

تحلیل ابعاد مختلف امنیت در محورهای گردشگری پذیر شهر اصفهان

(مطالعه موردی: محورهای جلفا، زاینده رود و بازار اصفهان)

مهین نسترن^۱، احمد شاهمیوندی^۲، مرتضی بابایی^۳

تاریخ دریافت: ۹۲/۰۴/۱۴

تاریخ پذیرش: ۹۲/۰۸/۲۰

از صفحه ۲۳ تا ۴۸

پژوهشنامه جغرافیای انظامی

سال اول، شماره سوم، پاییز ۱۳۹۲

چکیده

امنیت به عنوان یکی از مهم‌ترین بسترهای لازم برای سفر و جابجایی محسوب می‌شود، به عبارتی تأمین امنیت گروه‌های مختلف گردشگر با فرهنگ‌ها، مذاهب و قومیت‌های گوناگون، امری ضروری است. انواع مختلف گردشگری تنها در محیط‌ها و فضاهای امن شکل گرفته و به حیات خود ادامه داده است. با توجه به اهمیت صنعت گردشگری در بین جوامع مختلف و ارزش درآمدزایی که این صنعت برای کشورهای گردشگر پذیر دارد، توجه به امنیت گردشگران بسیار حائز اهمیت است. از این رو پژوهش حاضر با هدف بررسی وضعیت ابعاد گوناگون امنیت مانند: امنیت روانی، امنیت اقتصادی، امنیت اجتماعی و امنیت محیطی محورهای گردشگری شهر اصفهان صورت پذیرفته است. این پژوهش از پژوهش‌های کاربردی است و روشی که برای بررسی وضعیت امنیت محورهای گردشگری شهر اصفهان به کار رفته، روش تحلیل واریانس یک طرفه یا آنوا (Anova) می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش را گردشگرانی تشکیل می‌دهند که در زمان تکمیل پرسشنامه‌ها در محورهای گردشگری جلفا، زاینده رود و بازار حضور داشته‌اند. از هر محور ۵۰ گردشگر به عنوان حجم نمونه انتخاب شده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که تفاوت معناداری بین محورهای گردشگری مورد نظر پژوهش در ابعاد امنیت روانی، امنیت اقتصادی و محیطی با سطح اطمینان ۹۵ درصد وجود دارد، در بُعد امنیت اجتماعی نیز تفاوتی بین محورهای مورد بررسی وجود ندارد. همچنین با توجه به نتایج آزمون مقایسه تعقیبی فیشر می‌توان گفت محور زاینده رود در اکثر ابعاد امنیت نسبت به دو محور دیگر امنیت کمتری دارد.

کلید واژه‌ها: امنیت روانی، امنیت اقتصادی، امنیت اجتماعی، امنیت محیطی، گردشگری، محورهای گردشگری، شهر اصفهان.

۱- دانشیار برنامه‌ریزی شهری و عضو هیأت علمی گروه شهرسازی دانشگاه هنر اصفهان. M.nastaran@ui.ac.ir
۲- استادیار برنامه‌ریزی شهری و عضو هیأت علمی گروه شهرسازی دانشگاه هنر اصفهان. A_Shahivandi@yahoo.com
۳- کارشناس ارشد برنامه‌ریزی شهری دانشگاه هنر اصفهان. Morteza_babaei@yahoo.com

مقدمه

صنعت گردشگری آمیزه‌ای از فعالیت‌های مختلف است که به صورت زنجیره‌ای در راستای خدمت‌رسانی به گردشگران انجام می‌گیرد (مکینتوش^۱ و همکاران، ۱۹۹۵: ۹). امروزه کشورهایی که به توسعه‌ی روزافزون اقتصادی فکر می‌کنند، گردشگری را مؤلفه‌ای می‌دانند که با استفاده از آن مشکلات اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی و حتی سیاسی خود را مرتفع می‌کنند (طرح جامع گردشگری استان اصفهان، ۱۳۸۷). امروزه نرخ رشد صنعت گردشگری از اشکال سنتی صادرات بیشتر است، به طوری که قرن بیست و یکم را سده‌ی بهره‌گیری از فرصت‌های تجاری ارزشمند در بخش‌های خدماتی به ویژه گردشگری دانسته‌اند (دیدگاه‌ها و بررسی‌های بازرگانی، ۱۳۸۷: ۲۵). این در حالی است که کشور ایران جایگاه مناسبی از نظر جاذبه‌های گردشگری در دنیا دارد، ولی در درآمد حاصل از گردشگری، موقعیت خوبی ندارد و بنابراین نیاز به بررسی علل و عوامل مؤثر در این زمینه وجود دارد (کر^۲ و همکاران، ۱۹۹۹: ۶۸۹). از این رو برنامه‌ریزی برای استفاده‌ی مطلوب از همه‌ی جاذبه‌های گردشگری و توجه به سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های گردشگری از راهکارهای بسیار ارزشمند است (ربانی و همکاران، ۱۳۹۰: ۶۰).

طرح مسأله

امروزه امنیت از شاخصه‌های مهم در ارزیابی کیفیت مکان‌های گردشگری پذیر در جهان به شمار می‌آید. از مهم‌ترین پیامدهای نداشتن امنیت، استقبال نکردن گردشگران برای حضور در یک مقصد گردشگری است. مکان‌های گردشگری محل‌هایی هستند که گروه‌های زیادی از مردم محلی و گردشگران را به خود جذب می‌کنند، بنابراین باید شرایط مناسب برای تامین ایمنی کالبدی و همچنین امنیت روانی در این مکان‌ها مهیا شود. عناصر به‌کار رفته در این مکان‌ها با توجه به نوع، چگونگی، وضعیت قرارگیری آن‌ها و... می‌توانند محیط مناسبی را برای گردشگران مهیا کنند. باید اشاره کرد که با در

۱ - Mcintosh

۲ - Kerr

نظر گرفتن ویژگی‌های گردشگرانی که از یک محور بازدید می‌کنند، مهم‌ترین ویژگی آنها در این زمینه، ناآشنا بودن با مکان مورد نظر است، بنابراین اهمیت امنیت مکان‌ها و محورهای گردشگری آشکار می‌شود.

اهمیت محوری وجود امنیت در هر یک از فضاها، گردشگری، سبب شده است که پژوهش حاضر با این محور انجام شود. از این رو محورهای گردشگری شهر اصفهان به عنوان یکی از مهمترین شهرهای گردشگرپذیر ایران به عنوان نمونه‌هایی از محیط‌های گردشگرپذیر برای بررسی موضوع امنیت گردشگران انتخاب شده است. با توجه به هدف تحقیق، تفاوت‌های محورهای گردشگری از نظر امنیت روانی، اقتصادی، اجتماعی و امنیت محیطی در محورهای مورد نظر بررسی شده است.

پیشینه پژوهش

در سال‌های اخیر مطالعات زیادی در ارتباط با امنیت و اثر آن بر صنعت گردشگری صورت گرفته است که در ادامه به مرور برخی از آنها پرداخته می‌شود. در ابتدا مفهوم امنیت گردشگری به عنوان یک موضوع علمی در سمینارها، کنفرانس‌ها و کلاس‌های دانشگاهی مطرح می‌شد، اما حمله‌ی تروریستی ۱۱ سپتامبر و سایر حملات تروریستی، نظریه‌پردازان را مجبور کرد تا جایگاه خود را از دستاوردهای علمی صرف تغییر دهند و دیدگاه خود را گسترده‌تر کرده تا راه‌ها و ابزارهای مختلف را برای مبارزه با ناامنی در صنعت گردشگری و حفظ این صنعت به کارگیرند. به‌طور کلی تا امنیت برقرار نباشد، سفری شکل نخواهد گرفت و سخن گفتن از گردشگری بیهوده خواهد بود. زیرا اگر گردشگران نسبت به مقصدی احساس ناامنی داشته باشند، هرگز به آنجا سفر نمی‌کنند (آقاسی و دیگران، ۱۳۸۸: ۱۰۵).

یکی دیگر از فعالیت‌هایی که در زمینه امنیت گردشگران انجام پذیرفته، برنامه امنیت گردشگری در قاره امریکای جنوبی بوده است. دبیرخانه‌ی برنامه امنیت گردشگری فعالیت خود را به عنوان یک برنامه‌ی آزمایشی در کشورهای حوزه کارائیب در سال ۲۰۰۵ و با هدف حمایت از ایجاد امنیت برای بازی‌های جهانی کریکت سال ۲۰۰۷ آغاز کرد. طی این برنامه به کشورهای عضو در راستای افزایش ظرفیت‌شان برای

رویارویی با عوامل ایجاد کننده ناامنی برای گردشگران چون تروریسم، جرم‌های سازمان یافته، جرم‌های معمول، تصادفات و بلایای طبیعی کمک می‌شود. امروزه با حمایت‌های بیشتر کشورهای کانادا، امریکا و اسپانیا این برنامه حوزه اقدام‌های خود را به کل کشورهای امریکای جنوبی گسترش داده است. یکی از اهداف این برنامه، مشارکت بخش خصوص و عمومی با هم و افزایش توان آنها در زمینه ایجاد امنیت برای گردشگران است (کلوفنستین، ۲۰۱۳^۱).

