

## بررسی نقش اخلاق گردشگری در ارتقاء امنیت گردشگران و توسعه مقاصد

### گردشگری ایران

حسین رحمانی تیرکلایی<sup>۱</sup>

استادیار، هیئت علمی دانشگاه پیام نور

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۰۲/۱۵ تاریخ صدور پذیرش: ۱۳۹۶/۰۶/۱۵

#### چکیده

امنیت گردشگران تنها مقوله‌ای سخت افزاری، عینی و سنتی نیست بلکه هنجارهای اجتماعی و فرهنگی و نرم افزاری نیز روز به روز در کنار بعد پیش گفته اهمیت پیدا کرده‌اند. در بحث امنیت گردشگری و توریسم و توسعه مقاصد گردشگری و توریسم اخلاق می‌تواند ایفاگر نقشی نجاری و نرم افزاری باشد. هدف این مقاله بررسی نقش اخلاق گردشگری و توریسم در ارتقاء امنیت گردشگران و توسعه مقاصد گردشگری و توریسم ایران است. سوال اصلی مقاله این است که اخلاق گردشگری و توریسم در ارتقاء امنیت گردشگران و توسعه مقاصد گردشگری و توریسم ایران چگونه می‌تواند ایفای نقش نماید؟ روش این مقاله کیفی است. شیوه گردآوری اطلاعات کتابخانه‌ای است. روش تجربه و تحلیل اطلاعات توصیفی تحلیلی است. یافته‌های مقاله نشان می‌دهد که سیستم گردشگری و توریسم برای آن که به صورت پایدار و ایمن ادامه پیدا کند نیازمند آموزش و ترویج چارچوب‌های اخلاقی است. در واقع سیستم گردشگری و توریسم بدون اخلاق منتهی به ناهنجاری در طبیعت، فرهنگ، اقتصاد و اجتماع می‌شود و نهایتاً به ورشکستگی خواهد انجامید. در واقع اگر گردشگران اخلاق نداشته باشند نمی‌توانند با مقصد و میزبان ارتباط برقرار کنند و اگر جامعه میزبان رعایت اخلاق را در ارتباط با گردشگران ننماید نتیجه آن گریزان شدن گردشگران و کساد بازار گردشگری و توریسم خواهد بود.

واژگان کلیدی: گردشگری و توریسم، اخلاق، امنیت، اخلاق گردشگری و توریسم، مقاصد گردشگری و توریسم، سیستم گردشگری و توریسم.

بر اساس آمار شورای جهانی سفر و گردشگری و توریسم<sup>۱</sup> بخش سفر و گردشگری و توریسم بعد از «اطلاعات و ارتباطات» و «خدمات مالی»، سومین بخش اقتصادی در جهان به لحاظ رشد اقتصادی در سال ۲۰۱۹ بوده است. سفر و گردشگری و توریسم با صنایع وابسته به گردشگری و توریسم در مجموع حدود ۱۰,۳ درصد از تولید ناخالص داخلی و ۱۰,۴ درصد از کل اشتغال دنیا را در سال ۲۰۱۹ به خود اختصاص داده و همچنین سهم مستقیم سفر و گردشگری و توریسم از تولید ناخالص داخلی جهان ۳,۲ درصد و سهم مستقیم اشتغال آن ۳,۸ درصد از کل اشتغال جهان بوده است. در سال ۹۶، تعداد ۴۶۰۰ هزار گردشگر خارجی، در سال ۹۷، تعداد ۷۸۰۰ هزار نفر و در ۱۱ ماهه سال گذشته ۸۷۰۰ هزار گردشگر خارجی وارد کشور شدند. سرمایه‌گذاری در حوزه گردشگری و توریسم به شدت افزایش یافته است، به طوری که در حال حاضر حجم سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری و توریسم ۲۰۰ هزار میلیارد تومان است و ۵۰۰ هتل در حال احداث نیز وجود دارد که بخشی از آن‌ها هتل‌های ۵ ستاره هستند. تعداد بوم‌گردی‌ها حدود ۵ برابر افزایش داشته و از ۴۰۰ واحد در دو سال پیش به ۲۰۰۰ واحد در حال حاضر رسیده است (استادی و همکاران، ۱۳۹۲). بر اساس گزارش رقابت‌پذیری سفر و گردشگری و توریسم، رتبه ایران در شاخص رقابت‌پذیری سفر و گردشگری و توریسم از سال ۲۰۱۱ هر دوره بهبود یافته به طوری که از رتبه ۱۱۴ ام در این سال به رتبه ۹۸ ام در سال ۲۰۱۳، رتبه ۹۷ ام در سال ۲۰۱۵ و رتبه ۹۳ ام در سال ۲۰۱۷ رسیده است. همچنین در سال ۲۰۱۹ با چهار پله صعود نسبت به سال ۲۰۱۷ در جایگاه ۸۹ امین کشور در بین ۱۴۰ کشور مورد بررسی جهان قرار گرفته است. در سال ۲۰۱۹ نمره ایران در شاخص رقابت‌پذیری سفر و گردشگری و توریسم ۳,۵ از ۷ بوده که در مقایسه با سال ۲۰۱۷، این نمره ۳,۴ درصد نمره بهبود یافته است. ایران در میان کشورهای خاورمیانه، رتبه هشتم (از ۱۱) را در شاخص رقابت‌پذیری سفر و گردشگری و توریسم به خود اختصاص داده که نسبت به سال ۲۰۱۷ تغییری نداشته است. در سال ۲۰۱۹، ایران در ۱۰ رکن از ۱۴ رکن شاخص رقابت‌پذیری سفر و گردشگری و توریسم بهبود داشته که بیشترین میزان بهبود آن نسبت به سال ۲۰۱۷ مربوط به رکن آمادگی فناوری اطلاعات و ارتباطات (نمره ۴,۵) بوده است. ایران در رکن رقابت‌پذیری قیمت‌ها در سال ۲۰۱۹ با کسب نمره ۶,۷ از ۷ بالاترین نمره را در بین ۱۴۰ کشور مورد بررسی کسب کرده و رتبه اول در جهان را به دست آورده است (استیری و عزیز، ۱۳۹۵).

بر اساس گزارش رقابت‌پذیری سفر و گردشگری و توریسم، رتبه ایران در شاخص رقابت‌پذیری سفر و گردشگری و توریسم از سال ۲۰۱۱ هر دوره بهبود یافته به طوری که از رتبه ۱۱۴ ام در این سال به رتبه ۹۸ ام در سال ۲۰۱۳، رتبه ۹۷ ام در سال ۲۰۱۵ و رتبه ۹۳ ام در سال ۲۰۱۷ رسیده است. همچنین در سال ۲۰۱۹ با چهار پله صعود نسبت به سال ۲۰۱۷ در جایگاه ۸۹ امین کشور در بین ۱۴۰ کشور مورد بررسی جهان قرار گرفته است. در سال ۲۰۱۹ نمره ایران در شاخص رقابت‌پذیری سفر و گردشگری و توریسم ۳,۵ از ۷ بوده که در مقایسه با سال ۲۰۱۷، این نمره ۳,۴ درصد نمره بهبود یافته است. ایران در میان کشورهای خاورمیانه، رتبه هشتم (از ۱۱) را در شاخص رقابت‌پذیری

<sup>۱</sup> . WTTC

سفر و گردشگری و توریسم به خود اختصاص داده که نسبت به سال ۲۰۱۷ تغییری نداشته است. در سال ۲۰۱۹، ایران در ۱۰ رکن از ۱۴ رکن شاخص رقابت‌پذیری سفر و گردشگری و توریسم بهبود داشته که بیشترین میزان بهبود آن نسبت به سال ۲۰۱۷ مربوط به رکن آمادگی فناوری اطلاعات و ارتباطات (نمره ۴,۵) بوده است. ایران در رکن رقابت‌پذیری قیمت‌ها در سال ۲۰۱۹ با کسب نمره ۶,۷ از ۷ بالاترین نمره را در بین ۱۴۰ کشور مورد بررسی کسب کرده و رتبه اول در جهان را به دست آورده است (اسماعیلی و بالایی، ۱۳۹۴). در توسعه گردشگری و توریسم عوامل متعددی تأثیرگذار هستند که امنیت شاخص‌ترین عامل گسترش گردشگری و توریسم است، بازنگری در ارتباط ارگانیک صنعت توریسم و امنیت ملی یک ضرورت است. همگام با گسترش این صنعت در برهه کنونی ارتباط ارگانیک این صنعت با مؤلفه‌هایی چون امنیت داخلی و ملی، صنایع حمل و نقل، خدمات، رسانه‌های جامعه، آموزش و پرورش و غیره دارد، وارد فاز جدیدی شده است. هدف این مقاله بررسی نقش اخلاق گردشگری و توریسم در ارتقاء امنیت گردشگران و توسعه مقاصد گردشگری و توریسم ایران است. سوال اصلی مقاله این است که اخلاق گردشگری و توریسم در ارتقاء امنیت گردشگران و توسعه مقاصد گردشگری و توریسم ایران چگونه می‌تواند ایفای نقش نماید؟ روش این مقاله کیفی است. شیوه گردآوری اطلاعات کتابخانه‌ای است. روش تجزیه و تحلیل اطلاعات توصیفی تحلیلی است.

### رویکرد نظری

کلمه «اخلاق» جمع خُلُق و به معنای نیرو و سرنوشت باطنی انسان است که تنها با دیده بصیرت و غیر ظاهر قابل درک است. در مقابل، خَلَق به شکل و صورت محسوس و قابل درک با چشم ظاهر گفته می‌شود. اصطلاح «اخلاق» در متون اخلاقی و استعمالات عرفی به سه معنا به کار می‌رود:

۱. غرایز و ملکات و صفات روحی و باطنی که در انسان است اخلاق نامیده می‌شود.
  ۲. اعمال و رفتاری که از این خلقیات ناشی گردد نیز اخلاق و یا رفتار اخلاقی گفته می‌شود (آشنا و اسمعیلی، ۱۳۸۸).
  ۳. در برخی موارد «اخلاق» به رفتار پسندیده یا حالت نفسانی خوب اطلاق می‌شود که بنا بر این استعمال معنای محدودتری به خود می‌گیرد. اما با مراجعه به اصلی‌ترین منابع کلاسیک و متعارف علم اخلاق در حوزه علوم اسلامی و دقت در موارد کاربرد آن در قرآن و احادیث، علم اخلاق را می‌توان به شرح زیر تعریف کرد:
- علم اخلاق، علمی است که صفات نفسانی خوب و بد و اعمال و رفتار اختیاری متناسب با آن‌ها را معرفی می‌کند و شیوه تحصیل صفات نفسانی خوب و انجام اعمال پسندیده و دوری از صفات نفسانی بد و اعمال ناپسند را نشان می‌دهد. بر اساس این تعریف، علم اخلاق علاوه بر گفتگو از صفات نفسانی خوب و بد، از اعمال و رفتار متناسب با آن‌ها نیز بحث می‌کند و هم‌چنان راه‌کارهای رسیدن به فضیلت‌ها و دوری از رذیلت‌ها را نیز مورد بررسی قرار می‌دهد. علم اخلاق از ارزش‌مندترین و ضروری‌ترین علوم است که انسان به آن‌ها نیازمند است. اخلاق، به عنوان وسیله‌ای در دست انسان برای دگرگون کردن جهان، امری واقعی است. تکامل جامعه را باید به عنوان جریانی در نظر گرفت که از قانونمندی‌های خود پیروی می‌کند؛ قانونمندی‌هایی که نه تنها تحت تأثیر اراده و آگاهی افراد نیستند، بلکه برعکس، اراده، آگاهی و نیت افراد را هدایت می‌کنند. در عین حال، نباید نقش آگاهی را به عنوان عامل اساسی از نظر دور داشت (باپیری و همکاران، ۱۳۹۴).

هر انسانی، به طور نسبی داری آزادی انتخاب رفتار، تعیین هدف و وسیله فعالیت است. شعور شخصی، وجدان و اراده و کیفیت خصلت های او در این انتخاب، نقش بزرگی دارند. در واقع، آزادی اراده است که انتخاب رفتار را ممکن می کند. انتخاب — که اخلاق، تنها بر اساس آن می تواند نقش فعال خود را ظاهر سازد — همیشگی و بی پایان است. دفاع مستمر از آنچه مورد قبول است و یا ترک دفاع در برخی موقعیت ها، به معنای وجود آزادی انتخاب (هر چند به صورت نسبی) است. هر عمل، انتخابی است از میان رفتارهای مختلف ممکن و نیز گزینشی است از میان کشش های اجتماعی. در جریان همین انتخاب مستمر است که انسان، نیروی خود را وقف دفاع از آزادی انتخاب می کند (باسمنجی و حیدری، ۱۳۹۱).

