نبردهای ملی- میهنی را تحت عنوان مسیرهای نظامی قهرمانی برای گردشگران در نظر گرفته است.

7. Reconsider Travel

8. Central Bank of Sri Lanka



امور خارجه آمریکا ضمن حفظ سطح ۳ هشداری سفر به سريلانكا، نسبت به كمبود داروها و اقلام ضروري و همچنين تشديد تنش‌هاي داخلي به شهروندان خود هشدار داد. در ۲۳ اكتوبر سال ۲۰۲۴ نیز شورای امنیت رژیم صهيونيستی هشدار ترك مناطقی چون آروگامبی در سريلانكا را برای شهروندان خود صادر كرد و این نقاط را تروريستی خواند [۲۹].

۲-۲-۶. برگزاری جلسات توجیهی - امنیتی

به‌طور مشخص پس از حملات عيد پاک سال ۲۰۱۹ در سريلانكا توسط گروه‌هاي تروريستی داخلي، پاسخ سياستی حوزه گردشگری سريلانكا در اسناد رسمی به‌صورت بسته اعتمادسازی نهادی، کاهش مخاطرات اقتصادی / عملیاتی، تحريك تقاضا از مسير تسهیل ورود و بازسازی تصویر مقصد بازتاب یافته است. در این چارچوب، سازمان توسعه گردشگری^۱ سريلانكا اعلام می‌کند که برای تعديل و رفع هشدارهاي سفر صادره از سوی دول مبدأ، با سفارتخانه‌ها همکاری نزدیک برقرار کرده و با برگزاری جلسات توجیه امنیتی با مشارکت افسران اطلاعاتی، تمرکز خود را بر بازسازی اعتماد نمایندگی‌هاي خارجی معطوف کرده است [۳۰].

۲-۲-۷. اعطای مشوق‌های مالی

- اعطای وام سرمایه در گردش

همچنین به‌منظور مهار آثار شوک بر بنگاه‌ها و زنجیره ارزش گردشگری ابزارهاي کاهش مخاطرات عملیاتی و حمایت از نقدینگی فعالان صنعت به کار گرفته شده است که از جمله آنها می‌توان به اعطای تسهیلات سرمایه در گردش در قالب طرح‌هاي اعتباری، کاهش مالیات بر ارزش افزوده هتل‌ها و تورگردان‌هاي ثبت شده از ۱۵ درصد به ۷ درصد در بازه ۱ ژوئن تا ۳۰ نوامبر سال ۲۰۱۹ اشاره کرد [۳۱]. به‌طور مشخص تسهیلات سرمایه در گردش یارانه‌ای به‌عنوان هسته اصلی حمایت مالی طراحی شد. مبتنی بر آن دولت اعطای وام سرمایه در گردش با بازپرداخت حداکثر دو سال را پیش‌بینی کرد که دولت بخش عمده سود آن را به‌صورت یارانه می‌داد تا نرخ مؤثر پرداختی برای دریافت‌کننده به‌طور محسوسی کاهش یابد. اعطای وام از مسیر بانک‌هاي دارای مجوز انجام می‌شد و بانک‌ها مکلف بودند نیاز واقعی سرمایه در گردش (تا سقف نیاز یک‌ساله)، توان بازپرداخت و مدارک مالی را ارزیابی، و درعین حال تضمین / وثیقه متناسب را از متقاضی اخذ کنند. سقف وام‌ها پلکانی و تابع گردش مالی سالیانه متقاضی تعیین می‌شد و هر متقاضی فقط یک بار می‌توانست از این وام استفاده کند. برای بدهی‌هاي پیشین فعالان گردشگری نیز سازوکار امهال / تعویق بازپرداخت اصل و سود نیز مهلت زمانی ۱۱ ماه و ۱۳ روزه تعیین شده است [۳۲].

۲-۲-۸. تحریک تقاضا

- لغو روادید

سازمان توسعه گردشگری سريلانكا اعلام کرده است که از اوت سال ۲۰۱۹ سیاست معافیت از پرداخت هزینه روادید برای شهروندان ۴۸ کشور به مدت ۶ ماه اجرا شده و هزینه الزامی ۳۵ دلار حذف گردیده است [۳۳]. این ابزار در سال‌هاي بعد نیز در قالب‌هاي مشابه تداوم یافته است. به‌گونه‌ای که بر مبنای گزارش‌هاي رسمی منتشر شده از تصمیم کابینه، در ۲۲ اوت سال ۲۰۲۴ برنامه ویزای رایگان ۳۰ روزه برای شهروندان^۲ ۳۵ کشور به‌مثابه سیاست تحریک تقاضا تصویب، و زمان آغاز آن ۱ اكتوبر سال ۲۰۲۴ در قالب اجرای آزمایشی ۶ ماهه اعلام شده است [۳۴].

۲-۲-۹. بازاریابی ترمیمی

- تبلیغات از خلال سامان‌دهی سفرهاي رسانه‌ای، کارزارهاي برخط و...

هدف گذاری بازسازی ویزند مقصد نیز با اجرای اقدامات ارتباطی و بازاریابی ترمیمی تشریح شده است که از جمله مصادیق آن می‌توان به

1. Sri Lanka Tourism Development Authority

۲. گزینش ۳۵ کشور تصمیمی برخاسته از فرایند کارشناسی مصوب هیئت وزیران در سال ۲۰۲۴ است. مطابق تصمیم هیئت وزیران در ۲۵ آوریل سال ۲۰۲۴، کمیته‌ای تخصصی مأمور ارزیابی الگوی ویزای گردشگری رایگان در سایر کشورها شده و پس از مطالعه تطبیقی تجربه هشت کشور رقیب سريلانكا در گردشگری، اجرای ویزای رایگان ۳۰ روزه را برای حداکثر ۳۵ کشور به‌صورت آزمایشی از ۶ ماهه نخست سال ۲۰۲۴ پیشنهاد کرده که مبنای تصویب و اقدام قرار گرفته است. بنابر گزارش‌هاي رسمی رسانه‌هاي داخلی، همچون دیلی میر، دیلی‌افتی و اکونومی‌نکست دامنه اولیه پیشنهاد ۶۷ کشور بوده که در فرایند ارزیابی کمیته محدود شده است.