در ایران نیز اولین همایش ملی امنیت و توسعه‌ی پایدار گردشگری در آذرماه ۱۳۸۸ توسط دفتر تحقیقات کاربردی فرماندهی انتظامی استان اصفهان برگزار شد. این همایش به دنبال تحقق اهدافی مانند؛ دستیابی به مؤلفه‌های امنیت عمومی تأثیرگذار بر توسعه پایدار گردشگری در افق چشم‌انداز ۱۴۰۴، ایجاد و گسترش تعاملات بین سازمانی به منظور ارتقای توانمندی و توسعه‌ی پایدار گردشگری، شناسایی نخبگان و فرهیختگان صاحب نظر در حوزه‌ی توسعه‌ی پایدار گردشگری به منظور بهره‌گیری از تخصص و توان آنان و بررسی نقش توسعه‌ی پایدار گردشگری در ایجاد همبستگی اجتماعی و ارتقای شور و نشاط در جامعه بوده است.

شاهمیوندی و همکاران (۱۳۹۰) در مقاله‌ای با عنوان «تأثیر امنیت روانی و اجتماعی بر جذب گردشگران خارجی (نمونه موردی گردشگران خارجی وارد شده به شهر اصفهان در سال ۱۳۸۹)» به دنبال تعیین نقش امنیت روانی و اجتماعی در جذب گردشگران خارجی وارد شده به شهر اصفهان بوده‌اند. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که درصد بالایی از گردشگران خارجی از وضعیت امنیت اجتماعی و روانی در شهر اصفهان رضایت داشته و تمایل دارند در صورت وجود شرایط دوباره به این شهر مسافرت کنند.

دهقانی (۱۳۸۹) در پایان‌نامه‌ی خود با عنوان «بررسی امنیت در فضاهای گردشگری شهر اصفهان با تأکید بر گردشگران خارجی مورد مناطق ۳ و ۵ شهر اصفهان» به بررسی چالش‌های گردشگران خارجی در فضاهای گردشگری شهر اصفهان و ارتباط آن با امنیت پرداخته است. یافته‌های این پژوهش حاکی از آن است که گردشگران در

تورهای گردشگری جمعی نسبت به گردشگری انفرادی احساس امنیت بیشتری می‌کنند، زنان گردشگر نسبت به مردان از احساس امنیت کمتری برخوردار هستند و همچنین نبود پلیس گردشگری در فضاهای گردشگری منطقه‌های شهری سه و پنج اصفهان به شدت سبب کاهش احساس امنیت و اطمینان خاطر گردشگران شده است.

پژوهش دیگری توسط استینر^۱ در سال ۲۰۰۶ صورت پذیرفته است. استینر در پژوهش خود به بررسی وضعیت گردشگری در کشورهای عربی و از جمله، مصر پرداخته است. از نتایج این پژوهش می‌توان به این نکته اشاره کرد که با وجود جاذبه‌های گردشگری فراوان کشورهای عربی، این کشورها نتوانسته‌اند به نحو مطلوبی درآمدزایی کنند. همچنین استینر به بررسی علل اصلی این ناکارآمدی پرداخته است و یکی از مهمترین علل فقدان درآمدزایی را نبود امنیت، تهدیدهای اجتماعی و روانی و فقدان خدمات رسانی بهینه دانسته است. استینر برای بهبود وضعیت گردشگری، لزوم توجه به امنیت گردشگران را ضروری دانسته است.

پژوهش دیگری توسط مسمبو^۲ در سال ۲۰۰۹ در رابطه با امنیت و ایمنی گردشگران در منطقه شهری اومهلالاتسوز^۳ شهر زولولند^۴ در افریقای جنوبی صورت پذیرفته است که بر روی تأثیر قوانین و فعالیت‌های صورت گرفته در راستای امنیت گردشگران تمرکز دارد. یکی از مهم‌ترین یافته‌های این پژوهش آن است که قوانین و سیاست‌های مرتبط با گردشگری برای اعضاء جامعه و حتی برای برخی از فعالان و مقامات مسئول در زمینه گردشگری ناشناخته است. براساس این پژوهش برخی از جرم‌هایی که توسط مردم محلی در رابطه با گردشگران صورت می‌پذیرد ناشی از فقدان آگاهی آنها نسبت به اهمیت گردشگران برای این منطقه است. این پژوهش پیشنهاد می‌کند که مردم محلی باید نسبت به اهمیت صنعت گردشگری و حضور گردشگران آموزش ببینند. همچنین مشخص شده که شرکت‌های مردم نهاد (NGOs) فعال در زمینه صنعت گردشگری، باید نقش برجسته‌ای در قانون‌گذاری و انجام فعالیت‌های مرتبط با امنیت و ایمنی گردشگران در محیط‌های گردشگری پذیر داشته باشند.

۱ - Steiner

۲ - Mthembu

۳ - Umhlathlathuze

۴ - Zululand

در جمع‌بندی نتایج پژوهش‌های ارائه شده می‌توان بیان کرد که در آن‌ها امنیت گردشگران و مکان‌های گردشگرپذیر از اهداف اصلی بوده است و نتایج حاکی از آن است که رونق و توسعه‌ی یک مقصد گردشگری، زمانی به دست می‌آید که گردشگران در آن احساس امنیت داشته باشند.

مبانی نظری

امنیت یک مفهوم چند وجهی است و از این‌رو درباره معنای آن اختلاف نظر زیادی وجود دارد. از نظرگیدنز امنیت را می‌توان موقعیتی خواند که در آن با یک رشته خطرهای خاص مقابله شده و یا به حداقل رسانده شده باشد (لطفی‌فر و یغفوری، ۱۳۹۱). به‌طورکلی امنیت یک امر نسبی است، در این زمینه «آزگود» معتقد است که امنیت همانند خطر، کیفیتی نامشخص دارد و امری نسبی و نه مطلق است. بخشی از نسبی بودن مفهوم امنیت به دلیل انتزاعی بودن و نبود تعریف مشخصی از این مفهوم است و بخشی دیگر حاصل پیوند با مفاهیم نسبی دیگری نظیر منافع و بحران‌ها است (هزارجریبی، ۱۳۹۰:۱۴۳). در واقع، امنیت یعنی رفع خطر و رفع خطر یعنی استفاده‌ی بهینه از فرصت. بنابراین، باید چنین نتیجه گرفت که امنیت دارای دو عنصر اساسی تهدید و فرصت است و برقراری امنیت منوط به رهایی نسبی از تهدید و بهره‌گیری بهینه از فرصت‌ها است (شاهپوندی و همکاران، ۱۳۸۹:۱۸۲).

احساس امنیت و به طور کل امنیت، ارتباط مستقیمی با فضا و کیفیت محیط دارد. یک فضای مناسب تا حد زیادی تأمین‌کننده امنیت و یک فضای نامناسب از بین برنده آن و زمینه‌ساز انواع آسیب‌ها و معضلات اجتماعی است (قرایی و همکاران، ۱۳۸۹:۳۲). امنیت فضا از یک سو با جرم ارتباط پیدا می‌کند، اگر چه با آن بسیار متفاوت است و از سوی دیگر با مفهوم بزه دیده و ترس از بزه دیده واقع شدن (مدیری، ۱۳۸۵) تفاوت دارد. احساس امنیت پدیده‌ای روان شناختی و دارای ابعاد گوناگون است، این احساس ناشی از تجربه‌های عینی و اکتسابی افراد از شرایط و اوضاع پیرامونی است. بنابراین، افراد به صورت‌های گوناگون آن را تجربه می‌کنند (هزارجریبی، ۱۳۹۰:۱۲۱). احساس امنیت دو نوع است؛ امنیت ساکن و امنیت پویا. امنیت ساکن به معنای کاهش تحرک فردی به حداقل ممکن و جدایی از فضاهایی است که احتمال وقوع جرم در آن می‌رود.

اما احساس امنیت پویا به گونه‌ای است که افراد با حضور در فضاها احساس امنیت می‌کنند (حسینیون، ۱۳۸۶: ۹۰).

احساس امنیت یکی از اصلی‌ترین عوامل پایداری فضاهای شهری به شمار می‌آید و بدون احساس امنیت هیچ فضای شهری، عرصه‌ی حضور و تعاملات اجتماعی شهروندان نخواهد بود (سوری، ۱۳۸۸: ۳۸). در واقع، وجود محیطی امن برای زندگی از ضروریات و نیازهای اصلی انسان است (حشمتی، ۱۳۸۴: ۸۴) و می‌توان گفت که آرامش، رشد، شکوفایی انسان، بروز استعدادها و خلاقیت‌ها و نیل به همه‌ی کمالات انسانی در سایه‌ی امنیت به دست می‌آید (قرایی و همکاران، ۱۳۸۹: ۳۲).