اگر اخلاق فردی را، به عنوان تنها عامل تعیین کننده رفتار بپذیریم، مسئولیت، جنبه ای کاملاً اخلاقی به خود می گیرد و هر فرد به طور کامل، مسئول کارهای خود خواهد بود و هر گاه عمل غیر اخلاقی از او سر بزند، تنها خود اوست که متهم و گناهکار است؛ اما اگر شرایط عینی و واقعیت های موجود را به عنوان عامل نیرومندی در نظر بگیریم که رفتار آدمی را تعیین می کنند، جریان فرق می کند. چه بسیار پیش می آید که رفتار آدمی، دلیلی بر بدبختی اوست، نه گناه او. اخلاق از لحاظ ارزش ها و آرمان های معنوی در مبارزه به خاطر مردم اهمیت دارد. این مبارزه که در راه اعتلای آگاهی مردم انجام می شود، نه تنها به عنوان یک هدف، بلکه به عنوان شرط لازم برای پیشرفت اخلاقی و رفتار آدمی، مورد تجزیه و تحلیل قرار می گیرد. اخلاق انسانی در گذر زمان، در فعالیت جامعه مؤثر است و در جهت معینی عمل می کند و مانند سلاحی در جریان مبارزه و دفاع از منافع مردم به کار می رود و آنها را برای فعالیت مشترک، سازمان می دهد (بایبوردی و کریمیان، ۱۳۹۳).

ناآگاهی و فریب خوردگی مردم تا زمانی ادامه دارد که پشت هر جمله، منافع خود یا دشمنان خود را تشخیص ندهند؛ چرا که عقاید اخلاقی به دلیل نابرابری های موجود، یک دست نیستند. اخلاقیات متفاوت، بازتاب منافع گروه های متفاوت جامعه اند. این تفاوت، ریشه در روابط بین گروه ها دارد. در واقع، گروه های متخصصم، اعتقادهای اخلاقی — اجتماعی ای دارند که نشانگر مبارزه بین آنهاست. موضوع اخلاق برای مردمی که کار می کنند و زحمت می کشند، در مقابل گروه های مقابل آنان، آن قدر ساده نیست که در برخورد اول، روشن باشد. دوگانه بودن اخلاق، نشانه ناسازگاری آن است؛ چرا که همان چیزی که برای بالادستی ها خیر و برکت و سود است، برای مردم محروم، باعث رنج و سختی است و به همین جهت، بالادستی ها معنا و مفهوم واقعی اندیشه ها و تصورهایی را که به سود آنهاست، پنهان می کنند. انسان ها (اعضای جامعه)، در جریان زندگی، دارای شخصیتی یک جانبه، همیشگی و بدون تغییر و تحول نیستند. به همین جهت، هر شخصیت را باید در جریان پرفراز و نشیب زندگی مورد بررسی قرار داد. شخصیت هر فرد، شخصیت خالص و ویژه آن فرد نیست؛ بلکه از آن جا که هر فردی در جریان کار روزمره در روابط مختلف با افراد گوناگون قرار دارد و در ضمن، با اسوه های عینی و شخصیت های برجسته تاریخی آشنا می گردد، شخصیت او به طور معمول، ترکیبی از شخصیت های مختلف است (بخارایی و همکاران، ۱۳۹۳).

می توان با ایجاد شرایط اجتماعی و تعلیم و تربیت، شخصیت فرد را تغییر داد. این تغییرات، در افراد، نسبی است و شدت و ضعف دارد. با توجه به تأثیرات ارثی (ژنتیک)، می توان زمینه استعدادهایی را که به صورت ارثی به فرد منتقل شده اند، رشد داد و یا از رشد آن جلوگیری نمود. هر فرد، از شرایط گوناگون، تأثیر می پذیرد و در شرایط

مختلف، واکنش‌های مختلف بروز می‌دهد. همیشه اشخاصی که در طی زندگی خود موفق به خودسازی، پرورش و ساخت روحیه خود شده‌اند، هم در شرایط سخت و مصیبت‌بار، قادر به مقاومت و پایداری هستند و هم با قرار گرفتن در موقعیت‌های برتر، خصلت‌های انسانی (تعهد، وفاداری و احترام به حقوق دیگران) را حفظ و از قدرت خود، سوء استفاده نمی‌کنند تا نفسانیات و اغراض شخصی خود را ارضا کنند (بیات و همکاران، ۱۳۸۷).

وظیفه هر انسان، حکم می‌کند که به پیشرفت و خوش‌بختی دیگران، اهمیت دهد و با کوشش و پشتکار، سعی کند که خودش پیشرفت کند، نه این که دیگران را عقب‌بزند و آنها را خوار کند تا خودش پیشرفت کند. در زندگی و روابط متقابل انسان‌ها ممکن است هر کس اشتباه کند. دوستان باید نسبت به یکدیگر حالتی از اعتماد و اغماض داشته باشند؛ اما روشن است که باید بین اشتباه دوستانه (که طبیعی به نظر می‌رسد) با خیانت مغرضانه و سوء استفاده، فرق گذاشت. روابط اجتماعی و زندگی خانوادگی بر پایه وجه اشتراک‌های فرهنگی و دوستی‌های وفادارانه استوار است. روحیات هر فرد و پایبندی‌های اخلاقی وی را می‌توان با آنچه که مردم همه جای دنیا به عنوان قراردادهای اخلاقی و انسانی پذیرفته‌اند، مورد بررسی قرار داد. دروغ، در همه جای دنیا زشت و بد است. دورویی، تهمت زدن، بی‌وفایی، تمسخر و تحقیر دیگران، تبعیض و ... نیز چنین‌اند. جامعه‌ای که نسبت بالایی از اعضای آن، افراد اخلاق‌مند باشند، الگوهای اخلاقی بیشتری به فرزندان خویش ارائه می‌دهد و فشار بیشتری برای اصلاح خود و کام برداشتن به سوی زندگی اخلاقی به اعضا وارد می‌آورد. در نتیجه می‌توان گفت که تلاش فرد برای عضویت در جامعه برای خودسازی اخلاقی، خیلی زود، به موجی اجتماعی تبدیل می‌شود که دیگران و نسل‌های بعد را نیز در بر می‌گیرد (بیک، ۱۳۹۲).

#### بحث

اخلاق گردشگری و توریسم از آن دسته مباحثی است که در ادبیات گردشگری و توریسم ایران کمتر مورد توجه قرار گرفته. اخلاق گردشگری و توریسم به‌عنوان یکی از موضوعات مرتبط با گردشگری و توریسم پایدار و گردشگری و توریسم مسئولانه به معنای اندیشیدن درباره پیامدهای ناشی از فعالیت‌های گردشگری و توریسم بر محیط زیست، اقتصاد و مردمان بومی و محلی در جامعه میزبان است. تجربه بسیاری از کشورها، به‌ویژه کشورهای در حال توسعه، درباره روبرو شدن با پیامدهای منفی گردشگری و توریسم که بیشتر در نتیجه توسعه یکباره و بدون برنامه‌ریزی پیدا شده بود، سازمان جهانی گردشگری و توریسم<sup>۱</sup> را بر آن داشت تا در سال ۲۰۰۴ میلادی با تشکیل «کمیته جهانی اخلاق در گردشگری و توریسم»، شیوه‌نامه‌هایی را برای افراد و نهادهای فعال در بخش گردشگری و توریسم تنظیم کند. وظیفه اصلی این کمیته، گسترش و ارتقای شیوه‌نامه‌های اخلاقی و همچنین ارزیابی و نظارت بر اجرای اصول تعیین شده است. البته باید به این نکته اشاره کرد که الزامی برای پیروی از شیوه‌نامه‌های راهبردی نیست، اما بی‌گمان به‌کار بستن آنها می‌تواند علاوه بر افزایش کیفیت خدمات ارائه‌شده، نشان‌دهنده میزان پایبندی فعالان این صنعت به بحث گردشگری و توریسم پایدار و کنترل پیامدهای منفی باشد (پوراحمد و همکاران، ۱۳۹۵). روی هم رفته نیز، هدف از تهیه و انتشار شیوه‌نامه‌های اخلاق گردشگری و توریسم، به حداکثر رساندن منافع

<sup>۱</sup> . UNWTO

بخش‌های فعال در صنعت گردشگری و توریسم و به حداقل رساندن پیامدهای منفی بالقوه‌ای است که می‌تواند محیط زیست، اقتصاد و میراث فرهنگی در جوامع میزبان را تحت تأثیر قرار دهد. تا ماه آوریل سال ۲۰۱۸ میلادی، ۵۵۵ شرکت خصوصی فعال در صنعت گردشگری و توریسم از ۶۵ کشور جهان به صورت داوطلبانه فعالیت‌های خود را بر پایه‌ی پیروی از شیوه‌نامه‌های اخلاقی تنظیم کرده‌اند. لازم به ذکر است که متأسفانه نام هیچ شرکت و نهادی از ایران در میان این ۵۵۵ شرکت خصوصی به چشم نمی‌خورد (پورجعفر و همکاران، ۱۳۸۹).

از جمله دلایلی که در یک دهه گذشته سبب جلب توجه بسیاری از کشورهای، کسب و کارها و پژوهشگران گردشگری و توریسم به مقوله اخلاق گردشگری و توریسم شده، به دست آوردن تجربه از روبرو شدن با پیامدهای منفی گردشگری و توریسم است. همان‌گونه که مزایای فراوانی در توسعه سریع گردشگری و توریسم برای بسیاری از مردمان و نواحی وجود دارد، خطراتی نیز جوامع بومی و محیط زیست را تهدید می‌کند. بنابراین، دست‌اندرکاران و تصمیم‌گیرندگان گردشگری و توریسم موظف‌اند تا با در پیش گرفتن راهکارهایی، از توزیع متوازن و عادلانه مزایای گردشگری و توریسم در میان اقشار و گروه‌های اجتماعی مطمئن شوند. در اینجا هدف از طرح موضوعی همچون اخلاق گردشگری و توریسم، جلب نگاه مدیران و سرمایه‌گذاران گردشگری و توریسم به یکی از موضوعاتی است که توجه به آن از آغاز فرایند برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری و توریسم می‌تواند به کسب اهداف گردشگری و توریسم پایدار یاری رساند. آنچه بایستی همواره به‌خاطر داشت این است که در واقع و بنا به آمارهای گردشگری و توریسم، زیرساخت‌ها و استانداردهای بین‌المللی، به‌سختی می‌توان مدعی وجود "صنعت" گردشگری و توریسم، به معنای واقعی آن، در ایران شد؛ صنعتی که حتی توان رقابت با کشورهای همسایه در منطقه خاورمیانه را داشته باشد. پس با علم به این وضعیت، بهتر آن است که ضمن پذیرش واقعیت‌ها و پرهیز از رفتارها، شعارها و اجرای برنامه‌های احساسی و شتاب‌زده، در گام نخست بدانیم که ارائه هرگونه راهکاری برای توسعه گردشگری و توریسم در ایران بدون آشنایی با سیاست‌ها، قواعد و زیرساخت‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری مدرن و مورد نیاز برای توسعه گردشگری و توریسم پایدار (همچون به‌کارگیری و بومی‌سازی شیوه‌نامه‌هایی برای ارتقای اخلاق گردشگری و توریسم، گردشگری و توریسم دسترس‌پذیر و مسئولانه) محکوم به شکست بوده و دستاوردی در بلندمدت نخواهد داشت. علاوه بر اینکه آشنایی با برخی مفاهیمی که دستاورد سال‌ها تجربه و آزمون و خطای کشورهای است که به‌طور جدی در فرایند توسعه گردشگری و توریسم درگیر بوده‌اند، این امکان را به ما خواهد داد تا از آغاز فرایند برنامه‌ریزی برای توسعه گردشگری و توریسم و کشاندن گردشگران بین‌المللی، سیاست‌ها و فعالیت‌های خود را بر پایه‌ای درست و علمی استوار کنیم. برای نزدیکی هر چه بیشتر به پارادایم‌های گردشگری و توریسم پایدار، مفهوم اخلاق در کانون توجه گردشگری و توریسم قرار گرفته است تا از یک طرف با محیط زیست، محیط فرهنگی - اجتماعی و از طرف دیگر با جامعه میزبان و فعالان این صنعت در هر بخش به شیوه‌ای اخلاقی رفتار شود (پیشرو و میکائیلی، ۱۳۹۱).

اخلاق بخشی از فلسفه است که به نظامند ساختن و معرفی رفتارهای صحیح و غلط می‌پردازد. سه حوزه عمده در مطالعات اخلاق، فرا اخلاق، اخلاق هنجاری و اخلاق کاربردی است. اخلاق کاربردی، همان چیزی است که فرد موظف است در شرایط یا در حوزه عمل خاص بدان عمل کند. اخلاق کاربردی در حوزه کسب و کار تکامل پیدا

کرده است. اخلاق در گردشگری و توریسم شاخه‌ای از اخلاق کاربردی محسوب شده و در واقع به وسیله اخلاق، بستری برای مسئولیت‌پذیری مشترک در گردشگری و توریسم فراهم می‌شود. توسعه‌ی کنترل نشده‌ی گردشگری و توریسم در دهه‌های ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ بدون توجه به اصول پایداری منجر شد رویکردهایی به کار گرفته شود که تنها در صدد تحقق حداکثری منافع تعداد محدودی از ذی‌نفعان باشد. پیامدهای ناشی از این نوع نگاه منجر شد، اخلاق در گردشگری و توریسم بیش از پیش مورد تأکید قرار گیرد. رسیدن به اصول توسعه‌ی پایدار نیازمند توجه به مفاهیم اخلاقی در گردشگری و توریسم است. در چند دهه‌ی اخیر نیز گردشگری و توریسم مسئولانه به عنوان روندی قابل توجه در جهت اتخاذ شیوه‌های بازاریابی و مصرف اخلاقی در گردشگری و توریسم مطرح شده است. گردشگری و توریسم اخلاقی اما اصطلاحی است جدید و زمانی اتفاق می‌افتد که مسافری یک مقصد یا افرادی که قصد توسعه گردشگری و توریسم در منطقه‌ای خاص را دارند، به مسائل اخلاقی چون عدالت اجتماعی، حقوق بشر، رفاه حیوانات و حفظ محیط زیست توجه نمایند. در حقیقت گردشگری و توریسم اخلاقی، تشویق مصرف‌کنندگان و فعالان صنعت به پرهیز از مشارکت در فعالیت‌هایی است که از نظر اخلاقی منفی تلقی می‌شوند (تصدیقی، ۱۳۸۹).

