



مجله‌ی برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری
سال هفتم، شماره‌ی ۲۵، تابستان ۱۳۹۷
صفحات ۴۵-۲۵

تحلیل جامعه‌شناختی عوامل موثر بر احساس امنیت اجتماعی گردشگران (مطالعه موردی: گردشگران بابلسر)

مصطفی باقریان جلودار^۱

سید محمد شبیری^۲

فضه نو پور هولاری^۳

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۰۱/۲۹

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۰۱/۲۸

چکیده

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 می‌شود. هدف پژوهش حاضر، شناخت میزان عوامل موثر بر احساس امنیت اجتماعی گردشگران (مطالعه موردی: گردشگران بابلسر) است. روش پژوهش این مقاله توصیفی-تحلیلی و نوع پژوهش کاربردی می‌باشد. برای جمع‌آوری داده‌ها از روش کتابخانه‌ای و میدانی استفاده شده است. جامعه آماری تحقیق حاضر را کلیه گردشگران شهر بابلسر در سال ۱۳۹۵ می‌باشد که با استفاده از فرمول جامعه نامحدود ۳۸۴ نفر به عنوان نمونه انتخاب گردید. در تحقیق حاضر متغیرهای مستقل عبارتند از اعتماد اجتماعی، عملکرد پلیس، مصرف رسانه‌ای و تحصیلات و متغیر وابسته احساس امنیت اجتماعی گردشگران می‌باشد. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که بین احساس امنیت که خود از دو بعد احساس امنیت فردی و اجتماعی ساخته شده است، و اعتماد کل، اعتماد شخصی، اعتماد اجتماعی و مصرف رسانه‌ای رابطه‌ی معناداری وجود دارد. هم‌چنین بین سن و سطح تحصیلات با احساس امنیت، رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد. و در نهایت نتایج به دست آمده از آزمون رگرسیون حاکی از آن است که ضریب رگرسیون با سطح معنی‌داری $\alpha=0/000$ برابر با $R=0/482$ معنی‌دار است. یعنی به ازای تغییر در یک واحد انحراف استاندارد اعتماد اجتماعی، عملکرد پلیس، مصرف رسانه‌ای و تحصیلات میزان احساس امنیت فردی و اجتماعی به ترتیب به اندازه ۰/۱۲۵، ۰/۲۲۷، ۰/۳۰۵، ۰/۳۰۵ قابل پیش‌بینی می‌باشد.

کلیدواژه‌ها: احساس امنیت، گردشگری، توسعه گردشگری، شهرستان بابلسر، اعتماد

مقدمه

فضای شهری، بستر زندگی و فعالیت شهروندان است و با توجه به ویژگیهای افراد و گروههای اجتماعی، سنی و جنسی باید بتواند محیط امن و سالم و پایدار فراهم کند و به شیوه‌ی مناسبی به نیازهای مختلف تمام گروههای اجتماعی پاسخ دهد. فضای شهری بیشترین ارتباط را با مردم و محیط زندگی برقرار می‌کند و در نتیجه در هویت بخشی و دادن احساس آرامش (و امنیت) به شهروندان نقش بسزایی دارد (گلی، ۱۳۹۰: ۱۴۴). با رشد و توسعه‌ی شهرنشینی و گسترش کلانشهرها و پیچیده‌تر شدن روابط اجتماعی شهروندان در شهرها، مفهوم امنیت در شهرها، از حالت اولیه و جنبه‌های فیزیکی محسوس خارج شده و ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی را در بر گرفته است؛ رشد و گسترش ناامنی در شهرها با مطرح شدن پیچیدگی فناوری و تقسیم کار اجتماعی بیش از توسعه‌ی فیزیکی شهرها بوده و این امر احساس امنیت و آسایش و رفاه شهروندان را مورد تهدید قرار داده است (بهیان و فیروزآبادی، ۱۳۹۲: ۱۲۲) فراغت دارای معانی و تعاریف مختلفی است که معرف ابعاد یک پدیده‌ی پیچیده‌ی اجتماعی، فرهنگی، عینی و ذهنی است. گذران فراغت، مجموعه‌ی فعالیتهایی را در برمی‌گیرد که شخص به میل خود برای استراحت و تفریح و گسترش اطلاعات، آموزش شخصی و یا مشارکت اجتماعی (در زمان فراغت) تعهدات شخصی و خانوادگی اجتماعی انجام می‌دهد. این فضاها ابزاری هستند که در کسب تعادل روحی شهروندان بسیار مهم است (سعیدنیا و همکاران، ۱۳۹۱: ۲۱). لغت گردشگری tourism از کلمه‌ی tour به معنای گشتن اخذ شده که ریشه در لغت لاتین turns به معنای دور زدن، رفت و برگشت بین مبدأ و مقصد چرخش دارد. گردشگری به مجموعه‌ی مسافرت‌هایی گفته می‌شود که با انگیزه‌ی استراحتی و فراغتی، مذهبی، فرهنگی، ورزشی، بازاری، همایشی انجام می‌گیرد. تغییر جمعیت، به هم خوردن ترکیب آن و رشد و تراکم جمعیت از عواملی هستند که می‌توانند روی گردشگاهها از نظر تعداد، تنوع و عرضه‌ی امکانات تأثیر زیادی داشته باشند؛ حتی مواردی از قبیل جمعیت گروه‌های مختلف سنی و جنسی یعنی نوجوانان، جوانان، سالمندان و نیز مردان و زنان و غیره توجه به نیازهای گردشگاهی الزامات خاصی را برای برنامه‌ریزی و سیاستگذاری گردشگاهها به برنامه‌ریزان تحمیل می‌نمایند. امنیت همیشه یکی از مسائل اساسی و حیاتی بشر بوده و مباحث علمی زیادی را به خود اختصاص داده است؛ اما احساس امنیت مهمتر از وجود امنیت است (شایگان و رستمی، ۱۳۹۰: ۱۵۲).

امروزه گردشگری با مقوله امنیت رابطه تنگاتنگی دارد. امنیت: به معنای فراغت از هرگونه تهدید- تعرض به حقوق و آزادیهای مشروع و قانونی شهروندان است و از دو لایه‌ی متکامل تشکیل شده که عبارتند از: احساس امنیت فردی و اجتماعی. احساس امنیت در گردشگران دارای کارکردهای فردی و اجتماعی مهمی است که در صورت اختلال در این کارکردها، در گردشگاهها احساس ناامنی ایجاد می‌شود. در فضاهای شهری، گردشگاهها موقعیت و مقام ویژه‌ای دارند؛ به

طوری که هرچه کمیت و کیفیت این فضاهاى اجتماعى- فرهنگى بیشتر باشد، شهروندان فرصتهای بیشتری برای گذران فراغت و تفریح به دست می‌آورند. هدف اصلی گردشگاهها، دستیابی شهروندان به آرامش و گذران ایامی خوش همراه با تفریح و تفرج است. وجود امنیت در گردشگاهها و فضاهاى عمومی شهر مانند پارکها دارای کارکردهای مختلف فردی و اجتماعى است. باید بدانیم موانع زیادى بر سر راه تأمین نیازهای فردی و اجتماعى شهروندان به وجود آمده که این موانع به کاهش شدید احساس امنیت و آرامش و آسایش شهروندان به ویژه گردشگران انجامیده است. این پدیده به نوبه‌ی خود به گسترش روحیه‌ی نارضايتی، عدم امنیت، احساس تنهایی، غم، ترس، تنش اجتماعى، جدایی از طبیعت و عدم اعتماد و آسیبهای اجتماعى دامن زده است. رفتارهای آزاردهنده‌ی بعضی افراد، اغلب همه‌ی کسانی را که از این فضاها استفاده نموده یا تمایل به استفاده از آنها را دارند تحت تأثیر قرار می‌دهد. (ممکن است گردشگران) از رفتن و استفاده از این مکانها صرفنظر کنند؛ چون می‌ترسند که مورد آزار قرار گیرند. پارکها در تمام فصول سال پذیرای اقشار مختلف مانند کودکان، نوجوانان و سالمندان و گردشگران و مسافران هستند؛ بنابراین بحث امنیت از مباحث بسیار مهم گردشگران است که مشارکت جمعی پلیس و شهرداری و سازمانهای مرتبط را می‌طلبد (فرماندهی انتظامی استان گلستان، ۱۳۸۹: ۷). همچنین نقش شهروندان و گردشگران در برقراری امنیت مهم است؛ زیرا امنیت چیزی جدا از مردم نیست؛ به این دلیل نیز هرکس به سهم خویش در تحقق امنیت باید احساس مسؤولیت کند؛ بنابراین آسیب زدایی از سیمای پارکها و گردشگاهها گام مؤثری در جهت سالم سازی فضای فراغتى مردم شهر و حرکت در راستای غنی سازی اوقات فراغت شهروندان به شمار می‌رود. این تحقیق به دنبال دستیابی و شناسایی احساس امنیت فردی و امنیت اجتماعى در شهر بابلسر با تأکید بر مطالعه‌ی تجربی در میان گردشگران است؛ بنابراین سؤال اصلی تحقیق این است که گردشگران تا چه اندازه از احساس امنیت فردی و احساس امنیت اجتماعى بهره مندند؟