مفهوم فضای شهری امن در مقابل مفهوم فضای شهری ناامن قرار دارد. پدیده‌ی ناامنی دارای دو جنبه‌ی عینی و ذهنی است و تمامی عرصه‌های زندگی را در بر می‌گیرد. مقوله‌ی ناامنی از جنبه‌ی عینی، تمامی مظاهر ناامنی از جمله سرقت، قتل، خشونت و... را شامل می‌شود. مقوله‌ی ناامنی از جنبه‌ی ذهنی، شامل داوری در خصوص امنیت منطقه و فضا است (صالحی، ۱۳۸۷: ۱۰۷). عواملی که امنیت شهری را از بین می‌برند و موجب تهدید یا کاهش امنیت شهرهای بزرگ می‌شوند، بسیار زیادند و برخی فضاهای شهری از عوامل اصلی تهدیدکننده‌ی امنیت شهرها هستند، این فضاها معمولاً از دید محفوظ هستند به همین دلیل فضاهای دنج و مطمئنی برای فعالیت‌های غیرمجاز و ناهنجار محسوب می‌شوند (خلیفه سلطانی و همکاران، ۱۳۸۹).

مروری بر دیدگاه‌ها و نظریه‌ها

محققان عمده در تجزیه و تحلیل و علت‌یابی پدیده‌ی احساس عدم امنیت سه رویکرد نظری را از یکدیگر متمایز کرده‌اند. نخستین رویکرد با عنوان «آسیب‌پذیری» فیزیکی، روان‌شناختی و اقتصادی شناخته می‌شود. رویکرد دوم، «تجربه‌ی جرم» اعم از مستقیم (به عنوان قربانی) و غیرمستقیم (از طریق دوستان، تماس‌های اجتماعی، جرم و یا رسانه) است. رویکرد سوم بر محیط اجتماعی و فیزیکی محل به عنوان منابع احتمالی احساس ناامنی (مانند تأکید بر آشفتگی فیزیکی و فقدان انسجام اجتماعی به عنوان منبع احساس ترس و ناامنی) متمرکز است (حسینی، ۱۳۸۶: ۵۲). پژوهشگران، خطراتی که صنعت گردشگری و به تبع آن گردشگران را تهدید می‌کنند را به شش گروه کلی

تقسیم ندی کرده‌اند که عبارت‌اند از؛ خطرات عملکردی، خطرات مالی، خطرات زمانی، خطرات جسمانی، خطرات روانی و خطرات اجتماعی (اسلی و بویلو،^۱ ۲۰۰۹: ۲۱).

یکی از نظریه‌های علمی که به پیش‌بینی و تشریح مسأله‌ی امنیت و گردشگری از طریق کشف ارتباط بین برخی عوامل مؤثر بر ناامنی (مانند جرم، تروریسم، جنگ و آشوب‌های خیابانی) پرداخته، توسط بیلی در سال ۱۹۸۲ مطرح شد. وی به مطالعه‌ی برخی پدیده‌ها مانند؛ متغیرهای تقاضای گردشگری در مقصد، انگیزه‌ی مجرمین، رفتار قربانیان، زمان و موقعیت مکانی وقوع جرم پرداخته است. هدف نهایی از ارائه‌ی این نظریه، کشف ارتباط بین متغیرهای امنیتی و وقوع برخی شرایط جرم‌زا و افزایش تعداد جرایم بر علیه گردشگران در مقصد گردشگری است (پیزام . مانسفیلد،^۲ ۱۹۸۲: ۱۲).

نظریه‌ی دیگری که در ارتباط با امنیت و گردشگری مطرح شده، نظریه‌ی سلسله مراتب نیازهای مازلو^۳ (۱۹۷۰) است. این نظریه سطوح نیازهای انسان را تعریف کرده و اهمیت هر یک از آنها را بیان می‌کند. این نظریه یکی از پرکاربردترین نظریه‌ها در توضیح پدیده‌های انسانی از جمله رفتار گردشگران در صنعت گردشگری است. مازلو معتقد است که افراد، نیازمند برآورده شدن نیازهای پایه‌ی خود هستند و در عین حال حتی در تلاش برای برآوردن نیازهای سطح بالاتر خود مانند جست و جوی عشق، اعتماد به نفس، بالا بردن شأن یا روحیه و غیره می‌باشند. با توجه به اینکه امنیت و احساس آن، در مرحله دوم سلسله مراتب نیازهای مازلو است، تأمین نکردن این نیاز باعث افزایش ناامنی و ترس در نزد انسان‌ها به خصوص گردشگران خواهد شد. در نتیجه‌ی این ناامنی، گردشگران در تصمیم‌های خود برای سفر به یک مقصد گردشگری بازنگری می‌کنند.

- شاخص‌های سنجش امنیت گردشگران

شاخص‌ها، اساسی‌ترین معیارهای اندازه‌گیری و حیاتی‌ترین علائم نشان‌دهنده‌ی وضعیت یک جامعه هستند. محورهای گردشگری مکان‌هایی هستند که گروه‌های زیادی

۱ - Asli & Boylu

۲ - Pizam & Mansfield

۳ - Maslow

از مردم محلی و گردشگران را به خود جذب می‌کنند، در نتیجه بایستی شرایط مناسبی را برای گردشگران مهیا کنند که علاوه بر داشتن ایمنی، از ابعاد گوناگون امنیت (امنیت روانی، امنیت اقتصادی، امنیت اجتماعی و امنیت محیطی) نیز برخوردار شوند. ابعاد امنیت گردشگران با توجه به پژوهش‌های انجام‌شده در این زمینه و با توجه به ماهیت جامعه‌ی مورد مطالعه (گردشگران) که ویژگی‌های خاص خود را دارند، بر همین اساس شاخص‌هایی انتخاب شد که در جدول شماره یک آمده است.

جدول ۱: ابعاد امنیت و شاخص‌های مورد بررسی در این پژوهش

| ابعاد امنیت | شاخص‌ها | ابعاد امنیت | شاخص‌ها |
|---------------|----------------------|---------------|-----------------------------|
| امنیت روانی | مزاحمت کلامی | امنیت اجتماعی | کیف قاپی |
| | مزاحمت فیزیکی | | زورگیری |
| | حضور پلیس | | سرقت لوازم خودرو |
| | حضور زنان در روز | | سرقت خودرو |
| | حضور زنان در شب | | تمایل به پارک خودرو در محور |
| | حضور شبانه در محور | | بی‌احترامی به قومیت |
| | عبور موتورسواران | | بی‌احترامی به مذهب |
| | امنیت کودکان | | بی‌احترامی به نوع پوشش |
| | اخبار و شایعات | | نگاه‌های بد |
| | خطر آدم ربایی | | مسخره کردن |
| امنیت اقتصادی | پذیرش هدیه | امنیت محیطی | مزاحمت ناموسی |
| | دوستی با افراد غریبه | | وجود ارادل و اوباش |
| | تصور از محیط | | وجود معتادان |
| | احساس آشنا بودن فضا | | وجود فروشندگان مواد |
| | نصب دوربین | | وجود فضاهای مخفی |
| | سرقت پول | | وجود فضاهای تاریک |
| | سرقت طلا | | وجود زباله |
| | سرقت اموال | | وجود آثار تخریب |

مأخذ: (نگارندگان، ۱۳۹۲)

- شناخت محورهای گردشگری شهر اصفهان

در شهر اصفهان برخی از آثار باارزش تاریخی در نزدیکی یکدیگر و معمولاً در یک دوره تاریخی خاص شکل گرفته‌اند، از این‌رو سازمان میراث فرهنگی و گردشگری شهر اصفهان اقدام به دسته‌بندی این بناها و بافت‌های باارزش تاریخی در قالب محورهای گردشگری کرده است و طی این اقدام یازده محور گردشگری در شهر اصفهان شناخته شده است. البته باید اشاره کرد که جاذبه‌های گردشگری شهر اصفهان محدود به این

یازده محور نمی‌شوند و بناهای باارزش تاریخی فراوانی در این شهر وجود دارند که به دلیل پراکندگی در محدوده‌ی این محورها قرار نگرفته‌اند. محورهای منتخب در این پژوهش به شرح زیر هستند:

۱- محور جلفا: در این پژوهش محدوده‌ی بین خیابان توحید و خیابان حکیم نظامی این محور، مورد بررسی قرار گرفته است.

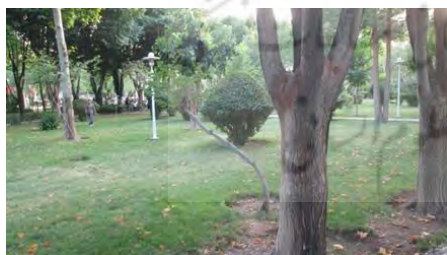


شکل ۱: ورودی کلیسای وانک که یکی از بناهای شاخص در محور جلفا می‌باشد



۱: موقعیت قسمت مورد نظر از محور جلفا نقشه در این پژوهش در بافت شهر اصفهان

۲- محور زاینده رود: در این محور محدوده‌ی بین سی وسه پل و پل خواجهو برای بررسی انتخاب شده است.