در پارادایم پایداری و در راستای حفظ منابع و برقراری رابطه‌ی برد-برد میان گردشگر و جامعه میزبان، اخلاق در گردشگری و توریسم مطرح می‌شود. در توسعه گردشگری و توریسم عنصر مهمی که اغلب نادیده گرفته شده است، تعهدات و ضوابط اخلاقی است زیرا گردشگری و توریسم عاملی مهم در تغییرات اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی به شمار می‌رود. در نتیجه، تدوین ضوابط اخلاقی از اهمیتی خاص برخوردار است زیرا گردشگری و توریسم مبتنی بر اخلاق لازمی موفقیت در توسعه پایدار گردشگری و توریسم است. کدهای جهانی اخلاق گردشگری و توریسم را سازمان جهانی جهانگردی در سال ۱۹۹۹، تصویب کرد که شامل ۱۰ اصل اساسی که اجزا اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سفر و گردشگری و توریسم را در بر گرفته است که به این شرح است:

ماده ۱: مشارکت گردشگری و توریسم در درک متقابل و احترام بین مردم و جوامع

ماده ۲: گردشگری و توریسم به عنوان ابزاری برای تحقق اهداف فردی و جمعی

ماده ۳: گردشگری و توریسم، یک عامل توسعه پایدار

ماده ۴: گردشگری و توریسم، برای حفظ میراث فرهنگی بشر و مشارکت در حفظ آن

ماده ۵: گردشگری و توریسم، یک فعالیت مفید برای کشورهای میزبان و جوامع

ماده ۶: وظایف مشارکت‌کنندگان در توسعه گردشگری و توریسم

ماده ۷: حق گردشگری و توریسم

ماده ۸: آزادی حرکت گردشگری و توریسم

ماده ۹: حقوق کارگران و کارآفرینان در صنعت گردشگری و توریسم

ماده ۱۰: اجرا اصول اخلاق جهانی گردشگری و توریسم (جوادی ارجمندی و همکاران، ۱۳۹۳)

گردشگران به عنوان جامعه میهمان دارای ارزش‌ها و باورهای فرهنگی متنوع هستند، اما با ورود به جامعه میزبان برای کسب پذیرش و استقبال باید ضمن حفظ شئون و اصول پذیرفته شده آن جامعه، احترام و ادب را رعایت و

احساس تعلق خاطر را نسبت به آن سرزمین داشته باشند. در واقع گردشگران مسئولان فرهنگی مسئولیت پذیری هستند که باید به حفظ محیط زیست و فرهنگ سایر جوامع احترام بگذارند. جوامع میزبان نیز با توجه به اینکه از محل درآمدهای گردشگری و توریسم به توسعه ای فراخور دست یافته اند باید بتوانند تعامل مثبت و سازنده ای را با گردشگران برقرار سازند. آنگونه که گردشگران را متقاعد کنند که دوباره از این مقصد بازدید کنند. بنابراین گردشگری و توریسم فعالیتی دو سویه است. اما باید به این مهم نیز توجه داشت که درصد قابل توجهی از گردشگران در سطح جهان با علایق و سلیق مختلف و انگیزه ها و اهداف متفاوت اقدام به گردشگری و توریسم می کنند، از این رو باید به یک شیوه نامه یا دستورالعملی هماهنگ برای جوامع گردشگر پذیر دست یافت تا بتوان کدهایی را تدوین و افراد را ملزم به رعایت آنها ساخت. این کدها می توانند برنامه های فرهنگی نگارش یافته ای براساس ویژگی های جوامع مقصد باشد، نه یک برنامه جهانی دیکته شده برای همه فرهنگ ها (چرمچیان لنگردوی و علی بیگی، ۱۳۹۲).

محققان براین باورند که صنعت گردشگری و توریسم و صاحب نظران دانشگاهی، اهمیت اخلاق را دیر درک کرده اند و عمدتاً تأثیرات گردشگری و توریسم، بالاحص تأثیر آن را بر محیط زیست مورد توجه قرار داده اند. توریسم کنسرن، سازمان خیریه ای که مقرش در بریتانیاست، سعی دارد با فعالیتهای خود صنعت گردشگری و توریسم را اخلاق محورتر کند. این سازمان در زمینه تعارضات فرهنگی، کوچ دادن های اجباری، استفاده نابجا از آب، شرایط کاری، استثمار زنان و بهره کشی جنسی از کودکان در گردشگری و توریسم و آسیب های زیست محیطی فعالیت می کند. در گزارش توریسم کنسرن می خوانیم که سالانه بیش از یک میلیون کودک مورد آزار و اذیت جنسی گردشگران قرار می گیرند و میلیون ها جوان نیز در فعالیتهای گردشگری و توریسم استثمار می شوند. در برخی از کشورهای جنوب شرق آسیا، آب مورد نیاز مردم محلی به سمت زمین های گلف هدایت می شود. مردمان بسیاری نیز وادار شده اند زمین های خود را ترک کنند تا در زمین های آنها، پارک های ملی و تفریحگاه های گردشگری و توریسم ساخته شود. با این حال، علی رغم سوء استفاده هایی که در بالا ذکر شد، به کارگیری قوانین اخلاقی در گردشگری و توریسم همواره مشکل آفرین بوده است، زیرا صنعت گردشگری و توریسم بسیار گسسته است و دارای ذی نفعان فراوانی می باشد. دیدگاه گردشگران، تورگردانان و جوامع محلی در مورد رفتارهای اخلاقی متفاوت است و در گردشگری و توریسم بین المللی تماس با سیستم های اعتقادی فرهنگی و دینی متفاوت گریزناپذیر است، بنابراین همواره مشخص نیست که گردشگر هنگام بازدید از مقصد به کدام نظام ارزشی باید پایبند باشد. در تلاش برای برطرف کردن این مسائل، مجموعه قوانین اخلاقی فراوانی به وسیله صنعت گردشگری و توریسم، حکومت ها و انجمن ها تدوین و تنظیم شده اند تا از این طریق گردشگران، جوامع میزبان، حکومت ها و تورگردانان نفع ببرند. براساس دیدگاه مالوی و فنل این قوانین " برای آگاه کردن افراد از رفتار قابل قبول و (یا) غیر قابل قبول در یک بستر خاص " طراحی شده اند. در سال های اخیر این قوانین در واکنش به تخطی های مختلف اخلاقی - در درون و بیرون از صنعت گردشگری و توریسم - توسعه پیدا کرده اند (حاتمی و همکاران، ۱۳۹۴).

گودوین و فرانسیس معتقدند که قوانین کرداری در دو دسته قرار می گیرند: قوانین اخلاقی (براساس ارزش ها) و قوانین رفتاری (عمل به آن ها در محیطی خاص). در زیر به تعدادی از قوانین کرداری جدید در گردشگری و توریسم



اشاره می‌شود. این مجموعه قوانین مختلف حاکی از وجود عوامل، مسئولان و مخاطبان بسیار زیاد در این صنعت است: قوانین رفتاری برای صیانت از کودکان در مقابل بهره‌کشی جنسی در سفر و گردشگری و توریسم (حاصل کار سازمان‌های یونسف، پایان دادن به روسپیگری و قاچاق کودکان و سازمان جهانی جهانگردی). این مجموعه قوانین توسط سازمان‌های بین‌المللی تدوین شده و گروه‌های ذی‌نفع فراوانی را در بر می‌گیرد.

قوانین رفتاری و اخلاقی راهنمایان گردشگری و توریسم (حاصل کار استانداری کیپ غربی در آفریقای جنوبی). این قوانین به‌وسیله یک دولت محلی تدوین شده و مخاطب آن به‌طور خاص راهنمایان تور است. قوانین کرداری برای گردشگران قطب شمال" (حاصل کار صندوق پول جهانی برای حیات وحش). این قوانین توسط یک سازمان خیریه جهانی که در زمینه‌ی حیات وحش فعالیت می‌کند تدوین شده و هدف آن آموزش گردشگران بازدیدکننده از قطب شمال است. این قوانین حاوی توصیه‌هایی در مورد حفاظت، پاسداری از تنوع زیستی، اقتصاد محلی و ایمنی است. علاوه بر این قوانین خاص، صنعت گردشگری و توریسم بین‌المللی اکنون دارای یک مجموعه قوانین جهانی اخلاق است که در سال ۲۰۰۱ میلادی از سوی سازمان جهانی جهانگردی منتشر شد. این مجموعه قوانین این‌گونه تشریح شده است: "مجموعه اصول جامعی که هدف آنها راهنمایی و هدایت ذی‌نفعان در توسعه گردشگری و توریسم است. این ذی‌نفعان عبارتند از حکومت‌های مرکزی و محلی، جوامع محلی، صنعت گردشگری و توریسم و شاغلان این صنعت و همچنین بازدیدکنندگان بین‌المللی و داخلی" (سازمان جهانی جهانگردی، ۲۰۰۱). این مجموعه‌ی ۹ ماده‌ای، طیف وسیعی از مسائل اخلاقی را در بر می‌گیرد؛ البته ماده‌ای نیز در آخر وجود دارد که به تشریح رویه‌های جاری برای پیاده‌سازی و ارجاع شکایت‌ها به کمیته اخلاق گردشگری و توریسم سازمان جهانی جهانگردی می‌پردازد. این مجموعه قوانین به موارد ذیل اشاره می‌کند: روابط بین گردشگران و ساکنان محلی، رضایت و کامیابی گردشگران، توسعه پایدار، بهبود و تقویت میراث فرهنگی، پیشینه‌سازی منافع گردشگری و توریسم برای مقصدها و ذی‌نفعان شامل جوامع محلی، آزادی حرکت گردشگران، و حقوق کارگران در صنعت گردشگری و توریسم (حاجی اسماعیلی و کیان‌پور، ۱۳۹۳).

البته قوانین اخلاقی بسیاری در گردشگری و توریسم وجود دارند که به دلایل مختلفی مانند تکراری بودن، کلی و جامع بودن و دشواری اجرا، مورد انتقاد قرار گرفته‌اند. به یقین، برای موفقیت قوانین اخلاقی به مصرف‌کنندگان پراکنجه‌ای نیاز است که از این قوانین تبعیت کنند. ولی باید دید که مصرف‌کنندگان در مورد گردشگری و توریسم اخلاقی چه دیدگاهی دارند؟ بی‌شک، در سال‌های اخیر مصرف‌گرایی اخلاقی رشد کرده است، زیرا مشاهده می‌کنیم کالاهایی که در شرایط منصفانه معامله می‌شوند طرفداران بیشتری پیدا کرده و علاقه به بازارهای محلی و غذاهایی که تولید محلی هستند، افزایش یافته است. برای درک دیدگاه مصرف‌کنندگان در مورد گردشگری و توریسم اخلاقی مطالعات فراوانی صورت گرفته است. این مطالعات نشان می‌دهند که بیشتر گردشگران، مقصدهای خود را براساس معیارهایی چون قیمت، آب و هوا، تسهیلات و اقامت انتخاب می‌کنند و برای شمار اندک ولی رو ب رشدی از آنها، مسائل اخلاقی و تعهد اخلاقی تورگردانان اهمیت دارد. میتل در گزارش سال ۲۰۰۵ میلادی خود بیان می‌کند که ۱۷ درصد از مسافران را می‌توان تحت عنوان گردشگران اخلاق‌مدار طبقه‌بندی کرد. او پیش‌بینی می‌کند که بازار سفرهای مسئولانه با نرخ ۲۵ درصد در سال رشد کند (حاجیانی، ۱۳۹۵).

## نقش امنیت در گردشگری و توریسم

در توسعه گردشگری و توریسم عوامل متعددی تأثیرگذار هستند که امنیت شاخصترین عامل گسترش گردشگری و توریسم است، بازرنگری در ارتباط ارگانیک صنعت توریسم و امنیت ملی یک ضرورت است. همگام با گسترش این صنعت در برهه کنونی ارتباط ارگانیک این صنعت با مؤلفه هایی چون امنیت داخلی و ملی، صنایع حمل و نقل، خدمات، رسانه های جامعه، آموزش و پرورش و غیره دارد، وارد فاز جدیدی شده است. به اعتقاد کارشناسان میان گردشگری و توریسم و ثبات و توسعه امنیت، رابطه تعریف شده وجود دارد چرا که توسعه زیر ساختهای گردشگری و توریسم، همکاری دستگاههای فرهنگی و تبلیغات مناسب و مشارکت گسترده دستگاههای امنیتی و اطلاعاتی همزمان با توسعه گردشگری و توریسم، توسعه امنیت ملی را نیز به همراه خواهد داشت، نقش و تأثیر صنعت جهانگردی در توریسم امنیت ملی یک کشور چنان است که اکثریت کشورهای توسعه یافته با وجود دارا بودن منابع کلان اقتصادی و درآمد، ترجیح می دهند بر روی صنعت توریسم متمرکز شوند. حضور مستقیم بازدید کنندگان و گردشگران در یک کشور علاوه بر توسعه اقتصاد و تبادلات فرهنگی، آن کشور را بعنوان یک قطب امن گردشگری و توریسم به جهانیان معرفی می کند تا آنجا که امنیت در معنای گسترده یکی از مهمترین مسائلی است که در میزان تقاضای گردشگران خارجی برای سفر به هر کشور دیگر تأثیرگذار است (حسن زاده، ۱۳۹۴).