اقداماتی مانند سامان دهی سفرهای رسانه‌ای با حضور کنشگران شناخته شده سفر و رسانه‌های اجتماعی، ترتیب دادن بازدید انجمن‌های مسافرتی، برگزاری نشست‌های خبری در بازارهای کلیدی (از جمله چین و هند)، تبلیغات در فضاهای حمل‌ونقلی در خارج از کشور (از جمله ایستگاه‌های قطار زیرزمینی) و پیشبرد کارزارهای تبلیغاتی بر خط و تلویزیونی با همکاری شبکه خبری سی‌ان‌ان اشاره کرد. به‌طور مشخص حمایت از سفرهای اقتصادی خبرنگاران و اصحاب رسانه‌ای کشورهایی چون هند، چین، ژاپن، کره جنوبی، امارات، قطر و... از سال ۲۰۱۹ در دستور کار سریلانکا قرار گرفته است. سازمان توسعه گردشگری سریلانکا بودجه اصلی برای جذب، هماهنگی و تأمین مالی اقامت، غذا، حمل‌ونقل داخلی و گشت‌های ویژه خبرنگاران و تأثیرگذاران خارجی را فراهم می‌کند. همچنین خطوط هوایی سریلانکا^۱ و سایر شرکت‌های هواپیمایی فعال در مسیر کلمبو،^۲ معمولاً هزینه‌های پروازهای بین‌المللی این خبرنگاران را به صورت تخفیف‌های عمده یا رایگان پوشش می‌دهند تا به ظرفیت پروازی بیفزایند [۳۵].

علاوه بر این، در جریان استمرار برنامه میزبانی چهره‌های تأثیرگذار فضای مجازی و خبرنگاران در سال ۲۰۱۹، سازمان توسعه گردشگری سریلانکا تأمین منابع مالی برنامه‌های میزبانی ۶۲ خبرنگار و ۵۷ چهره اثرگذار را به‌طور مستقیم از طریق بودجه‌های دولتی برعهده گرفته است. این حمایت‌ها شامل پوشش هزینه‌های اقامت، پرواز، حمل‌ونقل درون‌استانی و برگزاری نشست‌های آموزشی/امنیتی است. به‌منظور تضمین صحت و اصالت مدارک ارائه شده توسط شرکت‌های گردشگری و سازمان‌های مجری، سازمان توسعه گردشگری از نهاد ثالث حرفه‌ای بهره می‌گیرد. این نهاد مدارک را به صورت دقیق ارزیابی می‌کند، پرونده‌های ناقص را برای تکمیل باز می‌گرداند و فقط پس از تأیید کامل مدارک، پرداخت‌های مربوط را انجام می‌دهد [۳۶].

– ویژگی‌های مجدد گردشگری ملی

همچنین در راستای ارتقای امنیت ذهنی مخاطبان، سریلانکا تلاش کرده است با دست‌اندازی بر راهبرد ویژگی‌سازی مجدد تصویر ذهنی نسبت به خود را از کشوری درگیر جنگ به سرزمین شگفتی‌ها تغییر دهد. در این راستا کارزاری رسانه‌ای با سیاست بازنمایی جاذبه‌های گردشگری تحت نظارت سازمان توسعه گردشگری سریلانکا و وزارت گردشگری صورت‌بندی شد که در آن تجارب افراد از سفر به مقاصد گردشگری فرهنگی، سلامت و طبیعت‌گردی سریلانکا در قالب میان‌برنامه‌های یک دقیقه‌ای از رسانه دولتی این کشور^۳ پخش می‌شد. سازمان توسعه گردشگری سریلانکا به‌منظور جذب گردشگران ورودی به این کارزار به امضای توافق‌نامه همکاری با شرکت‌های بزرگ هواپیمایی چون شرکت امارات^۴ و قطر^۵ پرداخته است. این توافق‌نامه شامل سرفصل‌هایی چون ایجاد خطوط مستقیم پرواز و تقویت خطوط انتقالی^۶ است [۳۷].

در چارچوب راهبرد کلان بازسازی تصویر بین‌المللی و احیای تقاضای گردشگری، دولت سریلانکا پس از شوک‌های امنیتی و سیاسی، به صورت نظام‌مند به بازاربایی اعتمادساز و روایت‌محور روی آورده است. یکی از مصادیق شاخص این رویکرد اجرای برنامه رسمی بازدید چهره‌های تأثیرگذار^۷ در سال ۲۰۲۰ بوده است که طی آن ۲۷ چهره شاخص بین‌المللی به صورت هدفمند به این کشور دعوت شده‌اند تا از طریق تولید و انتشار محتوای مبتنی بر تجربه زیسته سفر^۸ تصویر ذهنی جدیدی را از سریلانکا به عنوان مقصدی ایمن، با اثبات و مناسب برای سفرهای خانوادگی در افکار عمومی بازارهای هدف ایجاد کنند. مطابق اطلاعات منتشر شده در اسناد رسمی، دامنه دسترسی بالقوه

1. SriLankan Airlines

۲. کلمبو بزرگ‌ترین شهر و مرکز اقتصادی سریلانکا، در ساحل غربی جزیره واقع شده است. این شهر به عنوان قطب مالی و صنعتی عمل می‌کند و میزبان بندر کلمبو، یکی از مهم‌ترین بنادر کانتینری منطقه، است.

