



اولین همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پایدار

محل برگزاری دانشکده شهید مفتاح همدان

۳۰ آبان ۱۳۹۲



عنوان مقاله: تحلیل و بررسی شیوه‌ی اطلاع رسانی نوین در توریسم و گردشگری ایران

نویسنده: میثم مهدی زاده، عضو هیات علمی دانشکده عمران و معماری دانشگاه صنعتی شاهرود،

پست الکترونیک: [mehdizadeh@shahroodut.ac.ir](mailto:mehdizadeh@shahroodut.ac.ir)

### چکیده:

انقلاب ارتباطات و اطلاعات سرعت اقتصاد، فرهنگ و سیاست جهان را دستخوش دگرگونی می‌کند و جهان را عملاً به یک "دهکده‌ی جهانی" تبدیل می‌کند. رخدادهایی که در هر گوشه‌ی این سیاره رخ می‌دهد، در کمترین زمان به سراسر جهان مخابره می‌شود. تصمیمات و کارهای اقتصادی، بیش از پیش از پیامدهای جهانی برخوردار شده‌اند. اطلاعات و ارتباطات چنان به سرعت درون اقتصاد و جامعه انسجام می‌یابند که جهانی شدن و ظهور جوامع اطلاعاتی، واقعیتی اجتناب‌ناپذیر جلوه می‌کند. با این حال، همه‌ملت‌ها، گروه‌ها و افراد به‌طور هماهنگ و برابر در مزایای جهانی شدن و فن‌آوری‌های اطلاعاتی سهیم نیستند. دانش، قدرت محسوب می‌شود. همیشه همین‌طور بوده است، چه در دوران ما قبل تاریخ که از آتش و سنگ به عنوان ابزار استفاده می‌شد و چه در عصر مدرن علوم هسته‌ای و فضایی و فن‌آوری‌های مربوط. با وجود این، ویژگی مثال‌های فوق در قدرت یا دانش نهفته نیست، بلکه ریشه در این واقعیت دارد که چون تعداد نسبتاً معدودی از مردم از دانش برخوردار بودند، پس به توانایی و اختیار دست می‌یافتند. دانش از طریق ارتباطات و اطلاعات با دیگران تقسیم می‌شود. بنابراین، توانایی نظارت بر اطلاعات و ارتباطات، رمز قدرت به شمار می‌آید.

بشر در طول تاریخ، از این ظرفیت برای تولید دانش و تقسیم مزایای آن برای دفع دشمن، جست‌وجوی غذا، کسب ثروت، تنظیم روابط انسانی و غیره بهره برده است. پیدایش اینترنت از لحاظ اهمیت آن برای جامعه با توسعه کامپیوتر شخصی، تلفن و حتی دستگاه چاپ مقایسه شده است. اما توضیح این نکته به کسانی که هرگز از آن استفاده نکرده‌اند مشکل است که چگونه اینترنت می‌تواند زندگی‌ها را تغییر دهد، شغل‌های جدید بیافریند و یا خانواده‌های دورافتاده از یکدیگر را به هم نزدیک کند. در این نوشتار سعی بر این شده در ابتدا به تعریف اطلاع رسانی پرداخته شود، بعد از روشن شدن این مطلب به مقایسه وسایل ارتباط جمعی و اولویت بندی این وسایل و امکانات به منظور اطلاع رسانی پرداخته شود و در انتها بعد از مقایسه تبلیغات سنتی و نوین، مروری بر موانع و راهکارهای گردشگری الکترونیکی که بر پایه اینترنت استوار است، خواهیم داشت.

کلیدواژه‌ها: اطلاع رسانی، گردشگری الکترونیک، توسعه‌ی گردشگری، فرهنگ و گردشگری