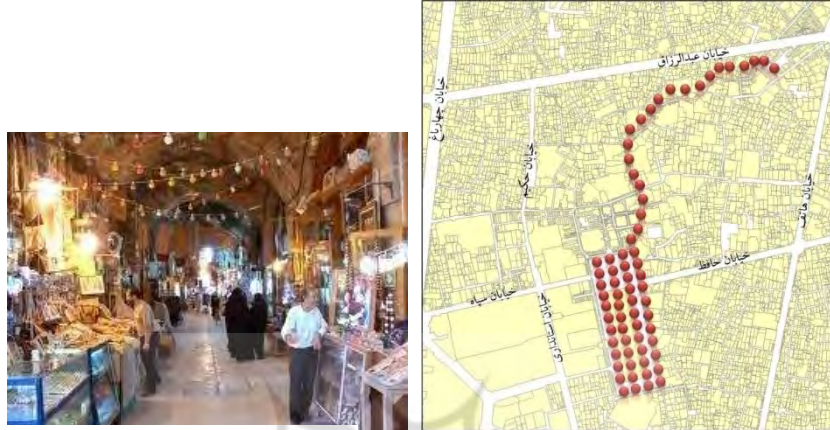


نقشه ۲: موقعیت قسمت مورد نظر از محور زاینده رود در این پژوهش در بافت شهر اصفهان



شکل ۲: نماهایی از محور گردشگری زاینده رود

۳- محور بازار: از این محور، راسته اصلی بازار که از مسجد امام در میدان نقش جهان شروع و تا مسجد جامع در میدان عتیق (میدان امام علی کنونی) ادامه می‌یابد، برای بررسی انتخاب شده است.



۳: تصویر بخشی از بازار اصفهان شکل

نقشه ۳: موقعیت قسمت مورد نظر از محور بازار در این پژوهش در بافت شهر اصفهان

روش شناسی

این پژوهش در زمره‌ی پژوهش‌های کاربردی قرار می‌گیرد. در این پژوهش از روش تحقیق توصیفی و تحلیلی استفاده شده است و توجه پژوهشگر بیشتر به شناخت و تحلیل وضعیت جنبه‌های گوناگون امنیت محورهای گردشگری شهر اصفهان از منظر گردشگران و استفاده‌کنندگان این فضاها معطوف بوده است.

جامعه‌ی آماری شامل گردشگرانی است که در زمان تکمیل پرسشنامه‌ها در محورهای گردشگری مورد نظر این پژوهش حضور داشته‌اند. از نظر حجم نمونه، با توجه به نامشخص بودن اندازه‌ی جامعه‌ی گردشگران داخلی بازدیدکننده از محورها و با بررسی‌های میدانی پژوهشگران و صلاحدید کارشناسان، از هر محور ۵۰ گردشگر به عنوان نمونه‌ی آماری انتخاب شده‌اند.

ابزار گردآوری اطلاعات در این پژوهش پرسشنامه بوده است. در ابتدا، روایی پرسشنامه توسط کارشناسان رشته شهرسازی مورد تأیید قرار گرفت و برای سنجش پایایی و اعتبار پرسشنامه از فرمول آلفای کرونباخ استفاده شده است. میزان آلفای کرونباخ بدست آمده

از پرسشنامه ۰/۹۱۱ با تعداد ۳۶ گویه بوده که این مقدار از میزان قابل قبول آن که ۰/۷ می‌باشد بالاتر است و این موضوع تأییدی بر اعتبار پرسشنامه می‌باشد. برای اطمینان بیشتر از اعتبار پرسشنامه از هر یک ابعاد ذکر شده برای امنیت در پرسشنامه آزمون آلفای کرونباخ نیز گرفته شد. نتایج این آزمون در جدول شماره ۲ آمده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود، تمام ابعاد امنیت از امتیاز قابل قبولی در این آزمون برخوردار شده‌اند.

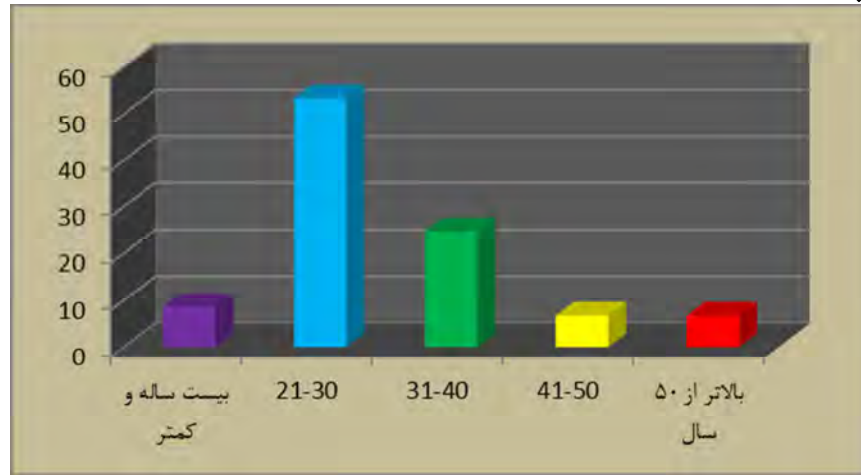
جدول ۲: امتیازهای کسب شده در آزمون آلفای کرونباخ

| تعداد گویه ها | آلفای کرونباخ | ابعاد امنیت |
|---------------|---------------|---------------|
| ۱۵ | ۰/۷۰۴ | امنیت روانی |
| ۸ | ۰/۸۵۳ | امنیت اقتصادی |
| ۶ | ۰/۸۸۰ | امنیت اجتماعی |
| ۷ | ۰/۸۴۰ | امنیت محیطی |

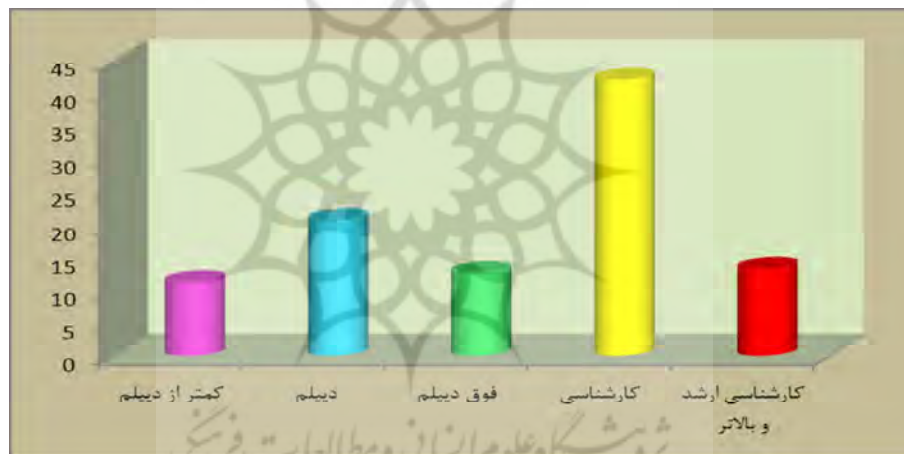
تحلیل یافته‌ها

- یافته‌های توصیفی

محورهای گردشگری شهر اصفهان بیشتر توسط مردان (۵۸ درصد در مقابل ۴۲ درصد) مورد استفاده قرار می‌گیرند. در این محورها افراد مجرد با اختلاف اندکی از افراد متأهل (۵۲ درصد در مقابل ۴۸ درصد) اکثریت را به خود اختصاص داده‌اند. با استفاده از داده‌های به دست آمده از پرسشنامه‌ها مشخص می‌شود که بیش از ۵۰ درصد از گردشگران را جوانان در محدوده‌ی سنی ۲۰ تا ۳۰ سال تشکیل می‌دهند (شکل ۴) و افراد بالاتر از ۴۰ سال اقبال زیادی برای حضور در این محورها از خود نشان نداده‌اند. محورهای گردشگری توانسته‌اند مخاطبان تحصیل کرده با سطح تحصیلات دانشگاهی به خصوص لیسانس و بالاتر (۵۵ درصد) را به خود جذب کنند (شکل ۵).