اکنون کارشناسان گردشگری و توریسم بر این باورند که رابطه امنیت ملی و گردشگری و توریسم باید مورد توجه قرار گیرد بطوریکه تعریف جدیدی از امنیت ملی در سایه حضور گردشگران خارجی و شناخت واقعیتهای داخلی و انتقال آنها به خارج یک ابزار ضروری و لازم است. به این ترتیب امنیت داخلی و ملی شاخصترین عامل گسترش گردشگری و توریسم در هر کشوری است که می خواهد خود را با مشخصات کشورهای پیشرو در امر توریسم تطبیق دهد. با سیاست تنش زدایی در روابط خارجی می توان زمینه مساعدی برای جلب گردشگران کمک کرد. بنابراین ضرورت دارد که جاذبه های گردشگری و توریسم در خارج از مرزها به نحو مطلوب تبلیغ گردد و زمینه های لازم برای سهولت رفت و آمد گردشگران خارجی فراهم آید.

سازمانهای توسعه گردشگری و توریسم و کارشناسان این شاخه معتقدند که رشد و توسعه اقتصادی پدیده ای کاملاً امنیت محور بوده و یکی از بخش های اقتصادی که به شدت آسیب می بیند صنعت گردشگری و توریسم است. توسعه صنعت گردشگری و توریسم در هر کشور نشان از ثبات امنیت ملی در آن کشور است و نیز زمانی گردشگری و توریسم در کشور رونق می یابد که توجه دولت آن برای تأمین امنیت گردشگران بیشتر شده باشد. مقاصد گردشگری و توریسم در تمام نقاط مختلف یک کشور پراکنده است، در صورتی که امنیت در این مناطق تأمین شود، ضریب امنیت ملی آن کشور نیز افزایش می یابد و علاوه بر این ورود گردشگران خارجی به یک کشور نه تنها موجب تهدید امنیت ملی نمی شود بلکه به تحکیم آن نیز کمک می کند (حسینی، ۱۳۸۹).

- جوامع و اندیشه های سیاسی میزبان

در اندیشه های سیاسی، جامعه (در مقوله گردشگری و توریسم جامعه میزبان) را اغلب در معنای خاصی که جامعه مدنی نامیده می شود می شناسند.

جامعه مدنی در شکل اولیه خود به اجتماع سیاسی مربوط است، اجتماعی در چارچوب قانون و نشان دهنده وفاداری به دولت می باشد. متفکران سیاسی اولیه همچنین جامعه منظم و بشردوست را پایه زندگی متمدن می دانستند و اعتقاد بر این است که اینگونه جوامع توانایی تعامل فرهنگی به ویژه میزبانی دیگر قومیتها را به خوبی پذیرا هستند. آنها معتقدند که در یک نظام سیاسی باز می توان تعادل اجتماعی را تأمین کرد و از فروافتادن به ناآرامی و خشونت جلوگیری کرد. اینجاست که می توان شرایط میزبانی در این نظام سیاسی باز که تعادل اجتماعی در آن برقرار شده و محاسبات اقتصادی انجام داد و در این نظام انسانهای عاقل باید به قوانین اجتماعی و به یکدیگر احترام بگذارند زیرا بدون احترام به یکدیگر امنیت اجتماعی از بین رفته و جامعه دستخوش ناامنی می شود. به عقیده کارشناسان سازمان جهانی گردشگری و توریسم شرایط لازم برای رسیدن به توسعه پایدار سرمایه گذاری در گردشگری و توریسم با اتکا بر اندیشه های سیاسی و امنیت جوامع در سطح ملی و منطقه ای می باشد و بدون آن نمی توان به توسعه پایدار اندیشید (خوش فر و همکاران، ۱۳۹۲).

امنیت و گردشگری و توریسم، پارامترهای یک معادله هستند که نسبتی مستقیم با هم دارند. در واقع همان طور که یکی از عوامل مهم توسعه گردشگری و توریسم وجود امنیت است، رونق گردشگری و توریسم در یک منطقه و تردد گردشگران در یک مقصد، موجب به وجود آمدن امنیت می شود. البته نباید فراموش کرد که این قضیه همیشه هم صادق نیست، چرا که در برخی مواقع، وجود پدیده گردشگری و توریسم و رفت و آمد گردشگران باعث ناامنی شده است. با این وجود، صنعت گردشگری و توریسم و مقوله امنیت ارتباط تنگاتنگی با هم دارند.

اصولاً تا امنیت برقرار نباشد، سفری شکل نخواهد گرفت و سخن گفتن از گردشگری، بیهوده خواهد بود. براساس آن چه گفته شد، هرگاه در سطح جامعه بستر مناسبی فراهم باشد، افراد سفر می کنند و در پی آن است که فعالیت های مربوط به گردشگری رونق می یابند و اگر گردشگران نسبت به مقصدی احساس ناامنی داشته باشند، هرگز به آنجا سفر نمی کنند. امنیت و گردشگری، پارامترهای یک معادله هستند که نسبتی مستقیم با هم دارند. در واقع همان طور که یکی از عوامل مهم توسعه گردشگری وجود امنیت است، رونق گردشگری در یک منطقه و تردد گردشگران در یک مقصد، موجب به وجود آمدن امنیت می شود. البته نباید فراموش کرد که این قضیه همیشه هم صادق نیست، چرا که در برخی مواقع، وجود پدیده گردشگری و رفت و آمد گردشگران باعث ناامنی شده است. با این وجود، صنعت گردشگری و مقوله امنیت ارتباط تنگاتنگی با هم دارند. در این مورد هم باید دانست و اعتقاد داشت که ملاک امنیت در گردشگری، احساس امنیت توسط گردشگران است. از طرفی این مساله بسیار حائز اهمیت است که بدانیم امنیت را در چه مقوله هایی باید به وجود بیاوریم. موفقیت و رشد پایدار گردشگری در گرو عملکرد مناسب چرخه گردشگری و عناصر متعددی است که روی هم رفته سیستم گردشگری را تشکیل می دهند. این مولفه ها هر یک در سیستم مذکور اهمیت خاصی داشته و با سایر مؤلفه ها ارتباط تنگاتنگی دارند. یکی از مهمترین این فاکتورها که رونق و توسعه گردشگری در گرو آن است، « امنیت گردشگران و مقصدهای گردشگری » است. امنیت در حالت عمومی در برگیرنده امنیت جانی و مالی مسافران و گردشگران که از وظایف اولیه و اساسی دولت ها محسوب می شود. دولت ها موظف هستند که امنیت گردشگران بین المللی که وارد مرزهای یک کشور می شوند را تأمین کنند و برای این کار از هیچ تلاشی دریغ نورزند (ذوالقدر و کرمی، ۱۳۹۱).

و اما، وقتی با وجود بسیاری از تمهیدات دستیابی به امنیت، افراد جامعه باز هم احساس ناامنی می‌کنند باید این نکته را به یاد آورد که مردم خود را در امان نخواهند دید مگر اینکه به‌گونه‌ای، احساس امنیت به آنها القا شود. در این میان، وجود نظم اجتماعی و اجرای عادلانه قانون از مواردی هستند که احساس امنیت را در جامعه به‌وجود می‌آورند. و نهایتاً باید دانست و به این موضوع اعتقاد داشت که ملاک امنیت، احساس امنیت در میان اقشار مختلف مردم است. اصولاً تا امنیت برقرار نباشد، سفری شکل نخواهد گرفت و سخن گفتن از گردشگری و توریسم، بیهوده خواهد بود. براساس آنچه قبلاً گفتیم، هرگاه در سطح جامعه جهانی بستر مناسبی فراهم باشد، افراد سفر می‌کنند و در پی آن هستند که فعالیت‌های مربوط به گردشگری و توریسم رونق یابد و اگر گردشگران نسبت به مقصدی احساس ناامنی داشته باشند، هرگز به آنجا سفر نمی‌کنند. امنیت و گردشگری و توریسم، پارامترهای یک معادله هستند که نسبتی مستقیم با هم دارند. در واقع همان‌طور که یکی از عوامل مهم توسعه گردشگری و توریسم وجود امنیت است، رونق گردشگری و توریسم در یک منطقه و تردد گردشگران در یک مقصد، موجب به‌وجود آمدن امنیت می‌شود. البته نباید فراموش کرد که این قضیه همیشه هم صادق نیست چرا که در برخی مواقع، وجود پدیده گردشگری و توریسم و رفت‌وآمد گردشگران باعث ناامنی شده است. با این وجود، صنعت گردشگری و توریسم و مقوله امنیت ارتباط تنگاتنگی با هم دارند. در این مورد هم باید دانست و اعتقاد داشت که ملاک امنیت در گردشگری و توریسم، احساس امنیت توسط گردشگران است. از طرفی این مسئله بسیار حائز اهمیت است که بدانیم امنیت را در چه مقوله‌هایی باید به‌وجود بیاوریم؛ مسئله‌ای که برای حل آن نیازمند شناخت تهدیدها هستیم (ذوقی‌باراتی و عین‌شاهی میرزا، ۱۳۹۴).

### نقش اخلاق در امنیت آفرینی

اخلاق از نگاه دین اسلام اهمیت بسیاری داشته و در تمامی ابعاد زندگی بشر، به عنوان یک اصل حاکم مورد لحاظ قرار گرفته است. تا جایی که پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله هدف نهایی رسالت خود را در اخلاق منحصر کرده و فرمودند: «إِنَّمَا بُعِثْتُ لِأَتَمِّمَ مَكَارِمَ الْأَخْلَاقِ؛ مِنْ تَنْهَا بِرَأْيِهَا لِلْمَحْقُوقِ كَرَمَ الْأَخْلَاقِ مَبْعُوثِ شَدَاهِمَ.» از طرفی امیرالمومنین حضرت علی علیه السلام در روایتی هدف از بعثت انبیا را موارد زیر بر شمرده‌اند: «فَبِعَثَ فِيهِمْ رُسُلَهُ وَ وَاتَرَ إِلَيْهِمْ أَنْبِيَاءَهُ لِيَسْتَأْذِنَهُمْ مِيثَاقَ فِطْرَتِهِ وَ يَدْكُرُوهُمْ مَنَسِيَّ نِعْمَتِهِ وَ يَحْتَجُّوا عَلَيْهِمْ بِالتَّبْلِيغِ وَ يَثِيرُوا لَهُمْ دَفَائِنَ الْعُقُولِ وَ يُرُوهُمْ آيَاتِ الْمَقْدِرَةِ مِنْ سَقْفِ فَوْقَهُمْ مَرْفُوعٍ وَ مِهَادٍ تَحْتَهُمْ مَوْضُوعٍ وَ مَعَايِشَ تُحْيِيهِمْ وَ آجَالَ تُفْنِيهِمْ وَ أَوْصَابَ تُهْرِمُهُمْ وَ أَحْدَاثَ تَتَابَعُ عَلَيْهِمْ؛ پس [خداوند] رسولانش را در میان آنان (مردم) برانگیخت و پیامبرانش را به دنبال هم به سوی آنان گسیل داشت تا ادای عهد فطرت الهی را از آنان بخواهند و نعمت‌های فراموش شده او را به یادشان آرند و با ارائه دلایل بر آنان اتمام حجت کنند و عقول پنهان آنان را برانگیزانند و نشانه‌های الهی را به آنان بنمایانند از این سقف بلندی که بر بالای سرشان افراشته (آسمان) و گهواره‌ای که زیر پایشان نهاده (زمین) و معیشت‌هایی که آنان را زنده میدارد و اجل‌هایی که آنان را به دست مرگ می‌سپارد و ناگواری‌هایی که آنان را به پیری می‌نشانند و حوادثی که به دنبال هم بر آنان هجوم می‌آورد (رضانژاد و همکاران، ۱۳۹۴).

بنابراین اهداف بعثت انبیا را مطابق با این روایت می‌توان در موارد زیر خلاصه کرد:

۱. ادای عهد فطرت از سوی مردم

۱. یادآوری نعمت‌های خداوند به مردم

۲. برانگیختن عقول مردم

۳. نشان دادن نشانه‌های خداوند به مردم

هنگامی که این اهداف را با هدف نهایی بعثت خاتم انبیا می‌سنجیم، به این نتیجه می‌رسیم که تمامی این چهار هدف با رعایت مکارم اخلاق تامین می‌شود. به بیان دیگر کسی که اخلاق نیکو داشته باشد، عهد فطرت الهی را رعایت کرده است، نعمت‌های خدا را به یاد آورده و آن‌ها را پاس داشته است، عقل خود را زنده کرده و نشانه‌های الهی را مشاهده نموده است (رضایی، ۱۳۹۳).

