

## تحلیلی بر میزان احساس امنیت اجتماعی گردشگران شهری (مطالعه موردی: گردشگران داخلی شهر اصفهان)

اصغر عبدلی<sup>۱</sup>  
جمال محمدی<sup>۲</sup>  
رضا ابراهیمی<sup>۳</sup>

### چکیده

از آنجا که بیش‌تر شهرها از پتانسیل و توانایی لازم برای گردشگری خصوصاً در سطح ملی و بین‌المللی برخوردار بوده و جمع‌کنندگی از گردشگران را به طرف خود جذب می‌کنند لذا توجه به امنیت اجتماعی آن‌ها در چنین شهرهای امری لازم و ضروری است. شهر اصفهان با داشتن جاذبه‌های گردشگری فراوان هر ساله تعداد زیادی گردشگر را به سمت خود جذب می‌کند. آنچه که می‌تواند این صنعت درآمدزا و به تبع آن میزان گردشگران را تهدید کند نبود امنیت و یا احساس عدم امنیت در بین گردشگران می‌باشد. با حرکت از این موضوع بررسی و تحلیل میزان امنیت اجتماعی گردشگران در شهر اصفهان هدف اصلی این پژوهش را تشکیل می‌دهد. این پژوهش از نوع تحقیقات توصیفی- تحلیلی بوده و جهت جمع‌آوری داده‌ها از روش‌های کتابخانه‌ای و نیز تکمیل پرسش‌نامه استفاده می‌شود. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی و تحلیلی و نرم‌افزار SPSS استفاده می‌شود. جامعه آماری گردشگران شهری داخلی وارد شده به شهر اصفهان در سال ۱۳۹۰ تشکیل می‌دهد که با استفاده از فرمول نمونه‌گیری کوکران ۳۸۴ نمونه به‌دست آمد، که این رقم جهت اطمینان بیش‌تر به ۳۹۰ نفر افزایش داده شد. هم‌چنین روش نمونه‌گیری به‌روش تصادفی از

Email:abdoli\_asghar@yahoo.com

۱- عضو هیات علمی دانشگاه لرستان.

۲- دانشیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه اصفهان.

۳- کارشناس ارشد جامعه‌شناسی.

نوع خوشه‌ای چندمرحله‌ای می‌باشد. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که میزان تحصیلات، سن، سواد، وضعیت تأهل، میزان درآمد، نقش نیروی انتظامی و رسانه‌ها به مقدار بسیار زیادی بر میزان احساس امنیت اجتماعی گردشگران شهری تأثیر داشته و در این میان وضعیت کالبدی- فیزیکی شهر میزان کم‌ترین تأثیر را از نظر گردشگران شهر اصفهان داشته است. همچنین ۴۷/۷ درصد از گردشگران از امنیت اجتماعی در شهر اصفهان رضایت داشته و ۱۸/۷ درصد ناراضی بوده‌اند. در کل بیش از ۸۰ درصد پاسخ‌گویان معتقدند که در فرصت مناسب دوباره از این شهر دیدن می‌کنند.

**واژگان کلیدی:** گردشگری شهری، امنیت شهری، امنیت اجتماعی، شهر اصفهان.

## مقدمه

### بیان مساله، اهمیت و ضرورت

توسعه پایدار شهری علاوه بر توجه به بخش‌های مختلف اکولوژیکی، فرهنگی، سیاسی، امنیتی، اقتصادی و اجتماعی در برنامه‌ریزی‌های مختلف نیز مورد توجه قرار گرفته است به طوری که امروز پایداری به‌نحو گسترده‌ای به‌عنوان رویکرد اساسی برای هر نوع توسعه از جمله توسعه گردشگری پذیرفته شده است (کاظمی، ۱۳۸۵: ۱۲۷-۱۲۶). در واقع دو نوع برنامه‌ریزی که در دهه‌های اخیر در کشورهای در حال توسعه برای رفع مشکلات شهری بیش‌تر مورد تأکید قرار می‌گیرد عبارتند از: برنامه‌ریزی شهری و برنامه‌ریزی برای گردشگری است. این دو بعد ارتباط متقابلی با یکدیگر دارند و به‌صورت سیستمی به یکدیگر وابسته‌اند.

علت این ارتباط متقابل شاید به این مطلب برمی‌گردد که گسترش شهرنشینی از علل مهم شکل‌گیری گردشگری قلمداد می‌گردد (منشی‌زاده، ۱۳۸۴: ۵۸) و از طرف دیگر شهرها از امکانات و فعالیت‌های اقتصادی، سیاسی، ارتباطی، فراغتی و جاذبه‌های تاریخی و گردشگری فراوان برخوردار هستند (رضوانی، ۱۳۷۴: ۸۹). بنابراین هر گونه برنامه‌ریزی برای گردشگری و گردشگر در شهرها باید با توجه به ابعاد برنامه‌ریزی شهری و شهرها باشد. در واقع ما برای رسیدن به یک توسعه همه‌جانبه و پایدار در گردشگری و برنامه‌ریزی، نیازمند

یک برنامه‌ریزی سیستمی هستیم که این نوع برنامه‌ریزی تمامی ابعاد مختلف گردشگری به ویژه بعد امنیت اجتماعی گردشگران را نیز مورد بررسی و تحلیل قرار دهد.

در سال ۲۰۱۱ تعداد گردشگران ۹۸۳ میلیون نفر و درآمد حاصل از آن به بیش از ۱۰۳۰ میلیارد دلار (۷۴۰ میلیارد یورو) رسید. سازمان جهانی گردشگری برای سال ۲۰۲۰ تعداد گردشگران را ۱۵۶۱ میلیون نفر پیش‌بینی کرده است (Tourism 2020 version: 9). به همین دلیل گردشگری یکی از صنایع پیشروی جهان و ابزار توسعه اقتصادی عمده‌ای است و امنیت (در مقابل جرم و ناهنجاری) تأثیر بالایی بر گردشگری و جهت‌یابی منافع اقتصادی دارد. در واقع پنج عامل جرم، تروریسم، ایمنی و بهداشت غذا، مباحث مرتبط با سلامتی و حوادث و بلایای طبیعی به‌عنوان عوامل تأثیرگذار بر صنعت گردشگری در هزاره جدید شناخته می‌شوند (منسفلد<sup>۴</sup>، ۱۳۸۹: ۳۴۸).

ایران یکی از دیدنی‌ترین کشورهای جهان است. کشور ما جزو ۱۰ کشور اول جهان از لحاظ جاذبه‌های گردشگری، و جزو ۵ کشور اول دنیا از نظر تنوع گردشگری می‌باشد. شهر اصفهان با توجه به توان بالای خود در جذب گردشگران داخلی می‌تواند منابع ملی، اقتصادی و اجتماعی قابل توجهی برای خود کسب کند (زنگی‌آبادی و دیگران، ۱۳۸۵: ۱۳۲). با وجود اینکه شهر اصفهان یکی از شهرهای امن کشور برای گردشگران محسوب می‌شود اما با این وجود بروز برخی از مسائل برای گردشگران خارجی مانند؛ حمله به گردشگرانی که برای دیدن پدیده کسوف به اصفهان سفر کرده بودند، کشته شدن گردشگر فرانسوی که در سال ۱۳۸۷ به وقوع پیوسته و تأثیرات منفی ناشی از آن و برخی مسائل دیگر که برای گردشگران داخلی اتفاق افتاده لزوم توجه به به تأمین امنیت گردشگران را دو چندان می‌کند.