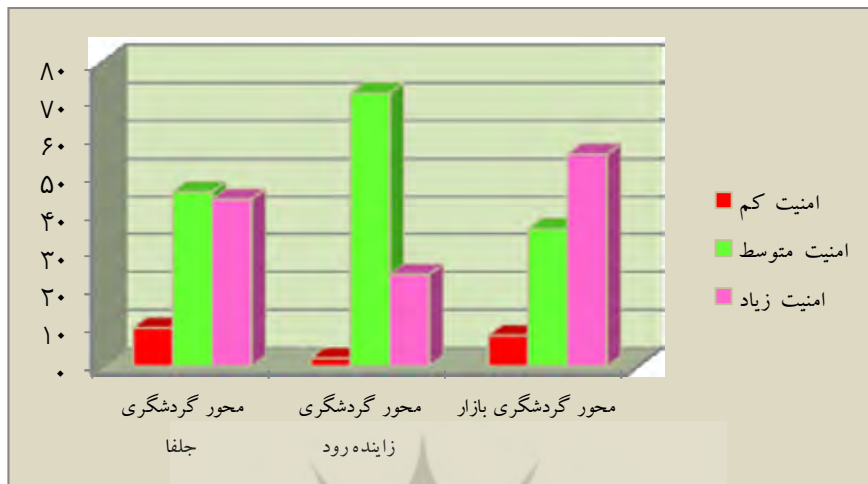


شکل ۴: نسبت گروه های سنی گردشگران



شکل ۵: نسبت سطح تحصیلات گردشگران

براساس داده‌های به دست آمده از پرسشنامه‌ها (شکل ۶) می‌توان گفت، وضعیت کلی امنیت محورهای گردشگری مورد نظر این پژوهش از دیدگاه گردشگران و استفاده کنندگان از فضا مناسب است. اما برای داشتن یک قضاوت صحیح در مورد امنیت این محورها تنها تکیه کردن بر نتایج این بخش نمی‌تواند درست باشد و باید سایر ملاک‌ها و شاخص‌ها نیز مورد بررسی قرار گیرند.



شکل ۶: مقایسه امنیت کلی گردشگران در محورهای گردشگری مورد نظر پژوهش

- یافته‌های استنباطی

برای مشخص شدن وضعیت ابعاد گوناگون امنیت در محورهای گردشگری به مقایسه‌ی محورهای گردشگری مورد مطالعه با استفاده از آزمون F پرداخته شده است. آزمون F یا تحلیل واریانس یک طرفه برای آزمون تفاوت میانگین یک متغیر در بین بیش از دو گروه (۳ گروه و بیشتر) به کار می‌رود. در این آزمون که تعمیم یافته‌ی آزمون t با دو نمونه‌ی مستقل است، مقایسه‌ی میانگین‌ها و هم قواری چند جامعه، آسان‌تر از آزمون t است. در آزمون F، واریانس کل جامعه به عوامل اولیه‌ی آن تجزیه می‌شود که به همین دلیل، به آن آزمون آنالیز واریانس نیز گفته می‌شود.

بعد از اینکه تفاوت میانگین‌های ابعاد مختلف امنیت براساس آزمون F معنادار شد، باید برای مقایسه‌ی تفاوت میانگین‌های ابعاد مختلف امنیت در بین محورهای گردشگری مورد نظر، از آزمون‌های مقایسه‌های چندگانه‌ی تعقیبی استفاده کرد. در این پژوهش با توجه به ویژگی‌های سه گروه مورد آزمون، از آزمون حداقل تفاوت معنی‌داری

فیشر^۱ (LSD) استفاده شده است. این آزمون یکی از قدیمی‌ترین و قوی‌ترین آزمون‌ها برای مقایسه پس از تجربه است. در صورتی که تعداد میانگین‌ها از سه بیش‌تر نباشد، بهتر است از این آزمون استفاده شود. اما اگر میانگین‌های مورد مقایسه بیش از سه مورد باشد، بهتر است سایر آزمون‌ها مورد استفاده قرار گیرد.

– مقایسه تفاوت میانگین‌های ابعاد مختلف امنیت در بین محورهای گردشگری و آزمون فرضیه‌های پژوهش

در بررسی معنادار بودن تفاوت امنیت روانی گردشگران در محورهای گردشگری مورد مطالعه، مقدار F برابر با ۳/۷۵۳ و مقدار Sig آن برابر ۰/۰۲۶ است (جدول شماره ۳). همچنین در جدول شماره چهار، نتایج مربوط به آزمون مقایسه‌ی چندگانه تعقیبی فیشر آمده است که نشان می‌دهد در بُعد امنیت روانی تفاوت بین محورها، آشکار و معنادار است. برای مثال از آزمون فیشر مشخص می‌شود که محور زاینده رود تفاوت زیادی در بُعد امنیت با محور بازار دارد. تفاوت بین محورهای گردشگری مورد مطالعه از نظر امنیت روانی در سطح اطمینان ۹۵ درصد (Sig=۰/۰۲۶) معنادار بوده و این تفاوت به خصوص بین محور زاینده رود و محور بازار بیشتر مشاهده می‌شود. بر این اساس فرضیه‌ی اول این پژوهش مورد تأیید قرار می‌گیرد. همچنین همان‌طور که در شکل شماره هفت مشاهده می‌شود، محور بازار بیشترین میانگین و محور زاینده‌رود کمترین میانگین را در بعد امنیت روانی به خود اختصاص داده‌اند. لیکن نکته‌ی قابل توجه در شکل شماره هفت، پایین بودن میانگین کسب شده هر یک از محورها در بعد امنیت روانی در مقایسه با سایر ابعاد امنیت است.

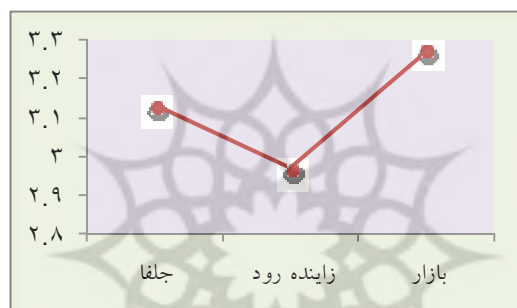
جدول ۳: در رابطه با معنی داری تفاوت میانگین‌های محورهای گردشگری در بعد امنیت روانی در نتایج به دست آمده از آزمون آنووا

| Sig. | F | Mean Square | df | Sum of Squares | |
|-------|-------|-------------|-----|----------------|--------------|
| ۰/۰۲۶ | ۳/۷۵۳ | ۱/۱۶۳ | ۲ | ۲/۳۲۶ | بین گروه‌ها |
| | | ۰/۳۱۰ | ۱۴۷ | ۴۵/۵۴۶ | درون گروه‌ها |
| | | | ۱۴۹ | ۴۷/۸۷۲ | مجموع |

۱ - Fisher Least Significant Difference

جدول ۴: نتایج به دست آمده از آزمون LSD در رابطه با مقایسه تفاوت میانگین های محوره های گردشگری در بعد امنیت روانی

| ۹۵% Confidence Interval | | Sig. | Std. Error | Mean Difference(I-J) | (J) MEHVAR | (I) MEHVAR | Dependent Variable |
|-------------------------|-------------|-------|------------|----------------------|------------|------------|--------------------|
| Lower Bound | Upper Bound | | | | | | |
| ۰/۳۸۲۹ | -۰/۰۵۷۱ | ۰/۱۴۶ | ۰/۱۱۱۳۳ | ۰/۱۶۲۸۶ | زاینده رود | جلفا | |
| ۰/۰۷۸۱ | -۰/۳۶۱۹ | ۰/۲۰۴ | ۰/۱۱۱۳۳ | -۰/۱۴۱۹۰ | بازار | جلفا | |
| ۰/۰۵۷۱ | -۰/۳۸۲۹ | ۰/۱۴۶ | ۰/۱۱۱۳۳ | -۰/۱۶۲۸۶ | جلفا | زاینده رود | امنیت روانی |
| -۰/۰۸۴۸ | -۰/۵۲۴۸ | ۰/۰۰۷ | ۰/۱۱۱۳۳ | -۰/۳۰۴۷۶* | بازار | زاینده رود | |
| ۰/۳۶۱۹ | -۰/۰۷۸۱ | ۰/۲۰۴ | ۰/۱۱۱۳۳ | ۰/۱۴۱۹۰ | جلفا | بازار | |
| ۰/۵۲۴۸ | ۰/۰۸۴۸ | ۰/۰۰۷ | ۰/۱۱۱۳۳ | ۰/۳۰۴۷۶* | زاینده رود | بازار | |



شکل ۷: تفاوت میانگین های محوره های گردشگری در بعد امنیت روانی

در بررسی تفاوت محوره های گردشگری مورد مطالعه از نظر امنیت اقتصادی گردشگران با توجه به مقادیر ارائه شده در جدول شماره ۵، مقدار F برابر ۳/۷۵۴ و مقدار Sig آن برابر ۰/۰۲۶ است. همچنین در جدول شماره شش نتایج مربوط به آزمون مقایسه ی چندگانه تعقیبی فیشر آمده است که نشان می دهد در بُعد امنیت اقتصادی نیز تفاوت بین محورها، آشکار و معنادار است. آزمون فیشر مشخص می کند که تفاوت بین محور زاینده رود با محور جلفا با مقدار $Sig = ۰/۰۱۰$ و تفاوت بین محور زاینده رود با محور بازار $sig = ۰/۰۴۵$ ، آشکار و معنادار است. در نتیجه می توان گفت که تفاوت بین محوره های گردشگری مورد مطالعه از نظر امنیت اقتصادی در سطح اطمینان ۹۵ درصد ($Sig = ۰/۰۲۶$) معنادار بوده و براین اساس فرضیه دوم این پژوهش نیز مورد تأیید قرار می گیرد. همچنین براساس شکل شماره هشت مشخص می شود که محور جلفا

توانسته بیشترین میانگین را در بعد امنیت اقتصادی به خود اختصاص دهد و کمترین میانگین نیز نصیب محور زاینده رود شده است.