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

در چند دهه‌ی اخیر، جامعه‌ی شهری رشد چشمگیری داشته است؛ بنابراین امنیت یکی از شاخص‌های کیفی زندگی به شمار می‌آید و در اجتماعات انسانی از جایگاه خاصی برخوردار است. انجمن تخصصی معماری و شهرسازی (۱۳۹۲) در مقاله‌ای با عنوان "افزایش احساس امنیت فضاهاى عمومی به خصوص پارکها" با استفاده از اصول "CPTED"، مطرح می‌نماید که عواملی از قبیل گذر از جامعه‌ی سنتی به جامعه‌ی صنعتی بر اثر مقتضیات شرایط بیرونی و جهانی، نه بر مبنای نیازها و سیر درونی جامعه، نرخ بالای رشد جامعه و جوان بودن جامعه‌ی ایرانی، مشکلات سنگین اقتصادى، شیوع بیکارى و از همه مهمتر روحیه افسرده‌ی جامعه سبب آن شده است و با استفاده از روش انتخاب روشهای کنترل غیر طراحی مثل استفاده از سیستم مداربسته، حضور

نیروهای امنیتی و سایر روشهای مشابه اگرچه موجب بیرون راندن گروههای خاص با رفتارهای ناهنجار از پارک می‌شود؛ ولی این امر بر استفاده‌ی عمومی تأثیر سوء داشته و نارضایتی عمومی را در پی دارد. کلید حل مسئله حضور گروههای مختلف مردمی در فضای پارکها است. این امر ممکن نیست مگر با خلق فضاهایی که دارای خصوصیت سازگاری و انعطاف پذیری باشند.

خوشفر و همکاران (۱۳۹۱) در مقاله‌ای به تبیین و بررسی نقش امنیت اجتماعی در توسعه گردشگری با مطالعه موردی تفرجگاه‌های استان خراسان جنوبی پرداخته‌اند. نتایج حاصل از تبیین داده‌ها نشان داد که میزان احساس امنیت اجتماعی گردشگران در سطح زیاد (۳,۴۵ از ۵) قرار دارد. نتایج حاصل از همبستگی پیرسون نشان داد یافته‌های حاصل از تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که رابطه معنی‌داری بین رضایت گردشگران از نقش نیروی انتظامی احساس امنیت اجتماعی وجود دارد و به دنبال آن بین احساس امنیت اجتماعی گردشگران بازدیدکننده از مقاصد گردشگری و تفرجگاهی استان خراسان جنوبی با تمایل به سفر مجدد به این استان رابطه معنی‌داری وجود دارد. همچنین رضایت از نقش نیروی انتظامی نیز در تمایل به سفر مجدد به این منطقه نقش معنی‌داری دارد. این در حالی است که از نظر گردشگران حضور فیزیکی پلیس در میزان احساس امنیت اجتماعی آنها اثر معنی‌داری ندارد شاه آبادی و ترکان (۱۳۹۰)، تحقیقی با عنوان «بررسی عوامل مؤثر بر احساس امنیت اجتماعی در بین شهروندان شهر یزد» انجام دادند. هدف پژوهش حاضر، بررسی عوامل مؤثر بر احساس امنیت اجتماعی در بین شهروندان شهر یزد است. این پژوهش با روش پیمایش و به صورت مقطعی انجام شده است. جامعه‌ی مورد مطالعه، شهروندان (افراد متأهل) شهر یزد در سال ۱۳۹۰ بوده‌اند و داده‌های پژوهش از ۳۶۲ نفر که با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای انتخاب شده بودند، گردآوری شد. ابزار مطالعه‌ی پرسشنامه محقق ساخته بوده که روایی آن از طریق اعتبار محتوا و پایایی از طریق محاسبه‌ی ضریب آلفای کرونباخ سنجیده شد. تحلیل داده‌ها با استفاده از آزمونهای آماری ضریب همبستگی پیرسون، آزمون تی و تحلیل رگرسیون چندمتغیره به روش گام به گام انجام شد. یافته‌های آزمونهای آماری نشان داد که بین احساس امنیت با متغیرهای زمینه‌ای جنس، تحصیلات، شغل و درآمد رابطه‌ی معنا‌داری وجود دارد؛ همچنین ضرایب همبستگی پیرسون بین متغیرهای اساسی تحقیق نشان داد که بین پایگاه اقتصادی- اجتماعی، احساس نظارت نهادی، اعتماد بین شخصی، هنجار اجتماعی و سرمایه‌ی اجتماعی رابطه‌ی مستقیم و معنا‌دار و بین متغیر احساس آنومی و احساس امنیت رابطه‌ی معکوس و معنی‌داری وجود دارد. تحلیل رگرسیون چندگانه نیز نشان داد که به ترتیب متغیرهای جنسیت و اعتماد بین شخصی در مجموع ۲۶ درصد از واریانس متغیر وابسته (احساس امنیت) را تبیین می‌کنند.

هزارجریبی (۱۳۹۰)، در مقاله‌ای با عنوان «احساس امنیت از منظر توسعه‌ی گردشگری» به بررسی توسعه‌ی گردشگری می‌پردازد که هدف شناخت میزان احساس امنیت و تعاملات مردم با گردشگران بوده است و نتایج حاکی از آن است که بین احساس امنیت و گردشگری رابطه‌ی مثبت و

مستقیمی وجود دارد؛ به عبارتی هرچه مقدار احساس امنیت گردشگران افزایش یابد، به همان اندازه تمایل آنها به اقامت در ایران و حتی سفرهای مجدد بیشتر است. مقایسه‌ی احساس امنیت از منظر گردشگران خارجی برای سفر به ایران حاکی از آن است که گردشگران آفریقایی بیشترین احساس امنیت و گردشگران اروپایی کمترین احساس امنیت را داشته‌اند؛ به طور کلی احساس امنیت گردشگران تقریباً در سطح بالایی قرار دارد؛ لذا تمایل به سفر مجدد در بین گردشگران نیز بالا بوده است؛ از اینرو مشارکت مردم و متصدیان مربوطه‌ی کشور در امر حفاظت محیط زیست جهانی، میراث فرهنگی و طبیعت به عنوان عامل مؤثری در توسعه‌ی صنعت جهانگردی کشور کمک نماید. صدایی و همکار (۱۳۸۹)، به بررسی گردشگری پایدار پرداخته شده و موقعیت و رشد پایدار گردشگری در گرو عملکرد مناسب و هماهنگ عناصر و فاکتورهای متعددی است که با هم ارتباط تنگاتنگی دارند. یکی از مهمترین این فاکتورها امنیت گردشگران و مقصدهای گردشگری است. نبوی و همکاران (۱۳۸۹) در مقاله‌ای با عنوان بررسی عوامل اجتماعی و اقتصادی مؤثر بر احساس امنیت اجتماعی، به بررسی احساس امنیت پرداخته اند؛ در این مقاله احساس امنیت، از موقعیت و جایگاه برجسته‌های در برنامه‌ریزیهای کشوری برخوردار است که دستیابی و پایداری آن نیازمند مقدمات و زمینه‌های پیچیده‌ای بوده و آسیب پذیری و زوال آن نیز، معلول زمینه‌ها و عوامل متفاوتی است. نتایج نشان‌دهنده‌ی آن است که متغیرهای گرایش به مشارکت در تأمین امنیت، تلقی از عملکرد پلیس و پایگاه اجتماعی- اقتصادی به صورت مستقیم و متغیر احساس محرومیت نسبی به طور معکوس بر احساس امنیت اجتماعی افراد تأثیرگذار هستند. احمد شاهپوندی و همکارانش (۱۳۸۹) در پژوهشی تحت عنوان «تأثیر امنیت روانی و اجتماعی بر جذب گردشگران خارجی وارد شده به شهر اصفهان» به این نتیجه رسیده‌اند که درصد بالایی از گردشگران خارجی از وضعیت امنیت اجتماعی و روانی در شهر اصفهان رضایت داشته و تمایل دارند به این شهر مسافرت کنند. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که بین امنیت اجتماعی و روانی و انگیزه مسافرت به شهر اصفهان رابطه معناداری وجود دارد. حدود ۲۱ درصد از انگیزه گردشگران در مسافرت به شهر اصفهان مربوط به وجود امنیت روانی و اجتماعی و ۷۹ درصد دیگر مربوط به وجود جاذبه‌های تاریخی و توریستی در این شهر است.