هدف از انجام این پژوهش بررسی وضعیت امنیت اجتماعی شهر اصفهان از منظر گردشگران داخلی و همچنین سنجش اثر امنیت اجتماعی بر مسافرت گردشگران داخلی به شهر اصفهان می‌باشد.

### سوال‌ها و فرضیه‌های پژوهش

ابتدا سوالات تحقیق به شرح زیر بیان می‌شوند:

- آیا پایگاه اجتماعی - اقتصادی (سن، درآمد، وضعیت تأهل، میزان تحصیلات، جنسیت) گردشگران در میزان احساس امنیت اجتماعی آن‌ها تأثیر دارد؟
- آیا وضعیت کالبدی - فیزیکی جامعه میزبان (شهر اصفهان) در میزان احساس امنیت اجتماعی گردشگران تأثیر دارد؟
- آیا عملکرد نیروی انتظامی در میزان احساس امنیت اجتماعی گردشگران تأثیرگذار است؟
- آیا نقش رسانه‌ها در میزان احساس امنیت اجتماعی گردشگران شهر اصفهان تأثیر دارد؟ در ارتباط با سوالات پژوهش فرضیه‌های زیر تدوین شده است:
- بین متغیرهای جنسیت، میزان تحصیلات، تأهل، سن و درآمد گردشگران و میزان احساس امنیت اجتماعی آنان رابطه معناداری وجود دارد.
- وضعیت کالبدی - فیزیکی نامناسب شهر اصفهان در میزان احساس امنیت اجتماعی گردشگران تأثیر منفی دارد.
- بین عملکرد نیروی انتظامی با میزان احساس امنیت اجتماعی گردشگران رابطه معناداری وجود دارد.
- به نظر می‌رسد رسانه‌ها بر میزان احساس امنیت اجتماعی گردشگران تأثیر گذارند.

### پیشینه پژوهش

در زمینه بحث امنیت و گردشگری مطالعاتی انجام شده است که به‌طور مختصر اشاراتی به برخی از وجوه این مطالعات می‌شود:

- محسنی به بررسی «گردشگری پایدار در ایران، کارکردها، چالش‌ها و راهکارها» پرداخته ضمن تحلیل وضعیت گردشگری ایران به نقش، کارکردهای آن و موانع و راهکارهای ایجاد صنعت گردشگری پایدار در ایران را بررسی کرده است (محسنی، ۱۳۸۸).



- Cooper: رفتار فضایی گردشگران را در جزیره چانل مورد بررسی قرار داده است. او تفاوت‌هایی را در الگوی فضایی گردشگران را براساس دو متغیر چرخه زندگی و موقعیت پایگاه اجتماعی- اقتصادی مطالعه کرد و دریافت که گردشگران با درآمد پایین فقط به بازدید از جاذبه‌های اصلی گردشگری شهر تمایل دارند، در حالی که گردشگران با درآمد بالا از جاذبه‌های که کم‌تر مورد بازدید قرار گرفته اند بازدید می‌کنند (Cooper, 1981).

- سیف‌الدینی و همکاران با هدف مطالعه سنجش کیفیت و ظرفیت گردشگری براساس الگوی رفتاری گردشگران و جامعه میزبان به بررسی و ارتقای ظرفیت پذیرش گردشگری شهر اصفهان در راستای توسعه پایدار گردشگری پرداخته‌اند. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که ظرفیت پذیرش و کیفیت گردشگری این شهر از دیدگاه گردشگران بیش از ظرفیت پذیرش بالفعل این شهر می‌باشد. هم‌چنین در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی و محیطی کالبدی تأثیرات منفی بر جامعه میزبان داشته است (سیف‌الدینی و همکاران، ۱۳۸۹).

- زنگی‌آبادی و همکاران؛ به تحلیل بازار گردشگری داخلی شهر اصفهان با استفاده از یک نمونه‌گیری صرفاً گردشگری داخلی شهر اصفهان پرداخته و ویژگی‌ها و مشکلات گردشگران داخلی را مشخص نموده‌اند (زنگی‌آبادی و همکاران، ۱۳۸۵).

- مکیان و نادری‌بنی، با «بررسی گردشگری خارجی در شهر یزد» جاذبه‌ها و مشکلات گردشگری این شهر را از دیدگاه گردشگران خارجی بررسی کرده‌اند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که اکثر گردشگران خارجی بر جنبه‌های فرهنگی و امنیتی تأکید دارند (مکیان و نادری‌بنی، ۱۳۸۲).

اسمعیلی با بررسی میزان احساس امنیت اجتماعی زنان شهر مشهد و عوامل مؤثر بر آن با جامعه آماری شامل زنان بالای ۱۵ سال مناطق ۱۲ گانه شهر مشهد و حجم نمونه ۳۶۰ نفر به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای به نتایج زیر دست یافته است: به‌طور کلی احساس امنیت زنان شهر مشهد در سطح متوسط رو به پایین بوده است (میانگین آن ۲/۶ از ۵ نمره). میزان تحصیلات و وضعیت افراد از نظر مشاغل گوناگون با میزان احساس امنیت

رابطه معنادار وجود دارد. اما منطقه سکونت، احساس کسب قدرت، سن، میزان درآمد با میزان احساس امنیت رابطه معنادار نداشته‌اند (اسمعیلی، ۱۳۸۵).

ابراهیمی و همکاران تأثیر تبلیغات بر جذب گردشگران نمونه موردی: گردشگران بین‌المللی شهر اصفهان بررسی کرده و تأثیر رسانه‌های تبلیغاتی بر صنعت گردشگری شهر اصفهان و شناسایی رسانه‌های مناسب جهت استفاده در صنعت گردشگری را مطالعه کرده‌اند. نتایج نشان داده است که پنج ابزار کتاب راهنما، تبلیغات اینترنتی، تلویزیون، بروشور و روزنامه بیش‌ترین تأثیر را بر جذب گردشگران داشته‌اند (ابراهیمی و همکاران، ۱۳۸۹).

در این پژوهش ضمن بررسی مشکلات و معضلات پیش روی گردشگران به بررسی و سنجش میزان احساس امنیت اجتماعی گردشگران شهر اصفهان پرداخته شده است.

#### محدوده مورد مطالعه

مطالعه موردی در پژوهش حاضر شهر اصفهان می باشد که مرکزیت گردشگری استان در مقیاس استانی، ملی و منطقه‌ای دارد. اصفهان از شهرهای مهم گردشگری و به‌عنوان سرمایه‌ای ارزشمند و منحصر به فرد از قدمت تاریخی، وجود آثار فرهنگی و مذهبی گرانبها در قلمرو ملی و جهانی و دارای شرایط ممتاز و از مراکز عمده گردشگری کشور ایران و جهان شناخته شده است. جامعه تحقیق شامل گردشگران وارد شده به شهر اصفهان می‌باشند همچنین خصوصیات فیزیکی و کالبدی شهر اصفهان در رابطه با تأثیراتی که بر امنیت اجتماعی گردشگران داشته‌اند مورد بررسی قرار گرفته است. از جمله جاذبه‌های گردشگری عمده اصفهان می‌توان به میدان امام، پل سی و سه پل، پل خواجه، آتشگاه و ... نام برد که عمده پرسشنامه‌ها در این مکان‌ها تهیه گردیده است.