نکته دیگری که می‌تواند اهمیت حسن خلق را با توجه به این روایت نشان دهد، بررسی هدف خلقت انسان است. خلقت انسان رسیدن به مقام عبودیت است: «وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ؛ جن و انس را نیافریدم مگر برای این که بندگی مرا کنند. عبودیت یا همان بندگی محض و اطاعت بی چون و چرا از حضرت حق مقام بسیار بالایی است. به همین دلیل است که در تشهد ابتدا شهادت به عبودیت پیامبر خدا داده می‌شود و بعد شهادت به رسالت ایشان: «أَشْهَدُ أَنْ مُحَمَّدًا عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ؛ شهادت می‌دهم که محمد بنده او و فرستاده اوست.

طبیعتاً خداوند پیامبران را فرستاده است تا انسان را به هدف نهایی از خلقت یعنی عبودیت برساند. با کنار هم قرار دادن این آیه و روایت مکارم اخلاق اهمیت حسن خلق بیشتر روشن می‌شود. نتیجه این که حسن خلق مساله‌ای است که اگر به خوبی رعایت شود، می‌تواند انسان را به هدف نهایی خلقت یعنی عبودیت برساند. از این جاست که روشن می‌شود چرا حسن خلق در روایات خود را در سه بعد اسلام، ایمان و اعمال نشان داده به این صورت که تمام دین، کمال ایمان و سنگین‌ترین اعمال دانسته شده است: «فَقَالَ يَا رَسُولَ اللَّهِ مَا الدِّينُ؟ قَالَ حُسْنُ الْخُلُقِ؛ پس عرض کرد ای رسول خدا دین چیست؟ فرمودند نیکویی اخلاق (رضایی و بالایی، ۱۳۹۵).

امام باقر علیه السلام فرمودند: «إِنَّ أَكْمَلَ الْمُؤْمِنِينَ إِيمَانًا أَحْسَنُهُمْ خُلُقًا؛ همانا کامل‌ترین مومنان از نظر ایمان کسانی هستند که اخلاق آن‌ها از همه نیکوتر باشد». امیرالمومنین علیه السلام فرمودند: «أَثْقَلُ مَا يَوْضَعُ فِي الْمِيزَانِ الْخُلُقُ الْحَسَنُ؛ سنگین‌ترین چیزی که در ترازو وزن می‌شود، اخلاق نیکو است. حسن خلق در دین اسلام حتی خود را در مسائل عرفی و عقلایی نیز به روشنی نشان داده است. یکی از این موارد حسب و نسب است. اصل و نسب از دیرباز تا زمان حاضر در میان مردم امری بسیار مهم و قابل توجه بوده است تا جایی که همواره یکی از بیشترین تأثیرات را در امور مهم زندگی انسان مانند ازدواج، استخدام کاری، همسایگی و ... داشته است. امیرالمومنین علیه السلام اخلاق نیکو را بالاترین نوع حسب و نسب دانسته و فرمودند: «أَكْرَمُ الْحَسَبِ حُسْنُ الْخُلُقِ؛ گرامی‌ترین شرافت اخلاق نیکو است. مطابق با این روایت حسن خلق بالاتر از اصالت رایج در میان مردم است. بدین ترتیب اگر کسی اصالت قابل توجهی نداشت، اما اخلاق نیکو داشت، گزینه مناسبی در مسائل مورد ابتلای زندگی انسان مانند ازدواج است. بر اساس همین روایت حتی می‌توان این‌گونه ادعا کرد که انسان بی‌اصالت خوش‌اخلاق از انسان بااصالتی که اخلاق نیکو ندارد، از جایگاه والاتری برخوردار است.

فواید رعایت موازین اخلاقی از نگاه اسلام منحصر در آخرت و حتی منحصر در مسلمانان نیست؛ بلکه بسیاری از دستورات اخلاقی دین ارشادی است؛ بدین معنا که هر شخصی با رعایت آن از مزیت‌های عرفی آن بهرمنند خواهد

شد. به عنوان مثال یکی از نیازمندی‌های هر فردی در مواجهه با جامعه، روابط اجتماعی خوب است. بدون شک تک‌تک انسان‌هایی که در اجتماع زندگی می‌کنند، آرزو دارند روابط حسنه‌ای با دیگران داشته باشند. قرآن کریم راهکار تحقق ارتباط موفق با دیگران را داشتن اخلاق نیکو ذکر کرده و می‌فرماید: «ادْفَعْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ فَإِذَا الَّذِي بَيْنَكَ وَبَيْنَهُ عَدَاوَةٌ كَأَنَّهُ وَلِيٌّ حَمِيمٌ؛ بدی را با نیکی دفع کن. ناگاه [خواهی دید] همان کسی که میان تو و او دشمنی است، گویی دوستی گرم و صمیمی است. حتی اساساً راز موفقیت پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله نیز در قرآن همین اخلاق نیکو دانسته شده است؛ چنان‌که خداوند متعال می‌فرماید: «فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظًا لَفُتِنُوا مِنْ حَوْلِكَ؛ به واسطه رحمت الهی در برابر آنان نرم [و مهربان] شدی و اگر خشن و سنگدل بودی، هر آینه از اطراف تو پراکنده می‌شدند. مجموع این امتیازات موجب شده تا در دین اسلام اخلاق نیکو از بالاترین نعم الهی معرفی شود تا جایی که از سایر نعمت‌ها کفایت کند. امیرالمومنین علیه السلام به این نکته تصریح کرده و فرمودند: «كَفَى ... بِحُسْنِ الْخُلُقِ نَعِيمًا؛ حسن خلق به عنوان نعمت کافی است». بنابراین اگر کسی تنها حسن خلق داشت و از نعمت دیگری برخوردار نبود، چیزی را در زندگی نباخته است (ریکی و همکاران، ۱۳۹۳).

آنچه تاکنون درباره حسن خلق گفتیم، مزایای برخوردار از این نعمت گرانبها بود. اما مساله به همین جا ختم نمی‌شود. سوء خلق نیز معایب فراوانی دارد که شاید بالاترین عیب آن در دین اسلام این است که سرچشمه همه بدی‌ها می‌باشد؛ چنان‌که امیرالمومنین علیه السلام فرمودند: «عَدَمُ الْأَدَبِ سَبَبُ كُلِّ شَرٍّ؛ فقدان ادب (اخلاق) علت هر شری است. به دلیل اهمیت ویژه اخلاق است که اسلام در دستورات عبادی خود نیز اخلاق را مدنظر قرار داده و یکی از بالاترین اهداف این دستورات را رسیدن به اخلاق نیکو می‌داند. به عنوان مثال در مورد نماز می‌فرماید: «وَأَقِمِ الصَّلَاةَ إِنَّ الصَّلَاةَ تَنْهَى عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ؛ و نماز را به پا دار که نماز از زشتی و بدی باز می‌دارد. اهمیت این آیه و ارتباط آن با اخلاق زمانی بیشتر روشن می‌شود که به اهمیت نماز در دین توجه کنیم. امام باقر علیه السلام فرمودند: «الصَّلَاةُ عَمُودُ الدِّينِ مِثْلُهَا كَمِثْلِ عَمُودِ الْقُسْطِ إِذَا تَبَتِ الْعَمُودُ يَتَّبِتُ الْأَوْتَادُ وَالْأُتُنَابُ وَإِذَا مَالَ الْعَمُودُ وَانْكَسَرَ لَمْ يَتَّبِتْ وَتَدَّ وَلَا طُنْبُ؛ نماز ستون دین است. مثل آن مانند ستون خیمه است. هنگامی که ستون پابرجا باشد، میخ‌ها و طناب‌ها پابرجا می‌ماند و هنگامی که ستون کج شود و بشکند، هیچ میخ و طنابی پابرجا نمی‌ماند (زمانیان و موسوی، ۱۳۹۴).

از این روایت فهمیده می‌شود کسی که نماز نداشته باشد، دینی نخواهد داشت و اگر نماز درستی داشته باشد، دین او پابرجا خواهد ماند. از طرفی مطابق با آیه‌ای که گذشت یکی از اثرات مهم نماز اصلاح اخلاق انسان است. به عبارت دیگر کسی که نماز درستی داشته باشد، اخلاق نیکویی خواهد داشت. بنابراین نماز صحیح هر دوی دین و اخلاق را صحیح خواهد کرد و این مساله یادآور همان روایتی است که دین را حسن خلق می‌دانست.

از این قضیه شرطیه که اگر نماز صحیح باشد، اخلاق نیکوست، می‌توان نتیجه گرفت که اگر اخلاق نیکو نباشد، نماز صحیح نبوده است. به این مساله در اصطلاح علم منطق عکس قضیه شرطیه می‌گویند. از طرف دیگر اگر نماز به عنوان ستون دین صحیح نباشد، دینی باقی نخواهد ماند. از کنار هم قرار گرفتن این دو قضیه شرطیه نتیجه می‌شود که اگر اخلاق نیکو نباشد، دین نیز وجود نخواهد داشت که مجدداً مفاد روایت حسن خلق دانستن دین را یادآوری می‌کند و نیز یادآور روایتی است که فقدان اخلاق را علت هر شری می‌دانست؛ زیرا فقدان اخلاق دین را از بین

می‌برد و بی‌دینی نیز طبیعتاً انواع شرور را به دنبال خود می‌آورد. نکته پایانی این که حتی اگر اخلاق در دین هم توصیه نشده بود، شایسته بود انسان آن را فرا گیرد. از همین رو امیرالمومنین علیه السلام فرمودند: «لَوْ كُنَّا لَا نَرْجُو جَنَّةَ وَلَا نَخْشَى نَارًا وَلَا تَوَابًا وَلَا عِقَابًا لَكَانَ يَنْبَغِي لَنَا أَنْ نَطْلُبَ مَكَارِمَ الْأَخْلَاقِ فَإِنَّهَا مِمَّا تَنْدُلُ عَلَي سَبِيلِ النَّجَاحِ؛ اگر ما نه امید به بهشتی داشتیم و نه از آتشی می‌ترسیدیم و نه پاداشی بود و نه کیفری، هر آینه برای ما سزاوار بود به دنبال مکارم اخلاق باشیم که از چیزهایی است که به راه کامیابی راهنمایی می‌کند. بدین ترتیب بر انسان لازم است که در تمامی شئون زندگی خود اخلاق را رعایت کند. اخلاق است که باعث می‌شود تا هر انسانی وظایف خود را به درستی انجام دهد و با تحقق این امر به طور خودکار حقوق انسان‌ها نیز توسط دیگران رعایت خواهد شد. در صورت رعایت اخلاق است که زندگی اجتماعی از نشاط برخوردار بوده و جامعه به راحتی می‌تواند به اهداف مورد نظر خود در تمام ابعاد اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و ... دست یابد (سهراب‌زاده و همکاران، ۱۳۹۶).

علم اخلاق از آن رو که فضیلت را از رذیلت و خیر را از شر می‌شناساند، همواره اهمیت داشته است. در قرآن کریم هدف از فرستادن پیامبر (صلی الله علیه و آله) تزکیه نفوس بیان شده است. ۳ و در سوره مبارکه شمس پس از یازده قسم، پروردگار می‌فرماید: «قد افلح من زكها» ۴ یعنی به تحقیق کسی که تزکیه نفس کرد، رستگار شد. از این آیات استفاده می‌شود که تهذیب نفس هر چند مراتبی دارد و برخی از آن واجب و برخی مستحب است، اما امری حیاتی است که در اسلام جایگاه والایی دارد و پس از مسئله خدا و پیامبر (صلی الله علیه و آله) نوبت به مسئله اخلاق می‌رسد و اگر تهذیب و تزکیه نباشد چه بسا اعتقادات اصلی از دست برود. اختصاص یافتن بخش قابل توجهی از آیات قرآن کریم و روایات اهل بیت (علیهم السلام) به تعالیم اخلاقی، بیانگر اهمیت مباحث اخلاقی است و از این مهم تر، کامل ساختن مکارم اخلاق، غایت بعثت پیامبر اکرم (صلی الله علیه و آله) معرفی شده است. آن حضرت می‌فرماید: «انی بعثت لاتمم مکارم الاخلاق، علیکم بمکارم الاخلاق» ۶ فان ربی بعثنی بها» ۷ (مبعوث شدم تا مکارم اخلاق را تمام کنم، بر شما لازم است که به مکارم اخلاق عمل کنید همانا خداوند متعال مرا برای مکارم اخلاق مبعوث گردانید.) خداوند متعال سرچشمه تمام فضایل است و قرب و نزدیکی به او از طریق متخلق شدن به اخلاق الهی امکان پذیر است و هر فضیلتی آدمی را گامی به ذات مقدس نزدیک تر می‌کند (شاهیوندی و همکاران، ۱۳۹۰).