رفعیان و همکاران (۱۳۸۸) به تبیین امنیت شهری به تعامل فضای فیزیکی و فرآیندهای اجتماعی که محیط را می‌سازد و بر فعال بودن فضا به عنوان عاملی در ایجاد محیطی امن و موفق، توجه و تأکید دارد. صالحی فرد (۱۳۸۹)، به تحقیقی با عنوان تحلیلی بر ابعاد اجتماعی فضاهای سبز شهری با تأکید بر دیدگاه شهروندان (مطالعه‌ی موردی: کلان شهر مشهد) پرداخت. در این مقاله با استفاده از روش توصیفی- تحلیلی و بر اساس پیمایش میدانی (پرسشنامه از شهروندان)، سعی شد تا آثار اجتماعی و فرهنگی فضاهای سبز شهری، بخصوص پارکها از ابعاد و زوایای گوناگون مورد بررسی و کنکاش قرارگیرد. نتایج حاصله مبین آن بود که آثار اجتماعی و فرهنگی فضاهای سبز

علاوه بر کارکردهای مطلوب (برقراری تعاملات اجتماعی، گسترش فرهنگ شهری و شهروندسازی، پرکردن اوقات فراغت و غیره) دارای تبعات نامطلوب (مانند شکلگیری انواع جرایم شهری، گسترش فرهنگ ابتذال، دوستی‌های نامشروع) بسیاری است.

بیگودی از سال ۱۹۹۲ درگیر توریسم بوده است. هدف این تحقیق بررسی اثرات توریسم در بیگودی از طریق تجزیه و تحلیل گفتگوهای مردم محل بوده است. سوال اصلی تحقیق این بوده که، چه اندازه توریسم افراد ساکن بیگودی در نظر می‌گیرد؟ در این تحقیق از روش بررسی کیفی استفاده شده که در آن محقق ده سال را در اوگاندا از ۲۰۰۲ تا ۲۰۰۳ صرف کرده و شش ماه از آن را در بیگودی بوده است. محقق از طریق مصاحبه‌های رسمی (۵۰ نفر از افراد مقیم و ۱۵ نفر از مقامات در سطح بالای ملی توریسم)، مصاحبه‌های غیررسمی و مشاهدات به جمع‌آوری داده‌ها پرداخته است. داده‌های این تحقیق در درون یک چارچوب "تئوری زمینه‌ای یا بنیادی" تجزیه و تحلیل شده و از روش مقایسه پایدار نیز استفاده شده است. نتیجه تجزیه و تحلیل مقصود محلی از توسعه توریسم را نشان می‌دهد که توسط خود مردم بیان شده است. براك پاتر و جرمی میلر وی پژوهشی در مورد توریسم آبهای ایسلند با هدف دستیابی توریسم پایدار در آبهای سرد ایسلند که اخیراً گردشگران زیادی را به خود جلب کرده، انجام دادند. در پیشینه این پژوهش چنین آمده «فعالیت‌های اخیر پیرامون مفهوم (توریسم پایدار) از دو پدیده مرتبط سرچشمه می‌گیرد»: (۱) انتشار جهانی و افزایش زیانها و خسارات حاصل از توریسم بین‌المللی در سرتاسر اطراف ایسلند به ویژه از سال ۱۹۶۰ به بعد و (۲) فشار و افزایش تحقیقات تاریخی توریسم پیرامون این نوع گردشگری». در این پژوهش محققان علاوه بر برشمردن منافع اقتصادی توریسم بر مضرات توریسم و تخریب محیط تاکید زیادی دارند. از جمله به ترکیب شبکه راهها، بدشکلی و فرسایش کوهها، آلودگی مردابها و مشکلات تپه‌های دریایی اشاره نموده‌اند. در ادامه نیز برای درک پایداری این گونه مطرح می‌کنند که: یک روش کوتاه برای فهمیدن توریسم پایدار این است که تغییرات و چالش‌ها و قوت‌ها را خلاصه کنیم که این امر به منظور رفع نیازهای همه پذیرندگان توریسم اعم از میزبانان، میهمانان، آنتروپرونرها و داراییهای فرهنگی زیستی است در این پژوهش چهار عنصر کلیدی پایدار گردشگری در ایسلند اینگونه عنوان می‌شود: ۱) طبیعت پایدار و سرمایه فرهنگی ۲) بهبود کیفیت زندگی میزبان ۳) تداوم خوشی و لذت بردن گردشگر و ۴) مبادرت به امور طولانی مدت سودمند (نقل از هزار جیبی، ۱۳۹۰، ۱۲۴)

مبانی نظری

انسانها برای گذراندن اوقات فراغت و تفریح و برآوردن نیازهای روحی و فردی خود نیاز به محیطی دارند که شرایط آرامش و آسایش آنها را فراهم کند و پارکها به عنوان یکی از عناصر

فضاهای شهری در برآوردن نیازهای انسانها نقش بسیار مهمی دارند. امنیت همیشه یکی از مسائل اساسی و حیاتی بشر بوده و مباحث علمی زیادی را به خود اختصاص داده است. امنیت برای زندگی اجتماعی، از دورانی که انسانها زندگی جمعی را آغاز نموده اند تا به امروز به عنوان اساسی ترین نیاز بشری محسوب می‌شود. امنیت عبارت است از تضمین رفاه آتی (هزارجریبی، ۱۳۹۰: ۱۲۹). امنیت یعنی رهایی نسبی از تهدیدات زیانبخش (همان منبع، ۱۲۹). امنیت ابعاد مختلفی دارد که در این تحقیق از بعد فردی و اجتماعی مورد بررسی قرار می‌گیرد. امنیت در هر جامعه‌ای با دیگر جوامع کاملاً متفاوت است. این ویژگی امنیت مبین نسبی بودن آن است. احساس امنیت فردی از حالتی که جسم و روح فرد در آن فارغ از ترس و آسیب رسیدن به جان و مال و یا آبروی خود زندگی می‌کند.

به اعتقاد باریبوزان احساس امنیت فردی به شبکه‌ی روابط و تناقضات بین امنیت شخصی و دولت مرتبط می‌شود. احساس امنیت اجتماعی را اولین بار باریبوزان در کتاب «مردم، دولت‌ها و هراس» به کار برد. در آرای بوزان حوزه‌هایی از زندگی که فرد خود را به واسطه‌ی مفهوم «ما» بدان متعلق می‌داند و در برابر آن احساس تعهد و تکلیف می‌کند موردنظر است؛ بنابراین هر عامل و پدیده‌هایی که باعث ایجاد اختلال در احساس تعلق و همبستگی اعضای یک گروه شود، در واقع هویت آن گروه را به مخاطره انداخته و تهدیدی برای امنیت اجتماعی آن قلمداد می‌شود در این دیدگاه، همبستگی افراد یک جامعه، علاوه بر حفظ و بقاء، نیازمند حمایت و تقویت نیز است که این امر در سایه‌ی برخورداری از امکانات صورت می‌گیرد. به میزانی که افراد جامعه از امکانات مختلفی چون آموزش، بهداشت، رفاه، آزادی و غیره بهره‌مند شوند، احساس خشنودی از تعلق به چنین جامعه‌ای داشته و دل‌بستگی میان آنها تقویت می‌شود (نبوی و همکاران، ۱۳۸۹؛ نویدنیا، ۱۳۸۲: ۱۲۴). در نتیجه احساس امنیت اجتماعی آنها افزایش خواهد یافت. از منظر رویکردهای جدید، رویکرد انتقادی کپنهاک و به ویژه جامعه‌شناسان و باریبوزان و تیلور و تایر و غیره امنیت مقوله‌ای کاملاً اجتماعی است. در بهترین حالت احساس امنیت انعکاسی از تجربه‌ی فرد از جامعه است (ورنان^۱ و همکاران، ۲۰۰۹). چلبی معتقد است: امنیت یکی از اختیار جمعی است که جامعه برای شهروندان خود و هرکس دیگری که در آن زندگی می‌کند، فراهم می‌نماید. در بعد عینی، امنیت را می‌توان به عنوان فراغت از تهدیدی تعریف کرد. در بعد ذهنی مراد از امنیت، احساس آرامش و یا عدم احساس تهدید و عدم احساس ترس ناشی از آن از سوی محیط‌های دور و نزدیک فرد است (چلبی، ۱۳۸۵: ۱۰۷). در مجموع امنیت در جامعه زمانی حاصل می‌شود که گروه‌ها و خرده فرهنگها بتوانند در تعامل با یکدیگر، خواسته‌ها و ارزشهای خود را به راحتی مطرح کنند. در این رویکرد، احساس امنیت یک گروه خاص درون جامعه با سطح کلان پیوند دارند؛ بنابراین احساس امنیت زمانی مطرح خواهد بود که نیروی بالقوه یا بالفعلی هویت افراد را در جامعه تهدید