#### مواد و روش‌ها

روش تحقیق در این پژوهش از نوع توصیفی-تحلیلی بوده و مبتنی بر بازدید محلی، مشاهده، مصاحبه با ساکنان ناحیه و سرانجام تکمیل پرسشنامه تحقیق بوده است. جامعه آماری شامل گردشگران شهری وارد شده به شهر اصفهان در سال ۱۳۹۰ می‌باشند که با

استفاده از فرمول نمونه‌گیری کوکران حجم نمونه تعیین شد. در این تحقیق با سطح اطمینان ۹۵ درصد، احتمال خطای ۵ درصد و با این فرض که ۵۰ درصد از جمعیت پاسخ یکسانی بدهند، حجم نمونه برای این شهر ۳۸۴ گردشگر به‌دست آمد که برای اطمینان بیش‌تر این رقم به ۳۹۰ گردشگرافزایش داده شد. روش نمونه‌گیری به روش تصادفی از نوع خوشه‌ای چندمرحله‌ای است. در ضمن از اطلاعات کتابخانه‌ای آرشیو سازمان‌های دولتی و گزارش ادارات محلی نیز در جمع‌آوری اطلاعات استفاده شده است. اطلاعات جمع‌آوری شده با استفاده از آمار توصیفی، آمار استنباطی و نرم‌افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است.

هر اجتماعی که در دوره‌های تاریخی می‌زیسته به‌ویژه دولتمردان آن اجتماع، برای حفظ و بقا خود به ایجاد امنیت و احساس امنیت در بین شهروندان خود می‌پرداخته‌اند. شواهد تاریخی نیز حاکی از آن است که هر موقع در جامعه‌ای آرامش و امنیت حکمفرما بوده است آن جامعه رو به پیشرفت گذاشته و در سایه این آرامش بسیاری از دستاوردهای علمی بشر رشد و ترقی نموده است، اما بالعکس وقتی آرامش یک اجتماع دستخوش تغییر و تحول و یا حتی جنگ می‌گشته احساس امنیت به شدت افول کرده و شهروندان از بیم جان حتی نمی‌توانستند به کوچک‌ترین امورات زندگی خود سامان دهند. براین اساس می‌توان اظهار کرد که امنیت پیش‌زمینه یک اجتماع سالم و احساس امنیت بستر ساز توسعه جوامع انسانی است و سعادت یک اجتماع در گرو حفظ و بقا امنیت و احساس ناشی از آن است.

مفهوم امنیت به دفاع یا حفاظت از خود، خانواده، دوستان و اموال برمی‌گردد. مفهوم امنیت در فضای شهری از یک‌سو با جرم و از سوی دیگر با مفهوم بزه‌دیده و ترس از بزه‌دیده واقع شدن، ارتباط پیدا می‌کند. هم‌چنین می‌بایست میان ترس و خطر، یا احساس امنیت کردن و در امان بودن تفاوت قائل شد. از نظر علمی درک اثرات جرم، یعنی ترس از وقوع جرم به اندازه خود آن، یعنی خطرهای آماری حاصل از وقوع جرم اهمیت دارد. واکنش نسبت به ترس از قربانی شدن، باعث می‌شود که بسیاری از مردم، از خطرات دوری کنند یا حداقل میزان در معرض خطر قرار گرفتن شان را کاهش دهند، که این خود می‌تواند

منجر به عدم حضور مردم نه تنها در یک مکان خاص بلکه در بیش‌تر فضاهای عمومی شود (Carmona, 2003: 119-120).

امنیت و صنعت گردشگری در تعاملی دوجانبه هم می‌توانند تأثیر افزایشی بر هم داشته باشند و هم تأثیر کاهش‌ی. به این معنا که افزایش (یا کاهش) امنیت باعث رونق (یا رکود) صنعت گردشگری خواهد شد و بالعکس. بنابراین اگر خواهان توسعه صنعت گردشگری هستیم، باید به مقوله امنیت توجه ویژه‌ای داشته باشیم. امنیت در حوزه توریسم به دو بخش مهم تقسیم می‌شود، یکی امنیت گردشگران و دیگری امنیت سرمایه و سرمایه‌گذاران (بیگی و میرزاخانی، ۱۳۸۸: ۳۴۹). بدون امنیت و سیاست مبتنی بر صلح جهانی امکان جذب و پذیرش گردشگر و بهرمندی از این سرمایه عظیم میسر نخواهد بود، از این رو گسترش گردشگری نه تنها موجب رونق اقتصادی بلکه موجب گسترش روابط بین‌المللی، همزیستی مسالمت‌آمیز، استحکام دوستی‌ها و گسترش صلح و امنیت جهانی خواهد شد (اذانی و دیگران، ۱۳۸۸: ۳۵۷).

نقش و تأثیر صنعت جهانگردی در ترسیم امنیت ملی یک کشور چنان است که اکثریت کشورهای توسعه یافته با وجود دارا بودن منابع کلان اقتصادی و درآمد، ترجیح می‌دهند بر صنعت توریسم متمرکز شوند. حضور مستقیم بازدیدکنندگان و گردشگران در یک کشور علاوه بر توسعه اقتصادی و تبادلات فرهنگی، آن کشور را به‌عنوان یک قطب امن گردشگری به جهانیان معرفی می‌کند (کاظمی‌فرد، ۱۳۸۷).

مفهوم امنیت اجتماعی هم‌چون سایر مفاهیم در حوزه علوم اجتماعی حالت گسترده‌ای دارد و روی نقطه خاصی متمرکز نیست. به همین جهت ارائه نظریات کلی و کالبد شکافی مفهوم امنیت اجتماعی به تنهایی کافی نیست و بررسی مفهوم امنیت اجتماعی نیازمند تجدید آن به حوزه خاصی از شرایط واقعی است که برای این منظور «خانواده» در نظر گرفته شده است، چرا که خانواده در بین تمامی نهادها، سازمان‌ها و گروه‌های اجتماعی نقش و اهمیتی خاص و بسزا دارد. چنان‌که هیچ جامعه‌ای نمی‌تواند ادعای سلامت کند، اگر از خانواده‌های سالم برخوردار نباشد و هیچ جامعه‌ای نمی‌تواند ادعای امنیت کند، اگر خانواده



از امنیت بهره‌مند نباشد (ساروخانی، ۱۳۷۵: ۱۱). به‌طور کلی «امنیت اجتماعی» به قلمروهایی از حفظ حریم فرد مربوط می‌شود که به‌نحوی در ارتباط با دیگر افراد جامعه هستند و به نظام سیاسی و دولت مربوط می‌شود. این قلمروها می‌توانند زبان، نژاد، قومیت، اعتبار، نقش اجتماعی، کار، درآمد، رفاه، مشارکت سیاسی، آزادی، اعتقاد و ... باشند.