۳. SLRC: این برنامه‌ها در شبکه‌هایی چون روپاوینی (Rupavahini)، چنل‌آی (Channel Eye) و تامیل (Tamil) پخش شده‌اند.

4. Emirates

5. Qatar Airways

۶. Connecting Route: پرواز انتقالی عبارت است از یک برنامه سفر هوایی که در خلال آن مسافر برای رسیدن به مقصد نهایی خود، به توقف برنامه‌ریزی شده در یک فرودگاه واسطه و تغییر هواپیما یا مسیر پروازی ملزم است.

7. Visiting Blogger Program

8. Lived experience of travel



این برنامه بیش از ۱۱ میلیون نفر برآورد شده است [۳۸ و ۳۹].

۲-۳. مکزیک

مکزیک نیز از جمله کشورهایی است که از سال ۲۰۱۰ تا به امروز به‌طور گسترده‌ای با سیاست‌های ایجاد ادراک خطر از سوی ایالات متحده، کانادا و بریتانیا مواجه بوده است. این سیاست‌ها از طریق ارائه هشدارهای سفر، تصویرسازی از مکزیک با تمرکز بر جرم و ناامنی و تثبیت تصویر مقصد پرخطر در شماری از مبادی ورودی گردشگری عملیاتی شده است. به‌طور مشخص، وزارت امور خارجه آمریکا^۱ به تفکیک ایالت برای مکزیک هشدار صادر می‌کند و برای برخی ایالت‌ها چون کولیمیا،^۲ گررو^۳، میشوآکان^۴، سینالوا^۵ و... نیز ممنوعیت سفر را تعیین کرده است [۴۰]. در مکزیک شکل دهی ادراک خطر بیشتر ناظر بر مخاطرات مزمن و منطقه‌ای چون جرم سازمان‌یافته،^۶ آدم‌ربایی و خشونت است که به‌واسطه هشدارهای رسمی مبتنی بر تفکیک ایالتی / منطقه‌ای دائماً باز تولید می‌شود [۴۱ و ۴۲].

در اسناد رسمی هشدار سفر، وزارت امور خارجه ایالات متحده ضمن اشاره به مخاطرات امنیتی از جمله قتل، آدم‌ربایی و سرقت مسلحانه، برای برخی مناطق، محدودیت‌هایی در خصوص تردد کارکنان دولت ایالات متحده را تصریح می‌کند. دولت بریتانیا نیز در راهنمای رسمی سفر خود، برای شماری از مناطق مکزیک توصیه‌های غیر ضروری را درج کرده است. دولت کانادا نیز ضمن برجسته‌سازی مسئله جرم به‌ویژه الگوهایی از آدم‌ربایی، مجموعه‌ای از توصیه‌های احتیاطی را به شهروندانش ارائه می‌دهد. همچنین دولت استرالیا در راهنمای رسمی خود، خطر آدم‌ربایی در مکزیک را در زمره مخاطرات جدی طبقه‌بندی می‌کند [۴۳].

۱-۳-۲. مقابله با نفرت پراکنی از مسیر سازوکارهای حکمرانی یونسکو

- میزبانی کارزارهای بین‌المللی

مکزیک در چارچوب دیپلماسی چندجانبه، موضوع مقابله با نژادپرستی نفرت‌پراکنی را از مسیر سازوکارهای حکمرانی یونسکو پیگیری کرده است. در چهلمین نشست کنفرانس عمومی یونسکو در سال ۲۰۱۹، قطعنامه‌ای به تصویب رسید که در آن مکزیک به‌عنوان کشور پیشگام این ابتکار از مدیر کل یونسکو درخواست می‌کرد سهم سازمان در مقابله با نژادپرستی، تبعیض نژادی، بیگانه‌هراسی و اشکال مرتبط عدم مدارا را افزایش دهد و گزارش دهی پیشرفت را دنبال کند [۴۴]. در راستای این رویکرد، یونسکو طی تصمیمات بعدی تدوین نقشه راه مقابله با نژادپرستی و تبعیض^۷ و برگزاری مجمع جهانی مقابله با نژادپرستی و تبعیض را به‌عنوان سکوی اجرایی - ترویجی پیش برد که دور دوم آن در نوامبر سال ۲۰۲۲ به میزبانی مکزیک برگزار شد [۴۵].

در راستای مقابله با نفرت‌پراکنی در بستر گردشگری دولت به‌جزیره‌ای سازی امنیت گردشگری پرداخته است؛ به این معنا که ضمن تفکیک فضایی جاذبه‌های گردشگری، به معرفی اماکن ایمن پرداخته است. در این طرح به‌منظور پایداری امنیت با واگذاری امنیت خرد به بخش خصوصی مسئولیت تضمین امنیت با ایجاد گیت‌های ورود/خروج، نگهبانی خصوصی و سیستم‌های دسترسی محدود را به این بخش‌ها واگذار