در روایتی دیگر پیامبر اکرم (صلی الله علیه و آله) فضایل اخلاقی را وسیله ارتباط بین خداوند متعال و بندگان معرفی کرده و می‌فرماید: «جعل الله سبحانه مکارم الاخلاق صلةً بینه و بین عباده فحسب احدکم ان یتمسک بخلق متصل بالله» ۸ یعنی خداوند سبحان فضایل اخلاقی را وسیله ارتباط بین خود و بندگان قرار داد، همین بس که هر یک از شما دست به اخلاقی بزنند، او را به خدا مربوط می‌سازد. سفارش ائمه (علیهم السلام) به کسب مکارم اخلاق خود دلیلی بر اهمیت آن است. علی (علیه السلام) به کمیل می‌فرماید: «یا کمیل مر اهلک ان یروحوا فی کسب المکارم» ۹ یعنی ای کمیل خانواده ات را فرمان ده که روزها در پی تحصیل صفات پسندیده باشند. کسب فضایل که گامی در جهت تأسی به الگوهای راستین بشری و همانندی با پیامبران الهی است، لطف عظیمی از ناحیه پروردگار است و باید آن را از خداوند متعال درخواست کرد. امام صادق (علیه السلام) می‌فرماید: «ان الله عزوجل خص رسله بمکارم الاخلاق فامتحنوا انفسکم فان کانت فیکم فاحمدوا الله واعلموا ان ذلک من خیر و الا تکن فیکم فاسألوا الله و ارغبوا الیه فیها» ۱۰ (خداوند متعال رسولان خویش را به مکارم اخلاق مخصوص گردانید، پس شما نیز خود را مورد

آزمایش قرار دهید و با انبیاء مقایسه کنید، اگر صفات حمیده را در خود یافتید، خداوند متعال را سپاس گوید و بدانید که برای شما پسندیده است و در غیر این صورت از خداوند طلب توفیق کنید و از خود میل و رغبت نشان دهید که به مکارم اخلاق برسید).

امتیاز و برتری انسان بر سایر موجودات، همانا عقل و قوه استدلال اوست. از طرفی هر فرد از افراد انسان با غریزی همانند حب ذات، میل به کمال، استخدام دیگران، علاقه به مال و مقام و غیر اینها آفریده شده است. این غرایز که ضامن بقای انسان و سرچشمه هر نوع تحرک و جنبش حیاتی او هستند، آن چنان در روان آدمی ریشه دارند که گاهی سرنوشت او را به دست گرفته و خط و مشی زندگی او را تعیین می کنند و با قدرت و سرکشی خیره کننده ای از نفوذ و بینایی عقل کاسته و آن را محدود می سازند. اینجاست که نقش اخلاق در زندگی و لزوم رهبری صحیح غرایز روشن و مسئولیت علمای اخلاق ارزیابی می شود. پس شکوفایی انسانیت انسان به عنوان رسالت اخلاق معرفی می گردد. علی (علیه السلام) در کلامی زیبا می فرماید: « فمن تخلق بالاخلاق النفسانیة فقد صار موجوداً بما هو انسان دون ان یکون موجوداً بما هو حیوان. » ۱۲ (کسی که خود را به اخلاق بیاراید و شخصیت خویش را بپرورد انسان است و گرنه حیوان خواهد بود. رسالت علم اخلاق این است که با شناسایی استعدادهای گوناگون انسان و فضایل و رذایل روح آدمی، چگونگی ایجاد تعادل در میان امپال گوناگون و راه و روش تربیت نفس را میسر سازد، به گونه ای که انسان بتواند به کمال شایسته خود نایل شود. تفسیر واقعی این کمال و سعادت به آن است که انسان به قدر ظرفیت و استعداد خود، چه در صفات نفسانی و چه در حوزه رفتاری، جلوه اسماء و صفات الهی گردد، تا درحالی که همه جهان طبیعی به تسبیح جمال و جلال خداوند متعال مشغول اند، انسان با اختیار و آزادی خویش، مقرب ترین و کامل ترین و گویاترین مظهر الهی باشد. پس می توان چنین نتیجه گرفت که رسالت علم اخلاق شناسایی خلق های پسندیده و خوی های ناپسند و راه پیراستن نفس از خلق های ناپسند و روش آراستن نفس به سجایای پسندیده است (شاهپوندی و همکاران، ۱۳۹۰).

### نقش اخلاق در امنیت گردشگری و توریسم

حرکت هر جامعه به سوی توسعه و پیشرفت نیازمند به مولفه هایی برای پایدار سازی این روند و حرکت پیوسته به سوی مطلوب ها است و شکی وجود ندارد که پیشانی اصلی توسعه مندی یک جامعه را نیروی انسانی توانمند، متعهد، خلاق و حرفه ای تشکیل می دهد که بار اصلی حرکت به سوی پیشرفت را بر دوش می کشد. امنیت اجتماعی آراستگی افراد جامعه و شهروندان به فضایل اخلاقی و نظام مندی ساختارهای اجتماعی بر مبنای اخلاقی، انگیزه ها و شرایط جرم و جنایت را کاهش داده و محدود می سازد. در نتیجه عمل کردن مطابق الگوهای عمل مجرمانه و تخلف از ارزش های اخلاقی و تعدی از هنجارهای حقوقی و قانونی را دشوار می سازد. بازدارندگی اخلاق نسبت به اعمال مجرمانه با بسیاری از نظریه های کجروی سازگاری دارد. نظریه کلاسیک جرم شناسی که علت جرم را گزینش و انتخاب خود فرد و ماهیت آن را ارادی می داند، می پذیرد که تحقق ارزش های اخلاقی در فرد و جامعه سبب کاهش تصمیمات غیرعقلانی و سوء اختیار می شود. نظریه اثبات گرایی زیستی روانی که جرم را معلول ویژگی های مجرم و نارسایی های فردی می داند، موافق است که با تقویت ارزش های اخلاقی و اهتمام به تربیت اخلاقی می توان به نوعی



مداخله پیشینی<sup>۱</sup> را در روند پیش‌گیری اعمال کرد. نظریه فشار نیز که با روی کردی اجتماعی در تحلیل جرم و کجروی، ساختارها و فرصت‌های جرم‌خیز اجتماعی را علت پدید آمدن فشار اجتماعی و در نتیجه رفتار مجرمانه می‌داند،<sup>۳</sup> اذعان می‌کند که توسعه‌ی اخلاق اجتماعی و اخلاق سیاسی به‌ویژه تحقق اصل عدالت موجب کاهش گسست اجتماعی<sup>۲</sup> و سایر آسیب‌های فشارزا می‌شود. سایر نظریات نیز به‌گونه‌ای است که با توسعه‌ی حوزه‌های گوناگون اخلاق خانواده، اخلاق اجتماعی، اخلاق سیاسی، و ارائه نظام اخلاقی غیرنسبی مبتنی بر مبانی معرفت‌شناسی واقع‌گرا و پایدار، مصادیق مورد تبیین و کانون‌های تحلیل خود را از دست می‌دهند (شرفخانی و همکاران، ۱۳۹۲).

نظریه انگ‌زنی به قدرت انگ‌زنی و بدنام کردن دیگران از سوی برخی - مثلاً برخورداران از مناصب قضایی - در جامعه می‌پردازد این نظریه رفتار مجرمانه را تعریف پذیر در خلال کنش اجتماعی می‌داند. ۵ بنابراین جرم معمولاً در ارتباط با قدرت موجود معنی پیدا می‌کند و به رفتاری که در چارچوب ارزش‌ها و اهداف اقتدار نباشد، گفته می‌شود. این امر با توسعه اخلاق راستین و غیرنسبی در اجتماع و کجروی دانستن عمل فرد یا نهاد یا جامعه انگ‌زننده، فضای مانور خود را از دست می‌دهد. نظریه فمینیستی با توسعه‌ی اخلاق خانوادگی و بازیابی جایگاه ارزش زن با تحکیم هنجارهای اخلاقی تنگ دامنه می‌گردد. و البته بخشی از مدعیات و مطالبات فمینیستی جذابیت خود را از دست می‌دهد و امنیت روانی به محیط خانواده بازمی‌گردد. بهداشت روان رفتار ناهنجار اخلاقی و زیر پا گذاشتن ارزش‌های اخلاقی بیش از هر چیز خود فرد را به اضطراب و نگرانی و حتی افسردگی و پریشانی دچار می‌کند (شیبانی، ۱۳۹۵). لذا یکی از علل این عوارض روانی احساس گناه و شرم است. زیرا هنجارشکنی و فرو نهادن ارزش‌های اخلاقی، وجدان فرد را با تضاد مواجه ساخته و نتیجه‌ی این تضاد درونی فشار عصبی و تنیدگی است. رفتارهای ضد اخلاقی به صورت عوامل بیماری‌زای رفتاری عمل کرده و سلامت روان را تهدید می‌کند و حتی می‌تواند تغییرات ایمنی‌شناختی زیان‌بخش در ساختار روان‌تنی فرد پدید آورد. در مقابل شخصیتی که می‌تواند ارزش‌های اخلاقی را حفظ کند اگرچه در عمل بیرونی با محدودیت مواجه می‌شود ولی در کنش‌های روانی است که انسجام وجود دارد و احساس رضایت شخصی، آرامش و خودپنداری مثبت به صورت عوامل شخصیتی تأثیرگذار بر سلامت روان او را در وضعیت مطلوب و پایدار قرار می‌دهد. خودکنترلی<sup>۳</sup> به عنوان یکی از ویژگی‌ها و شاخص‌های انسان سالم مهارتی است که در عمل حاصل می‌شود. ۸ و شخصیت اخلاقی به خوبی از این مهارت برخوردار است و آن را به کار می‌گیرد. در جامعه‌ای که ارزش‌های اخلاقی نهادینه شده و افراد آن برای زندگی با ارزش‌های اخلاقی آماده شده‌اند، خودکنترلی اخلاقی به راحتی امکان‌پذیر است و این جنبه از بهداشت روانی به‌گونه مطلوبی تأمین می‌شود که آرامش، احساس رضایت شخصی و خودپنداری مثبت را برای فرد متخلّق به دنبال دارد. به نظر می‌رسد که آنچه در مقوله فرهنگ از اهمیت خاصی برخوردار است، « اخلاق » می‌باشد. رابطه بین اخلاق و توسعه رابطه‌ای یک جانبه و استاتیک نیست، ارتباط پیچیده بین این دو مقوله از آنجا ناشی می‌شود که اخلاقیات، توسعه پذیرند. اخلاقیات توسعه پذیر، می‌تواند سکوی جهش یک جامعه باشد و زمینه‌هایی چون پویایی، عقلانیت، خلاقیت، تعلیم

1. earlyintervention

2. Socialdisjuncture

3. Self-contrd

پذیری، دنیوی بودن، مشارکت پذیری، ریسک پذیری را دارا باشد. اقتصاد دانان برجسته‌ای چون هاگن بر اصالت اخلاقی صحنه می‌گذارند و تحولات اقتصادی را معلول تحول فرهنگی و منبعث از آن می‌دانند. وی می‌نویسد: که «تحول اساسی در فرهنگ» به خودی خود باعث می‌شود که اقتصاد از حالت رکود خارج گردد و به رشد و توسعه رو نهد». روستو جنبه‌های اخلاقی را که مربوط به توسعه اقتصادی می‌شود، شامل تمایل به پیش بردن علم، تمایل به کارودانش مکتسبه در محیط مادی زندگی، تمایل به داشتن فرزندوکوشش برای پیشرفت مادی میداند. ارتباط پویای اخلاقی و توسعه مورد توجه بسیاری از جامعه شناسان بوده است. بررسی‌های روانشناسی اجتماعی مذاهب، حاکی از تمایزات رفتاری پیروان مذهبی واحد می‌باشد. یک بررسی از مسلمانان ساکن نواحی شمال افریقا (مراکش، الجزایر، تونس) نشان می‌دهد که در این منطقه برانگیختگی، افسردگی و عدم تعادل بسیار شدید است، در حالی که مسلمانان نواحی جنوبی افریقا افرادی مصمم، منصف و متعادلند. تعالیم اخلاقی ضمن آن که سمت حرکت، استراتژی رشد و شدت رشد را تعیین می‌کند، ولی تحولات اقتصادی جامعه اخلاقیات جامعه، را در محل نوین تحت تأثیر قرار می‌دهد (صالحی امیری و همکاران، ۱۳۸۹).