بحث امنیت اجتماعی گردشگران و تأثیراتی که گردشگران بر جامعه میزبان دارند از مهم‌ترین موضوعاتی است که بایستی مورد توجه پژوهشگران قرار گیرد. یکی از مهم‌ترین مقصدهایی که روندهای گردشگری جهان را در دهه‌های گذشته تحت تأثیر قرار داده، مراکز شهری است. رشد سفرهای کوتاه‌مدت این مقصدها را به یکی از اصلی‌ترین مراکز گردشگری تبدیل نموده و این پدیده خود را در کاهش میانگین سفر گردشگران در بیش‌تر مقصدهای دنیا نشان داده است (Cooper & Othter, 1998: 145). با توجه به ویژگی‌های مختلف جامعه میزبان و گردشگران لزوم توجه به ابعاد مختلف اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و امنیتی گردشگری شهری بایستی مورد توجه قرار گیرد. از اثرات مهم اجتماعی آن می‌توان تأثیرات بر فرهنگ جامعه، سبک زندگی و روابط انسانی را نام برد. همچنین اثرات محیطی شامل تأثیر بر زمین، چشم‌انداز ساختمان‌ها و محیط طبیعی هستند (Godfrey and Elarke, 2002: 16,25,31). در مجموع مهم‌ترین شاخص‌های اجتماعی برای تأمین امنیت گردشگری پایدار عبارت انداز:

- ۱- میزان جرایم صورت گرفته در مخالفت با گردشگران و صنعت گردشگری توسط مردمان بومی و غیربومی؛
- ۲- تعداد شکایات ناشی از گردشگر و فعالیت‌های گردشگری؛
- ۳- واکنش‌های ساکنان محلی به گردشگری و گردشگر؛
- ۴- میزان انحراف‌های اجتماعی و اخلاقی در ارتباط با گردشگری؛
- ۵- ظرفیت اجتماعی از لحاظ تأمین مایحتاج گردشگری؛
- ۶- مدت زمان میانگین اقامت بازدیدکنندگان؛
- ۷- مهاجرت‌های مرتبط با گردشگری؛
- ۸- نسبت ساکنان محلی به گردشگران؛
- ۹- میزان جرایم به وقوع پیوسته ناشی از تحریک‌های گردشگران،
- ۱۰- میزان رضایتمندی گردشگران از بازدید؛
- ۱۱- تصویری که از بازدید و مکان مورد بازدید در ذهن بازدیدکنندگان شکل می‌گیرد (Weaver & Opperman, 2000: 355).

مفهوم احساس امنیت یکی از شاخصه‌های کیفیت زندگی در شهرهاست و آسیب‌های اجتماعی از مهم‌ترین پیامدهای مختلف امنیت به‌شمار می‌روند. الین می‌گوید: «اگر مردم فضایی را به‌دلیل عدم راحتی و یا ترس استفاده نکنند، عرصه عمومی از بین رفته است». یکی از مهم‌ترین عوامل تهدیدکننده حضور مردم در فضاهای عمومی، ترس یا احساس ناامنی است. ناامنی مکان‌ها و فضاهای عمومی، نشاط و سلامتی را در زندگی روزمره مختل می‌کند و با ایجاد مانع بر سر راه رشد فرهنگی و مشارکت عمومی، هزینه‌های زیادی را بر جامعه تحمیل می‌نماید (افتخاری، ۱۳۸۱: ۸). بی‌تردید هیچ عنصری برای پیشرفت، توسعه و تکامل یک‌جانبه و هم‌چنین شکوفایی استعدادها مهم‌تر از عنصر امنیت و تأمین آرامش در جامعه نبوده و توسعه اجتماعی، خلاقیت و فعالیت ارزشمند، بدون امنیت امکان‌پذیر نخواهد بود (فرماندهی نیروی انتظامی اصفهان، ۱۳۷۸: ۹).

یکی از مقولاتی که در زمینه گردشگری شهری کم‌تر به آن توجه شده است «میزان احساس امنیت گردشگران شهری» می‌باشد. ضرورت پرداختن به این امر از آنجا مهم می‌باشد که اصولاً «میزان احساس امنیت گردشگران» با توسعه این صنعت و درآمدزایی بیش آن رابطه متقابلی دارد. احساس امنیت دارای ویژگی‌های به‌شرح زیر می‌باشد:

۱: احساس امنیت ذهنی است؛ ۲: احساس امنیت به خودی خود قابل تعریف نیست و برمبنای بود و نبود خطر، قابلیت تعریف می‌یابد؛ ۳: احساس امنیت یک فرایند است، در طول زمان جریان دارد و در هر لحظه بر اساس برآورد خطر تغییر می‌پذیرد؛ ۴: این وجه امنیت (ذهنی) مهم‌تر از جنبه عینی آن است؛ ۵: احساس امنیت ضمن اطمینان به شناخت‌ها، هستی شناختی فرد را سامان می‌بخشد و پایه و بنیان وجود آدمی را درمی‌نوردد (صالحی امیری و افشاری نادری، ۱۳۸۹: ۵۵).

مسأله بسیار مهمی که در صنعت گردشگری وجود دارد احساس ترس از حوادث و وقایعی است که تحت عنوان جرم ممکن است علیه گردشگر اتفاق افتد و بار روانی بسیار بالایی را برای گردشگران داشته باشد؛ علت اصلی احساس ترس و نداشتن امنیت در نزد گردشگران ممکن است به‌دلیل حوادث و اتفاق‌های گذشته در آن مکان باشد. که این مسأله

همیشه در ذهن گردشگر باقی خواهد ماند که در این مکان و در چه سالی اتفاق و ناامنی علیه گردشگران اتفاق افتاده است.

شهر اصفهان از جمله معدود شهرهایی است که می‌توان به جرأت آن را از میان شهرهای مهم دنیا، مستثنی و منحصر به فرد تلقی کرد. مورخان، باستان‌شناسان و ایران‌شناسان خارجی یک قرن اخیر اروپا، اصفهان را در ردیف شهرهای مهم و درجه اول تاریخی دنیا مانند پکن، ونیز، رم و فلورانس معرفی کرده‌اند به طوری که از اصفهان به عنوان پایتخت فرهنگی خاورمیانه و جهان اسلام یاد می‌کنند. هم‌چنین لازم به ذکر است که شهر اصفهان علاوه بر نقش ممتاز در عرصه گردشگری دارای نقش‌های بسیار مهم صنعتی و کشاورزی در سطح استانی و ملی است. مشخصه‌های گردشگری شهر اصفهان باعث شده که از آن به عنوان یک قطب اصلی گردشگری و یک شهر چند کارکردی یاد کرد.

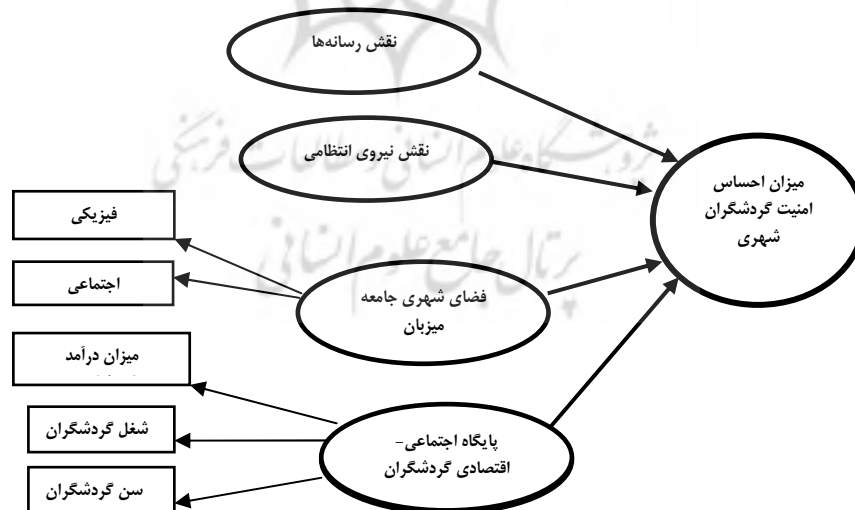
در ارتباط با گردشگری و تأمین امنیت گردشگران، تاکنون نیروی انتظامی استان اصفهان تلاش‌های بسیاری انجام داده تا بتواند به عنوان یک سازمان دولتی در ارتقای گردشگری استان اصفهان مؤثر باشد، از جمله این فعالیت‌ها می‌توان به برگزاری اولین همایش ملی امنیت و گردشگری در شهر اصفهان، انجام طرح‌های پژوهشی و ترجمه کتاب‌ها و مقالات مرتبط با موضوع اشاره کرد.