1. U.S. Department of State

2. Colima

3. Guerrero

4. Michoacán

5. Sinaloa

6. Organized Crime

7. UNESCO Roadmap against Racism and Discrimination

۸. این نقشه سند سیاستی - برنامه‌ای بین‌بخشی است که برای عملیاتی کردن مأموریت یونسکو در این حوزه طراحی شده است و صرفاً ماهیت بیانیه‌ای ندارد. محور آن تبدیل مقابله با نژادپرستی از سطح هنجاری به سطح اجرایی از طریق تولید دانش و داده‌های تفکیک شده، ظرفیت‌سازی و ارائه ابزارهای سیاستگذاری (مانند جعبه‌ابزارهای راهنما)، و همچنین ایجاد سکوهایی هماهنگ‌ساز بین‌المللی است. «مجمع جهانی مقابله با نژادپرستی و تبعیض» به‌عنوان ابتکار پرچم‌دار نقشه‌راه نقش‌گردد هم‌آوری دولت‌ها و ذی‌نفعان، تبادل تجربه و تعهدسازی را ایفا می‌کند. افزون بر این، نقشه‌راه به بُعد دیجیتال نیز توجه دارد و با تمرکز بر بازتولید کلیشه‌ها و سوگیری‌های تبعیض‌آمیز در سکوها و خدمات برخط، مداخلاتی برای آگاهی‌بخشی و کاهش سوگیری‌های الگوریتمی را در دستور کار قرار می‌دهد.

کرده است. همچنین پلیس گردشگری با نظارت شهرداری‌ها و پلیس ایالتی در جزایر ایمن مشخص شده حضور دارد [۴۶].

۳-۲-۳. میزبانی از رویدادهای گردشگری

- میزبانی از رویدادهای ورزشی

بر اساس ششمین گزارش عملکرد سال‌های ۲۰۲۳-۲۰۲۴ وزارت گردشگری مکزیک، این وزارتخانه در چارچوب سیاست ترویج تصویر مکزیک در عرصه بین‌الملل از رویدادهای ورزشی بهره گرفته است. برای مثال مسابقات اتومبیل‌رانی نسکار مکزیک^۱ را با یک سکوی رسانه‌ای فرامرزی برای نمایش کنترل‌شده ویژند ملی مکزیک به کار گرفته است. در بازه زمانی سپتامبر سال ۲۰۲۳ تا ژوئیه سال ۲۰۲۴ و طی دوازده مسابقه از دو سری رقابتی، ویدئوهای تبلیغاتی گردشگری ایالت‌های مشارکت‌کننده هم‌زمان با پخش تلویزیونی مسابقات، از طریق شبکه کلارو اسپور تس^۲ و فاکس اسپور تس^۳ منتشر شده که میانگین ۴/۱۳ میلیون بیننده برای هر رویداد و نیز پخش در نوزده کشور ثبت شده گزارش شده است [۴۷].

- میزبانی سفرهای رسانه‌ای

شورای گردشگری مکزیک^۴ با راه‌اندازی کارزارهای بازاریابی گسترده با تمرکز بر میهمان‌نوازی و جاذبه‌های این کشور به دعوت از چهره‌های اثرگذار رسانه‌ای پرداخته است. به‌طور مشخص در گزارش عملکرد شورای ترویج گردشگری در سال ۲۰۱۷ مکزیک، سامان‌دهی ۹۴ سفر آشناسازی با مکزیک با حضور بیش از ۷۰۰ چهره رسانه‌ای بین‌المللی گزارش شده است [۴۸]. شورای گردشگری مکزیک به‌منظور ارائه مشوق سفر تسهیلات بهره‌مندی از سفر رایگان در حوزه حمل‌ونقل بین‌المللی، بین‌شهری/درون‌شهری، اقامت، راهنمای تخصصی همراه چندزبانه و تغذیه را برای گروه‌های رسانه‌ای مذکور با مشارکت مالی رسانه‌های بین‌المللی پوشش‌دهنده اخبار میزبانی‌ها تدارک دیده است [۴۹].

۳-۲-۴. روایت‌سازی در خصوص هویت ملی (سطح داخلی)

در سطح داخلی، سیاست گردشگری دولت فدرال مکزیک بر نمادسازی مکان‌محور و تبدیل مقاصد منتخب به نشانه‌های هویت ملی استوار شده است. برای نمونه، روستاهایی به‌مثابه کانون‌های بازنمایی هویت ملی و روستاهای نمونه مکزیک در سطح رسانه‌ای معرفی می‌شوند [۵۰]. از دیگر اقدامات صورت‌گرفته در این کشور می‌توان به طراحی مسیرهای گردشگری- میراثی اشاره کرد. در این طرح که با همکاری وزارت گردشگری و وزارت آموزش عمومی این کشور از ژانویه سال ۲۰۲۰ آغاز شده است، جامعه محلی در مقام راویان رشادت‌های قهرمانان ملی در نبردهای تاریخی، آموزش‌دهندگان صنایع دستی، ورزش‌های بومی/محلی و جشنواره‌های غذای بومی به بازتولید سرمایه نمادین داخلی در مسیرهای مشخص گردشگری- میراثی می‌پردازند [۵۱].

چنان‌که ذکر شد، هدف از گزارش حاضر پاسخ به سه سؤال کلیدی در خصوص مخاطبان هدف اقدامات مقابله‌ای، ابزارهای و سیاست‌های مربوطه و بازاریابی نهادی برای چنین اقداماتی بوده است. گرچه در متن گزارش تلاش شد به تفکیک هر کشور به ارزیابی این سه محور پرداخته شود، برای سهولت در درک و قیاس عملکردی کشورهای منتخب پاسخ به سؤالات در قالب جدول ۱ ارائه شده است.