جدول ۵: تفاوت میانگین‌های محورهای گردشگری در بعد امنیت اقتصادی در نتایج به دست آمده از آزمون آنووا

| Sig. | F | Mean Square | df | Sum of Squares | | |
|-------|-------|-------------|-----|----------------|--------------|---------------|
| ۰/۰۲۶ | ۳/۷۵۴ | ۲/۴۵۷ | ۲ | ۴/۹۱۳ | بین گروه‌ها | امنیت اقتصادی |
| | | ۰/۶۵۴ | ۱۴۷ | ۹۶/۱۸۳ | درون گروه‌ها | |
| | | | ۱۴۹ | ۱۰۱/۰۹۶ | مجموع | |

جدول ۶: مقایسه تفاوت میانگین‌های محورهای گردشگری در بعد امنیت اقتصادی در نتایج به دست آمده از آزمون LSD

| ۹۵% Confidence Interval | | Sig. | Std. Error | Mean Difference (I-J) | (J) MEHVAR | (I) MEHVAR | Dependent Variable |
|-------------------------|-------------|-------|------------|-----------------------|------------|------------|--------------------|
| Lower Bound | Upper Bound | | | | | | |
| ۰/۷۴۲۲ | ۰/۱۰۲۸ | ۰/۰۱۰ | ۰/۱۶۱۷۸ | ۰/۴۲۲۵۰* | زاینده رود | جلفا | امنیت اقتصادی |
| ۰/۴۱۴۷ | -۰/۲۲۴۷ | ۰/۵۵۸ | ۰/۱۶۱۷۸ | ۰/۰۹۵۰۰ | بازار | جلفا | |
| -۰/۱۰۲۸ | -۰/۷۴۲۲ | ۰/۰۱۰ | ۰/۱۶۱۷۸ | -۰/۴۲۲۵۰* | جلفا | زاینده رود | |
| -۰/۰۰۷۸ | -۰/۶۴۷۲ | ۰/۰۴۵ | ۰/۱۶۱۷۸ | -۰/۳۲۷۵۰* | بازار | بازار | |
| ۰/۲۲۴۷ | -۰/۴۱۴۷ | ۰/۵۵۸ | ۰/۱۶۱۷۸ | -۰/۰۹۵۰۰ | جلفا | زاینده رود | |
| ۰/۶۴۷۲ | ۰/۰۰۷۸ | ۰/۰۴۵ | ۰/۱۶۱۷۸ | ۰/۳۲۷۵۰* | زاینده رود | بازار | |



شکل ۸: تفاوت میانگین‌های محورهای گردشگری در بعد امنیت اقتصادی

در بررسی تفاوت امنیت اجتماعی گردشگران در محورهای گردشگری مورد مطالعه، با توجه به مقادیر ارائه شده برای آزمون F در جدول شماره ۷، مقدار F برابر ۱/۶۱۲

و مقدار Sig آن برابر با ۰/۲۰۳ است. همچنین در جدول شماره هشت نتایج آزمون مقایسه چندگانه تعقیبی فیشر نشان می‌دهد که در بُعد امنیت اجتماعی تفاوت بین محورهای مورد مطالعه معنادار نیست. در نتیجه می‌توان گفت که محورهای گردشگری مورد مطالعه از نظر امنیت اجتماعی در یک سطح قرار دارند و تفاوت آشکاری بین محورها وجود ندارد. بر این اساس فرضیه‌ی سوم این پژوهش مورد تأیید قرار نمی‌گیرد. براساس شکل شماره ۷ دو نکته قابل توجه است، اول اینکه علی‌رغم هم‌سطح بودن محورها، محور بازار بیشترین میانگین و محور جلغا کمترین میانگین را در بُعد امنیت اجتماعی به خود اختصاص داده‌اند و دوم اینکه مقدار میانگین محورهای مورد مطالعه در بُعد امنیت اجتماعی در مقایسه با سایر ابعاد امنیت بالا است.

جدول ۷: تفاوت میانگین‌های محورهای گردشگری در بُعد امنیت اجتماعی در نتایج به دست آمده از

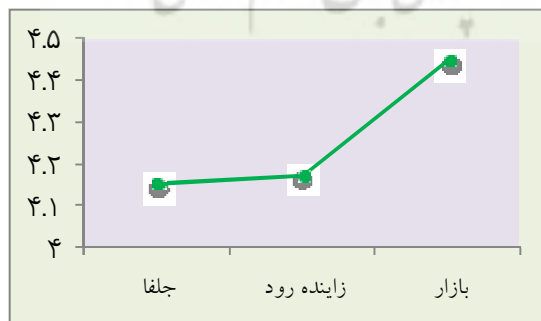
آزمون آنووا

| Sig. | F | Mean Square | df | Sum of Squares | | |
|-------|-------|-------------|-----|----------------|--------------|---------------|
| ۰/۲۰۳ | ۱/۶۱۲ | ۱/۳۴۳ | ۲ | ۲/۶۸۶ | بین گروه‌ها | امنیت اجتماعی |
| | | ۰/۸۳۳ | ۱۴۷ | ۱۲۲/۴۵۸ | درون گروه‌ها | |
| | | | ۱۴۹ | ۱۲۵/۱۴۴ | مجموع | |

جدول ۸: مقایسه تفاوت میانگین‌های محورهای گردشگری در بُعد امنیت اجتماعی در نتایج به دست

آمده از آزمون LSD

| ۹۵% Confidence Interval | | Sig. | Std. Error | Mean Difference (I-J) | (J) MEHVAR | (I) MEHVAR | Dependent Variable |
|-------------------------|-------------|-------|------------|-----------------------|------------|------------|--------------------|
| Lower Bound | Upper Bound | | | | | | |
| ۰/۳۴۰۷ | -۰/۳۸۰۷ | ۰/۹۱۳ | ۰/۱۸۲۵۴ | -۰/۰۲۰۰۰ | زاینده رود | جلغا | امنیت اجتماعی |
| ۰/۰۶۷۴ | -۰/۶۵۴۱ | ۰/۱۱۰ | ۰/۱۸۲۵۴ | -۰/۲۹۳۳۳ | بازار | جلغا | |
| ۰/۳۸۰۷ | -۰/۳۴۰۷ | ۰/۹۱۳ | ۰/۱۸۲۵۴ | ۰/۰۲۰۰۰ | جلغا | زاینده رود | |
| ۰/۰۸۷۴ | -۰/۶۳۴۱ | ۰/۱۳۶ | ۰/۱۸۲۵۴ | -۰/۲۷۳۳۳ | بازار | زاینده رود | |
| ۰/۶۵۴۱ | -۰/۰۶۷۴ | ۰/۱۱۰ | ۰/۱۸۲۵۴ | ۰/۲۹۳۳۳ | جلغا | بازار | |
| ۰/۶۳۴۱ | -۰/۰۸۷۴ | ۰/۱۳۶ | ۰/۱۸۲۵۴ | ۰/۲۷۳۳۳ | زاینده رود | بازار | |



شکل ۹: تفاوت میانگین‌های محورهای گردشگری در بُعد امنیت اجتماعی

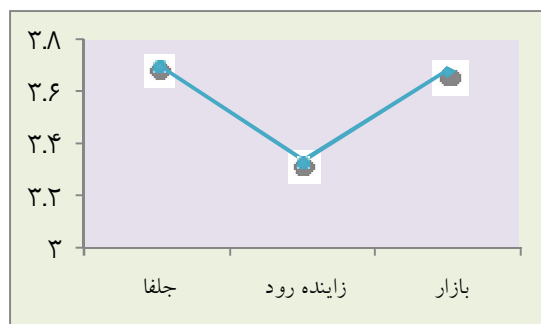
در بررسی تفاوت محورهای گردشگری مورد مطالعه از نظر امنیت محیطی، با توجه به مقادیر ارائه شده برای آزمون F در جدول شماره ۹ مقدار F برابر ۳/۰۰۲ و مقدار Sig آن برابر ۰/۰۵ است. همچنین با توجه به نتایج ارائه شده در جدول ۱۰ که مربوط به آزمون مقایسه چندگانه تعقیبی فیشر می‌باشد، مشخص می‌شود که در بُعد امنیت محیطی نیز تفاوت بین محورها، آشکار و معنادار است. برای مثال از آزمون فیشر مشخص می‌شود که تفاوت بین محور زاینده رود با محور جلفا با مقدار $\text{Sig} = ۰/۰۳۰$ و تفاوت بین محور زاینده رود با محور بازار با مقدار $\text{Sig} = ۰/۰۴۳$ آشکار و معنادار است. در نتیجه می‌توان گفت که تفاوت بین محورهای گردشگری مورد مطالعه از نظر امنیت محیطی در سطح اطمینان ۹۵ درصد ($\text{Sig} = ۰/۰۵$) معنادار بوده و براین اساس فرضیه چهارم این پژوهش مورد تأیید قرار می‌گیرد. همچنین همان‌طور که در شکل شماره ۱۰ مشاهده می‌شود، محور جلفا بیشترین میانگین و محور زاینده رود کمترین میانگین را در بُعد امنیت محیطی به خود اختصاص داده‌اند.