#### نتیجه گیری و دستاورد علمی پژوهشی

گردشگری و توریسم دارای اهمیت اقتصادی و اجتماعی قابل توجهی برای جامعه میزبان و گردشگران است. گرچه هدف گردشگران نمی‌تواند اقتصادی باشد ولی تأثیر اجتناب‌ناپذیر یافته‌های گردشگران در اصلاح و بهبود شیوه‌های زندگی و کار خود می‌تواند ثمرات اقتصادی نیز داشته باشد. به علاوه برخی گردشگران با هدف آموزش به سفر می‌روند که هدف اقتصادی نیز در آن مستتر است. اهمیت اقتصادی گردشگری در جهان معاصر به اندازی قابل توجه است که از آن به عنوان صنعت گردشگری و توریسم یاد می‌شود. این صنعت در بردارنده فعالیت‌های مدیریتی، اجتماعی، صنعتی و تولیدی فراوانی است که موجب اشتغال‌زایی، کسب درآمد، فروش محصولات و تولیدات می‌شود. اهمیت گردشگری در دو بعد اقتصادی و اجتماعی قابل توجه است. اینک گردشگری در حال تبدیل شدن به فعالیت اقتصادی پیش‌تاز جهان در ربع اول قرن ۲۱ و مهم‌ترین و سودآورترین تجارت جهان است. اهمیت اقتصادی گردشگری از دو بعد ایجاد اشتغال و کسب درآمد در فرایند پذیرایی و خدمات دهی به گردشگران ناشی می‌شود. در صنعت گردشگری، جلب جهانگرد به یک کشور، منجر به رونق فعالیت در بخش ساختمانی برای نوسازی مرکز شهرها، ساختن اقامتگاه‌ها و مکان‌های پذیرایی نظیر هتل‌ها و رستوران‌ها، رشد صنایع ساخت لوازم تفریحی نظیر قایق‌های تفریحی، اسباب‌کمپینگ نظیر چادر و اردوگاه و لوازم ورزشی، رشد تولید صنایع دستی و محلی، افزایش اشتغال در بخش خدمات در حرف کارگر و کارمند هتل‌ها، رستوران‌ها، مؤسسات و دفاتر مسافرتی، گمرک و حمل و نقل، راهنمایان جهانگردی، مراکز تهیه نقشه‌ها و بروشورهای مختلف، مراکز تولید صنایع دستی و فروشگاه‌های عرضه کننده آن، تولید و بسته بندی فرآورده‌های غذایی و ... می‌شود. " مطابق برآورد سازمان جهانی گردشگری، کل گردشگران دنیا در سال ۱۹۵۰، تقریباً ۲۵ میلیون نفر و در سال ۲۰۰۰ حدود ۷۰۰ میلیون نفر بود که در سال ۲۰۲۰ به حدود یک میلیارد و ۶۰۰ میلیون نفر خواهد رسید. درآمدهای حاصل از گردشگری نیز در سال ۱۹۸۰ حدود ۱۰۵ میلیارد دلار بوده که در سال ۲۰۰۰ به ۴۷۶ میلیارد دلار افزایش یافته است و در سال ۲۰۲۰ به حدود یک میلیارد و ۵۹۰ میلیون دلار خواهد رسید. امنیت به مفهوم رهایی از ترس و خطر و احساس دوری از

هرگونه تعهد، یکی از نیازهای اصلی و اساسی انسان‌ها از آغاز زندگی بوده است. امنیت به این معنا پیوند عمیقی با ساختارهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جامعه دارد. تعاریف لغوی امنیت در فرهنگ‌های لغت عبارت است از درمان بودن، آرامش و آسودگی، حفاظت در مقابل خطر، احساس آزادی از ترس، احساس ایمنی و رهایی از تهدید. براساس نگرش‌های جدید (امنیت به همان اندازه که مقوله‌ای فیزیکی است یک مقوله روانی نیز محسوب می‌شود). به عبارت امنیت هم مسأله‌ای عینی و هم ذهنی است. در بُعد عینی آن گونه که ولفرز معتقد است امنیت یعنی (نبود تهدید، برای ارزش‌های کسب شده و در بُعد ذهنی عبارت است از فقدان هراس از حمله به ارزش‌های مزبور) این نگرش ذهنی و عینی به امنیت نه تنها در ارتباط با ابعاد غیر نظامی و ابعاد داخلی امنیت، بلکه حتی در ارتباط با امنیت نظامی و تهدیدهای خارجی نیز معنادار است چنان که رابرت ماندل معتقد است. (امنیت شامل تعقیب روانی و مادی ایمنی است و اصولاً جزء مسئولیت حکومت ماست تا از تهدیدات مستقیم ناشی از خارج نسبت به بقای رژیم‌ها، نظام شهروندی و شیوه زندگی شهروندان خود ممانعت به عمل آورند).

تدوین قوانین و مقررات خشک و بی‌روح الزام‌آور در قالب ضوابط اخلاقی برای همه مقصدهای گردشگری پذیر کشورهای عضو سازمان جهانی گردشگری و توریسم، در واقع موجب سلب هويت متنوع گردشگری و توریسم و کسب تجارب متفاوت برای گردشگران شده و مقصدها را شبیه یکدیگر می‌سازد. بنابراین باید کدهای اخلاقی مورد نیاز که از سوی جامعه میزبان و میهمان باید رعایت شوند را بومی‌سازی و مبتنی بر ویژگی‌های فرهنگی هر مقصد تدوین کرد. عوامل عرضه گردشگری و توریسم در هر مقصد نیز اصلی‌ترین ذینفعان گردشگری و توریسم هستند که از محل درآمدهای گردشگری و توریسم به حیات خویش ادامه می‌دهند. بنابراین رعایت استانداردهای بین‌المللی از یکسو و از سوی دیگر رعایت اصول اخلاقی بومی می‌تواند زمینه توسعه پایه‌ای گردشگری و توریسم اخلاق‌مدار را فراهم آورد. گردشگران هم با توجه به جامعه و فرهنگ خود دارای باورها و عقاید خاص بوده که با قوانین ملی و بین‌المللی سفر و کدهای اخلاقی تدوین شده برای هر مقصد باید هماهنگ باشند، تا بتوانند سفیر گردشگری و توریسم شایسته‌ای میان فرهنگ مبدأ و مقصد باشند. اخلاق اسلامی واجد آداب اسلامی و شرایط ویژه‌ای است که در مقصدهای گردشگری و توریسم رعایت آن ضروری است. دستورات دینی مورد اعتقاد جامعه میزبان باید از سوی گردشگران مورد پذیرش قرار گرفته و در چارچوب آن رفتار شود. جامعه بین‌الملل کدهای اخلاقی را برای گردشگران تدوین کرده، اما این کدها در جوامع اسلامی دارای مبانی مخصوص به خود است و باید آنها را نیز به گردشگران ارائه داد. سه پارادایم اصلی اخلاق که به طور خاص به گردشگری مربوط هستند، عبارتند از: تمامیتخواهی، احترام به دیگران و اخلاق فضیلتی. برای بررسی اخلاقی بودن تصمیمها در گردشگری نمیتوان تنها به یک رویکرد اکتفا کرد و باید هر سه رویکرد را همزمان مورد نظر قرار داد. نقطه آغاز تامل اخلاقی درباره عمل خوب در گردشگری، رویکرد تمامیتخواهی است. در صورت یکسان گرفتن سایر شرایط، یک عمل خوب باید سودمندی (مانند خوشبختی، ثروت، امنیت و رفاه) را برای بیشترین تعداد افراد به حداکثر برساند. یکسان گرفتن سایر شرایط قید مهمی است، زیرا برخی از خوبیها ممکن است به اجتماع بزرگی نفع فراوان برساند، ولی هزینه سنگینی برای گروهی اقلیت داشته باشد. عمل اخلاقی باید به رفاه گروه کوچکتر نیز توجه کند که این را میتوان در فلسفه کانتی

«احترام به انسان» یافت. مفهوم شخصیت پر فضیلت ارسطو نیز رویکرد منفعل کانت به اخلاق را فعال میکند و هدف مثبتی برای عمل اخلاقی برمیگزیند.

## 0 منابع

۱. استادی، حسین؛ رفعت، بتول و رئیسی؛ عباس علی (۱۳۹۲)، نقش سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در رشد اقتصادی ایران (۱۳۸۷-۱۳۵۷) و بررسی رابطه متقابل آن‌ها. فصلنامه تحقیقات توسعه اقتصادی، ۳(۹)، ۱۷۲-۱۴۷.
۲. استیری؛ امیر هوشنگ و عزیزی؛ جلیل. (۱۳۹۵)، بررسی رابطه بین امنیت جانی و توسعه فرهنگی. مجله علوم انسانی، ۱(۲۰)، ۱۷۳-۱۸۱.
۳. اسماعیلی، محسن و بالایی، حمید (۱۳۹۴)، الگوی راهبردی تأمین امنیت ملی در سیاست‌های گلی نظام جمهوری اسلامی ایران. فصلنامه آفاق امنیت، ۸(۲۷)، ۳۷-۵.
۴. آشنا، حسام‌الدین و اسمعیلی، محمدصادق (۱۳۸۸)، امنیت فرهنگی، مفهومی فراسوی امنیت ملی و امنیت انسانی. مجله راهبرد فرهنگ، (۵): ۹۰-۷۳.
۵. باییری، امیدعلی؛ کمریگی، خلیل و درویشی، فرزاد (۱۳۹۴)، بررسی میزان احساس امنیت اجتماعی و برخی عوامل مرتبط با آن (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی استان ایلام). فرهنگ ایلام، ۱۶(۴۶ و ۴۸)، ۷۵-۹۰.
۶. باسمنجی؛ بابک و حیدری؛ رضا (۱۳۹۱)، بررسی رابطه توسعه پایدار گردشگری و توریسم با امنیت اجتماعی و سرمایه‌گذاری. فصلنامه دانش انتظامی آذربایجان شرقی، ۷(۷)، ۱۰۲-۸۳.
۷. بایوردی، اسماعیل و کریمیان، علیرضا. (۱۳۹۳)، جهانی شدن فرهنگ و تأثیر آن بر هویت ملی ایران. پژوهشنامه روابط بین‌الملل، ۷(۲۸)، ۱۰۲-۷۷.
۸. بخارایی، احمد؛ شربتیان، محمدحسن و احمدی، اعظم. (۱۳۹۳)، امنیت اجتماعی، ضرورتی در ترویج صنعت گردشگری و توریسم مطالعه موردی: کلانشهر مشهد. مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری و توریسم، ۳(۱۱)، ۷۶-۹۵.
۹. بیات، بهرام؛ شرافتی پور، جعفر و عبدی، نرگس. (۱۳۸۷)، پیشگیری از جرم با تکیه بر رویکرد اجتماع‌محور، طراحی و چاپ اداره تبلیغات. معاونت اجتماعی نیروی انتظامی - اداره کل مطالعات اجتماعی.
۱۰. بیکی، پریسا. (۱۳۹۲)، نقش امنیت در توسعه گردشگری و توریسم با تأکید بر استان خراسان جنوبی. اولین همایش ملی مدیریت گردشگری و توریسم، طبیعت‌گردی و جغرافیا، همدان.
۱۱. پوراحمد، احمد؛ حسینی‌سیاه‌گلی، مهناز و صفدری‌مولان، امین. (۱۳۹۵)، ارزیابی شاخص‌های توسعه پایدار گردشگری و توریسم در جوامع میزبان مطالعه موردی شهر ساری. مجله آمایش جغرافیایی فضا، ۶(۲۱)، ۱۵۹-۱۷۲.
۱۲. پورجعفر، محمدرضا؛ صادقی، علیرضا و احمدی، فریال. (۱۳۸۹)، بسط اصول و معیارهای طراحی منظر پایدار در مرمت منظر طبیعی مسیل خشک شیراز. مجله علوم محیطی، ۷(۴)، ۱۹۴-۲۰۲.

۱۳. پیشرو، عاطفه و میکائیلی، علیرضا. (۱۳۹۱)، برنامه‌ریزی و طراحی منظر تفرجگاه رودکناری به منظور توسعه اکوتوریسم. مجله فرهنگان، (۴۱)، ۱۰۲-۶۹.
۱۴. تصدیقی، محمدعلی. (۱۳۸۹)، مؤلفه‌های امنیت سیاسی، اجتماعی و فرهنگی در افق چشم‌انداز ۱۴۰۴ جمهوری اسلامی ایران با تأکید بر امنیت درونی. ماهنامه مهندسی فرهنگی، ۴(۴۳)، ۴۴-۳۰.
۱۵. جوادی ارجمندی، محمدجعفر؛ توکلیان، محسن و قمریان نصرآبادی، ناهید. (۱۳۹۳)، بررسی نقش هویت قومی بر امنیت پایدار، مطالعه موردی منطقه کردستان ایران قومیت کرد. فصلنامه تحقیقات سیاسی بین‌المللی، (۲۱)، ۱۸۲-۱۴۷.
۱۶. چرمچیان‌لنگردوی، مهدی و علی‌بیگی، امیرحسین. (۱۳۹۲)، بررسی عوامل مؤثر بر توانمندسازی روانشناختی زنان روستایی. فصلنامه زن و جامعه، ۴(۱)، ۱۹۲-۱۶۵.
۱۷. حاتمی، علی؛ احمد، بختیار و اسماعیلی، عطاء. (۱۳۹۴)، بررسی عوامل مرتبط با میزان احساس امنیت اجتماعی شهروندان مورد مطالعه: زنان شهر کرمانشاه. پژوهش‌های راهبردی امنیت و نظم اجتماعی، (۱۱)، ۴، ۱۲۱-۱۰۳.
۱۸. حاجی اسماعیلی، لیلا و کیان‌پور، مسعود (۱۳۹۳)، امنیت گردشگری و توریسم و مشکلات آن از دیدگاه مدیران دفاتر خدمات جهانگردی در استان اصفهان. پژوهش‌های راهبردی امنیت و نظم اجتماعی، ۳(۸)، ۶۰-۴۵.
۱۹. حاجیانی، ابراهیم. (۱۳۹۵)، امنیت هویت: مبانی و چارچوب مفهومی. مجله جامعه‌شناسی ایران، ۱۶(۴)، ۳۵-۳.
۲۰. حسن‌زاده، فریبا. (۱۳۹۴)، گردشگری و توریسم سبز، محیط‌زیست و توسعه پایدار. فصلنامه فضای گردشگری و توریسم، ۴(۱۴)، ۳۹-۴۷.
۲۱. حسینی، سیدتقی. (۱۳۸۹)، چالش‌های گردشگری و توریسم در سواحل دریای خزر. فصلنامه علمی تخصصی طبرستان، (۳)، ۱، ۱۲۳-۱۰۴.
۲۲. خوش‌فر، غلام‌رضا؛ اسفندیان، آریتا؛ رحمانی، مریم. (۱۳۹۲)، بررسی احساس امنیت فردی و اجتماعی از دیدگاه گردشگران و عوامل مؤثر بر آن؛ مطالعه‌ی موردی: گردشگران منطقه‌ی گردشگری و توریسم نهارخوران و النگدره‌ی شهر گرگان. مجله‌ی برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری و توریسم، ۲(۶)، ۱۸۱-۲۰۲.
۲۳. ذوالقدر، علی و کرمی، ابوالفضل (۱۳۹۱)، بررسی تأثیر عملکرد مسئولین بر احساس امنیت گردشگران استان زنجان. فصلنامه دانش انتظامی زنجان، (۳)، ۱، ۹۳-۶۷.
۲۴. ذوقی‌باراتی، کاظم و عین‌شاهی میرزا، محمد (۱۳۹۴)، راهبردهای بهبود چالش‌های امنیت زیست‌محیطی. فصلنامه آفاق امنیت، ۸(۲۷)، ۲۲۵-۱۹۷.
۲۵. رضانژاد، مرضیه؛ موسی کاظمی، رفیع‌ان؛ مجتبی و رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا (۱۳۹۴)، الگوی فضایی اندام‌وار احساس امنیت در فضاهای عمومی شهری نمونه موردی: شهر بندرعباس. پژوهش‌های راهبردی امنیت و نظم اجتماعی، ۴(۱۱)، ۸۴-۶۹.