1. NASCAR México
2. Claro Sports
3. FOX Sports
4. Mexico Tourism Promotion Board



جدول ۱. پاسخ به سؤالات کلیدی گزارش

مکزیك	سریلانكا	روسیه	چین	کشور ه	محورها
✓	✓	✓	✓	مجامع بین‌المللی (صادرکننده هشدار سفر و سایرین)	مخاطبان
✓			✓	واسطه‌های اثرگذار خارجی	
✓	✓	✓		سطح داخلی	
			✓	وزارت بازرگانی	آرایش نهادی
			✓	دولت‌های محلی	
	✓	✓	✓	وزارت / سازمان / اداره گردشگری	
		✓	✓	رسانه ملی / بین‌المللی	
			✓	اداره گمرک	
			✓	اداره مالیات	
	✓		✓	مؤسسات بانکی	
		✓		ریاست جمهوری	
	✓	✓		وزارت فرهنگ	
		✓		وزارت اقتصاد	
	✓	✓		وزارت امور خارجه	
	✓	✓		سازمان هواپیمایی ملی / فراملی	
✓	✓			نهادهای امنیتی	
✓	✓			وزارت ورزش	
✓				وزارت آموزش	
✓				یونسکو	
✓				جزیره‌سازی امنیت	اقدامات
	✓	✓	✓	روادید الکترونیک	
		✓		لغوروادید	
		✓	✓	اعطای مشوق پرواز به شرکتهای هوایی / شرکتهای گردشگری	
		✓	✓	افزایش اتصالات هوایی	
✓		✓	✓	تسهیل سفرهای رسانه‌ای	
			✓	استرداد مالیات	
✓				میزبانی رویدادهای ملی / فراملی	
			✓	حکمرانی رسانه‌ای با تمرکز بر روایت ملی	

مأخذ: یافته‌های پژوهش.



۳. جمع‌بندی و پیشنهاد سیاستی

ارزیابی عملکرد کشورهای منتخب در مقابله با نفرت پراکنی و ایجاد ادراک خطر گویای آن است که مخاطب اقدامات مقابله‌ای با سیاست‌های ناظر بر نفرت پراکنی و ایجاد ادراک خطر توسط غرب علاوه بر جامعه جهانی واسطه‌های تأثیرگذار بیرونی سطح ملی را نیز در بر می‌گیرد. گفتنی است، در مواردی مخاطب بین‌الملل به‌طور مشخص محور پراکنش پیام مخاطره‌آمیز بودن مقصد و در برخی موارد کشورهای غیر غربی (به‌عنوان گروه هدف جایگزین) بوده است. واسطه‌های اثرگذار بیرونی نیز عمدتاً بر چهره‌های اثرگذار فضای مجازی، هیئت‌های تجاری و سرمایه‌گذاران خارجی متمرکز بوده است.

جمع‌بندی تحلیلی مجموعه اقدامات مقابله‌ای کشورهای منتخب نشان می‌دهد اقدامات در مقابله با تهدیدسازی/نفرت پراکنی علیه مقاصد، به‌نحوی قابل اتکا ذیل دو دسته اقدامات سخت/شبه‌سخت و اقدامات نرم قابل صورت‌بندی‌اند. در حالی که اقدامات سخت عمدتاً بر کاهش موانع ورود، تقویت کنترل و امنیت کارکردی و رفع گلوگاه‌های عملیاتی سفر تکیه دارند، اقدامات نرم بر اقناع، روایت‌سازی و بازنمایی کنترل شده مقصد برای کاهش مخاطرات ادراکی و بازسازی اعتماد متمرکزند.

در خصوص بازآرایی نهادی نیز باید گفت در مقابله با نفرت پراکنی غرب، تفویض عملیاتی مقید در چارچوب حکمرانی چندسطحی و بین‌بخشی صورت گرفته است. به این معنا که بخشی از سیاستگذاری و اجرا به سطوح محلی و شرکای غیردولتی یا نهادهای امنیتی واگذار می‌شود، اما از خلال تنظیم‌گری پیشینی (مجوزدهی، استانداردگذاری و کنترل انطباق) و پایش و ارزیابی پسینی (راستی‌آزمایی عملکرد و حسابرسی تحقق شاخص‌ها) ارزیابی و کنترل می‌شود.

در ادامه و با عنایت به قرارگیری کشور در معرض سیاست‌های ناظر بر ایران‌هراسی و مطالعه تطبیقی حاضر پیشنهاد‌های زیر ارائه می‌شود:

۳-۱. به‌منظور مدیریت تصویر از ایران

- پیشنهاد می‌شود به‌منظور جلوگیری از پراکندگی پیام/اقدامات ملی در حوزه ویژند ملی و در راستای ایجاد ستاد دائمی مدیریت تصویر از ایران، ضمن احصای دقیق دستگاه‌های اجرایی حوزه ویژند ملی، برنامه‌محور کردن تمام دستگاه‌های برشمرد شده به تولید سازمان برنامه و بودجه کشور برای تعیین دستگاه اصلی و اتخاذ سازوکارهای لازم به‌منظور رصدپذیری اقدامات دستگاه‌ها در دستور کار قرار گیرد. پیشنهاد می‌شود میزبانی رویدادهای بین‌المللی کشورهای هدف، رویدادهای مشترک و حمایت از سفرهای جمعی اصحاب رسانه‌های بین‌الملل/چهره‌های تأثیرگذار در فضای مجازی در کشور توأم با ارائه بسته‌های تخفیف سفر در بازه زمانی برگزاری رویدادها و اعطای تسهیلات اقامتی و تسهیل در صدور مجوز تصویربرداری برای عوامل تولیدات رسانه‌های بین‌المللی (رسانه ملی/فضای مجازی) با رعایت ملاحظات امنیتی صورت پذیرد.