مولفه‌های که در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفته‌اند در چهار عامل اصلی پایگاه اجتماعی-اقتصادی گردشگران (میزان درآمد گردشگران، نوع شغل و سن)، فضای شهری جامعه میزبان (فضای فیزیکی و اجتماعی شهر اصفهان)، نقش نیروی انتظامی و رسانه خلاصه شده است.

از آنجا که نیروی انتظامی شامل قوه‌هایی است که حفظ و نظم و آرامش مملکت به عهده آن‌ها می‌باشد. می‌توان بیان کرد که نقش اول ایجاد و حفظ نظم و آرامش در کشور به‌ویژه شهروندان و گردشگران، بر عهده نیروی انتظامی و پلیس می‌باشد. فضای شهری صحنه‌ای است که کنش‌ها و فعالیت‌های عمومی زندگی شهری در آن به‌وقوع می‌پیوندد. خیابان‌ها، پارک‌ها، میادین، و ... فضای کنش‌های انسانی را در شهرها شکل می‌دهند. فضای فیزیکی شهر به آن دسته از فضاها می‌گویند که نمادها و جنبه‌های عینی شهر را به نمایش

می‌گذارد و بیش‌تر متوجه ریخت‌شناسی و شکل‌بندی ساختمان‌ها و خیابان‌ها و ... در سطح شهر می‌باشد را شامل می‌شود و فضای اجتماعی شهر شامل مجموعه گویه‌هایی است که، فضای شهر را از جنبه‌های ذهنی انسانی (رفتارها، کنش‌ها و اخلاقیات) و نحوه نمایش آن‌ها در سطح شهر که توسط کنشگران در زندگی شهری ارائه می‌شود، بیان می‌دارد (مدیری، ۱۳۸۵: ۱). میزان احساس امنیت گردشگران شهری برآیند و حاصل جمع پایداری در همه شاخص‌های فوق می‌باشد.

از جمله اثرات منفی که در اثر ورود گردشگران به شهر اصفهان به‌وجود آمده است می‌توان به شلوغی جمعیت و ترافیک، آلودگی زیست محیطی، گرانی زمین و مسکن، انحرافات و ناهنجاری‌های اجتماعی، بالا رفتن میزان جرم و جنایت و ... اشاره کرد که از همه مهم‌تر زیاد شدن انواع ناهنجاری‌های اجتماعی و به‌تبع تشدید شدن پدیده عدم امنیت اجتماعی گردشگران می‌باشد. لذا ساماندهی فضای امنیتی در شهر اصفهان می‌تواند زمینه‌ساز توسعه پایدار گردشگری شهری باشد. با توجه به مطالب بالا در شکل (۱) الگوی تحلیلی مورد استفاده در این پژوهش آورده شده است.



شکل (۱) مدل تحلیلی پژوهش

## یافته‌ها و بحث

طبق یافته‌های حاصل از پرسش‌نامه، ۶۰ درصد پاسخ‌دهندگان را مرد و ۴۰ درصد را زنان تشکیل می‌دهند. ۶۷/۷ درصد از گردشگران خود را متأهل و ۳۲/۳ درصد مجرد عنوان کرده‌اند. ۲۸ درصد از پاسخ‌دهندگان سنی زیر ۲۵ سال و ۶۱ درصد بین ۲۵ تا ۵۵ و مابقی بیش از ۵۵ سال داشته‌اند. وضعیت تحصیلی آنان به شش دسته بی‌سواد و ابتدای، دیپلم، فوق دیپلم، دانشجو، لیسانس و بالاتر از لیسانس تقسیم شده که بیش از ۶۸/۷ درصد از آنان بالاتر از دیپلم بوده‌اند. اکثر گردشگرانی که به اصفهان وارد شده‌اند از وضعیت اقتصادی نسبتاً مطلوبی برخوردار بوده‌اند و میانگین درآمدی آنان با جامعه میزبان برابری می‌کند. نتایج نشان می‌دهد که ۱۹/۲ درصد زیر ۴۰۰ هزار تومان، ۳۷ درصد بین ۴۰۰ تا ۶۰۰ هزار تومان، ۴۲ درصد بین ۶۰۰ تا ۸۰۰ هزار تومان و ۱/۸ درصد بیش از ۸۰۰ هزار تومان بوده‌اند. طبقات شغلی پرسش‌شوندگان به ترتیب آزاد (۴۶/۷ درصد)، دولتی (۳۶/۶) و در حال تحصیل (۱۶/۷) می‌باشند.

مهم‌ترین دلایل بازدید گردشگران از شهر اصفهان فراغتی و تفریحی که شامل بازدید از جاذبه‌های تاریخی-فرهنگی با ۵۱ درصد، و جاذبه‌های طبیعی شهر با ۲۲ درصد می‌باشد. ۱۵ درصد با هدف بازدید از دوستان و خویشاوندان و ۱۲ درصد با هدف تجاری و کاری وارد اصفهان شده‌اند. بیش از ۷۵ درصد از آنان با وسیله نقلیه شخصی و مابقی با وسایل نقلیه عمومی مسافرت نموده‌اند.

مهم‌ترین عوامل جهت اقامت گردشگران در شهر اصفهان نیز مورد بررسی قرار گرفته و پاسخ‌دهندگان بیش‌تر بر روی محل اقامت و قیمت مناسب مکان اقامت، امنیت مناسب در محل اقامت و بناهای مورد بازدید، امکانات پذیرایی، امکانات تفریحی و زیرساخت‌های مناسب عنوان کرده‌اند به‌طوری که بیش از ۸۰ درصد از پاسخ‌گویان اظهار داشته‌اند که در فرصت دیگری دوباره از این شهر بازدید خواهند کرد.

در ارتباط با فضای اجتماعی شهر اصفهان نیز گردشگران معتقد بوده که تعارضاتی با اهالی شهر اصفهان نداشته‌اند. در خصوص نحوه برخورد جامعه میزبان با گردشگران می‌توان به این موارد اشاره کرد. در کل برخورد فیزیکی خاصی میان گردشگران و جامعه میزبان

وجود نداشته است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که مردم شهر اصفهان در ارتباط با پذیرش گردشگران، و مشارکت فعال در جذب گردشگران رغبت بالایی نشان نداده‌اند و گردشگران نیز در پرسش‌نامه‌ها بر این موارد تأکید داشته‌اند. با این وجود به صورت کلی گردشگران از وضعیت فرهنگی مردم شهر اصفهان رضایت داشته‌اند.

یافته‌های توصیفی پژوهش نشان می‌دهد که درصد بالایی از گردشگران، شهر مورد نظر را دارای امنیت اجتماعی نسبتاً خوبی می‌دانند که نتایج آن به صورت (جدول ۱) است. همان‌طور که مشاهده می‌شود از کل نمونه مورد بررسی (۳۹۰ گردشگر) ۱۸/۷ درصد از پاسخ‌گویان دارای احساس امنیت کم، ۳۶/۶ درصد دارای احساس امنیت متوسط و ۴۷/۷ درصد نیز دارای احساس امنیت بالا می‌باشند. میزان رضایتمندی از امنیت اجتماعی در بخش مورد نظر نسبتاً خوب می‌باشد. که در این رابطه مهم‌ترین موارد عدم امنیت اجتماعی شهر اصفهان از نظر گردشگران، دزدی و جیب‌بری، مزاحمت‌های خیابانی، دعوای خیابانی، چاقوکشی و خرید و فروش مواد مخدر ذکر شده است.