۲۶. رضایی، مجتبی (۱۳۹۳)، بررسی اجمالی نقش توریست و تأثیر آن بر مسئله امنیت ملی. اولین همایش ملی توریسم و گردشگری و توریسم سبز در ایران، همدان.
۲۷. رضایی، مهدی و بالایی، حمید (۱۳۹۵)، امنیت و حقوق شهروندی؛ تقدم یا تأخر. فصلنامه آفاق امنیت، ۹(۳۰)، ۹۷-۱۲۱.
۲۸. ربیعی، علی؛ ربیعی، جواد و کیانمنش، سمیرا (۱۳۹۳)، نقش امنیت در توسعه گردشگری و توریسم مناطق مرزی مطالعه موردی استان سیستان و بلوچستان. اولین همایش ملی توریسم و گردشگری و توریسم سبز در ایران، همدان.
۲۹. زمانیان، زهرا و موسوی، اشرفالسادات (۱۳۹۴)، امنیت و اشتغال و شاخص‌های اندازه‌گیری آن. ماهنامه اجتماعی اقتصادی، علمی و فرهنگی کار و جامعه، (۱۸۲)، ۲۵-۴.
۳۰. سهراب‌زاده، مهران؛ عباسی، الهام؛ سعادت، موسی و صمدزاده، حسن (۱۳۹۶)، تبیین جامعه‌شناختی رابطه بین سرمایه اجتماعی و احساس امنیت اجتماعی در بین زنان شهر تبریز. مجله نظم و امنیت انتظامی، ۱۰(۲)، ۱-۲۶.
۳۱. شاهپوندی، احمد؛ ربانی، رسول؛ دهقان‌نیا، محمد منصور و ناظر حضرت، جعفر (۱۳۹۰)، نقش پلیس در تأمین امنیت و جذب گردشگری و توریسم نمونه موردی شهر اصفهان. فصلنامه مطالعات اجتماعی، (۲۶)، ۳۹-۶۰.
۳۲. شاهپوندی، احمد؛ ربیسی و انانی، رضا؛ و 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، (۱): ۱۳۷-۱۶۵.
۳۳. شرفخانی، جعفر؛ وفایی‌نژاد، پریسا و خناری امری، مریم (۱۳۹۲)، موانع و چالش‌های اقتصادی امنیتی گردشگری و توریسم در کشورهای حوزه خلیج فارس. اولین همایش ملی مدیریت گردشگری و توریسم، طبیعت‌گردی و جغرافیا، همدان.
۳۴. شیبانی، علی (۱۳۹۵)، بررسی وضعیت امنیت گردشگری و توریسم از نظر نیروی انتظامی و نقش آن در بهبود امنیت گردشگران مورد مطالعه استان سمنان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده گردشگری و توریسم و کویر شناسی دانشگاه سمنان.
۳۵. صالحی امیری، سیدرضا و افشاری نادری؛ افسر. (۱۳۸۹)، مبانی نظری و راهبردی مدیریت ارتقای امنیت اجتماعی و فرهنگی در تهران. مجله راهبرد، ۲۰(۵۹)، ۷۶-۴۹.
۳۶. صامتی، مجید، حسینی کندلجی، میرهادی و احسانی فرید، مینا (۱۳۹۴)، بررسی ثبات سیاسی و حاکمیت قانون بر تعداد ورود گردشگران؛ مطالعه موردی: کشورهای منتخب اسلامی طی دوره ۲۰۱۲-۱۹۹۶. پژوهش‌های راهبردی امنیت و نظم اجتماعی، ۴(۱۱)، ۱-۱۴.
۳۷. صیدایی، سید اسکندر و هدایتی مقدم، زهرا (۱۳۸۹)، نقش امنیت در توسعه گردشگری و توریسم. فصلنامه تخصصی علوم اجتماعی، ۴(۸)، ۹۷-۱۱۰.

۳۸. ضرغام بروجنی، حمید و خسروانی دهکردی، افروز (۲۰۱۲)، اثرات توسعه‌ی گردشگری و توریسم بر شاخص‌های صلح جهانی. مطالعات مدیریت گردشگری و توریسم، ۷(۱۹)، ۴۷-۲۵.
۳۹. عظیمی، ناصرعلی؛ بلیک، ژانت و مجایی، سیدمحمد (۱۳۸۹). گردشگری و توریسم با محیط زیستی پایدار - نقش میراث فرهنگی و تعمقی بر ایران. مجله علوم محیطی، ۷(۳)، ۱۳۴-۱۱۷.
۴۰. علیزاده، سلیمان (۱۳۹۳)، ابعاد و مؤلفه‌های امنیت فرهنگی از منظر امام خمینی (ره). فصلنامه پژوهش‌های حفاظتی-امنیتی دانشگاه جامع امام حسین (ع)، ۳(۲)، ۹۵-۱۲۲.
۴۱. غریباق زندی، داوود (۱۳۹۱)، نسبت اخلاق و امنیت: امکانی برای امنیت اخلاقی. مطالعات راهبردی، ۲۸(۵۸)، ۸۱-۱۰۸.
۴۲. غلامی، علیرضا (۱۳۹۱)، مدیریت بحران در سواحل دریای خزر، چالش‌ها و راهکارها. دفاتر تحقیقات کاربردی استان‌های مازندران و گلستان، چاپ ۱، ۳۵۵-۳۴۰.
۴۳. قنبری، سوده و غلامی، سارا (۱۳۹۵)، بررسی نقش مهم امنیت اجتماعی در توسعه گردشگری و توریسم. چهارمین کنفرانس ملی توسعه پایدار در علوم جغرافیا و برنامه‌ریزی، معماری و شهرسازی.
۴۴. قیصری، نورالله و حسینی، سیدمهدی (۱۳۹۲). ابعاد و شاخص‌های امنیت پایدار، مبتنی بر مدل مهندسی همگرایی ملی. فصلنامه آفاق امنیت، ۶(۲۰)، ۷۱-۱۰۷.
۴۵. کتابی، محمود؛ یزدخواستی، بهجت و فرخی راستایی، زهرا (۱۳۸۲)، بررسی زنان برای مشارکت در توسعه. مجله پژوهش زنان، ۳(۱)، ۳۰-۵.
۴۶. کلدی، علیرضا و سلحشوری، پروانه (۱۳۹۱)، بررسی تأثیر حمایت اجتماعی بر توانمندسازی زنان. مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران، ۴(۴)، ۲۳-۷.
۴۷. کمالی مهاجر، مرضیه و فراهانی، بنفشه (۱۳۹۱)، فرهنگ زیست‌محیطی راهکاری جهت توسعه گردشگری و توریسم پایدار. اولین همایش ملی گردشگری و توریسم و طبیعت‌گردی ایران زمین.
۴۸. لطفی، حیدر و خامه‌چی، محسن (۱۳۹۱)، نقش امنیت در توسعه گردشگری و توریسم زابل. همایش ملی شهرهای مرزی و امنیت، چالش‌ها و رهیافت‌ها، ۲۰-۱.
۴۹. لطفی‌فر، مجتبی و غفوری، حسین (۱۳۹۱)، نقش امنیت در توسعه گردشگری و توریسم (موردشناسی: چابهار). اولین همایش ملی توسعه سواحل مکران و اقتدار دریایی جمهوری اسلامی ایران.
۵۰. محلاتی، صلاح‌الدین (۱۳۸۰). درآمدی بر جهانگردی. تهران: نشر دانشگاه شهید بهشتی.
۵۱. محمد زاده، محمد (۱۳۸۹)، سند ملی محیط‌زیست. تهران: سازمان حفاظت از محیط‌زیست.
۵۲. مرادیان، محسن (۱۳۹۳)، مبانی نظری امنیت ملی. تهران: انتشارات دانشکده علوم و فنون فارابی.
۵۳. مصلی‌نژاد، عباس (۱۳۸۷)، بررسی جنبه‌های مختلف امنیت زیست‌محیطی با رویکرد مکتب انتقادی. مجله محیط‌شناسی، ۳۴(۴۶)، ۲۲-۳۴.

۵۴. ملکی، سعید؛ احمدی، رضا؛ منفرد، سجاد و معتوگی، محمد (۱۳۹۳)، بررسی پایداری توسعه زیست محیطی با استفاده از آزمون‌های آماری در شهرستان‌های استان مرزی خوزستان. مجله اطلاعات جغرافیایی، ۲۳ (۹۰)، ۶۱-۷۲.
۵۵. مؤیدفر، سعیده و تقوایی، مسعود (۱۳۹۴)، بررسی رابطه مدیریت بحران و سازماندهی فضایی و امنیت در گردشگری و توریسم مطالعه موردی شهر یزد. مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری و توریسم، ۴ (۱۳)، ۱۲۰-۱۴۶.
۵۶. میرحسینی، زینب‌السادات و جهان‌بخش، جهان‌بخش (۱۳۹۵)، بررسی تأثیر مؤلفه‌های کالبدی بافت تاریخی بر امنیت محیطی گردشگران. مجله مدیریت شهر، ۲۸ (۱۰)، ۸۹-۱۰۴.
۵۷. میرزایی، ابراهیم و حیدری، اکبر (۱۳۹۴)، هویت قومی و ملی در مطبوعات محلی و تأثیر آن بر امنیت ملی: مطالعه موردی استان‌های ایلام، کردستان و کرمانشاه. فصلنامه امنیت پژوهی، ۱۴ (۴۹)، ۱۱۵-۱۴۲.
۵۸. میرلطفی، محمودرضا؛ علوی‌زاده، امیرمحمد و هدایتی‌امین، خورشید (۱۳۹۴)، بررسی انسجام اجتماعی در حفظ امنیت مرزی با تأکید بر تنوع قومی - مذهبی مطالعه موردی شهرستان زابل. مجله برنامه‌ریزی منطقه‌ای، ۵ (۱۹)، ۵۷-۷۰.
۵۹. میرزائی، رحمت. (۱۳۹۱)، رابطه امنیت و توسعه گردشگری و توریسم روستایی (مطالعه موردی: منطقه مرزی اورامانات استان کرمانشاه). همایش ملی شهرهای مرزی و امنیت؛ چالش‌ها و رهیافت‌ها، دانشگاه سیستان و بلوچستان.
۶۰. نبوی، عبدالحسین؛ حسین زاده علی، حسین و حسینی، هاجر (۱۳۸۷)، بررسی تأثیر پایگاه اجتماعی - اقتصادی و هویت قومی بر اساس امنیت اجتماعی. فصلنامه دانش انتظامی، ۱۰ (۲)، ۹-۳۸.
۶۱. نبوی، عبدالحسین؛ حسین زاده علی، حسین و حسینی، هاجر (۱۳۸۹)، بررسی عوامل اجتماعی و اقتصادی مؤثر بر احساس امنیت اجتماعی. جامعه‌شناسی کاربردی، ۲۱ (۴)، ۷۳-۹۶.
۶۲. نعمت‌الهی، مجید؛ امین‌بیدختی، علی‌اکبر؛ بلوچی، حسن و حسین‌زاده، مهدی (۱۳۹۵)، تأثیر کیفیت خدمات پلیس بر قصد بازدید دوباره گردشگران با میانجی‌گری تصویر مقصد و احساس امنیت در شهر شیراز. مجله نظم و امنیت انتظامی، ۱۰ (۱)، ۱-۲۸.
۶۳. وثوقی، لیلا و قاسمی، مهدیه (۱۳۹۳)، اکوتوریسم و توانمندسازی زنان روستایی مورد مطالعه: روستای شیب‌دراز، جزیره قشم. مجله زن در توسعه و سیاست، ۱۲ (۴)، ۵۹۳-۶۱۰.
۶۴. هزارجریبی، جعفر و نجفی، ملک‌محمد (۱۳۹۱)، بررسی جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری و توریسم در ایران با رویکرد جذب گردشگران خارجی. مجله جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، ۳۳ (۳)، ۱-۱۴۶.