جدول ۹: تفاوت میانگین‌های محورهای گردشگری در بُعد امنیت محیطی در نتایج به دست آمده از آزمون آنووا

| Sig. | F | Mean Square | df | Sum of Squares | |
|------|-------|-------------|-----|----------------|--------------------------|
| .۰۵ | ۳.۰۰۲ | ۲.۱۵۱ | ۲ | ۴.۳۰۲ | بین گروه‌ها |
| | | .۷۱۷ | ۱۴۷ | ۱۰۵.۳۳۰ | امنیت محیطی درون گروه‌ها |
| | | | ۱۴۹ | ۱۰۹.۶۳۲ | مجموع |

جدول ۱۰: مقایسه تفاوت میانگین‌های محورهای گردشگری در بُعد امنیت محیطی در نتایج به دست آمده از آزمون LSD

| ۹۵% Confidence Interval | | Sig. | Std. Error | Mean Difference (I-J) | (J) MEHVAR | (I) MEHVAR | Dependent Variable |
|-------------------------|-------------|--------|------------|-----------------------|------------|------------|--------------------|
| Lower Bound | Upper Bound | | | | | | |
| ۰/۷۰۶۰ | ۰/۰۳۶۹ | ۰/۰۳۰ | ۰/۱۶۹۳۰ | ۰/۳۷۱۴۳* | زاینده رود | جلفا | امنیت محیطی |
| ۰/۳۶۰۳ | -۰/۳۰۸۹ | ۰/۰۸۷۹ | ۰/۱۶۹۳۰ | ۰/۰۲۵۷۱ | بازار | جلفا | |
| -۰/۰۳۶۹ | -۰/۷۰۶۰ | ۰/۰۳۰ | ۰/۱۶۹۳۰ | -۰/۳۷۱۴۳* | جلفا | زاینده رود | |
| -۰/۰۱۱۱ | -۰/۶۸۰۳ | ۰/۰۴۳ | ۰/۱۶۹۳۰ | -۰/۳۴۵۷۱* | بازار | زاینده رود | |
| ۰/۳۰۸۹ | -۰/۳۶۰۳ | ۰/۰۸۷۹ | ۰/۱۶۹۳۰ | -۰/۰۲۵۷۱ | جلفا | بازار | |
| ۰/۶۸۰۳ | ۰/۰۱۱۱ | ۰/۰۴۳ | ۰/۱۶۹۳۰ | ۰/۳۴۵۷۱* | زاینده رود | بازار | |



شکل ۱۰: تفاوت میانگین‌های محورهای گردشگری در بعد امنیت محیطی

نتیجه‌گیری

در این پژوهش به بررسی وضعیت ابعاد گوناگون امنیت گردشگران در محورهای گردشگری شهر اصفهان پرداخته شده است، مساله‌ای که دغدغه‌ی اصلی مسئولان و برنامه‌ریزان داخلی و خارجی در حوزه‌ی صنعت گردشگری است.

با توجه به نتایج به دست آمده، هر چند امنیت در محورهای گردشگری این شهر مناسب است اما امنیت روانی گردشگران در مقایسه با سایر جنبه‌های امنیت از وضعیت نامناسبی برخوردار است. با توجه به نتایج پژوهش، مشخص شده که ۷۵ درصد از گردشگران دارای امنیت روانی متوسط و کم می‌باشند، از طرفی میانگین کسب شده توسط هر یک از محورها در این بعد امنیت در مقایسه با سایر ابعاد امنیت نیز کمتر است. این در حالی است که شاید بتوان مهم‌ترین بُعد امنیت گردشگران را بعد امنیت روانی آن‌ها دانست و از این رو پایین بودن آن بیشترین آسیب را به صنعت گردشگری یک مقصد گردشگری خواهد زد. بنابراین، این مساله زنگ خطری برای برنامه‌ریزان و مسئولان شهر اصفهان می‌باشد و لازم است تا با انجام مطالعات گسترده‌تر و عمیق‌تر ریشه‌های این وضعیت را شناسایی کرده و با برنامه‌ریزی هدفمند سعی شود تا امنیت روانی گردشگران افزایش یابد.

از نظر امنیت اقتصادی می‌توان اشاره کرد که بیش از ۸۰ درصد از گردشگران دارای امنیت اقتصادی متوسط و زیاد هستند و تنها کمتر از ۲۰ درصد از گردشگران احساس امنیت اقتصادی کم در این فضاها دارند که این را می‌توان نقطه قوتی برای این فضاها به حساب آورد.

از نظر امنیت اجتماعی، گردشگران در محورهای گردشگری شهر اصفهان می‌توان اشاره کرد که نزدیک به ۸۰ درصد از گردشگران دارای امنیت اجتماعی متوسط به بالا هستند. در بحث امنیت اجتماعی مؤلفه‌هایی چون احترام به قومیت‌ها، احترام به نوع پوشش و احترام به دین و مذهب مطرح است و نتایج مربوط به این بعد از امنیت در حالی به دست آمده است که گردشگران به خصوص گردشگران خارجی در تمام مؤلفه‌های بالا با مردم بومی شهر اصفهان تفاوت دارند. بالا بودن میزان احساس امنیت اجتماعی گردشگران می‌تواند نوید بخش رضایت خاطر گردشگران بازدیدکننده از فضاهای گردشگری شهر اصفهان و در نتیجه ترغیب گردشگران به سفر دوباره به این شهر و پیشنهاد سفر به دوستان و آشنایان شود.

از نظر امنیت محیطی نیز می‌توان اشاره کرد که بیش از ۹۰ درصد از گردشگران دارای امنیت محیطی متوسط به بالا هستند. یعنی تقریباً تمام گردشگران و استفاده‌کنندگان از محورهای گردشگری شهر اصفهان از وضعیت امنیت محیطی این فضاها احساس رضایت کرده‌اند. در اکثر مؤلفه‌های این بُعد از امنیت به شاخص‌های کالبدی محورها پرداخته شده است، بنابراین بالا بودن میزان رضایت گردشگران می‌تواند حاکی از وضعیت مناسب کالبدی این فضاها باشد. همچنین نتایج به دست آمده از آزمون تحلیل واریانس و آزمون چندگانه تعقیبی فیشر نشان داد که در بُعد امنیت روانی، محور بازار بیشترین میانگین و محور زاینده رود کمترین میانگین را به خود اختصاص داده‌اند.

در بُعد امنیت اقتصادی که تفاوت میانگین‌های محورها در این بُعد نیز معنادار است، محور جلفا توانسته بیشترین میانگین را به خود اختصاص دهد و کمترین میانگین نیز دوباره نصیب محور زاینده‌رود شده است. در بعد امنیت اجتماعی، محور بازار توانسته

بیشترین میزان میانگین را کسب کند و اگر چه تفاوت میانگین محور جلفا با محور زاینده رود زیاد نیست اما کمترین مقدار میانگین سهم محور جلفا شده است.

از نظر تفاوت میانگین محورهای گردشگری در بُعد امنیت محیطی محور جلفا با وجود برتری نامحسوس نسبت به محور بازار توانسته بیشترین مقدار میانگین را به خود اختصاص دهد و محور زاینده رود با تفاوت فاحشی نسبت به دو محور دیگر همچون امنیت روانی و امنیت اقتصادی کمترین میزان میانگین را به خود اختصاص داده است.

پیشنهادها

در این قسمت به ارائه راهکارهایی در زمینه بالا بردن امنیت گردشگران در محورهای گردشگری مورد مطالعه که از لحاظ جنبه‌های مختلف امنیت از امنیت کمتری برخوردار شده‌اند، پرداخته می‌شود. لازم به ذکر است که محور زاینده رود در سه بُعد امنیت یعنی امنیت روانی، امنیت اقتصادی و امنیت محیطی کمترین میانگین را به دست آورده و در امنیت اجتماعی محور جلفا با اختلاف اندکی از محور زاینده‌رود کمترین امنیت را داشته است که در ادامه به منظور بهبود وضعیت هر یک از ابعاد امنیت در محورهای مسأله‌دار به ارائه راهکارهایی پرداخته شده است.