جدول (۱) بررسی میزان امنیت اجتماعی ساکنان بخش مرکزی از دیدگاه پاسخ‌گویان

ردیف	رضایتمندی از امنیت اجتماعی	تعداد	درصد
۱	امنیت بالا	۱۸۶	۴۷/۷
۲	امنیت متوسط	۱۳۱	۳۳/۶
۳	امنیت کم	۷۳	۱۸/۷

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۰

توصیف سایر متغیرها، جهت خلاصه شدن مطالب در جداول همراه با آمار استنباطی آورده شده است. جدول ۲ احساس امنیت اجتماعی گردشگران شهری را بر اساس جنسیت نشان می‌دهد. با توجه به آزمون تفاوت میانگین‌ها و سطح معناداری رابطه معنادار است به طوری که میانگین نمره احساس امنیت شهری مردان (۹۵/۴۵) بیش‌تر از زنان (۷۶/۱۲) می‌باشد.

جدول (۲) آزمون تفاوت میانگین‌ها بین احساس امنیت اجتماعی گردشگران شهری و جنسیت

جنسیت	تعداد	میانگین	انحراف معیار	مقدار t	سطح معناداری
زن	۱۵۶	۷۶/۱۲	۱۰/۷	-۷/۴۵	۰/۰۰
مرد	۲۳۴	۹۵/۴۵	۱۱/۸		

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۰

جدول ۳ نمره احساس امنیت اجتماعی گردشگران شهری نمونه مورد مطالعه را بر اساس میزان تحصیلات نشان می‌دهد. با توجه به مقدار  $f$  و  $p$  تفاوت معناداری بین میزان تحصیلات و میزان احساس امنیت اجتماعی گردشگران شهری وجود دارد. بر اساس آمار توصیفی افراد دارای تحصیلات بالاتر از دیپلم (بیش از ۶۷ درصد پاسخ‌دهندگان) احساس امنیت اجتماعی بیش‌تری از بقیه افراد دارند.

جدول (۳) آزمون تحلیل واریانس بین احساس امنیت اجتماعی و میزان تحصیلات گردشگران

سطح معناداری	F	میانگین	Df	احساس امنیت	
				تعداد	تحصیلات
۰/۰۲	۲/۷۶	۳۸۷/۲۳	۵	۱۲۲	بیسواد تا سیکل
				۹۴	دیپلم
				۴۰	فوق دیپلم
				۶۵	دانشجو
				۵۷	لیسانس
				۱۲	بالاتر از لیسانس

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۰

جدول ۴ نمره احساس امنیت اجتماعی گردشگران شهری را بر اساس وضعیت تأهل نشان می‌دهد. با توجه به مقدار  $f$  و  $p$  تفاوت معناداری بین وضعیت تأهل و میزان احساس امنیت شهری وجود دارد. بر اساس آمار توصیفی افراد متأهل (۶۷ درصد پاسخ‌گویان) دارای احساس امنیت بیش‌تری از بقیه افراد هستند.

جدول (۴) آزمون تحلیل واریانس بین احساس امنیت اجتماعی و وضعیت تأهل گردشگران

سطح معناداری	F	میانگین	Df	احساس امنیت	
				تعداد	وضعیت تأهل
۰/۰۰	۱۶/۰۴	۲۲۷۲/۹۵	۲	۱۱۹	مجرد
				۲۶۴	متأهل
				۷	سایر

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۰

جدول ۵ احساس امنیت اجتماعی گردشگران شهری را بر اساس میزان سن نشان می‌دهد. با توجه به ضریب همبستگی و سطح معناداری بین این دو متغیر از لحاظ آماری رابطه معنادار میان این دو متغیر وجود دارد. براساس آمار توصیفی افراد جوان دارای احساس امنیت بیش‌تری نسبت به سایر افراد می‌باشند. بنابراین فرضیه رابطه بین سن و میزان احساس امنیت اجتماعی گردشگران مورد پذیرش قرار می‌گیرد. هم‌چنین ضریب همبستگی فی ۰/۹۲ نشان‌دهنده همبستگی نسبتاً بالا بین این دو متغیر است و نشان می‌دهد که با افزایش سن میزان احساس امنیت اجتماعی به نسبت زیادی بالا می‌رود. هم‌چنین یافته‌های توصیفی پژوهش نشان می‌دهد که بیش‌ترین میزان احساس امنیت اجتماعی در گروه سنی ۲۵ تا ۵۵ سال می‌باشد.

جدول (۵) آزمون همبستگی پیرسون و فی بین میزان احساس امنیت اجتماعی و میزان سن گردشگران

متغیر وابسته: احساس امنیت	آزمون پیرسون		همبستگی فی
	شدت رابطه	سطح معناداری	
سن افراد	۰/۰۲۳	۰/۳۶	۰/۹۲

ماخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۰

جدول ۶ احساس امنیت اجتماعی گردشگران شهری را بر اساس وضعیت کالبدی- فیزیکی فضای شهری نشان می‌دهد. با توجه به اینکه متغیر کالبدی- فیزیکی نامناسب مستقل و در سطح اسمی و متغیر نارضایتی از امنیت اجتماعی در سطح اسمی مقیاس داده‌ها می‌باشد، بنابراین از آزمون همبستگی فی و کرامر استفاده شده است. ابتدا فرض  $H_0$  و  $H_1$  را به شرح زیر تعریف می‌کنیم:

$H_0$ : وضعیت کالبدی- فیزیکی نامناسب محیط شهری در میزان احساس امنیت اجتماعی گردشگران تأثیر منفی داشته است.

$H_1$ : وضعیت کالبدی- فیزیکی نامناسب محیط شهری در میزان احساس امنیت اجتماعی گردشگران تأثیر منفی نداشته است.



جدول (۶) نتایج همبستگی فی بین دو متغیر وضعیت فیزیکی-کالبدی نامناسب با میزان احساس امنیت اجتماعی گردشگران شهری

ضریب معناداری	همبستگی	میزان احساس امنیت اجتماعی گردشگران		متغیر مستقل	
		مجموع	خیر	بله	بله
		۱۸۲	۳۹	۱۴۳	وضعیت کالبدی- فیزیکی نامناسب
		۲۰۸	۹۱	۱۱۷	وضعیت کالبدی- فیزیکی نامناسب
		۳۹۰	۱۳۰	۲۶۰	مجموع
۰/۱۸۶	۰/۲۴۲				فی و کرامر

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۰

با توجه به نتایج آزمون‌ها می‌توان پذیرفت که این نتایج معنی‌دار نیست، یعنی به نظر گردشگران بین این دو متغیر رابطه در سطح ( $P > 0/05$ ) رابطه معنادار وجود دارد. نتایج آزمون نشان می‌دهد که وضعیت فیزیکی-کالبدی نامناسب شهر اصفهان بر میزان احساس امنیت اجتماعی گردشگران تأثیر منفی نداشته است بنابراین فرض  $H_0$  مورد پذیرش قرار می‌گیرد.