- پیشنهاد می‌شود با تولی وزارت امور خارجه (مرکز دیپلماسی عمومی و معاونت کنسولی) و همکاری وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی، فراجا (پلیس مهاجرت و گذرنامه) و وزارت کشور (سازمان مدیریت بحران کشور) سازوکار توجیه و اقناع سفارت‌خانه‌های مقیم کشور از طریق تدوین و ارائه گزارش‌های دوره‌ای در مورد امنیت ملی و اقدامات پیشگیرانه این حوزه، تعریف پروتکل ارتباطی میان سازمان مدیریت بحران و سفارت‌خانه‌ها در زمان بروز بحران، ایجاد اعتماد کارکردی از خلال بازدید از مراکز رصد (مانیتورینگ) مبادی ورودی/خروجی، گزارش پیشرفت تسهیلات و تدابیر ویژه اتباع در صورت بروز چالش‌های احتمالی (مسیر کنسولی)، ارائه گزارش‌های ناظر بر رصد تطبیقی هشدارهای سفر در سطح فراملی و شرایط موجود در سطح ملی، نشست‌های دوره‌ای توجیهی و بازدیدهای میدانی کنترل شده از مقاصد منتخب طراحی و اجرا شود.



۲-۳. به منظور ارتقای ظرفیت دسترس‌پذیری به بازارهای هدف

پیشنهاد می‌شود در راستای ارتقای اتصال‌پذیری مقصد، برنامه جامع تشویقی پروازهای ورودی تدوین و اجرا گردد. به‌طور مشخص هدف اصابت این برنامه شرکت‌های هواپیمایی داخلی/ خارجی و تور اپراتورهای فعال در مسیرهای هدف است و شکل مشوق‌های آن در دو لایه مکمل عملیاتی و تحریک تقاضا پیشنهاد می‌شود. لایه نخست شامل مشوق‌های مستقیم نظیر بخشودگی پلکانی عوارض فرودگاهی و ناوبری و خدمات زمینی است. لایه دوم نیز دربرگیرنده تخصیص بودجه بازاریابی مشترک و پرداخت‌های حمایتی به منظور جلوگیری از ورودهای کوتاه‌مدت کم‌اثر است. ضابطه تخصیص این حمایت‌ها مشروط و پسینی و منوط به تحقق شاخص‌هایی نظیر دستیابی به حدنصاب ضریب اشغال، حداقل مسافر ورودی، حداقل پرواز هفتگی، حداقل مدت اقامت و تداوم مسیر در بازه زمانی مشخص پیشنهاد می‌شود. در نهایت، تأیید و اعمال این مشوق‌ها به‌تولیت سازمان هواپیمایی کشوری پس از رصد مستمر، راستی‌آزمایی داده‌های عملکردی خطوط هوایی و احراز قطعی شاخص‌های یاد شده با اعطای مجوز تخصیص تخفیف‌ها و یارانه‌های مذکور قابل اجرایی‌سازی است.

۳-۳. در شرایط تشدید سیاست‌های ناظر بر ایران‌هراسی

پیشنهاد می‌شود به‌منظور تقویت امنیت کارکردی مقصد و کاهش مخاطرات ادراکی از طریق نشانه‌های قابل مشاهده امنیت و خدمات با تولی فراجا و همکاری وزارت میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی، استانداری‌ها و شهرداری‌ها، هلال‌احمر، اورژانس، و بخش خصوصی تأسیسات گردشگری، نقاط اولویت‌دار گردشگری (با نظر بر شاخه مذهبی و تأکید بر کشورهای چوچون پاکستان و عراق به شهرهایی چون قم/مشهد و شیراز؛ شاخه فرهنگی و رویداد و تأکید بر کشورهای چوچون ترکیه و عراق) ضمن تدقیق مناطق تأیید شده خدماتی تعریف و اجرا شود. به‌نحوی که علاوه بر ایجاد مسیرهای تردد مبدأ به مقصد/ بالعکس و بیمه مسافرتی، سازوکار پاسخ‌گویی سریع، شماره تماس واحد امداد گردشگر در نقاط پرتردد مستقر گردد و امنیت عینی/ذهنی به‌صورت هم‌زمان تقویت شود.



- [1] Congressional Research Service, (2019), *U.S.-China strategic competition in South and East China Seas*, Washington, DC: CRS.
- [2] U.S. Department of Defense. (2018), *Summary of the 2018 National Defense Strategy of the United States of America*, Washington, DC: Department of Defense.
- [3] Department of Home Affairs, (2018), *Government provides 5G security guidance to Australian carriers*, Australian Government.
- [4] Financial Times, (2018), *Jair Bolsonaro's uneasy courtship of China*.
<https://www.ft.com/content/9c4b0f3e-db5e-11e8-ab8e-6be0dcf187f7/>
- [5] U.S. Department of Health and Human Services, (2020), *Determination that a public health emergency exists*. Federal Register.
<https://www.federalregister.gov/documents/2020/02/07/2020-02660/determination-that-a-public-health-emergency-exists>
- [6] Ministero della Salute, (2020), *Coronavirus, stop ai voli dalla Cina*. Governo della Repubblica Italiana.
https://www.salute.gov.it/portale/news/p3_2_1_1_1.jsp?lingua=italiano&menu=notizie&p=dalministero&id=4184
- [7] Ministry of Health Singapore, (2020), *Extension of precautionary measures to minimise risk of community spread in Singapore*. <https://www.moh.gov.sg/newsroom/extension-of-precautionary-measures-to-minimise-risk-of-community-spread-in-singapore/>
- [8] Ministry of Commerce of the People's Republic of China, (2018), *Regular Press Conference of the Ministry of Commerce*.
- [9] Shanghai Municipal People's Government, (2025), Easier visas, faster access, and better services. english.shanghai.gov.cn. <https://english.shanghai.gov.cn/en-CIIE2025/20251023/2b1d5dedb0ea4f76a0975a7474242b28.html>
- [10] Guizhou Provincial Department of Culture and Tourism, (2021), [Major: Guizhou releases special incentive policies for charter flights, dedicated trains, self-driving tours, and inbound tourism]. Guizhou Radio and Television Station (GZTV). <https://www.gzstv.com/a/c2dc7105f651419293db71dbb2bf43cc/>
- [11] Guizhou Provincial Department of Culture and Tourism, (2021), *Measures for inbound tourism rewards of Guizhou Province (2021)*. Guizhou Provincial Government.
- [12] Guizhou Online, (2025), Notice of the Department of Culture and Tourism of Guizhou Province on issuing the 2025 Guizhou Province "Attracting Tourists into Guizhou" incentive measures. <https://>