^۱ Vertanen

کند. این دیدگاه اعتقاد دارد رفتارهای انحرافی نتیجه‌ی فشارهایی است که بعضی از مردم را به کجروی و بروز ناامنی وادار می‌کند. تأثیر شرایط محیطی بر ابعاد احساس امنیت یعنی امنیت جانی، مالی و غیره یکسان و یک جهت نیست. در این زمینه، مرتون استدلال می‌کند که ساکنان مناطق محروم اغلب به دلیل نوع تربیت، یادگیری و تجربه‌ی زیاد ناکامی، رفتارهای خشونت‌آمیز بیشتری از خود نشان می‌دهند (بدر و همکاران، ۱۳۸۰: ۲۷۲). به همین دلیل در معرض زدو خورد و درگیری بیشتری هستند و با خطرها و آسیب‌های جانی بیشتری روبرو هستند (گلی، ۱۳۹۰؛ ستوده، ۱۳۸۱: ۲۵۴) جین جیکوبز^۱ از نظریه پردازان شهرسازی است که در تبیین امنیت شهری به تعامل فضای فیزیکی و فزاینده‌های اجتماعی که محیط را می‌سازد و بر فعال بودن فضا به عنوان عاملی در ایجاد محیطی امن و موفق، توجه و تأکید دارد (رفعیان و همکاران، ۱۳۸۱: ۵۵) جیکوبز می‌گوید: آرامش فضای شهری ابتدا به وسیله‌ی پلیس تأمین نمی‌شود؛ ولی با حضور پلیس ضروری می‌شود. آرامش فضای شهری ابتدا به وسیله‌ی شبکه‌ی ناخودآگاه و پیچیده‌ی اجتماعی و استانداردهای موجود میان مردم حفظ می‌شود. او در مورد خودانتظامی بودن یک خیابان چنین توضیح می‌دهد: می‌بایست چشم‌هایی همواره خیابان را بنگرند؛ چشم‌های کسانی که ما آنها را مالکین طبیعی و حقیقی خیابان می‌نامیم، پیاده روهای خیابان می‌باید به صورت مداوم مورد استفاده قرار گیرد تا بر نگاه‌های مؤثر بر خیابان افزوده شود و به مردم ساکن در خیابان، نگرستن به خیابان به آنها آموزش داده شود. جیکوبز بر اساس مباحث نظری گفته شده، احساس امنیت فردی و اجتماعی به شرح زیر تعریف می‌شود: احساس امنیت فردی، حالتی است که به موجب آن فرد در پناه قانون و برخورداری از حقوق شهروندان از هرگونه تهدید، تعرض دیگران می‌تواند از مجاری قانونی و در محاکم صالحه احقاق حق کند (گلی، ۱۳۹۰: ۷) احساس امنیت اجتماعی، حالت فراغت همگانی از تهدیدی است که رفتار غیرقانونی یک فرد، یک سازمان و یا دولت ممکن است در تمامی یا در بخشی از جامعه پدید آورد. انواع امنیت: امنیت به سه نوع جانی، مالی و حیثیتی تقسیم می‌شود (کارگر، ۱۳۸۳: ۷) همچنین احساس امنیت اجتماعی می‌تواند به معنی فقدان هراس از تهدید شدن یا به مخاطره افتادن ویژگی‌های اساسی و ارزش‌های انسانی و نبود ترس از تهدید حقوق و آزادی‌های مشروع، تلقی شود (افشار، ۱۳۸۵؛ به نقل از بهیان و فیروزآبادی، ۱۳۹۲: ۱۰۷)

به طور کلی نقش پلیس در گردشگری حفظ امنیت گردشگران از خطرات احتمالی است، که ممکن است برای آنها به وجود آید گرچه محققان. (سمونز، و گرفه، ۲۰۱۰) ۱۰ نوع خطر متفاوت را تشخیص داده‌اند، ولی می‌توان آنها را به شش گروه کلی تقسیم بندی کرد که عبارت‌اند از: خطرات عملکردی، خطرات مالی، خطرات زمانی، خطرات جسمانی، خطرات روانی و خطرات اجتماعی (بوی لو^۲ و اصلی^۳، ۲۰۰۹: ۲۱)

¹ Jane Jacobs

² Boylu

³ Asli

از نظر تارلو پلیس گردشگری چهار نقش اصلی در زمینه تأمین امنیت گردشگران بر عهده دارد که عبارتند از ۱- حمایت از بازدیدکنندگان که زمینه لازم را برای حمایت از اقتصاد محلی، فراهم می‌نمایند ۲- خدمات امنیتی مورد نیاز گردشگران را فراهم می‌کند و تصویر مثبتی از جامعه در اختیار گردشگران قرار می‌دهد ۳- استاندارد برای زندگی خوب فراهم می‌کند که به روابط افسران با خانواده خود کمک می‌کند ۴- همچنین فرصت درک افراد از سایر سرزمین‌ها و فرهنگ‌ها را فراهم می‌کند. (تارلو^۱، ۲۰۱۵، ۲)

گیدنز تأکید می‌کند که برای درک ضرورت توجه به امنیت، نخست باید به سیمای مخاطره‌آمیز خاص مدرنیته نگاه دقیق‌تری انداخت، همان سیمایی که او جهانی شدن مخاطرها نامیده است. به خطرهایی که تعداد انبوهی از انسان‌ها را در کره زمین تحت تاثیر قرار می‌دهد، همانند دگرگونی در تقسیم کار جهانی یا آلودگی زیست‌محیطی یا تولید غذاها با آلودگی‌های شیمیایی که در سرنوشت میلیون‌ها انسان موثر می‌باشد (نویدینیا، ۱۳۸۸: ۳۴-۳۳). به زعم گیدنز، هرگاه مخاطرها به حداقل کاهش یابد و تعادل و اعتماد در جامعه پدیدار شود، امنیت نمایان می‌شود. امنیت از نظر گیدنز در فضای واقعی و تجربی خلق می‌شود و مستلزم داشتن تعامل‌های اجتماعی چه در سطح جهانی و چه در سطح خانوادگی است (گیدنز، ۱۳۷۷: ۴۴). به زعم گیدنز امنیت فردی یا اجتماعی زمانی مخدوش می‌شود که خطری فرد یا جامعه را تهدید کند. وی معتقد است که امنیت به مثابه مصونیت در مقابل خطر می‌باشد و این دو مولفه در واقع دو روی یک سکه می‌باشند. گیدنز به بررسی امنیت وجودی به عنوان صوری از امنیت در مقابله با مخاطره‌های نهادهای مدرنیته می‌پردازد.

امنیت وجودی از نظر گیدنز توان پاسخگویی خودآگاه و ناخودآگاه برای پرسش‌هایی است که در طول زندگی برای همه انسان‌ها همواره مطرح می‌شود، می‌باشد، به عبارتی اطمینانی که افراد برای تکوین شخصیت و هویت با توجه به دوام محیط‌های اجتماعی و مادی پیرامون خود دارند (نویدینیا، ۱۳۸۸: ۳۴-۳۳). با توجه به این که زمان و مکان دارای اهمیت هستند (ریتزر، ۱۳۷۳: ۵۱۴). به زعم گیدنز برقراری روابط دوستانه و توانایی پذیرش نظرهای دیگران و مباحثه و دراین راستا چانه‌زنی بر سر مسائلی که سبب حل اختلافات شده و تصمیم‌گیری متناسبی صورت گیرد اولویت دارد (گیدنز، ۱۳۷۸: ۱۴۱). زیرا اعتماد به دیگران نیاز روانی هر انسانی است که با نوعی عاطفه روانی در محیط آشنای اجتماعی و مادی با نمایان ساختن محبت و سعه صدر تلفیق می‌شود (گیدنز، ۱۳۷۷: ۱۱۴) و این مستلزم وجود صداقت در کنش‌های متداوم است. بدون تردید وجود صمیمیت در روابط با افراد دلسوز و پشتیبان، ناکامی‌ها را کاهش می‌دهد و زمینه دستیابی به مفاهیم و سهیم شدن افراد در عواطف و تجربه‌های دیگران را فراهم می‌سازد. زیرا همکاری صمیمانه، تعهد را به وجود می‌آورد و در نقطه مقابل عدم وجود روابط صمیمانه، کشمکش متداوم و موج‌های ویران‌کننده ایجاد می‌کند (نویدینیا، ۱۳۸۸: ۳۷) که این‌گونه رفتارها عامل کاهش امنیت در جامعه است.

^۱ Tarlow

فرضیه‌های تحقیق

- ۱- بین سن با احساس امنیت فردی و اجتماعی گردشگران رابطه وجود دارد.
- ۲- بین اعتماد اجتماعی با احساس امنیت اجتماعی گردشگران رابطه وجود دارد
- ۳- بین عملکرد پلیس با احساس امنیت فردی و اجتماعی گردشگران رابطه وجود دارد
- ۴- بین مصرف رسانه ای با احساس امنیت فردی و اجتماعی گردشگران رابطه وجود دارد.
- ۵- بین تحصیلات با احساس امنیت فردی و اجتماعی گردشگران رابطه وجود دارد.

روش شناسی تحقیق

جامعه آماری، حجم نمونه و شیوه نمونه گیری روش تحقیق این پژوهش پیمایشی است که در آن همبستگی متغیرهای مستقل با متغیرهای وابسته سنجیده می‌شود. جامعه آماری تحقیق شامل تمامی گردشگرانی (شامل گردشگر داخلی و خارجی) می‌شود که در سال ۱۳۹۵ به مقاصد مختلف تفریحی، علمی، ورزشی وارد شهر بابلسر می‌شود. که بر طبق آمار موجود سال ۱۳۹۴ حدود ۲۶۰۰,۰۰۰ گردشگر وارد ایران شده‌اند و همین نسبت را برای سال ۹۵ در نظر گرفته شده است در مورد انتخاب حجم نمونه در بین هر یک از گروه‌های مختلف (نظیر تفریحی، درمانی، فرهنگی، آموزشی، ورزشی، اجتماعی، مذهبی، بازرگانی و سیاسی) از روش نسبت استفاده شده است. لازم به توضیح است که انتخاب افراد نمونه، گردشگران) به صورت تصادفی انجام شد، بدین صورت که با مراجعه به هتلها، و از هر کدام از گردشگرانی که تمایل به پاسخ دادن بودند، از آنها نظرسنجی شده است و برای اطمینان از صحت، صراحت و اعتبار سئوالات، آزمون مقدماتی^۱ پرسشنامه انجام شد و پس از رفع اشکالات و نواقص پرسشنامه، اقدام به تکمیل آن در میان جامعه نمونه شده استسوال‌های پرسشنامه عمدتاً محقق ساخته و براساس طیف لیکرت و بعضاً از تحقیق‌های مشابه استفاده شده است. شیوه اجرای پرسشنامه در تحقیق حاضر از نوع حضوری و واحد تحلیل فرد و محل اجرای آن شهر بابلسر می‌باشد.

اعتماد احساسی است که فرد یا افراد درباره چیزی دارند که تایید شده است و در واقع یک نگرش مثبت به فرد یا امری خارجی است، و آن بیانگر میزان ارزیابی از پدیده‌ای است که با آن مواجه هستیم (عباس‌زاده، ۱۳۸۳ به نقل از معید فر ۱۳۸۸: ۱۲۵). اعتماد به منزله داشتن حسن ظن به دیگران در روابط بینا بین است که بر سه نوع است:

۱. اعتماد بین فردی ۲. اعتماد اجتماعی (تعمیم یافته) ۳. اعتماد نهادی (پاتنام، ۱۳۸۴-۱۳۷-۱۳۹۲)
- برای سنجش میزان اعتماد اجتماعی افراد، ابتدا سه نوع اعتماد از هم تفکیک شد، و سپس با استفاده از این سه نوع، متغیر اعتماد اجتماعی با استفاده از طیف لیکرت مورد سنجش قرار گرفت، این سه نوع اعتماد عبارتند از:

^۱ Pre test

الف- اعتماد بین فردی شامل اعتماد به افراد خانواده، خویشاوندان، دوستان و همکاران است که اعتماد شخصی نیز نامیده می‌شود.

ب- اعتماد اجتماعی (تعمیم یافته)، اعتماد به بیگانگان یا افراد کمتر آشنای اجتماع را شامل می‌شود

ج- اعتماد نهادی، اعتماد به سازمان‌ها، نهادها و گروه‌ها در حوزه حکومت را شامل می‌شود (موسوی خامنه، ۱۳۸۳: ۱۰).

احساس به معنای درک چیزی است با یکی از حواس و امنیت به معنای بی‌خوفی، بی‌بیمی است احساس امنیت، تلقی انسان‌ها از وضعیتی است که در آن تصور می‌شود تهدیدی متوجه جان، مال و ارزش‌های آنها نیست و یا حداقل اگر هم چنین تهدیدی وجود دارد، قابل کنترل است (حسینی، ۱۳۸۷). سوال‌های پرسشنامه عمدتاً محقق ساخته و براساس طیف لیکرت و بعضاً از تحقیق‌های مشابه استفاده شده است. شیوه اجرای پرسشنامه در تحقیق حاضر از نوع حضوری و واحد تحلیل فرد و محل اجرای آن شهر بابلسر می‌باشد.

یافته‌ها

جدول زیر بیانگر ویژگی‌های نمونه با توجه به متغیرهای زمینه است.

جدول (۱): توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب متغیرهای جمعیت شناختی

درصد	فراوانی	گروه سنی	
۱۴/۸	۵۷	۲۰-۲۵	گروه سنی
۱۸/۵	۷۱	۲۶-۳۰	
۲۷/۱	۱۰۴	۳۱-۳۵	
۲۶	۱۰۰	۳۶-۴۰	
۱۱/۲	۴۳	بالتر از ۴۰	
۲/۳	۹	بی پاسخ	
۱۰۰	۳۸۴	کل	
۷۹/۹	۳۰۷	مرد	جنسیت
۱۷/۴	۶۷	زن	
۲/۶	۱۰	بی پاسخ	
۱۰۰	۳۸۴	کل	
۱۵/۱	۵۸	مجرد	تاهل
۷۵	۲۸۸	متاهل	
۹/۹	۳۸	بی پاسخ	
۱۰۰	۳۸۴	کل	
۳۴	۱۳۲	دیپلم	تحصیلات
۳۱	۱۱۹	فوق دیپلم	
۳۳	۱۲۷	لیسانس	
۲	۶	بی پاسخ	
۱۰۰	۳۸۴	کل	

ادامه جدول (۱): توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب متغیرهای جمعیت شناختی

درصد	فراوانی	گروه سنی	درآمد
۲/۳	۹	زیر ۴۰۰ هزار تومان	
۱/۶	۶	۴۰۱-۵۰۰ هزار	
۸/۹	۳۴	۵۰۱-۶۰۰ هزار	
۳۲/۶	۱۲۵	۶۰۱-۷۰۰ هزار	
۵۰/۵	۱۹۴	۷۰۰ هزار به بالا	
۴/۲	۱۶	بی پاسخ	
۱۰۰	۳۸۴	کل	

اطلاعات جدول بالا نشان می‌دهد که بیشترین درصد پاسخگویان ۲۷/۱ درصد (۱۰۴ نفر) گروه سنی خود را ۳۱-۳۵ سال و کمترین درصد پاسخگویان ۱۱/۲ درصد (۴۳ نفر) نیز ۲۵ سال به بالا گزارش کرده‌اند به لحاظ جنسیت نیز بیشترین درصد پاسخگویان ۷۹/۹ درصد (۳۰۷ نفر) جنسیت خود را مرد و کمترین درصد پاسخگویان ۱۷/۴ درصد (۴۳ نفر) نیز زن گزارش کرده‌اند هم چنین بیشترین درصد پاسخگویان ۷۵ درصد (۲۸۸ نفر) وضعیت تاهل خود را متاهل و کمترین درصد پاسخگویان ۱۵/۱ درصد (۵۸ نفر) نیز وضعیت خود را مجرد گزارش کرده‌اند. بر حسب تحصیلات نیز بیشترین درصد پاسخگویان ۳۴ درصد (۱۳۲ نفر) میزان تحصیلات خود را دیپلم و کمترین درصد پاسخگویان ۳۱ درصد (۱۱۹ نفر) نیز تحصیلات خود را فوق دیپلم گزارش کرده‌اند. هم چنین به لحاظ درآمد نیز بیشترین درصد پاسخگویان ۵۰/۵ درصد (۱۹۴ نفر) درآمد خود را ۷۰۰ هزار تومان به بالا و کمترین درصد پاسخگویان ۱/۶ درصد (۶ نفر) نیز درآمد خود را ۴۰۱-۵۰۰ هزار تومان کرده‌اند.

آزمون فرضیات

بررسی نرمال بودن توزیع داده‌ها

جدول (۱): خروجی آزمون کالموگروف اسمیرنوف برای بررسی نرمال بودن متغیرها

نتیجه	سطح معنی داری	آماره کالموگروف اسمیرنوف	
نرمال	0/۳58	۰/۱۲۲	احساس امنیت فردی
نرمال	۰/۵9۳	۰/۴۱۰	احساس امنیت اجتماعی
نرمال	۰/۸۹۵	۰/۶۹۸	اعتماد اجتماعی
نرمال	۱,۲۳	۰/۲۹۸	عملکرد پلیس
نرمال	0/۳۶۹	۰/۲۵۲	مصرف رسانه ای
نرمال	۰/۳۶۹	۰/۱۵۶	تحصیلات
نرمال	۰/۵۹۰	۰/۱۶۹	سن
نرمال	۰/۵۲۳	۰/۸۹۲	درآمد

منبع: یافته‌های محقق

نتایج بررسی مقادیر آزمون کالموگروف اسمیرنوف ارائه شده در جدول ۱ نشان می‌دهد که توزیع متغیرهای پژوهش، نرمال است. به عبارت دیگر می‌توان نتیجه گرفت که توزیع داده‌ها در این متغیرها نرمال است. بر این اساس می‌توانیم از آزمون‌های پارامتری، به عنوان آزمون‌های مناسب برای بررسی فرضیات این پژوهش استفاده کنیم.

در این تحقیق ابتدا فرضیات از طریق کاربست آزمون همبستگی بصورت دو متغیره مورد بررسی قرار گرفت. در ادامه با بکارگیری رگرسیون چند متغیره به بررسی روابط چندگانه بین متغیرهای مستقل و احساس امنیت گردشگران پرداختیم.

جدول (۲): آزمون همبستگی بین متغیرهای مستقل و احساس امنیت گردشگران

تحصیلات	مصرف رسانه‌ای	عملکرد پلیس	اعتماد اجتماعی	سن	درآمد		
۰/۳۳۲(**)	۰/۲۹۰(**)	۰/۲۸۷(**)	۰/۱۷۱(**)	۰/۱۵۴(**)	۰/۱۶۰(**)	ضریب همبستگی	احساس امنیت اجتماعی
۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	سطح معنی داری	
۳۸۴	۳۸۴	۳۸۴	۳۸۴	۳۸۴	۳۸۴	تعداد	
۰/۱۸۶(**)	۰/۲۲۸(**)	۰/۲۲۸(**)	۰/۴۱۵(**)	۰/۱۳۰(**)	۰/۳۳۲(**)	ضریب همبستگی	احساس امنیت فردی
۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	سطح معنی داری	
۳۸۴	۳۸۴	۳۸۴	۳۸۴	۳۸۴	۳۸۴	تعداد	

طبق نتایج حاصل از همبستگی پیرسون بین احساس امنیت اجتماعی و فردی. مؤلفه‌های درآمد سن اعتماد اجتماعی و عملکرد پلیس مصرف رسانه‌ای رابطه مثبت و معنی داری مشاهده شده است می‌توان دریافت که آنچه از طریق گردشگران و به عنوان «احساس امنیت» مطرح می‌شود، با احساس امنیت فردی و اجتماعی رابطه دارد. می‌توان گفت احساس امنیت، نوعی ذهنیت و جهتگیری روانی مثبت شهروندان نسبت به عدم تأثیرگذاری حضور و بروز رویداد و وقایع ظرفیتی است. فضای شهری بیشترین ارتباط را با مردم و مکان‌های تفریحی و گردشگاهی برقرار می‌کند و در نتیجه در هویت بخشی و دادن احساس آرامش و امنیت به گردشگران نقش بسزایی دارد. موانع زیادی بر سر راه تأمین نیازهای فردی و اجتماعی گردشگران به وجود آمده که این موانع به کاهش شدید احساس امنیت و آرامش و آسایش گردشگران انجامیده است. این پدیده به نوبه‌ی خود به گسترش روحیه نارضایتی، عدم امنیت، احساس تنهایی، غم، ترس، تنش اجتماعی، جدایی از طبیعت دامن زده است. وجود امکانات از جمله عوامل مهمی است که گردشگر را به گردشگاه می‌کشاند و حضور گردشگران و شهروندان در مکانهای تفریحی خود سبب افزایش امنیت می‌شود. معمولاً مجرمان مکان‌های خلوت و ساکت را برای اعمال خود در نظر می‌گیرند. اینک به شاخص‌ها و مؤلفه‌های احساس امنیت اشاره می‌کنیم: ۱- برخورداری از امکانات (آموزش، بهداشت، رفاه و آزادی) ۲- فقدان جرم و بزهکاری در اماکن توریستی و ۳- کاهش موانع بر سر راه احساس امنیت فردی و اجتماعی

جدول (۳): نتایج آزمون رگرسیون درباره تاثیر شاخص‌های درآمد، سن، اعتماد اجتماعی، عملکرد پلیس، مصرف رسانه‌ای، تحصیلات بر احساس امنیت فردی و اجتماعی

روش ورود متغیرها همزمان	Method=inter
ضریب همبستگی چند گانه	۰/۴۸۲(a)
ضریب تعیین	۰/۲۳۲
ضریب تعیین تعدیل یافته	۰/۲۲۰
خطای معیار	۰/۴۴۵
تحلیل واریانس	۱۸/۹۷
سطح معنی داری	۰/۰۰

جدول (۴): ضریب آزمون رگرسیون پیرامون تاثیر شاخص‌های درآمد، سن، اعتماد اجتماعی، عملکرد پلیس، مصرف رسانه‌ای، تحصیلات بر احساس امنیت فردی و اجتماعی

مقدار ثابت	B	SE	beta	t	sig
۰/۱۵۵-	۰/۲۰۹	۰/۷۴۲-			۰/۴۵۹
۰/۴۱۷	۰/۰۶۵	۰/۳۰۵		۶/۳۸	۰/۰۰
۰/۳۱۳	۰/۰۲۷	۰/۲۵۱		۰/۴۷۲	۰/۰۰
۰/۳۲۴	۰/۰۸۰	۰/۲۲۷		۴/۰۵۶	۰/۰۰
۰/۱۴۹	۰/۰۳۵	۰/۲۰۵		۴/۲۶۹	۰/۰۰
۰/۰۵۱	۰/۰۴۱	۰/۰۶۱		۱/۲۵۲	۰/۲۱۱
-۰/۰۳۰	۰/۰۳۳	-۰/۰۵۱		-۰/۹۰۶	۰/۳۶۵

نتایج به دست آمده از آزمون رگرسیون بین این حاکی از آن است که ضریب رگرسیون با سطح معنی داری $\alpha=۰/۰۰۰$ برابر با $R=۰,۴۸۲$ محاسبه شده است. از آنجا که این سطح معنی داری از سطح معنی داری مورد نظر ما $\alpha=۰/۰۵$ کوچکتر است مدرک کافی برای رد فرض صفر خود داریم، در نتیجه فرضیه صفر مارد و فرضیه اصلی ما تائید می‌شود. بنابراین نتیجه می‌گیریم که به ازای تغییر در یک واحد انحراف استاندارد اعتماد اجتماعی، عملکرد پلیس، مصرف رسانه‌ای و تحصیلات میزان احساس امنیت فردی و اجتماعی به ترتیب به اندازه $۰/۱۲۵$ ، $۰/۲۲۷$ ، $۰/۲۰۵$ ، $۰/۳۰۵$ قابل پیش بینی می‌باشد در مجموع $۴۸/۲$ درصد از تغییرات احساس امنیت فردی و اجتماعی به و سبب مولفه‌های اعتماد، اجتماعی، عملکرد پلیس، مصرف رسانه‌ای و تحصیلات می‌شود

بحث و نتیجه‌گیری

در تحقیق حاضر مشخص شده است که وجود متغیرهای مربوط به سرمایه اجتماعی (مثل اعتماد گردشگران به ایرانیان، احساس امنیت، از جنبه‌های مهم روابط انسانی است و زمینه ساز مشارکت و همکاری گسترده بین المللی خواهد شد. در مجموع می‌توان گفت که چرخه‌های زندگی اجتماعی بر محور اعتماد و همکاری در حال حرکت می‌باشد و اهمیت

اعتماد و همکاری در روابط و پیوندهای اجتماعی به گونهای است که می‌توان آنها را عنصر اساسی زندگی اجتماعی در عرصه بین‌المللی در دنیای نوین تلقی نمود که زمینه تعامل را در ابعاد مختلف را گسترش می‌دهند. در مقابل، کاهش هر یک از ابعاد سرمایه اجتماعی موجب می‌گردد که در گام اول افراد خود آن جامعه احساس ناامنی کرده و به دلیل ترس و نگرانیها، از همکاری و گسترش تعاملات در ابعاد مختلف جامعه کناره‌گیری نمایند. و در چنین حالتی روابط اجتماعی در داخل و خارج از کشور بصورت تصاعدی کاهش خواهد یافت. و از این رو صنعت گردشگری نیز به لحاظ عرصه اجتماعی (پذیرش گردشگر از سوی مردم) دچار چالش می‌گردد. بنابراین، یکی از اصول اولیه در توسعه گردشگری داشتن اعتماد، احساس امنیت و همکاری افراد جامعه با یکدیگر است و در چنین شرایطی اگر جامعه‌ای از سرمایه اجتماعی بالاتری برخوردار باشد، میزان اعتماد، رضایت و امنیت گردشگران خارجی نیز در آن کشور بالا خواهد بود و مجموعه این عوامل نرم افزاری در تمایل گردشگر به سفر مجدد بسیار تأثیر گذار می‌باشد.

با توجه به نتایج به دست آمده با نتایج پژوهش شاهپوند (۱۳۹۰) همخوانی دارد و گردشگران در موضوع سفر به مقوله امنیت و احساس امنیت توجه بیشتری دارند. اشتاینر (۲۰۰۶) در پژوهش خود در کشورهای عربی امنیت را مهم‌ترین تهدید برای گردشگری عنوان کرده است. لذا با توجه به نتیجه پژوهش حاضر این تهدید برای شهر تبریز وجود ندارد و برنامه ریزی برای تبلیغات امنیت و احساس امنیت در شهر تبریز بایستی توسط رسانه در اولویت قرار گیرد تا به تعبیر سینایی (۱۳۸۰) جلوی تبلیغ عدم امنیت گرفته شود. هزارجریبی (۱۳۹۰) در مطالعه خود به این نتیجه رسیده است که در بین گردشگران با توجه به ویژگی‌های فردی و میزان احساس امنیت آنها تفاوت معنی‌داری مشاهده نشد. سن گردشگران و احساس امنیت آنها تفاوت معنی‌داری مشاهده نشد شاهپوندی (۱۳۹۰) در مطالعه خود با عنوان «تاثیر امنیت روانی بر جذب گردشگران خارجی مطالعه موردی اصفهان» به این نتیجه رسیده است که درصد بالایی از گردشگران خارجی از وضعیت امنیت اجتماعی و روانی شهر اصفهان رضایت دارند و برای سفر به این شهر تمایل نشان داده‌اند. در مطالعه ما گردشگران خارجی در شهر تبریز نیز احساس امنیت بیشتری داشته و از وضعیت امنیت در شهر تبریز راضی بودند. یافته تحقیق ما با نتایج شاهپوندی مطابقت دارد. یکی از نتایج مورد توجه در این تحقیق این بود که: بین عملکرد پلیس و احساس امنیت گردشگران رابطه معنی‌داری وجود نتیجه به دست آمده با نتایج پژوهش ربانی و همکارانش (۱۳۹۰) با عنوان «نقش پلیس در تامین امنیت و جذب گردشگری (نمونه موردی شهر اصفهان)» همخوانی ندارد ایشان در تحقیق خود به این نتیجه رسیده‌اند که: میزان رضایت گردشگران از امنیت شهر اصفهان زیاد است اما گردشگران از عملکرد پلیس در شهر تبریز رضایت ندارند. یکی از نتایج مورد توجه در این تحقیق این بود که: بین عملکرد رسانه و احساس امنیت گردشگران رابطه معنی‌داری وجود ندارد. نتیجه به دست آمده با نتایج

پژوهش شکرپیگی و همکارانش (۱۳۹۰) با عنوان « بررسی تاثیر رسانه‌های جمعی بر احساس امنیت اجتماعی» همخوانی دارد.

نتیجه رگرسیون چند متغیره در این تحقیق نشان داد که ۲۲ درصد از عوامل تبیین کننده تمایل به سفر مجدد در بین گردشگران وابسته به چند متغیر مذکور است. بنابراین، با توجه به نتایج پژوهش حاضر، احساس امنیت گردشگران تقریباً در سطح بالایی قرار دارد لذا تمایل به سفر مجدد در بین گردشگران نیز بالا بوده، از این رو مشارکت مردم و متصدیان مربوطه کشور در امر حفاظت محیط زیست جهانی، میراث فرهنگی و طبیعت بعنوان یک عامل مؤثری می‌تواند به توسعه صنعت جهانگردی کشور کمک نماید. برای بررسی راه حل‌های ممکن باید از دیدگاه‌های مختلفی به صنعت جهانگردی توجه کرد و برای هر کدام از آنها چاره اندیشی نمود و موانع را از سر راه برداشت بدین ترتیب باید خاطر نشان ساخت که فعالیتهای صنعت توریسم تا حد زیادی به سایر فعالیتهای جاری و عمرانی یک کشور وابسته بوده و همچنین متکی به ایجاد تاسیسات زیربنایی گوناگون و سایر عوامل حمایت کننده از آن است. بنابراین به منظور ایجاد هماهنگی در تنظیم پروژه‌های مربوط به توسعه منابع توریسم بایستی هماهنگی‌های لازم بین وزارت خانه ها، سازمانها، ادارات و نهادهایی که فعالیتهایشان به نحوی در جهت رشد و توسعه این صنعت موثر می‌باشد، به عمل آید. در هر صورت، آن دسته از عواملی که در توسعه توریسم داخلی موثر واقع شده و نقش عمده‌ای دارند به سه دسته، عوامل اقتصادی، عوامل اجتماعی، فرهنگی و تسهیلات جهانگردی تقسیم می‌شوند. ایجاد تاسیسات پذیرایی که در گذشته به احساس امنیت اجتماعی از منظر توسعه گردشگری علت کمبود یا فقدان جهانگردی در سطح محدودی انجام می‌گرفت، در حالی که امروزه به صورت یکی از مهمترین عوامل موثر در توسعه جهانگردی درآمده است. به علت وجود تعداد بیشماری از جهانگردان که اقامت در هتل‌های ارزان قیمت و اردوگاهها را به لحاظ درآمد محدودشان به اقامت در هتل‌های گران قیمت ترجیح می‌دهند، اهمیت تاسیسات پذیرایی ارزان قیمت از قبیل اردوگاه، کلبه‌های کنار دریا، خانه‌های جوانان و مهمان خانه‌های کوچک مورد توجه قرار می‌گیرد.

پیشنهادهات

احساس امنیت اجتماعی در هر جامعه از اساسی ترین نیازهای اجتماعی است که افراد جامعه باید از آن برخوردار باشند. احساس امنیت، مشمول احساس آرامش و اطمینان همه جانبه در زمان حال و آینده در امور زندگی می‌باشد، به نحوی که نگرانی نسبت به امور اساسی زندگی وجود نداشته باشد. بدون تردید تحقق احساس امنیت اجتماعی، مایه افزایش کیفیت زندگی است و بایستی به این نکته

توجه داشت که با تدبیر و رویکرد دانش محور و با تدوین برنامه‌های عملیاتی معقولانه می‌توان احساس امنیت اجتماعی را قوت بخشید

پدیده جهانگردی که به بزرگترین تحرک و جابجایی انسانها در زمان صلح اطلاق می‌شود خود به صورت یک پدیده اجتماعی - فرهنگی مطرح است. صنعت گردشگری که جزو بزرگترین صنعت در دنیا است موقعیت ممتازی در اقتصاد جهانی داشته، بر ظرفیت‌ها و بخشهای واقعی به ویژه بخش خدمات که برای رشد دراز مدت مناسب بوده استوار است. از این رو رواج و گسترش فعالیتهای جهانگردی سهم عمدهای در توسعه اقتصادی کشور خواهد داشت. امروزه این صنعت مبتنی بر سرمایه گذاری در زمان حال به منظور افزایش در آمد بیشتر در آینده است و بهترین کوشش هر کشور و ملت برای بسط و توسعه اقتصادی حجم سرمایه گذاری آن است به این لحاظ باید گفت هزینه‌های آموزش، پژوهش و اداری برای توسعه صنعت جهانگردی، جنبه سرمایه‌گذاری، که حاصل و بهره آن در آینده آشکار خواهد شد، دارد. اما با توجه به اینکه جهانگردی به عنوان صنعتی سودآور و اشتغال زا شناخته شده است و در موازنه پرداختهای ارزی کشورها نقش مهمی را ایفا می‌کند، گردشگری در ایران هنوز با وجود موقعیت مناسب و مساعد جغرافیایی و عنایت مسئولین به امر گردشگری وجود بسیاری از مواهب طبیعی تاکنون جایگاه واقعی خود را بدست نیاورده است برای بررسی راه حل‌های ممکن باید از دیدگاههای مختلفی به صنعت جهانگردی توجه کرد و برای هر کدام از آنها چاره اندیشی نمود و موانع را از سر راه برداشت به این ترتیب باید خاطرنشان ساخت که فعالیتهای صنعت توریسم تا حد زیادی به سایر فعالیتهای جاری و عمرانی یک کشور وابسته بوده و همچنین متکی به ایجاد تاسیسات زیربنایی گوناگون و سایر عوامل حمایت کننده از آن می‌باشد. بنابراین به منظور ایجاد هماهنگی در تنظیم پروژه‌های مربوط به توسعه منابع توریسم بایستی هماهنگی‌های لازم بین وزارتخانه‌ها، سازمانها، ادارات و نهادهایی که فعالیتهایشان به نحوی در جهت رشد و توسعه این صنعت موثر است، به عمل آید به طور خلاصه مهم‌ترین پیشنهادات تحقیق حاضر عبارتند از:

- توسعه پلیس‌های گردشگری در اماکن تاریخی و توریستی؛
- تقویت فرهنگ بومی از طریق مدارس و دانشگاهها و ... جهت همکاری با گردشگران داخلی و خارجی؛
- گسترش فرهنگ گردشگری از طریق توسعه مراکز علمی گردشگری؛
- توسعه تبلیغات از طریق رسانه سنتی و رسانه‌های الکترونیکی جدید مثل ماهواره و اینترنت؛
- برگزاری دوره‌های آموزشی رایگان در زمینه گردشگری برای عموم شهروندان و بازاریان؛
- توسعه خدمات پذیرایی و اقامتی؛
- اجرای طرح ویژه ترافیکی برای گردشگران در پیرامون آثار تاریخی علی‌الخصوص مرکز شهر؛

- توسعه ناوگان حمل و نقلی برای گردشگران
- تربیت راهنما تورست‌های متخصص در شهر
- استفاده از تجربیات دیگر کشورها در امر گردشگری

منابع

۱. انجمن تخصصی معماری و شهرسازی (۱۳۹۲). افزایش احساس امنیت فضاهای عمومی به خصوص پارکها با استفاده از اصول: CPTED) مراجعه، <http://www.iranshahrsaz.com/newreply.php>
۲. بهیان، شاپور و فیروزآبادی، آمنه (۱۳۹۲). بررسی عوامل مؤثر بر احساس امنیت اجتماعی در شهرها (مطالعه موردی: کرمان)، فصلنامه‌ی مطالعات جامعه شناختی شهری، شماره ۶: ۱۲۲-۱۰۳.
۳. پاتنام، رابرت. (۱۳۸۴). **دموکراسی و سنت‌های مدنی**، ترجمه: محمدتقی دلفروز، تهران: انتشارات روزنامه سلام.
۴. چلبی، مسعود (۱۳۸۵). **جامعه‌شناسی نظم تشریح و تحلیل نظری نظم) اجتماعی**، تهران، نشر نی
۵. سینایی، وحید (۱۳۸۰). ناکارآمدی، رکود و بحران در جهانگردی ایران، **ماهنامه اطلاعات سیاسی و اقتصادی**، سال شانزدهم، شماره پنجم و ششم، صص: ۳۵-۳۱
۶. سعیدنیا، احمد (۱۳۹۱). **کتاب سبز شهرداری**، تهران: انتشارات سازمان پارکها و فضای سبز
۷. ستوده، محمد (۱۳۷۹). جهانی شدن و امنیت ملی، **علوم سیاسی**، سال سوم، شماره نهم، صص: ۹۴-۹۹.
۸. شاه آبادی، زارع و ترکان، رحمت الله (۱۳۹۰) بررسی عوامل موثر بر احساس امنیت اجتماعی در بین شهروندان شهر یزد، **فصلنامه نظم و امنیت انتظا** تابستان، دوره، ۴ شماره ۲؛ از صفحه ۱۲۵ تا صفحه ۱۴۸.
۹. شایگان، فریبا و رستمی، فاطمه (۱۳۹۰) **هویت اجتماعی و احساس امنیت، فصلنامه‌ی برنامه ریزی رفاه و توسعه اجتماعی**، شماره ۹: ۱۸۲-۱۴۲
۱۰. شاهپوند، احمد و همکاران (۱۳۹۰). نقش پلیس در تامین امنیت و جذب گردشگری، **مجله مطالعات امنیت اجتماع**، شماره ۲۶، صص: ۴۹-۶۰.
۱۱. شاهپوندی، احمد؛ رئیسی وانانی، 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 ۱۳۹۱، **فصلنامه نظم و امنیت انتظامی**، سال چهارم، شماره اول، صص ۱۳۸-۱۳۷.
۱۲. شکرپیگی، عالییه؛ آقایی نور، مریم؛ قبادی، عباس و عبدال علی پور، قادر (۱۳۹۰). بررسی تاثیر رسانه‌های جمعی بر احساس امنیت اجتماعی (مطالعه موردی، افراد ۱۸-۳۸ سال استان چهارمحال و بختیاری) **فصلنامه دانش انتظامی**، سال سیزدهم، شماره ۴، صص ۶۱-۳۱.

۱۳. صیدایی، اسکندر و عیوضلو، محمود (۱۳۸۹) نقش امنیت در توسعه‌ی گردشگری، فصلنامه‌ی تخصصی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی، سال ۴، شماره‌ی ۸: ۳۷-۱۶
۱۴. رفیعیان، مجتبی؛ عسگری، علی و عسگری‌زاده، زهرا (۱۳۸۸). سنجش میزان رضایتمندی مسکونی ساکنان محله‌ی نواب، پژوهش‌های جغرافیای انسانی، شماره‌ی ۶۷: ۶۸-۵۳.
۱۵. کارگر، بهمن (۱۳۸۳). امنیت شهری: ارزیابی کارایی خدمات انتظامی و امنیتی در نظام مدیریت شهری، سازمان آموزش و خدمات پس از فروش مه‌اد صنعت.
۱۶. گلی، علی (۱۳۹۰). زنان و امنیت در فضاهای عمومی شهری (مطالعه موردی: پارک آزادی شیراز)، جامعه‌شناسی، دوره‌ی ۳، شماره ۲: ۱۶۵-۱۴۳
۱۷. گیدنز، آننونی. (۱۳۷۸). سیاست، جامعه‌شناسی و نظریه اجتماعی. ترجمه: منوچهر صبوری. تهران: نشر نی.
۱۸. گیدنز، آننونی (۱۳۸۸). جامعه‌شناسی، چاپ سوم، تهران: نشر نی.
۱۹. فرماندهی انتظامی استان گلستان (۱۳۸۹). گزارش پژوهشی حوزه‌ی مطالعات و تحقیقات کاربردی گردشگاه‌ها و امنیت، گزارش شماره‌ی ۱ / پاییز.
۲۰. هزارجریبی، جعفر (۱۳۹۰). احساس امنیت اجتماعی از منظر توسعه گردشگری، مجله علمی پژوهشی جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، سال ۲۰، شماره‌ی ۲: ۹۹-۷۷.
۲۱. نبوی، سیدعبدالحسین؛ حسین‌زاده، علی حسین و حسینی، سیده‌هاجر (۱۳۸۹). بررسی عوامل اجتماعی و اقتصادی مؤثر بر احساس احساس امنیت، جامعه‌شناسی کاربردی، شماره ۴: ۹۶-۷۳
۲۲. رفیعیان، مجتبی؛ عسگری، علی و عسگری‌زاده، زهرا (۱۳۸۸). سنجش میزان رضایتمندی مسکونی ساکنان محله‌ی نواب، پژوهش‌های جغرافیای انسانی، شماره‌ی ۶۷: ۶۸-۵۳.
۲۳. ریتزر، جرج. (۱۳۷۳). نظریه‌های جامعه‌شناسی. ترجمه: ا. غرویان. تهران: انتشارات ماجد.
۲۴. ربانی، رسول؛ شاهپوندی، احمد؛ دهقان‌نیا، محمد منصور و ناظر حضرت، جعفر (۱۳۹۰). نقش پلیس-در تأمین امنیت و جذب گردشگری (نمونه موردی شهر اصفهان)، فصلنامه مطالعات امنیت اجتماعی، اصفهان، صص ۶۰-۳۹
۲۵. رفیعیان، مجتبی، عسگری، علی، عسگری‌زاده، زهرا، (۱۳۸۸). رضایت مندی شهروندان از محیط‌های سکونتی شهری، مجله علوم محیطی، سال هفتم، شماره اول، صص: ۵۷-۶۷.
۲۶. صالحی فرد، محمد؛ خاکپور، براتعلی و هادی رفیعی، معصومه (۱۳۸۹). تحلیلی بر ابعاد اجتماعی فضاهای سبز شهری با تأکید بر دیدگاه شهروندان، فضای جغرافیایی، سال ۱۰ شماره ۲۹: ۵۹-۵۱

۲۷. موسوی خامنه، مرضیه (۱۳۸۳). سرمایه اجتماعی و سلوک اجتماعی (پیامدهای مدنی سرمایه اجتماعی در مدارس)، پایان نامه مقطع دکتری، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران، راهنما: توسلی، غلامعباس.

۲۸. نویدنیا، منیژه. (۱۳۸۸). امنیت اجتماعی. تهران: نشر پژوهشکده مطالعات راهبردی.

۲۹. وارثی، حمیدرضا، تقوایی، مسعود و شاهبوند، احمد (۱۳۹۰). تحلیلی بر وضعیت زیرساختهای گردشگری در شهر اصفهان، مجله جغرافیا و برنامه ریزی محیطی، دوره ۳۲، شماره ۴۴: ۹۱-۱۱۲.

۳۰. زارعی، نوشین (۱۳۸۵). تاثیر امنیت روانی بر توسعه صنعت توریسم در استان های بوشهر و فارس (مطالعه موردی گردشگران خارجی)، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تهران: دانشکده مدیریت، گروه مدیریت بازرگانی.

۳۱. هزارجریبی دستکی، جعفر و رضا صفری شالی، ۱۳۸۸، بررسی تعامل دو مفهوم شهروندی و امنیت اجتماعی، پژوهشنامه نظم و امنیت انتظامی، دوره سوم، شماره سوم، صص ۳۰-۳۵.

32. Steiner , C.(2006). **Social distance, security threats and tourism volatility**, university of mainz Germany

33. Asli D. A. Tasci & Boylu, Y. (2009). **Cultural Comparison of Tourists' Safety perception in Relatin to Trip Satisfaction**, School of Tourism and Hospitality Management, Mugla university, Turkey

34. Tarlow, P. E. (2015). **Tourism Security Different Places/ Different Faces**, Hawai'i state Tourism conference Honolulu

35. Vornanen, R., Torronen, M. and Niemela, P. (2009). Insecurity of young people: the meaning of insecurity as defined by 13-17- year – old Finns, **Young**, 17 (4): 399- 419.