در بررسی فرضیه بعدی با توجه به متغیر مستقل درآمد گردشگران در سطح اسمس مقیاس داده‌ها و متغیر وابسته میزان احساس امنیت اجتماعی گردشگران در سطح فاصله‌ای مقیاس داده‌ها، از آزمون ضریب همبستگی فی و کرامر استفاده شده است. میزان درآمد گردشگران به چهار دسته زیر ۴۰۰، بین ۴۰۰ تا ۶۰۰، بین ۶۰۰ تا ۸۰۰ و بیش از ۸۰۰ هزار تومان طبقه‌بندی شده است. در جدول ۷ نتایج این آزمون آمده است. ابتدا فرض  $H_0$  و  $H_1$  را به شرح زیر تعریف می‌کنیم:

$H_0$ : بین میزان درآمد گردشگران و میزان احساس امنیت اجتماعی گردشگران رابطه معناداری وجود ندارد.

$H_1$ : بین میزان درآمد گردشگران و میزان احساس امنیت اجتماعی گردشگران رابطه معناداری وجود دارد.

جدول (۷) نتایج آزمون همبستگی بین دو متغیر میزان درآمد و میزان احساس امنیت اجتماعی گردشگران

شهری

متغیر	همبستگی	ضریب معناداری
فی	.۸۷	۰/۰۰
کرامر	.۸۷	۰/۰۰

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۰

با توجه به نتیجه آزمون، به این دلیل که سطح معناداری زیر ۰/۰۵ می‌باشد، فرضیه رابطه معنادار بین این دو متغیر مورد پذیرش قرار می‌گیرد. همچنین ضریب همبستگی فی بین دو متغیر مستقل میزان درآمد و وابسته میزان احساس امنیت اجتماعی ۰/۸۷ می‌باشد که بیانگر همبستگی نسبتاً بالایی بین این دو می‌باشد. علاوه بر این ضریب همبستگی نشان می‌دهد که با افزایش میزان درآمد گردشگران، میزان احساس امنیت اجتماعی آنان در جامعه میزبان بالا می‌رود که این عامل نشان‌دهنده پایگاه اجتماعی - اقتصادی گردشگر و تأثیراتی که بر امنیت اجتماعی می‌گذارد، می‌باشد.

در ادامه به بررسی نقش و کارکرد نیروی انتظامی با احساس امنیت اجتماعی گردشگران می‌پردازیم. با توجه به ارتباط بسیار نزدیک این نهاد با بحث امنیت اجتماعی گردشگران فرضیه‌های با عنوان «به نظر می‌رسد بین عملکرد نیروی انتظامی با میزان احساس امنیت اجتماعی گردشگران رابطه معناداری وجود دارد» تدوین شده است. جهت سنجش این فرضیه از آزمون T استفاده شده است. نتایج این آزمون در جدول ۸ آمده است. ضریب T به دست آمده (۱۳/۸) نشان می‌دهد که ارتباط بسیار قوی بین این دو متغیر برقرار می‌باشد. یعنی با افزایش نقش نیروی انتظامی به‌ویژه از جنبه‌های جدیت و عملکرد در فضاهای گردشگری و عمومی شهر اصفهان، احساس امنیت اجتماعی گردشگران به میزان بسیار زیادی بالا می‌رود. بنابراین لزوم توجه و برنامه‌ریزی پلیس برای گردشگران از دید پاسخ‌دهندگان بسیار لازم و ضروری می‌باشد. همچنین یافته‌های توصیفی پژوهش نشان می‌دهد که میزان رضایت‌مندی از نیروی انتظامی شهر اصفهان (بیش از ۶۵ درصد) نسبتاً خوب می‌باشد.

جدول (۸) نتایج آزمون همبستگی بین دو متغیر (نقش نیروی انتظامی و رسانه) با میزان احساس امنیت اجتماعی گردشگران شهری

میزان احساس امنیت اجتماعی		متغیر
Sig T	آزمون T	
۰/۰۰	۱۳/۸	نقش نیروی انتظامی
۰/۰۰	۱۲/۶	نقش رسانه

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۰

وجود عوامل کنترل‌کننده (نیروی انتظامی) اگر چه راه‌حل پایداری نیست اما به‌صورت مقطعی ضروری است. از این‌رو میزان حضور نیروی انتظامی از دیدگاه ساکنان سنجش گردیده و نتایج آن در جدول ۹ آورده شده است. همانطور که مشاهده می‌شود بیش‌ترین حضور نیروی انتظامی به‌صورت گشت موقت می‌باشد و بعد از آن عدم نظارت توسط ساکنان بیان شده است. همانطور که مشاهده می‌شود درصد عدم نظارت توسط پاسخ‌دهندگان ۳۱ درصد عنوان شده است که بیانگر جدیت و عملکرد نیروی انتظامی به‌صورت نامطلوب می‌باشد.

جدول (۹) میزان حضور نیروی انتظامی از دیدگاه ساکنان

درصد	فراوانی	
۱۶/۷۵	۱۲۸	نظارت دائم
۳۳/۲۵	۲۵۴	گشت موقت
۱۸/۷۲	۱۴۳	نظارت، در صورت گردشگران
۳۱/۲۸	۲۳۹	عدم نظارت
۱۰۰	۷۶۴	جمع کل

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۰

از طرفی دیگر نقش رسانه‌ها در رابطه با میزان احساس امنیت اجتماعی نیز مورد آزمون قرار گرفته است و نتایج آن در جدول ۸ آمده است. همانطور که مشاهده می‌شود ضریب T به‌دست آمده ۱۲/۶ می‌باشد و نشان می‌دهد که رسانه‌ها به میزان بسیار زیادی در افزایش میزان احساس امنیت اجتماعی گردشگران شهر اصفهان تأثیر دارند. بنابراین دو عامل نقش

نیروی انتظامی و رسانه‌ها در تعامل و ارتباط با هم به میزان بسیار زیادی بر احساس امنیت اجتماعی شکل گرفته در گردشگران شهری تأثیر دارند. یعنی با بهبود کارکرد نیروی انتظامی و نظارت دائم بر فضاهای دارای مشکلات و معضلات اجتماعی و امنیتی از یک طرف و از طرف دیگر افزایش آزادی رسانه‌ها در تمامی ابعاد می‌تواند میزان احساس امنیت اجتماعی گردشگران شهری را به میزان بسیار زیادی افزایش دهند.

### نتیجه‌گیری

اصفهان به عنوان پایتخت فرهنگی و مرکز گردشگری ملی در ایران محسوب می‌شود. از این شهر به دلیل وجود جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی و ... هر ساله هزاران وریست بازدید می‌کنند. با وجود این که کیفیت تجربه گردشگری در این شهر پایین آمده است اما منحصربه‌فرد بودن بعضی از جاذبه‌ها باعث جذب گردشگران فراوانی به این شهر شده است. به دلیل حجم ورودی فراوان گردشگران به این شهر نسبت به ظرفیت پذیرش آن، تأثیرات منفی و نامطلوبی در ابعاد اجتماعی، فرهنگی، امنیتی، محیطی و کالبدی به شهر وارد شده است که با این مسائل میزان احساس امنیت اجتماعی در گردشگران کم می‌شود.

نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که درصد بالایی از گردشگران، شهر مورد نظر را دارای امنیت اجتماعی نسبتاً خوبی می‌دانند. همانطور که مشاهده می‌شود از کل نمونه مورد بررسی (۳۹۰ گردشگر) ۱۸/۷ درصد از ساکنان دارای احساس امنیت کم، ۳۶/۶ درصد دارای احساس امنیت متوسط و ۴۷/۷ درصد نیز دارای احساس امنیت بالا می‌باشند. میزان رضایتمندی از امنیت اجتماعی در بخش مورد نظر نسبتاً خوب می‌باشد. که در این رابطه مهم‌ترین موارد عدم امنیت اجتماعی شهر اصفهان از نظر گردشگران، دزدی و جیب‌بری، مزاحمت‌های خیابانی، دعواهای خیابانی، چاقو‌کشی و خرید و فروش مواد مخدر ذکر شده است. همچنین میزان احساس امنیت اجتماعی با عواملی چون سن، جنس، میزان تحصیلات، میزان درآمد، وضعیت تأهل، عملکرد نیروی انتظامی، عملکرد رسانه‌ها و ... ارتباط بسیار نزدیکی دارد. که از میان این عوامل بیش‌ترین نقش را عملکرد نیروی انتظامی عنوان

کرده‌اند. همچنین شرایط کالبدی- فیزیکی شهر اصفهان از نظر پاسخ گویان تأثیر آنچنانی بر بالا بردن میزان احساس امنیت اجتماعی گردشگران ندارد.

در ارتباط با فضای اجتماعی شهر اصفهان نیز گردشگران معتقد بوده که تعارضاتی با اهالی شهر اصفهان نداشته‌اند. در خصوص نحوه برخورد جامعه میزبان با گردشگران می‌توان گفت که در کل برخورد فیزیکی خاصی میان گردشگران و جامعه میزبان وجود نداشته است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که مردم شهر اصفهان در ارتباط با پذیرش گردشگران، و مشارکت فعال در جذب گردشگران رغبت بالایی نشان نداده‌اند و گردشگران نیز در پرسش‌نامه‌ها بر این موارد تأکید داشته‌اند.

با توجه به چند وجهی بودن مقوله امنیت پایدار شهری، تأمین امنیت گردشگران شهری تنها از طریق مدیریت امنیتی- انتظامی یا مراکز متعدد با عدم ارتباط و هماهنگی لازم تأمین نمی‌شود و این امر نیازمند شکل‌گیری نظام مدیریت یکپارچه شهری می‌باشد.

## منابع

- ابراهیمی و همکاران (۱۳۸۹)، «بررسی تأثیر تبلیغات بر جذب گردشگران نمونه موردی گردشگران بین‌المللی شهر اصفهان»، *مجله جغرافیا و توسعه*، شماره ۱۷، بهار.
- خاکی، اسدالله؛ اذانی، مهتری و بهناز مدنی (۱۳۸۸)، «سیاست‌گذاری‌های دولت در ایجاد امنیت بین‌المللی از طریق گردشگری»، *مجموعه مقالات برگزیده اولین همایش ملی امنیت و توسعه پایدار گردشگری*، دفتر تحقیقات کاربردی فرماندهی انتظامی استان اصفهان، اصفهان.
- اسمعیلی، عطا (۱۳۸۵)، «بررسی میزان احساس امنیت اجتماعی زنان شهر مشهد و عوامل مؤثر بر آن» پایان نامه کارشناسی ارشد رشته پژوهشگری، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه فردوسی مشهد.
- افتخاری، اصغر (۱۳۸۱)، «ساختار و تأویل امنیت»، *فصلنامه مطالعات راهبردی*، سال پنجم، شماره ۱، بهار.
- بیگی، مرجان و هاجر میرزاخانی (۱۳۸۸)، «نقش امنیت اجتماعی و فرهنگی در توسعه گردشگری»، *مجموعه مقالات برگزیده اولین همایش ملی امنیت و توسعه پایدار گردشگری*، دفتر تحقیقات کاربردی فرماندهی انتظامی استان اصفهان، اصفهان.
- رضوانی، علی‌اصغر (۱۳۷۴): «*جغرافیا و توریسم*»، چاپ دوم، تهران، انتشارات دانشگاه پیام نور.
- زنگی‌آبادی و همکاران (۱۳۸۵)، «تحلیل بازار گردشگری داخلی شهر اصفهان»، *مجله جغرافیا و توسعه*، شماره پیاپی ۸، انتشارات دانشگاه سیستان و بلوچستان.
- ساروخانی، باقر (۱۳۷۵)، «*مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی خانواده*»، تهران: انتشارات سروش.
- سیف‌الدینی، فرانک و همکاران (۱۳۸۹)، «سنجش کیفیت و ظرفیت گردشگری شهری براساس الگوی رفتاری گردشگران و جامعه میزبان نمونه موردی: شهر اصفهان»، *پژوهش‌های جغرافیایی انسانی*، شماره ۷۱، بهار.
- صالحی امیری، سیدرضا و افشاری‌نادری، افسر (۱۳۸۹)، «مبانی نظری و راهبردی مدیریت ارتقای امنیت اجتماعی و فرهنگی در تهران»، *فصلنامه راهبرد*، شماره پنجاه و نهم، (صفحات ۴۹-۷۶).

- فرماندهی نیروی انتظامی اصفهان (۱۳۷۸)، «مجموعه مقالات برگزیده همایش افزایش امنیت روانی با محوریت خانواده»، انتشارات کیاراد.
- کاظمی فرد، حمید (۱۳۸۷)، «*امنیت و نقش آن در توسعه گردشگری*»، [www.yazdfarda.com](http://www.yazdfarda.com).
- کاظمی، مهدی (۱۳۸۵) «مدیریت گردشگری»، انتشارات سمت، چاپ اول، تهران؛
- محسنی، رضاعلی (۱۳۸۸)، «گردشگری پایدار در ایران: کارکردها، چالش‌ها و راهکارها»، *مجله فضای جغرافیایی*، شماره ۲۸، سال نهم، زمستان.
- ۱۵- مدیری، اتوسا (۱۳۸۵)، «بررسی و تبیین رابطه جرم و خشونت و احساس امنیت در فضاهای عمومی شهر»، *فصلنامه رفاه اجتماعی*، شماره ۲۲، سال ششم.
- ملکیان، سیدنظام‌الدین و نادرینی، محمود (۱۳۸۲)، «بررسی گردشگری خارجی در شهرستان یزد»، *مجله تحقیقات اقتصادی*، شماره ۲، سال.
- منسفلد، یول و پیزام، آبراهام (۱۳۸۹)، «گردشگری، امنیت و ایمنی از نظریه تا عمل»، ترجمه علی صحرانشین، مالک جعفری و حسام ولیدی، شهیدحسین فهمیده، اصفهان.
- Cooper, C. Fletcher, J. Gilbert, D. Wanhill, S. Shepherd, R., (1998), "(2nd ed) *Tourism: Principles and Practice*", New York: Longman.
- Cooper, C.P., (1981), "Spatial and Temporal Patterns of Tourist Behaviour", *Regional Studies*, 15, 359-371.
- Carmona, Matthew; (2003). "Heath, Time", *Public Places, Urban Spaces*, Oxford, Architectural Press.
- Godfrey, Kerry and Elarke, Jackie (2002), "The Tourism Development Handbook", London,
- Pearce, D.G., (1998), "Tourism District in Paris: Sturcture and Functions", *Tourism Management*, 19, 49-65.
- Tourism (2020), "Vision, Volume 4, World Tourism Organization", Madrid, Spain <http://www.unwto.org>
- Weaver, D. & Opperman, M. (2000), "*Tourism Management*", John Wiley and Sons Australia.