www.guizhouonline.com/en/contents/143/686.html/

[13] The State Council of the People's Republic of China, (2025), China refines departure tax refund policy to encourage inbound consumption. https://english.www.gov.cn/news/202504/27/content_WS680de14bc6d0868f4e8f21bf.html.

[14] China Justice Observer, (2025), China eases tax refunds to boost inbound tourist spending. <https://www.chinajusticeobserver.com/a/china-eases-tax-refunds-to-boost-inbound-tourist-spending/>

[15] Reuters. (2025, March 26). China urges US to stop viewing China through “hegemonic mentality”. Reuters.

[16] U.S. Department of State, (2025), Russia travel advisory. Retrieved from <https://travel.state.gov/content/travel/en/traveladvisories/traveladvisories/russia-travel-advisory.html/>

[17] European Commission, (2022), EU closes airspace to Russian aircraft. Official Journal of the European Union.

[18] Government of the Russian Federation, (2019), Strategy for tourism development in the Russian Federation until 2035. Moscow: Government of Russia.

[19] International Air Transport Association, (2023), Air connectivity and sanctions impact on Russian aviation. Montreal: IATA.

[20] Guests will be with us: foreigners will be extended their stay in Russia on an electronic visa, (2025), Izvestia. Retrieved from <https://iz.ru/en/node/1862871/>

[21] Xinhua, (2025), Russia's visa-free policy for Chinese citizens takes effect (Dec. 1 decree), Retrieved from <https://english.news.cn/20251202/a69a88dacc304c989ef8b088528f91e4/c.html/>

[22] Federal Tourism Agency will re launch a tourist cashback program in Russia from January 18. (2021), RuNews24.ru. Retrieved from <https://runews24.ru/eng/tourism/15/12/2021/7db6cf98ac203f61fc7266eb7b279930/>

[23] Mastercard and Visa blocked – what to use now for tourists and travelers abroad in Russia, (2026), NashaPlaneta.net. Retrieved from https://nashaplaneta.net/besopasnost/karty-zablokirovany-cto-delat-turistam_en/

[24] TheWeek News Desk, (2025), Indians visiting Russia can now use Tourist Card for payments, transit and more: How does it function? The Week. <https://theweek.in/news/tourism/2025/05/21/indians-visiting-russia-can-now-use-tourist-card-for-payments-transit-and-more-how-does-it-function.html>

[25] Ministry of Economic Development of the Russian Federation, (2025), The Golden Ring tourist route is granted a national status (News release), Ministry of Economic Development of Russia. https://en.economy.gov.ru/material/news/the_golden_ring_tourist_route_is_granted_a_national_status.html

- Government of the Russian Federation. (2019, September 20). Strategy for the development of tourism in the Russian Federation for the period up to 2035 (Order No. 2073-r). <http://static.government.ru/media/files/2aHPk12N9rOclfdvB0Mh3I265552O2uN.pdf>
- [27] Montevago, J., (2019), State Department Issues Increased Security Warning to Sri Lanka as Cancellations Rise. TravelMarketReport.com. <https://www.travelmarketreport.com/ARTICLES/State-Department-Issues-Increased-Security-Warning-to-Sri-Lanka-as-Cancellations-Rise/>
- [28] Central Bank of Sri Lanka, (2020), Annual report 2019 (Box 9), Central Bank of Sri Lanka. https://www.cbsl.gov.lk/sites/default/files/cbslweb_documents/publications/annual_report/2019/en/13_Box_09.pdf
- [29] U.S. Embassy Colombo, (2024), Security alert: Avoid travel to Arugam Bay due to credible threat (Travel Advisory). U.S. Embassy in Sri Lanka. <https://lk.usembassy.gov/security-alert-avoid-travel-to-arugam-bay-due-to-credible-threat/>
- [30] Sri Lanka Tourism Promotion Bureau, (2019), Sri Lanka Tourism begins destination brand recovery process (Media statement). Sri Lanka Tourism. https://webunwto.s3-eu-west-1.amazonaws.com/imported_images/52020/sltpb_media_statement_2.pdf
- [31] Sri Lanka Tourism Development Authority, (2019), Relief package approved to strengthen tourism industry affected by Easter attacks (Press release). Sri Lanka Tourism Development Authority. <https://www.lankabusinessnews.com/sri-lanka-introduces-a-relief-package-to-help-revive-the-tourism-industry/>
- [32] Lanka Business News, (2019), Relief package to strengthen tourism sector (Financial relief measures for tourism industry). Lanka Business News. <https://www.lankabusinessnews.com/relief-package-to-strengthen-tourism-sector/>
- [33] Xinhua News. (2019). Sri Lanka to waive off entry visa fee for 48 countries from Aug. 1 (Tourism policy report). Xinhua News. https://www.xinhuanet.com/english/2019-07/31/c_138272672.htm
- [34] Jayasinghe, U., (2024), Sri Lanka approves free tourist visas for 35 countries to boost tourism. Reuters. <https://www.reuters.com/world/asia-pacific/sri-lanka-approves-free-tourist-visas-35-countries-boost-tourism-2024-08-22/>
- [35] Sri Lanka Tourism Promotion Bureau, (2024), Visiting Journalist and Blogger Programmes: International media facilitation for destination promotion (Program description). Sri Lanka Tourism. https://srilanka.travel/public_relations_test/about_the_programme.php/
- [36] Sri Lanka Tourism Promotion Bureau, (2019), Visiting Journalist and Travel Blogger programmes: Media familiarisation tours to promote Sri Lanka as a key destination. Sri Lanka Tourism Promotion Bureau. https://srilanka.travel/public_relations_test/about_the_programme.php/
- [37] Sri Lanka Tourism Promotion Bureau, (2023), Sri Lanka launches new destination branding “You Will Come Back for More” at IFTM trade show (Tourism recovery campaign), Adaderana Biz English.



<https://bizenglish.adaderana.lk/sri-lanka-tourism-make-a-strong-comeback-with-new-destination-branding-at-iftm-top-resa-paris/>

[38] Columbus Tours Sri Lanka, (2020), Sri Lanka Tourism kicked off aggressive travel blogger & influencer campaign for 2020 by inviting 27 international travel influencers including the first 'family travel bloggers' group. Columbus Tours Sri Lanka. <https://blog.columbustourssrilanka.com/2020/02/27/sri-lanka-tourism-kicked-off-aggressive-travel-blogger-influencer-campaign-for-2020-by-inviting-27-international-travel-influencers-including-the-first-family-travel-bloggers-group/>

[39] Gazette.lk., (2025), Sri Lanka Government Budget 2026. Gazette.lk. <https://www.gazette.lk/2025/11/sri-lanka-government-budget-2026.html>

[40] U.S. Department of State, (2025), Mexico travel advisory (Travel advisory). U.S. Department of State – Bureau of Consular Affairs. <https://travel.state.gov/en/international-travel/travel-advisories/mexico.html/>

[41] U.S. Department of State, (2025), Mexico travel advisory (Travel advisory). U.S. Department of State – Bureau of Consular Affairs. <https://travel.state.gov/en/international-travel/travel-advisories/mexico.html/>

[42] Australian Government, Department of Foreign Affairs and Trade, (2025), Sri Lanka travel advice. Smartraveller. <https://www.smartraveller.gov.au/destinations/asia/sri-lanka/>

[43] Foreign, Commonwealth & Development Office. (n.d.). Foreign travel advice: Mexico. GOV.UK. <https://www.gov.uk/foreign-travel-advice/mexico>

[44] UNESCO, (2019), Records of the General Conference, 40th session, Paris, 12–27 November 2019, Volume 1: Resolutions. Paris: UNESCO. (Includes: 40 C/Resolution 39).

[45] UNESCO. Global Forum against Racism and Discrimination 2022 (Event page; Mexico City, 28–29 Nov 2022; Los Pinos).

[46] Travel and Tour World, (2025), Sri Lanka remains fully open for tourism: SLTDA safety assurance 2025. Travel and Tour World. Retrieved from <https://www.travelandtourtworld.com/news/article/sri-lanka-remains-fully-open-for-tourism-slt-da-safety-assurance-2025/>

[47] Secretaría de Turismo de México, (2025), La carrera NASCAR PEAK dejará una derrama de casi 55 millones de pesos en la Ciudad de México (Comunicado). Gobierno de México – Secretaría de Turismo. <https://www.gob.mx/sectur/prensa/la-carrera-nascar-peak-dejara-una-derrama-de-casi-55-millones-de-pesos-en-la-ciudad-de-mexico-216788?idiom=es-MX/>

[48] Secretariat of Tourism (Mexico), (2017), Fifth report of activities: September 2016–August 2017 [Report Spanish]. <https://www.sectur.gob.mx/wpcontent/uploads/2018/09/QuintoInformeDeLaborSector2017.pdf>

[49] Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), (2017), Proyecto de convocatoria:

Contratación de servicios para la elaboración y ejecución de la estrategia de relaciones públicas (Licitación Pública Nacional Electrónica No. LA-021W3J001-E-2017), Gobierno de México. https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/242950/Proyecto_de_Convocatoria_Relaciones_Publicas_Final.pdf

[50] Secretaría de Turismo de México, (2025), Pueblos Mágicos programme: Promoting cultural and historical towns as symbolic tourism destinations. Gobierno de México — Secretaría de Turismo. https://en.wikipedia.org/wiki/Pueblos_M%C3%A1gicos/

[51] Mexico Reaffirms Its Commitment to Sustainable and Inclusive Tourism, (2025), Sustainable and inclusive tourism model will generate shared prosperity and protect cultural heritage (Press Release). Mexican Press Agency. <https://mexicanpressagency.org/newsroom-posts/sustainable-and-inclusive-tourism/>

گزیده سیاستی

در کشورهای منتخب مخاطب اقدامات مقابله‌ای با نفرت‌پرانی غرب فقط به جامعه بین‌الملل محدود نمی‌شود و سطح ملی را نیز در بر می‌گیرد. همچنین اقدامات در سطح اقدامات سخت و نرم صورت گرفته و بخشی از آنها از نهاد گردشگری به نهادهای امنیتی/ بخش خصوصی واگذار شده است.



مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی

تهران، خیابان پاسداران، روبروی پارک نیاوران (ضلع جنوبی، پلاک ۸۰۲)

تلفن: ۷۵۱۸۳۰۰۰ صندوق پستی: ۱۵۸۷۵-۵۸۵۵ پست الکترونیک: mrc@majles.ir

وبسایت: rc.majles.ir