۱. ایجاد کیوسک دائمی نیروی انتظامی در محدوده محور جلفا و محور زاینده‌رود به شکلی که نیروهای آن دارای ویژگی‌هایی چون تسلط داشتن به زبان بین‌المللی، فرم و لباس مخصوص پلیس گردشگری، رفتاری مناسب و رعایت اصول اخلاقی در هنگام برخورد با گردشگر و آشنایی و تسلط کامل به محور و جاذبه‌های تفریحی و تاریخی آن برای راهنمایی گردشگران باشند.
۲. جلوگیری از فعالیت برخی ارادل و اوباش و موتورسواران در درون محور جلفا که امنیت اجتماعی و روانی گردشگران را تهدید می‌کنند و خطرهایی مانند (خطرات مالی، زمانی، جسمانی، روانی و اجتماعی) را به وجود می‌آورند.
۳. در زمینه اصلاح نگاه بد و مسخره کردن گردشگران توسط مردم در هر سه محور به خصوص محور جلفا که سبب کاهش امنیت اجتماعی و روانی گردشگران شده است، باید فرهنگ گردشگری پذیرای افراد بومی را اصلاح کرد. این فعالیت‌ها را

- می‌توان از طریق آموزش و تبلیغات در مدارس، دانشگاه‌ها، رسانه‌ها، مساجد و سایر مراکز اجتماعی انجام داد.
۴. کاهش ارتفاع شمشادهای سمت جنوبی محور زاینده‌رود حد فاصل سی و سه پل تا پل فردوسی.
۵. افزایش منابع روشنایی در مسیرهای نزدیک به بستر رود در هر دو سمت شمالی و جنوبی محور زاینده‌رود حد فاصل پل فردوسی تا پل خواجه.
۶. نصب تابلوهای راهنمای چند زبانه برای نشان دادن محل سرویس‌های بهداشتی، نماز خانه، پایگاه نیروی انتظامی و... در سمت شمالی و جنوبی محور زاینده‌رود.
۷. پاک سازی دیوار نوشته‌های موجود در زیر پل‌ها به خصوص پل فردوسی در محور زاینده‌رود.
۸. نصب سطل‌های زباله در مسیرهای کناری رود در هر دو سمت شمالی و جنوبی محور زاینده‌رود.
۹. جلوگیری از ورود موتور سواران به درون محور زاینده‌رود از هر دو سمت شمالی و جنوبی محور.
۱۰. در حال حاضر در محور بازار کفپوش شبکه معابر آسفالت است که در قسمت‌های زیادی نیز دچار آسیب شده است، از این رو پیشنهاد می‌شود که در صورت تأمین منابع مالی و رفع سایر موانع اقدام به کف سازی کامل محور شود.
۱۱. نصب تابلوهای راهنمای مسجد جامع و میدان امام علی (ع) برای گردشگرانی که از سمت میدان نقش جهان در حال حرکت هستند و همچنین تابلوهای راهنمای میدان نقش جهان برای گردشگرانی که از سمت میدان امام علی (ع) و مسجد جامع به طرف میدان نقش جهان در درون محور بازار در حال حرکت هستند. تابلوهای راهنما را می‌توان در تقاطع‌هایی مانند چهار راه اشرف، سه راه بازار قلندرها و سه راه نیم‌آورد نصب کرد.

منابع

- آقاسی، عبدالله؛ ابراهیم‌زاده، عیسی؛ هادیانی، زهره (۱۳۸۸). نقش امنیت در توسعه گردشگری پایدار (مطالعه موردی: شهرستان چابهار)، صص ۹۷-۱۱۶
- حسینی، حسین (۱۳۸۶). احساس امنیت: تأملی نظری بر پایه‌ی یافته‌های پژوهشی. فصلنامه امنیت، سال پنجم، شماره ۴، صص ۷-۵۲.
- حسینیون، سولماز (۱۳۸۶). ایجاد حس امنیت در فضاهاى شهری. مجله شهرداری‌ها، سال هشتم، شماره ۸۲، صص ۸۷-۹۰.
- حشمتی، محمد (۱۳۸۲). فضای قابل دفاع - استراتژی طراحی شهری جهت پیشگیری و کاهش جرایم. تهران: پایان نامه کارشناسی ارشد طراحی شهری، دانشگاه شهید بهشتی
- خلیفه سلطانی، محسن؛ قلانی، نسرین؛ معینی طباء، فاطمه سادات (۱۳۸۹). بررسی عوامل مؤثر بر حفظ امنیت اجتماعی توریسم در منطقه مطالعه موردی گردشگران خارجی استان اصفهان. همایش منطقه‌ای صنعت توریسم، دانشگاه آزاد اسلامی واحد خمینی شهر.
- دفتر تحقیقات کاربردی فرماندهی انتظامی استان اصفهان (۱۳۸۸). ویژه‌نامه اولین همایش ملی امنیت و توسعه پایدار گردشگری، فرماندهی انتظامی استان اصفهان.
- دهقانی، آتنا (۱۳۹۰). بررسی امنیت در فضاهاى گردشگری شهر اصفهان با تأکید بر گردشگران خارجی مورد مناطق ۳ و ۵ شهر اصفهان. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد واحد نجف آباد
- دیدگاه‌ها و بررسی‌های بازرگانی (۱۳۸۷). ایجاد اشتغال و ارزآوری با توسعه صنعت گردشگری میسر می‌گردد. مجله دیدگاه‌های اقتصادی، شماره ۱۷۷.
- ربانی، رسول؛ شاهبوندی، احمد؛ دهقان نیا، محمد منصور؛ ناظر حضرت، جعفر (۱۳۹۰). نقش پلیس در تأمین امنیت و جذب گردشگری (نمونه موردی شهر اصفهان). فصلنامه مطالعات امنیت اجتماعی، صص ۳۹-۶۰.
- سوری، الهام (۱۳۸۸). مروری بر مناقشات نظری پیرامون امنیت و روش‌های پیشگیری از جرم. نشریه آرمانشهر، شماره ۲، صص ۳۱-۳۸.
- شاهبوندی، احمد، ریسی وانانی، رضا؛ شیخی، حجت (۱۳۸۹). تحلیلی بر توزیع فضایی جرایم در مناطق شهر اصفهان. فصلنامه دانش انتظامی، سال یازدهم، شماره ۴، صص ۱۵۳-۱۸۲.
- شاهبوندی، احمد؛ ریسی وانانی، رضا؛ سلطانی، مرضیه (۱۳۹۰). تأثیر امنیت روانی و اجتماعی بر جذب گردشگران خارجی (نمونه موردی گردشگران خارجی وارد شده به شهر اصفهان در سال ۱۳۸۹). فصلنامه نظم و امنیت انتظامی، شماره اول، سال ۴، صص ۱۳۷-۱۶۵.

- صالحی، اسماعیل (۱۳۸۷). ویژگی‌های محیطی فضاهای شهری امن. تهران: مرکز مطالعاتی و تحقیقاتی شهرسازی و معماری.
- طرح جامع گردشگری استان اصفهان (۱۳۸۷). جلد هشتم: فهرست و نقشه منابع و پتانسیل‌های موجود گردشگری، اصفهان: سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان اصفهان.
- فرایی، فریبا؛ راد جهانبانی، نفیسه؛ رشیدیور، نازیلا (۱۳۸۹). بررسی و سنجش حس امنیت در مناطق مختلف شهری مطالعه موردی: مناطق ۲ و ۱۱ تهران. نشریه آرمانشهر، شماره ۴، صص ۱۷-۳۲.
- لطفی‌فر، مجتبی؛ یغفوری، حسین (۱۳۹۱). نقش امنیت در توسعه گردشگری، مورد شناسی چابهار. نخستین همایش ملی توسعه سواحل مکران و اقتدار دریایی جمهوری اسلامی ایران.
- مدیری، آتوسا (۱۳۸۵). جرم، خشونت و احساس امنیت در فضاهای عمومی شهر. فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی، سال ششم، شماره ۲۲، صص ۱۱-۲۸.
- هزارجریبی، جعفر (۱۳۹۰). احساس امنیت اجتماعی از منظر توسعه گردشگری. مجله جغرافیا و برنامه ریزی محیطی، سال ۲۲، شماره ۲، صص ۱۲۱-۱۴۳.
- Asli D. A. Tasci & Boylu, Y. (۲۰۰۹). Cultural Comparison of Tourists Safety perception in Relatin to Trip Satisfaction, School of Tourism and Hospitality Management, Mugla university, Turkey.
- Kerr, B. , Barron, G. & C wood, R. (۲۰۰۱). politics, policy and iegional tourism administration: a case examination of Scottish area tourist board funding, Tourism Managemement, ۲۲.
- Klopfenstein, N. (۲۰۱۳). Second Conference of Tourism Security in the Americas, Panama City
- Mcintosh, R., Geoldner, C. R. & Rirchie, B. (۱۹۹۵). Tourism, Principles, practices, philosophies, united states of merica.
- Mthembu, N. (۲۰۰۹). Tourism Crime, Safety and Security in the Umhlatlathuze District Municipality, University of Zululand
- Pizam, A. & Mansfield ,y. (۱۹۸۲). Toward a Theory of Tourism Security, London.
- Steiner, C. (۲۰۰۶). Social distance, Security Threats and Tourism Volatility, University of Mainz Germany.



پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی