

گردشگری، امنیت، توسعه (مورد شناسی شهر کرمان ۱۳۹۴)

مرتضی ذره پرور^۱

حدیث وفادار^۲

چکیده:

گردشگری امروزه از اهمیت بالایی در کشورها برخوردار است. می توان گفت امروزه گردشگری یک صنعت و یک نظام اقتصادی دارای عرضه و تقاضا محسوب میشود و این امر تأثیر زیادی در رشد و توسعه ماندگار کشورها دارد. گردشگری شهری از مشهورترین گردشگری هاست و در بسیاری از کشورهای موفق در این صنعت شهر مبنای رونق و توسعه گردشگری است. لازم به ذکر است که یک گردشگری پایدار نشأت گرفته از یک توسعه پایدار است و این خود از اصول پیشرفت اقتصادی، اجتماعی و سیاسی در جهان است. وجود گردشگر زیاد و رشد گردشگری در هر جامعه نیازمند وجود عوامل متعددی است که از جمله این عوامل بحث امنیت است. امنیت تأثیر زیادی بر گردشگری دارد و شاید بتوان گفت بعد از جاذبه های گردشگری در یک محیط تفریحی مهم ترین عامل شکل گیری یک گردشگری پویا و مانع گردشگری ایستا است. شاید به جرات بتوان گفت که یکی از دلایل انتخاب یک شهر یا کشور برای سفر احساس امنیت می باشد و همین امنیت امروزه عامل کلیدی برای برنامه ریزی های توسعه گردشگری در کشورهاست. میان گردشگری، توسعه، و امنیت رابطه ای کمابیش مشخص وجود دارد و شاید هرگونه بروز ناامنی در سطوح مختلف زبان های جبران ناپذیری در تهیه و تدوین استراتژی های توسعه گردشگری در جهان به بار آورد. صنعت گردشگری صنعتی است پر سود که حدود ۱۱ درصد از اشتغال جهان را به خود اختصاص داده است و شاید با بهبود و توسعه این صنعت شرایط اشتغال هم به نحوی کارساز تغییر کند. بنابراین به دلیل نقشی که گردشگری می تواند در توسعه به خصوص در کشورهایی مانند ایران ایفا کند توجه به گردشگری پویا امری ضروری است. لذا این پژوهش با هدف بررسی نقش امنیت در گردشگری و توسعه ی آن در مناطق تفریحی شهر کرمان انجام می شود. محدوده ی مورد مطالعه هم آن دسته از مناطق تفریحی شهر کرمان است که مطابق با آمارها بیشترین گردشگر را دارد. در این پژوهش رویکرد کیفی مورد استفاده قرار گرفته و روش تحقیق نیز توصیفی است و تکنیک جمع آوری داده ها مصاحبه با گردشگران و مطالعات اسنادی است.

واژه های کلیدی : گردشگری ، امنیت ، توسعه ، کرمان

۱- مرتضی ذره پرور، استاد یار گروه علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان
۲- حدیث وفادار، دانشجوی کارشناسی ارشد جامعه شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان

مقدمه:

جهانگردی از مهم ترین فعالیت های انسان مدرن است و تغییرات زیادی در زمینه ی فرهنگ، آداب و رسوم و اقتصاد و حتی ژئومورفولوژی ایجاد کرده است. مناطقی که هر ساله در معرض رفت و آمد گردشگران قرار میگیرند تغییرات ناشی از جهانگردی در آنها به نحو قابل توجهی مشخص تر است. به طور نمونه تجهیزات مورد نیاز جهانگردان نظیر مهمانسراها، رستورانها، و مکان های تفریحی که در کرانه های دریاها، نواحی کوهستانی، در اطراف چشمه های آب گرم معدنی تاسیس شده اند گویای نقش و تاثیر جهانگردی در دگرگون ساختن چهره ی زمین است (محللاتی، ۱۳۸۰: ص ۱۳). اکنون گردشگری به عنوان یک صنعت درآمد زا و رونق دهنده ی چرخ های اقتصادی کشور، نقش مهمی در ارتباط ملل و اقوام در جهان دارد. از همه مهم تر اینکه گردشگران برای کشورها و مناطقی که به آن سفر می کنند سفیرانی هستند که امنیت موجود در آن مناطق را توصیف میکنند. شاید از همین رو باشد که گردشگران بعد از سفر، تصویر کشور یا منطقه ای را که به آنجا سفر کرده اند با آنچه در روز اول در ذهن خود داشتند مغایر می دانند (میرزایی، ۱۳۹۱: ص ۱). صنعت گردشگری پس از پایان جنگ جهانی دوم (۱۹۵۰) با گسترش شهر نشینی، کاهش ساعات کار، توسعه روز افزون راه ها و شبکه های حمل و نقل، ارتقای سطح فرهنگ عمومی و اصلاح قوانین و مقررات تحولی شگرف یافت، بطوریکه امروزه گردشگری به یک پدیده و از نمادهای عصر تمدن تبدیل شده است (لانکوار^۱، ۱۳۸۱: ۱۰). به علت ویژگی های منحصر به فرد گردشگری این صنعت از سوی دانشمندان و صاحب نظران به صادرات پنهان و صنعت بدون دود شهرت یافته است. در بین ابعاد مختلف متأثر از گردشگری بعد اقتصادی دارای اهمیت دوچندان است. در حوزه ی اقتصادی دودلیل اصلی برای تشویق توسعه گردشگری منافع ناشی از ایجاد درآمد و اشتغال است که در نتیجه مخارج گردشگران و حضور آنها در مقصد ایجاد میشود. (صالحی و حسن پور، ۱۳۹۱). این امر موجب شده است تا افرادی چون لوئیس ترنر گردشگری را امید بخش ترین و پیچیده ترین صنعتی میدانند که جهان با آن رو در روست و روستو نیز معتقد است که گردشگری بیشترین قابلیت را برای جانشینی دیگر صنایع درآمدزا دارد (هزار جریبی، ۱۳۹۰).

بنابراین سیاست ها در زمینه ی گردشگری به این سمت معطوف شده تا بتواند زمینه حضور گردشگران بیشتری را در مقصد فراهم سازد. این امر مستلزم ارائه خدمات و امکانات و شرایط ویژه ای است. یکی از این موارد وجود امنیت در حوزه ی مقصد است، امنیت از ارکان و شروط اولیه و بنیادی توسعه قلمداد میشود و هر موضوعی که در جهت توسعه بالاخص از نوع پایدار قرار داشته باشد مسلماً با مقوله امنیت مرتبط خواهد بود. امنیت به عنوان مهمترین و زیربنایی ترین اصل در تدوین استراتژی توسعه گردشگری در جهان به شمار می آید. صنعت ظریف و پیچیده گردشگری ارتباط همه جانبه ای در سطوح ملی و منطقه ای داشته و هرگونه بروز ناامنی و به کارگیری خشونت در سطح مختلف زبان های جبران ناپذیری به این صنعت وارد میسازد. بنابراین هر نوع ناامنی تهدیدی عمده برای گردشگری محسوب میشود (ضرابی و همکاران، ۱۳۸۹). علاوه بر این گردشگری ارائه کننده الگوهای جدیدی می باشد که این الگو می تواند ویژگی های شخصیتی و فضای زندگی مردم را تغییر دهد و نمایش دهنده ی ویژگی های ساختار جامعه، ارزش ها و اعتقادات مردمانی هستند که در آن سرزمین سکونت دارند (رینگر^۲، ۱۹۹۸: ۳۵). همان طور که گفته شد یکی از عوامل توسعه دهنده ی گردشگری وجود امنیت است. اصولاً تا امنیت نباشد سفری شکل نخواهد گرفت البته این قضیه همیشه هم صادق نیست، چرا که در بعضی مواقع، وجود پدیده گردشگری و

۱. Lankvar

۲. Ringer

رفت و آمد گردشگران باعث تاامنی شده است. نتایج مطالعات تجربی نشان داده است که در صورت توجه به اصول گردشگری پایدار^۱، گردشگری آثار مثبتی بر محیط بر جا خواهد گذاشت (نانکو و مکاران، ۲۰۰۹).

کشور ایران با پیشینه تمدنی کهن و جاذبه های متنوع تاریخی، فرهنگی، و زیست محیطی هنوز از مزایای این صنعت در جایگاه و سهم متناسب با خود استفاده نکرده است. بر اساس بررسی های به عمل آمده ثابت شده ساست ایران در زمینه گردشگری در سطح جهانی ضعیف بوده و پدیده جهانی شدن، این ضعف را نمایان تر ساخته است (تولایی^۲، ۲۰۰۶: ۷). علاوه بر این ایران کشوری است صاحب نفت و به نظر میرسد کشورهای صاحب نفت و کشورهایی که تنها یک منبع درآمد در اختیار دارند باید به صنعت گردشگری اهمیت داده و به راحتی از آن عبور نکنند چرا که عامل بسیار مهمی در تنوع درآمد آنها است. رشد و توسعه صنعت توریسم در ایران به عنوان به راه حل برای رهایی از اقتصاد تک محصولی و ایجاد تنوع در منابع درآمدی کشور باید بیشتر مورد توجه برنامه ریزان و سیاست گذاران کشور قرار بگیرد. با توجه به مطالب فوق این مقاله سعی دارد عوامل موثر بر رشد و توسعه صنعت گردشگری را شناسایی کند و ضمن مشخص کردن بهترین راه حل ها راهکار های لازم را جهت توسعه گردشگری ارائه کند. در این راستا شهر کرمان به عنوان یکی از شهرهای دارای قدمت طولانی و دارای مناطق، اماکن و تفرج گاه های مختلف مورد بررسی قرار گرفته است و سوال اصلی این است که امنیت در شهر کرمان در چه حدی بر توسعه گردشگری در این شهر تاثیر میگذارد و آیا می توان شیوه های جدید گردشگری را به گونه ای سازماندهی نمود که ناامنی تاثیرات کمتری بر آن داشته باشد.

بیان مسئله: انسان گرایش درونی برای مسافرت دارد و این مساله از نظر توریسم بسیار مهم است. گردشگری در دنیای جدید به عنوان صنعتی مهم، بدون شک موضوع امنیت یکی از شاخص های مهم آن است. مفهوم احساس امنیت یکی از شاخص های کیفیت زندگی در شهرهاست و آسیب های اجتماعی از مهم ترین پیامدهای مختلف امنیت به شمار می روند. الین می گوید اگر مردم فضایی را به دلیل عدم راحتی و یا ترس استفاده نکنند، عرصه ی عمومی از بین رفته است. "یکی از مهم ترین عوامل تهدید کننده ی حضور مردم در فضاهای عمومی ترسی از احساس ناامنی است. ناامنی مکان ها و فضاهای عمومی، نشاط و سلامتی را در زندگی روزمره مختل می کند و با ایجاد مانع بر سر راه رشد فرهنگی و مشارکت عمومی هزینه های زیادی را بر جامعه تحمیل می نماید (کامران، شجاع بر آبادی، ۱۳۸۹: ۲). امنیت اولین و اساسی ترین میاز یک گردشگر محسوب می شود. آسایش، راحتی و امنیت از مسائل و عواملی است که می تواند انسان را به سوی گردشگری فراخواند. توسعه صنعت گردشگری در یک کشور نشانگر ثبات امنیت ملی است و یکی از علل رونق گردشگری در کشور توجه دولت به مطالعه موضوع امنیت، عوامل زمینه ساز آن و راهکار های تقویت امنیت در شهرها ضرورت می یابد و در این بین با توجه به حساسیت امنیت در رابطه با گردشگری شهر کرمان و پتانسیل های این شهر ضروریست و راهکاری مناسب برای ارتقاء این بخش بپردازیم.

مبانی نظری:

۱- گردشگری پایدار نوعی گردشگری است که به مدیریت تمام منابع منجر میشود، شیوه ای که ضمن رعایت شئون فرهنگی و فرایندهای زیست محیطی، تنوع عوامل زیستی، نظام های حمایتی زندگی حفظ شوند.

امنیت یک مفهوم چند وجهی است و به همین جهت درباره معنای آن اختلاف زیادی وجود دارد. تعاریف مندرج در فرهنگهای لغت درباره مفهوم کل امنیت، بر روی (احساس آزادی از ترس) یا احساس ایمنی (که ناظر بر امنیت مادی و روانی است)، تاکید دارد (اسمعیل زایی و دیگران، ۱۳۹۱: ۴). 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 ارتباط عمیقی با ساختارهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جامعه دارد. تعاریف لغوی امنیت در فرهنگ لغت عبارت است از درمان بودن، آرامش و آسودگی، حفاظت در مقابل خطر، احساس آزادی از ترس، احساس ایمنی و رهایی از تهدید. بر اساس نگرشهای جدید امنیت به همان اندازه که یک مقوله فیزیکی است یک مقوله روانی نیز محسوب میشود. به عبارتی امنیت هم مساله ای عینی است و هم ذهنی. در بعد عینی آن گونه که ولفرز^۱ معتقد است امنیت یعنی نبود تهدید برای ارزشهای کسب شده و در بعد ذهنی عبارت است از فقدان هراس از حمله به ارزشهای مذکور. همچنین امنیت گردشگری عبارت است از: مصونیت ادراک شده یا واقعی گردشگر هنگام مسافرت به مقصدی خاص (منسفلد^۲، ۲۰۰۰: ۵۲۳). اصولاً امنیت یک امر نسبی است. در این زمینه از گود^۳ معتقد است که امنیت همانند خطر کیفیتی نامشخص است، امری نسبی است نه مطلق، نسبی بودن مفهوم امنیت بخشی به دلیل انتزاعی بودن و نبود تعریف مشخص از این مفهوم و بخشی دیگر حاصل پیوند با مفاهیم نسبی دیگری نظیر منافع و بحران به همراه نداشته اند. لارونی مارتین^۴ می گوید: "امنیت عبارت است از تضمین رفاه آتی." همچنین جان بی مورز^۵ می گوید: "امنیت یعنی رهایی نسبی از تهدیدات زیان بخش." احساس امنیت پدیده ای روان شناختی و دارای ابعاد گوناگون است، از دیدگاه جامعه شناسی احساس امنیت در واقع یک تولید اجتماعی است یعنی همه ی نهاد های اجتماعی در شکل گیری آن نقش دارند. در یک طبقه بندی از منظر جامعه شناسی، تعاریف مربوط به امنیت را در سه دسته قرار داده اند (جهانگیری و مساوات، ۱۳۹۲): دسته اول شامل تعاریفی هستند که به تهدید هویت جمعی اشاره می کنند، برای مثال تلاش گروههای مختلف قومی برای حفظ هویت جمعی خود. دسته دوم امنیت رابه مثابه ی فقدان هراس از ویرانی و تهدید ارزشهای جامعه در نظر می گیرند و امنیت را شامل سطوح ردی و اجتماعی می دانند که با حصولیک فضای اجتماعی امن ممکن می شود و دسته سوم بر فراغت جمعی از تهدیدی که عمل غیر قانونی دولت یا دستگاه یا فرد یا گروهی که در تمام یا قسمتی از جامعه به وجود آورده است، تاکید می کنند (گروسی، ۱۳۸۶؛ به نقل از جهانگیری و مساوات، ۱۳۹۲: ۴۷). امنیت به مفهوم رهایی از ترس و خطر و احساس دوری از هرگونه تعهد، یک نیاز اصلی و اساسی انسانها از آغاز زندگی بوده است. امنیت به این معنا ارتباط عمیقی با ساختارهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جامعه دارد.

۱. Vlfurz
۲. Mansfeld
۳. Ozgood
۴. Larvny martin
۵. Yi John Moores

از نظر ویور و اپرمان^{۵۱} مهم ترین شاخص های اجتماعی برای تامین امنیت گردشگری پایدار عبارتند از:

- ۱- واکنش های ساکنان محلی به گردشگری و گردشگر؛ ۲- تعداد شکایات ناشی از گردشگر و فعالیت های گردشگری
- ۳- میزان جرایم صورت گرفته در مخالفت با گردشگران و صنعت گردشگری توسط مردمان بومی و غیر بومی
- ۴- میزان انحراف های اجتماعی و اخلاقی در ارتباط با گردشگری؛ ۵- درصد بازدید های مکرر
- ۶- مدت زمان کیانگین اقامت بازدید کنندگان؛ ۷- مهاجرت ای مرتبط با گردشگری
- ۸- نسبت ساکنان محلی به گردشگران؛ ۹- میزان جرایم به وقوع پیوسته ناشی از تحریک های گردشگران
- ۱۰- میزان رضایت مندی گردشگران از بازدید؛ ۱۱- تصویری که از بازدید و مکان مورد بازدید در ذهن بازدید کنندگان شکل میگیرد
- ۱۲- توزیع مشاغل با در نظر گرفتن سطح درآمد و اندازه ی سهم مالکیت؛ ۱۳- شرایط فصلی
- ۱۴- موقعیت مقصد در چرخه تولید؛ ۱۵- حمایت و پشتیبانی از جاذبه های گردشگری و امکانات گردشگری
- ۱۶- ضریب جذابیت گردشگری؛ ۱۷- ظرفیت اجتماعی از لحاظ تامین مایحتاج گردشگری (ویور و اپرمان، ۲۰۰۰، ص ۳۵۵).

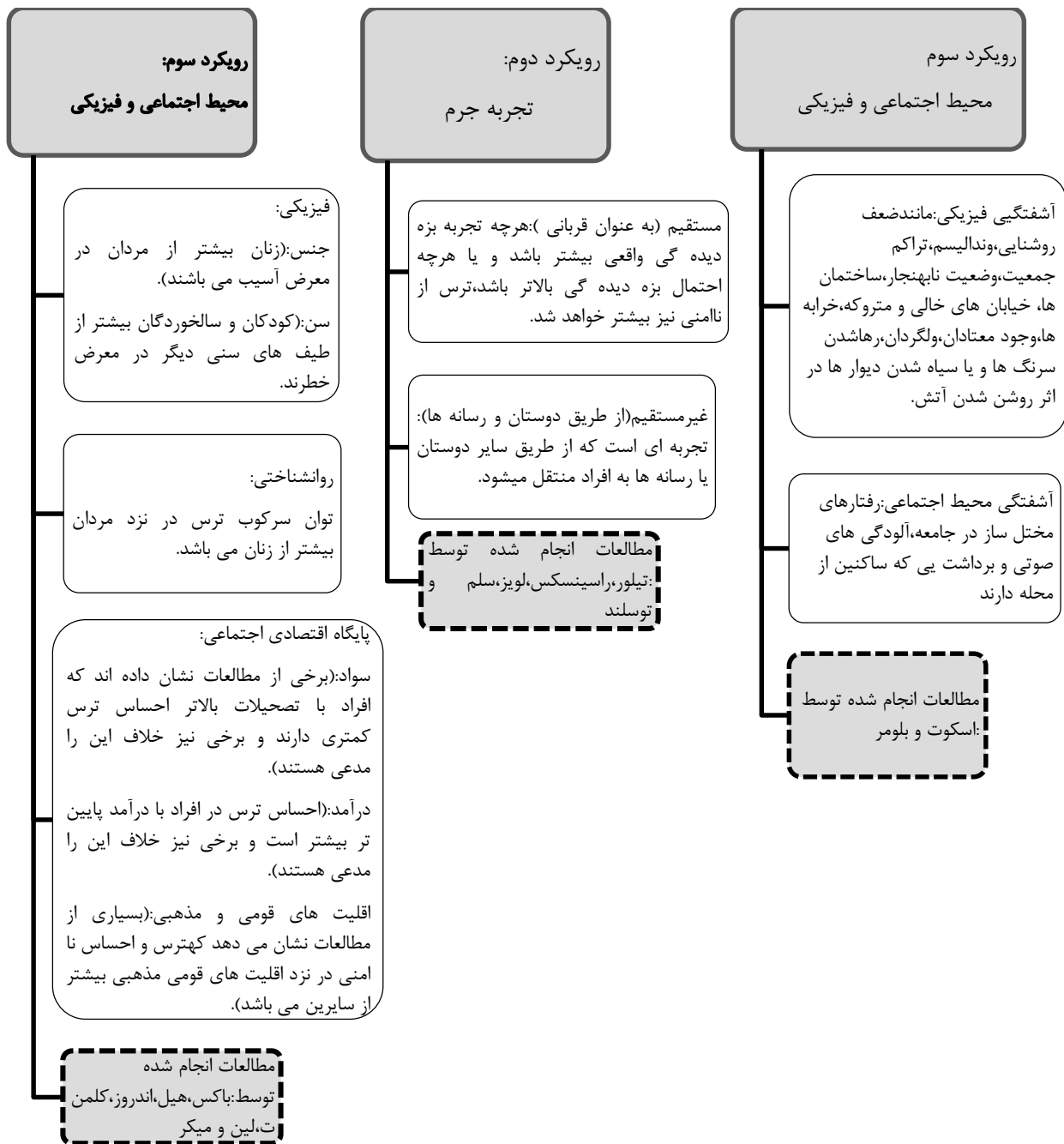
مروری بر نظریه ها:

پیر بوردیو به رابطه ی بین ساختار های عینی (امنیت) و ساختار ها یا پدیده های ذهنی (احساس امنیت) تاکید کرده و اعتقاد دارد از یک سو ساختار های عینی قرار می گیرند که مبنای صورت های ذهنی را تشکیل می دهند و الزام های ساختاری را که بر کنش های متقابل وارد می شوند تعیین می کنند و از سوی دیگر اگر کسی خواسته باشد تلاش های روزانه فردی و جمعی را که در جهت تغییر یا حفظ این ساختار ها عمل می کنند بررسی کند باید این صورت های ذهنی را در نظر گیرد. ارزیابی ذهنی افراد به عنوان کنش گران در تصمیم گیری و شکل دهی الگو های عملی رفتار ی در جامعه نقش بنیادی ایفا می نمایند. بنابراین، بررسی و تبیین ابعاد و زوایای احساس امنیت و متغیر های تاثیر گذار بر آن در فضای اجتماعی ضرورت غر قابل انکار پیدا می کند. علاوه بر ارزیابی ذهنی کنش گران از منظر دیگر که به توسعه اجتماعی مربوط می شود رشد و شکوفایی اجتماعی در گرو ایجاد، حفظ و باز تولید امنیت و احساس آن در جامعه می باشد. رشد جامعه و خود شکوفایی آن متکی بر سرمایه های انسانی مادی- اجتماعی شهروندان است و این سرمایه ها جهت توسعه نیازمند ایمنی و احساس امنیت است. (بیات : اقتباس از ریتزر ۱۳۷۷: ۷۱۶- بوردیو ۱۹۸۹: ۱۵- مبارکی ۱۳۸۳: ۲۷). یکی دیگر از نظریه های علمی که به پیش بینی و تشریح مسئله امنیت و گردشگری از طریق کشف ارتباط بین برخی از عوامل مؤثر بر ناامنی پرداخته، توسط بیلی ۳ در سال ۱۹۵۲ ارائه شده است. وی به مطالعه برخی پدیده های مؤثر بر گردشگری مانند: متغیر های تقاضای گردشگری در

۱. Weaver&Opperman
۲. Pierre Bourdieu
۳. Billy

مقصد، انگیزه، مجرمان، رفتار قربانیان، زمان و موقعیت مکانی وقوع جرم، پرداخته است. هدف نهایی از ارائه ی این تئور، کشف ارتباط بین متغیرهای امنیتی در ایجاد شرایط جرم زا و افزایش جرایم علیه گردشگران در مقاصد گردشگری می باشد. یکی از مسائلی که این نظریه به آن تأکید شده بحث تبلیغات منفی است. به عنوان مثال تبلیغ درباره بالا بودن میزان جرم و جنایت در یک کشور مانع حضور گردشگران به آن کشورها خواهد شد. (پیزام و منسفیلد^{۱۶}، ۱۹۸۲، ص ۱۲).

همچنین محققان سه رویکرد نظری عمده را در تجزیه و تحلیل و علت یابی پدیده احساس امنیت از یکدیگر متمایز کرده اند. اولین رویکرد با عنوان «آسیب پذیری» اعم از آسیب پذیری فیزیکی، روان شناختی و اقتصادی شناخته می شوند. رویکرد دوم عنوان «تجربه جرم»، اعم از مستقیم (به عنوان قربانی) و غیر مستقیم (از طریق دوستان، تماس های اجتماعی و یا رسانه) می باشد. رویکرد سوم بر محیط اجتماعی و فیزیکی محلی به عنوان منابع احتمالی احساس ناامنی (مانند تأکید بر آشفتگی فیزیکی و فقدان انسجام اجتماعی به عنوان منبع ترس و ناامنی) متمرکز است. البته این سه رویکرد از نظر متغیر های مستقل مورد بررسی باهم تفاوت دارند (حسینی، ۱۳۸۶).

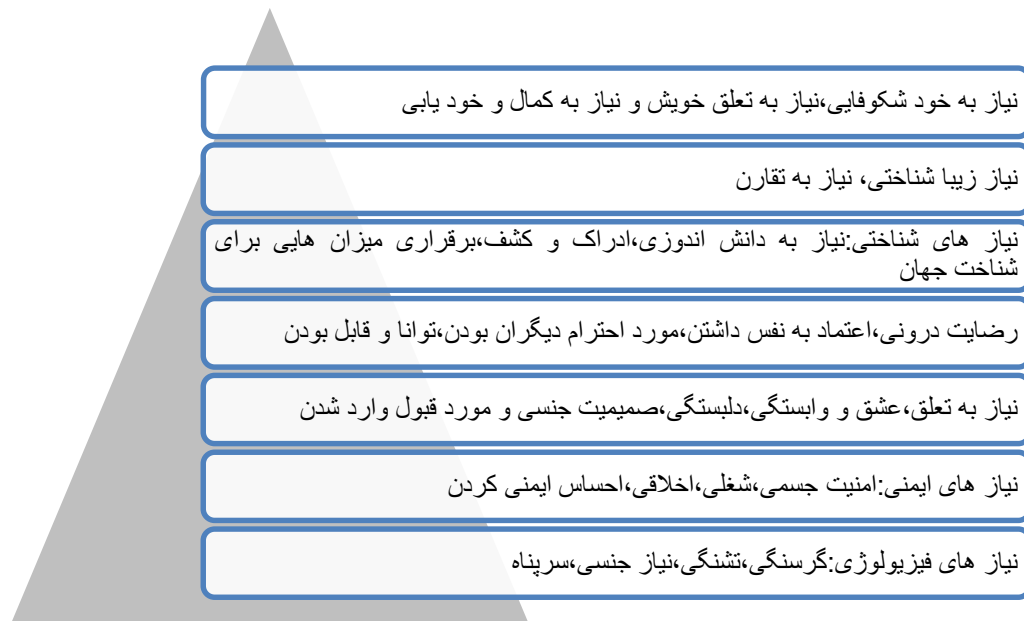


شکل ۱. رویکردهای نظری عمده در علت یابی پدیده های احساس امنیت

نظریه دیگری که در ارتباط با امنیت و گردشگری مطرح شده، نظریه سلسله مراتب نیازهای مازلو^۱ (۱۹۷۰) می باشد. این نظریه سطوح اصلی و بالاتر نیاز های انسان را با تعریف سطوح امنیت و اهمیت هر کدام از آنها بیان می کند. یکی از پر کاربردترین نظریه ها در توضیح پدیده های انسانی از جمله رفتار مشترک در گردشگری است. گرچه شواهد تجربی هیچ گاه از نظریه مازلو پشتیبانی نکردند. این نظریه معتقد است که افراد نیازمند به دنبال برآورده شدن نیاز های پایه ی خود هستند و

۱. Maslow

در عین حال حتی در تلاش برای برآوردن نیازهای سطح بالاتر خود مانند جستجوی عشق، اعتماد به نفس، شأن یا بالا بردن روحیه هستند. طبیعی است نگرانی‌های ایمنی و امنیتی، گردشگران را با خطرهای گوناگونی همراه می‌سازد. (اسلی و بویل^۱، ۲۰۰۹، ص ۲۱). با توجه به این که امنیت و احساس آن در مرحله دوم سلسله مراتب نیازهای مازلو می‌باشد، عدم تأمین این نیاز، باعث افزایش ناامنی و ترس در نزد گردشگران خواهد شد و لذت و شیرینی سفر و گردش را به دلهره و نگرانی مبدل خواهد کرد.



شکل ۲. سلسله مراتب نیازهای مازلو

(اعظمی و همکاران، ۱۳۸۷، ص ۷۴) و (سام آرام، ۱۳۸۸، ص ۲۲)

جیووانی سارتوری^۲، مفسر اجتماعی گردشگری و تروریسم، رابطه بین مدرنیته و جهانی سازی ر مطرح میکند. سارتوری عنوان کرد که زندگی کردن در عصر تلویزیون، هو موسپین^۳ را به هوموویدن^۴ ها تبدیل کرده است. سارتوری با ارتباط دادن ایده هوموویدن^۴ یا دهکده جهانی، این نکته را گوشزد می کند که در دنیای پست مدرن امروز هر جایی می تواند همه جا باشد، که ترس با سرعت نور انتقال می یابد و اینکه کنترل ماهرانه رسانه ها در جنگ های امروزی بسیار تعیین کننده است. تروریست ها به دنبال شهرت جهانی هستند و مراکز گردشگری مانند آهن رباهایی آنان را به سمت خود جذب می کنند. اگر پست مدرنیته

۱. Asli & Boylu

۲. Giovanni Sartori

۳- گونه ای از موجودات که بر روی دویای خود راه میروند و انسان امروز به آن تعلق دارد. مشخصات این گونه با مغزی به بزرگی ۱۴۰۰۰۰، وابستگی به زبان و استفاده از ابزار پیچیده آن را از سایر گونه های ابتدایی تر متمایز می کند.

۴- بعد از هوموسپین ها قرار دارند و علاوه بر دارا بودن خصوصیات هوموسپین ها از آنها به دلیل تفکراتشان متمایز می گردند. به این معنا که در دنیای رسانه امروز هوموویدن ها هر آنچه را که می بینند باور می کنند.

به عنوان مفهوم محوری دهکده ی جهانی تلقی می گردد، آن وقت این گردشگری است که از لحاظ اجتماعی به این دهکده قوام می بخشد و تروریسم در دنیای تصاویر از واقعه ای وحشتناک به واقعه ای نمادین تبدیل می گردد (تارلو^۱، ۲۰۰۲، ص ۷۵).

رویکردهای موجود در حوزه احساس امنیت:

• رویکرد سنتی: این رویکرد با پس زمینه تمرکز بر قدرت سخت افزاری از یکسو و مقابله با تهدیدات دشمنان خارجی از سوی دیگر، نقش و جایگاه جامعه (افراد) را به پایین ترین حد آن نازل می کند. از این رو زمینه بالقوه برای احساس ناامنی ایجاد می گردد.

• رویکرد اجتماعی: در مقابل دیدگاه فوق از نیمه دوم قرن بیستم این رویکرد با تمرکز بر بسترهای درونی و اجتماعی امنیت هرگونه تفکیک بین جامعه و دولت (قدرت) را عامل ناامنی و احساس آن برای مردم بود، نفی کرده و برعکس اعتقاد دارد که در شرایط مناسبات دو سویه بین دولت و مردم است که امنیت تولید و مبنای توسعه همه جانبه و پایدار قرار می گیرد. در این رویکرد همه افراد جامعه به تناسب در تولید امنیت نقش دارند و مبنای آن هم رضایت مندی افراد جامعه است.

• بخش دیگر از نظریه پردازان امنیت را از نظر فلسفی - سیاسی نگریسته و جامعه را زمانی دارای امنیت قلمداد کرده اند که در آن از یکسو حاکمان از میان طبقه برگزیده جامعه انتخاب می شوند و از سوی دیگر رفاه عمومی و تناسب قوای درونی فردی و درون جامعه مبنای مناسبات قرار می گیرد. از این رو امنیت عینی و امنیت ذهنی (احساس امنیت) در جامع پایدار می گردد.

انواع مکتب ها

- کارکرد گرایی: با تاکید بر توافق حاکمبر روابط اجتماع در نظام اجتماعی وجود امنیت را در سایه هماهنگی ساختاری و یکپارچگی و انسجام اجتماعی قابل تحقق می بینند کلیت نظام اجتماعی منسجم از اعضای است که هر جزء وکل برای نظام دارای کارکردی است و این هماهنگی و انسجام کارکردی امنیت را برای جامعه به ارمغان می آورد.
- کنش متقابل نمادی: امنیت را با تفسیر ذهنی (احساس امنیت) افراد از شرایط حاکم بر جامعه کخ از یک سو بر رفتار افراد چارچوب مشخص سازد و از سوی دیگر به نوعی تحت تاثیر کنش متقابل است که بنیان های نظم و امنیت که بر رفتار اجتماعی افراد استوار است ساخته و تداوم پیدا می کند. در این دیدگاه احساس امنیت تبیین می شود.

۱. Tarlo

- روش شناسی مردمی: این مکتب برای مقررات در زندگی روزمره اهمیت زیادی قائل است و نظم و امنیت اجتماعی را در سایه ی پیروی مردم از مقررات روزمره بین آنها قابل تبیین می داند. این دیدگاه نظم و امنیت را با تأکید بر اهمیت محوری زبان و سخن درک می کند. (بیات، ۱۳۸۸)

ال ویور امنیت را به توانایی جامعه برای حفظ ویژگی های اساسی خود در برابر شرایط متحول و تهدیدات واقعی یا احتمالی مربوط می داند. به طور خاص این نوع امنیت درباره حفظ شرایط قابل پذیرش داخلی برای تکامل الگوهای سنتی، زبان، فرهنگ، مذهب، هویت ملی و رسوم است، ویور گروه های ملی قومی، و مذهبی را تنها مخاطبان امنیت اجتماعی می داند. چراکه آنها گروه های بزرگی هستند که بخشی از قلمرو یک دولت - ملت را اشغال کرده اند. (نوید نیا، ۱۳۸۲ ص ۸).

با یک نگاه به تعاریف و نظریه های گوناگون از امنیت متوجه میشویم که امنیت یک مفهوم چند لایه است که به راحتی نمی توان به تعریفی یکدست از آن دست یافت. و در سطح تحلیل آن باید با یک دید کلی تلفیقی از نظریات مختلف را در نظر گرفت تا بتوان هر بعد از این مفهوم پیچیده را بررسی و تحلیل کرد.

پیشینه تحقیق:

در سالهای اخیر مطالعات زیادی در ارتباط با امنیت و اثر آن بر گردشگری انجام شده است. واکثر مطالعات نشان میدهد که تعداد گردشگران کاهش یافته است و دلیل آن هم بروز خطرها و تهدید های امنیتی بوده است. علاوه بر این محققان زیادی هم درباره ی احتمال تاثیر حوادث طبیعی مثل سیل و زلزله و... و یا عامل انسانی به گردشگری هشدار داده اند. که می تواند تاثیر منفی بر رفتار مشتریان داشته باشد و این تاثیر وقتی بیشتر میشو که در رسانه های جمعی به تصویر کشیده میشود. (هورلی^{۱۱}؛ ۱۹۹۸؛ میلو و یودر، ۱۹۹۱؛ گارترنر و شن^۲؛ ۱۹۹۲؛ الحمود و آرمسترانگ^۳؛ ۱۹۹۶؛ پیزام و همکاران، ۱۹۹۷؛ سونمز و گرافه^۴؛ ۱۹۹۸؛ دیمانچه و لیپتیک^۵؛ ۱۹۹۹؛ منسفیلد، ۱۹۹۹؛ سونمز و همکاران، ۱۹۹۹؛ فیتیچینگر^۶ و همکاران، ۲۰۰۱؛ سونمز و سریاکایا، ۲۰۰۲؛ نیومایر^۷؛ ۲۰۰۴) (اسلی و بول، ۲۰۰۹، ص ۲۲).

پیزام و منسفیلد در مطالعات خود به بررسی تاثیر حوادث امنیتی بر مسافرت گردشگران و انتخاب مقصد گردشگری پرداخته اند، به عقیده ی آنها حوادث امنیتی مانند: جرم، جنگ و درگیری، تروریسم و آشوب های شهری، این حوادث می تواند تاثیر عمده ای بر عدم جذابیت مقصد گردشگری و عدم سفر گردشگران به آن مکان داشته باشد (پیزام و منسفیلد، ۱۹۸۲).

پیزام (۱۹۹۲) طی یک بررسی در سراسر ایالات متحده، دریافت که ارتباط کمی میان گردشگری و وقوع جرم وجود دارد. البته در تحقیقات بادی خود دریافت که گردشگری موجب افزایش جرایم سازمان یافته می گردد.

-
۱. Hurley
 ۲. Gartner&shand
 ۳. Al-mHamoud & Armstrong
 ۴. Sonmez&Grafe
 ۵. Dymanche & lyptyk
 ۶. Fytychyng
 ۷. Neumayer

فوجی و ماک نیز در تحقیق خود در هاوایی دریافتند که افزایش تعداد گردشگران تأثیر فزاینده و چشمگیری بر سرقت منازل مسکونی و زورگیری داشته است (دی آلبن کوثر و الروی، ۱۳۸۸، ص ۲۶۵).

استاینر در مقاله ای به وضعیت گردشگری در کشورهای عربی از جمله مصر اشاره می کند که با وجود جاذبه های گردشگری فراوان نتوانسته اند به نحو مطلوبی درآمد زایی نمایند. وی مهم ترین علت عدم درآمد زایی را نبود امنیت تهدیدهای اجتماعی و روانی و عدم خدمات رسانی بهینه می داند که جهت بهبود این وضع لزوم توجه بت امنیت گردشگران را ضروری دانسته است (استاینر^{۱۱}، ۲۰۰۶).

هال در مقاله ای به بررسی وضعیت گردشگری در کشور های جهان سوم پرداخته است و بر لزوم توجه این دولت ها ی جهان سوم در جهت از بین بردن این معضل ها از طریق ایجاد پلیس گردشگری تاکید نموده است (هال^۲، ۲۰۰۸).

همچنین اولین کنفرانس مطالعاتی در مورد امنیت گردشگری و خطرها (با عنوان: کنفرانس بین المللی گردشگری و خطر) در سال ۱۹۹۵ توسط دانشگاه مید سویدن در سوئد برگزار شد. محققان، نمایندگان صنعت گردشگری و اصحاب رسانه موضوع را در بعد جهانی بررسی کردند. و شرکت کنندگان بر نیاز ضروری به گسترش گردشگری بین المللی با توجه به خطر های موجود تاکید داشتند و بر اهمیت رسانه ها هم در مقوله سفر و گردشگری تاکید کردند. (سونمز و گرافه، ۱۳۸۸، ص ۱۲۳).

لوپ^۳ (۲۰۰۴) تحقیق با عنوان توریسم در اوگاندا: مفهومی محلی و کاربردی برای توسعه در قالب رساله دکتری، دانشگاه فلوریدا در سال ۲۰۰۴ انجام داده است، در این پژوهش آمده است که: اوگاندا یک کشوری استوایی در غرب آفریقا است که بیشتر از هشتاد درصد آنها را روستاییان تشکیل می دهند. اوگاندا برای توسعه مناطق روستایی بطور جدی خواهان توسعه توریسم است. توریسم روستایی در اوگاندا دارای پتانسیل های زیادی جهت توسعه است در حالی که مطالعات بیشتری بر روی آنها انجام نشده است. هدف این تحقیق بررسی اثرات توریسم در bigodi از طریق تجزیه و تحلیل گفتگوهای مردم محل بوده است. در این تحقیق از روش بررسی کیفی استفاده شده که محقق یک سال رادر اوگاندا گذارنده و از طریق مصاحبه های رسمی، مصاحبه های غیر رسمی و مشاهدات به جمع آوری داده ها پرداخته است. داده های این تحقیق در درون یک چهارچوب "تئوری زمینه ای یا بنیادی" تجزیه تحلیل شده واز روش مقایسه پایدار نیز استفاده شده است. (ماریا لرد، برزت و مایکل بک من ۱: ۲۰۰۴، مقاله پژوهشی با عنوان «عوامل کارآفرینی موثر در توسعه توریسم پایدار» نوشتند که در آن آمده است کارآفرینی یکی از عوامل اساسی قابل توجه در توسعه اقتصادی است که منجر به توسعه خدماتی می شود که تغییر و نوآوری را در پی دارد. این پژوهش بر روی منطقه سادرسات در سوئد به صورت مطالعه موردی انجام شده و اشاره دارد این منطقه با توریستی شدن بسیاری از ویژگی های فرهنگی پ طبیعی اش را از دست داده و همچنین نواحی انبوه کشاورزی می تواند به عنوان یکی از عوامل کارآفرینی روستایی شناخته شود و در پایان چند پیشنهاد برای غلبه بر موانع موجود توسعه کارآفرینی پایدار در نواحی گردشگری روستایی آورده شده است. (هزارجریبی، ۱۳۹۰)

سانجا ساییل لب و بورات میلفنر^۵ (۲۰۰۶) پژوهشی با عنوان (رویکرد نوینی برای توسعه توریسم پایدار در نواحی روستایی) انجام داده اند که هدف پژوهش (تهیه مدلی سازمان یافته نوین برای نواحی مقصد گردشگری (نواحی میزبان) در مناطق

۱. A.steiner

۲. Hall

۳. Andrew paul Lepp

۴. Maria lord kipanidze, hen bveezed & mike back man

۵. Sanja Suiel lib & borate Mylfnr

روستایی) بود. و طرح/ روش / رویکرد آن به تصویر کشیدن مسایل و مشکلات توریسم در نواحی مقصد و عملی کردن مفهوم مدیریت شبکه ای تئوری سیستم ها بود. در این تحقیق آمده است که (ما رویکرد جدیدی برای مدیریت نواحی مقصد در مکان های غیر شهری ارائه می دهیم، مدیریت شبکه ای نهان به معنی درس جدیدی برای مدیریت نواحی روستایی فهمیده و درک میشود). از خلاقیت های این روش این بود که مدل یکی از اولین رویکردهای مدیریت نواحی مقصد ارائه کرد و کاربردش را در طیف وسیعی از نواحی مقصد امکان پذیر ساخت و می تواند به دستیابی به ساماندهی بهتر کمک کرده و بنابراین، رقابت در نواحی مقصد را منجر میشود. (et sonja sibila all ۲۰۰۶) آنها در پژوهش خود به رفتار مصرف کننده و نیز جنبه های خدماتی بازار های توریسم توجه کرده اند.

برات پارتر و جرمی میلر وی^{۱۲} (۲۰۰۶) پژوهشی در مورد توریسم آب های ایسلند با هدف دستیابی توریسم پایدار در آب های سرد ایسلند که اخیراً گردشگران زیادی را به خود جلب کرده است انجام داده اند. در این پژوهش محققان علاوه بر برشمردن منافع اقتصادی توریسم بر مضرات توریسم و تخریب محیط تاکید زیادی دارند. از جمله به ترکیب شبکه راه ها، بدشکلی و فرسایش کوه ها، آلودگی مرداب ها و مشکلات تپه های دریایی اشاره نموده اند. درآمدی نیز برای درک پایداری اینگونه می گویند که: یک روش کوتاه برای فهمیدن توریسم پایدار این است که تغییرات و چالش ها نکات قوت را خلاصه کنیم به منظور رفع نیاز تمام پذیرندگان توریسم. در این پژوهش چهار عنصر کلیدی پایدار گردشگری در ایسلند بیان شده است که عبارتند از 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 اقتصادی. (هزارجریبی، ۱۳۹۰)

کمال تاجی (۱۹۸۹، به نقل از نجیمی، ۱۳۸۵) در پژوهشی با عنوان "مطالعه فرهنگ گردشگری در هند" روی یک نمونه ۴۴۸ نفری در هفت منطقه گردشگری فرهنگ کشور هند را برای گردشگران توصیف میکند و در مورد برخورد با گردشگران در هند مطالب خوبی مطرح می کند. لی^۲ (به نقل از همان) نیز پژوهشی را در مورد ظرفیت اجتماعی برنامه های گردشگری در جنبه های مختلف (از دحام، رضایتمندی و رفتار) انجام داد که هدف از انجام آن ارائه راهکار برای گسترش مفهوم ظرفیت اجتماعی در جنبه های مختلف گردشگری بود.

برخی فعالیت ها و مطالعاتی که در ایران در زمینه امنیت و گردشگری انجام شده است عبارتند از:

ملکی جوبا همکاران با مطالعه ای بر روی اثر تبلیغات در جذب گردشگری و جهانگردان خارجی راهکار هایی برای افزایش جذب گردشگران و به تبع آن افزایش درآمد های ارزی غیر نفتی ارائه کرده اند. و به نقش تبلیغات در شتاب دادن به توسعه صنعت گردشگری و شناخت موانع موجود تاکید کرده (ملکی جو، ۱۳۷۳)

سینایی در مقاله ای تحت عنوان ناکارآمدی، رکود و بحران در جهانگردی ایران به بررسی عوامل موثر بر بحران گردشگری ایران پرداخته است. نتایج این پژوهش نشان میدهد از جمله مواردی که تاثیر گذاشته بر گردشگری بحث تبلیغات منفی است که از طرف رسانه های بیگانه برای تبلیغ نسبت به عدم امنیت در ایران راه اندازی شده. (سینایی، ۱۳۸۰).

رنجبریان و همکاران (۱۳۹۱) در پژوهشی به بررسی نقاط قوت و ضعف گردشگری خارجی در استان اصفهان پرداخته و ضمن اشاره به فرصت ها و تهدیدهای موجود در این خصوص به عواملی مثل شهرت و آوازه بین المللی، کیفیت و امنیت سیستم های

۱. Bruce potter & Jeromy.I. Melor y
۲:Lee

حمل و نقل، افزایش تدریجی رشد صنعت گردشگری جهانی و تحریم ها و تبلیغات منفی کشورهای غربی نسبت به ایران با عنوان مهم ترین عوامل تاثیر گذار اشاره کردند.

زیرک باش (۱۳۸۸) در تحقیقی مشابه به این نتیجه رسید که ترغیب گردشگران از شیوه های مختلف تبلیغاتی و تقویت انگیزه سفر به اصفهان مهم ترین راهکار در توسعه گردشگری در این شهر است. به اعتقاد وی تبلیغات اساسی ترین نقش را در حفظ و گسترش بازارهای داخلی و خارجی گردشگری دارد.

هزار جریبی (۱۳۸۸) به بررسی احساس امنیت اجتماعی از منظر توسعه گردشگری پرداخته است. نتایج به دست آمده از پژوهش وی حاکی از آن است که بین احساس امنیت اجتماعی و گردشگری رابطه مثبت و مستقیمی وجود دارد؛ به گونه ای که هر چه مقدار احساس امنیت اجتماعی گردشگران افزایش می یابد، به همان اندازه تمایل آنان به اقامت در ایران و حتی سفر های مجدد نیز بیشتر می شود.

خدایی (۱۳۸۸) در پژوهش خود ضمن بررسی رابطه متقابل گسترش گردشگری و توسعه پایدار نه تنها از تاثیر امنیت گردشگری در رونق بخشی به گردشگری به طور خاص بحث می کند، بلکه آثار مخرب پدیده هایی همچون تروریسم و ایجاد حس ناامنی در گردشگران را نیز مورد توجه قرار می دهد.

امیدی و همکاران (۱۳۹۱) در تحقیقی پیمایشی به بررسی "توسعه گردشگری و راهکارهایی برای امنیت اجتماعی مطالعه موردی شهرستان سمیرم" پرداخته اند. این مقاله که باهدف شناخت میزان اجتماعی و تعاملات مردم با گردشگران در شهرستان سمیرم انجام شده است. در این منطقه به منظور مقابله با فقر افزایش درآمد قشرهای مختلف، کاهش بیکاری به دلیل ایجاد شغل های متنوع رونق اقتصادی و اجتماعی و به دلیل محدودیت های که در شهرستان وجود دارد از جمله فصلی بودن کار، عدم سرمایه گذاری بخش خصوصی و تک محصولی بودن در بخش کشاورزی و... نتایج به دست آمده حاکی از این است که بین احساس امنیت اجتماعی و گردشگری رابطه مثبت و مستقیمی وجود دارد و به عبارتی هر مقدار احساس امنیت اجتماعی گردشگران افزایش یابد به همان اندازه تمایل آنان به اقامت در شهرستان و حتی سفر مجدد بیشتر است.

روش شناسی تحقیق:

این پژوهش مبتنی است بر تحلیل کیفی؛ یعنی هر نوع تحقیقی که یافته های آن از طریق فرایندهای آماری و با مقاصد کمی سازی به دست نیامده باشد (کوربین و اشتروس: ۲۰۰۸؛ به نقل از محمد پور، ۱۳۹۲: ۵۸). و از آن جا که تحقیق کیفی ارتباطی خاص با مطالعه روابط اجتماعی و تفسیر معنای ذهنی ای دارد که کنشگران به آن نسبت می دهند محقق کیفی باید نگاه خود را در مورد مطالعه عمیق تر کند و محقق کار خود را بر اساس اسقراي تحلیلی پیش ببرد که مبتنی است بر استفاده از مشاهده، مصاحبه، الگوها، مقوله های عام و... به این صورت به بهترین شکل میدان تحقیق را توصیف کند. در این پژوهش برای جمع آوری داده علاوه بر استفاده از مصاحبه از مشاهده و همچنین مطالعات اسنادی هم استفاده شد. در این پژوهش روایت ها و اظهارات و گفته های افرادی که به مناطق تفریحی کرمان مراجعه کرده اند مورد مطالعه قرار گرفته است.

جامعه آماری

جامعه آماری این پژوهش کلیه افرادی هستند که به چند منطقه گردشگری خاص در کرمان مانند حمام گنجعلی خان، بازار ارگ، باغ شازده، کوه صاحب الزمان، یخدان مؤیدی، کتابخانه ملی، برای تفریح و گردش مراجعه کرده اند. به تعدادی از مراجعه کنندگان مراجعه شد و فقط تعدادی حاضر به مصاحبه و پاسخگویی شدند که گفته های آنها در ادامه مطرح شده است و همچنین با مراجعه به کتابخانه های شهر و سایت های معتبر مطالعاتی اسنادی هم انجام شد.

یافته های تحقیق:

گردشگری در استان کرمان و به طور اخص شهر کرمان تقریباً رشد خوبی داشته است نسبت به سالهای گذشته. کرمان از استان های مهم و تاریخی کشور به حساب می آید. استان کرمان مرکز جنوب شرق کشور است و به نوعی مرجع صنعتی، فرهنگی، سیاسی، کشاورزی دانشگاهی-علمی، مذهبی و سایر شاخص ها در میان استان های منطقه جنوب شرق کشور است. استان کرمان همچنین بیش از ۶۶۰ اثر ملی ثبت شده دارد و از استان های تاریخی ایران است. استان کرمان سه اثر ثبت شده در میراث جهانی یونسکو دارد.

بازدید از جاذبه های گردشگری، موزه ها، اماکن تاریخی و مناطق گردشگری استان کرمان در نوروز امسال نسبت به مشابه سال گذشته بیش از ۷۷ درصد رشد داشته است. آثار تاریخی چون ارگ راین، حمام گنجعلیخان کرمان، باغ شاهزاده ماهان و ارگ تاریخی بم بیشترین میزان رشد آمار بازدید کننده را به خود اختصاص داده اند. به گفته مدیرکل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری این استان ورود مسافر به این استان با افزایش ۳۷ درصدی روبه رو بوده است. به طوری که در هفته اول فروردین ظرفیت اشغال مراکز اقامتی استان کرمان به بیش از ۸۰ درصد رسید و تا آخر تعطیلات به ۱۰۰ درصد رسید. امسال نزدیک به ۱ میلیون و ۵۰۰ هزار نفر ورودی داشته ایم و حول و حوش ۳۲ درصد این تعداد در استان کرمان حداقل یک شب اقامت داشتند. کمتر از ۷/۶ درصد از فضاهای اسکان رسمی استفاده کردند و حدود ۲۸ درصد هم در فضاهای اسکان آموزش و پرورش اقامت داشتند. رزم حسینی شمار گردشگران خارجی روستای تاریخی میمند طی شش ماه نخست سال جاری را ۸۰۰ نفر عنوان و تصریح کرد: پیش بینی می شود این رقم تا پایان سال جاری به هزار و ۵۰۰ نفر برسد. وی با اشاره به جاذبه های گردشگری کرمان اظهار کرد: باید با برنامه ریزی دقیق آمار گردشگران استان را افزایش دهیم. (خبرنگاری مهر).

در مصاحبه هایی که انجام میشود گفت که بیشتر مؤلفه های امنیت روانی، جسمی، اقتصادی، و حتی امنیت غذایی و بهداشتی بیشتر مورد توجه گردشگران است. امنیت روانی یعنی فقدان احساس تهدید یا تجربه نوعی مصونیت درک شده در یک مقصد گردشگری است (منسفلد، ۲۰۰۰). و فقدان آن به افزایش تهدید و ترس می انجامد. یکی از پاسخگویان ضمن اشاره به اینکه زیاد سفر می کند و حالا در این هوای سرد ولی مطبوع به کرمان سفر کرده است گفت: "معمولاً طبق چیزایی که آدم میشنوه فکر می کنه که کرمان شهر ناامنی است و مانند سایر استان های جنوبی خیلی نمی شود برای گردشگری و تفریح روی آن حساب کرد، حتی به خود کم گفته بودن که هرجایی که پا بذاری باید مواظب خودت باشی و بترسی و هرآن ممکن است کسی با چاقو تو رو تهدید کند برای سرقت یا ممکنه آسیب جسمانی بهت بزنه. اما خب آدم تا خودش نبینه نمی تونه قضاوت کنه. اولی که وارد شدم یکم می ترسیدم اما بعد کم کم که به جاهای مختلف شهر رفتم واقعا از این شهر لذت بردم مخصوصاً فضای خاص و آرامش بخش باغ شازده".

این احساس ناامنی همانطور که مطرح شد شاید تا حدی حاصل تصویر سازی و در واقع تبلیغات منفی است.

و یا مصاحبه شونده دیگر گفت: " در وهله اول اصلا تصورات خوبی نداشتم و فکر نمی کردم تصورات خوبی نداشتم و فکر میکردم یک شهر کوچک باشه و از لحاظ شهری و خیابان های شهری و بهداشت خیلی در رتبه بالایی نباشد. اما بعد از سفر متوجه شدم این شهر آن طور که فکر می کرد نبوده و اگر از لحاظ ساختار شهری و سایر مسائل در درجه ی خیلی عالی نیست اما خب در درجه ی پایین هم نیست و کاملا و بد نیست. اتفاقا مسؤلان تلاش کردند که مناطق تفریحی تا حد امکان تمییز و محیط شادی افزایشی را داشته باشد، البته صادقانه بخوام بگم به نظرم از لحاظ امکانات بهداشتی عمومی بهتر است بتر دقت نظر شود چون در برخی اماکن امکانات بهداشتی اندکی ضعیف بود. و خودم به شخصه از باغ شازده و حمام گنجلی خان واقعا خوشم اومد و یک روستایی به نام کوهپایه که واقعا هوای مطبوعی داشت. فردی دیگر اظهار داشت " که شهر کرمان شهری تمییز است و در واقع می شود گفت تقریباً یکی از کلان شهرها است، وی می گفت چند وقت است به کرمان رفت آمد می کنم، شبهای اول که میخاستم ماشینم را در کوچه پارک کنم می ترسیدم اما بعد دیدم که نه از لحاظ امنیت خوب است و همیشه ماشینم را پارک کردم و خدا رو شکر مشکلی پیش نیامده". از لحاظ امنیت اقتصادی و مالی اکثر گردشگران دوست داشتند که اگر جنسی از مقاصد گردشگری خرید میکنند قیمتش را بخاطر اینکه گردشگر است بالاتر نگویند. در واقع مطالب گفته شده زیاد است که بنظر مهم ترین مشکل نبود تهرفه واحد برای قیمت کالاها و خدمات بود. یکی از پاسخگویان اشاره کرد که: "در زمینه ی خرید سوء استفاده می شود، مثلاً در مرد اجناسی که بیشتر مد نظر است مثل مس، قالی کرمانی، پته و... قیمت ها خیلی مشخص نیستند. در جایی کمتر و در جایی بیشتر است و اگر از ظاهرت مشخص باشد که گردشگر هستی قیمت ها را بالاتر می برند. از کیفیت کالاهایی مثل مس و.. کمتر کسی چیزی میدونه بنابراین وقتی یکی میاد اینجا دوست داره این کالاها رو با کیفیت بالاتر و قیمت مناسب تر بخره چون به هر حال اینجا معدن مس است."

از لحاظ امنیت روانی پاسخگویان اظهار داشتند که وجود خود پلیس در یک جایی که آدم برای تفریح آمده استرس زا است، یکی از پاسخگویان که اتفاقاً کرمانی هم بود اظهار داشت "یه روز رفته بودیم سمت کوه صاحب الزمان (جنگلی است که بخاطر داشتن مسجدی به نام حضرت قائم به کوه صاحب الزمان معروف شده) طرفای صبح بود همین که وارد شدیم همه جا نیروهای امنیتی و گشت پلیس همه جا حضور داشتند که خانواده یکم ترسیدن و گفتن اگر چیزی نبود که اینهمه پلیس اینجا نبود و بله تامین انیت خوبه اما خب نیروهای تامین امنیت میتونن در جاهایی استقرار بگیرند که به همه جا دید داشته باشند اما کمتر در معرض دید باشند یا حتی میتونن از پلیس استفاده کنند اما در لباس شخصی اینجوری میتونن هرچقد دلشون میخاد پلیس بذارن و استرسی هم ایجاد نمیشه."

بافردی مصاحبه می کردم که یک مغازه دار بود، وی مس گفت " که اینجا توریست خارجی هم میاد اما خب گسی نیست که باهاش حرف بزنه یا انگلیسی بلد باشه حرف بزنه، خب این باعث افت می شه و شاید اون دیگه نیاد اینجا و به دیگران هم پیشنهاد نده که بیان و اینجوری بازار ما هم کساد میشه، که میتوان گفت این مورد جزء کمبودهای فرهنگی و آموزشی ما حساب میشه."

لازم به ذکر است که غذای خوب هم یکی از مؤلفه های مهم است که تمامی مسافران و گردشگران به آن اهمیت می دهند، بنابراین بررسی کیفیت غذاها امری مهم است. همانطور که یکی از مصاحبه کنندگان اظهار داشت: "من اولین بارم هست که اومدم کرمان تا الان چند جا داخل شهر و چن جا خارج شهر غذا خوردم، داخل سهر رستوران های سنتی بودند که واقعا غذای عالی داشت. رستوران های خارج از شهر نمیگم بد بودن اما خب کیفیت رستوران های داخل شهر رو ندارن شاید چون

نظارت بیشتری به رستوران های داخل شهر میشه.خب یکم رسیدگی بیشتر کیفیت غذای اونا رو هم بیشتر میکنه،به هر حال باید پولی که آدم خرج میکنه ارزششو داشته باشه و آدم راضی باشه."

این امر اندکی همت بیشتر مسئولین را می طلبدکه با یک برنامه و طرح مشخص و آموزش نیروهای متخصص و افی به تمامی رستوران ها و مراکز تهیه غذا سرزده و بهداشت غذاها را بررسی کنند.

فردی دیگر که خود آشپزخونه داشت وصاحب آشپزخونه بودو تقریبا از میزهای پر مغازه اش میشد فهمید که روز پرکاری دارد و کیفیت کاری اش خوب باشد میگفت:" اوایلی که رستوران زده بودم پشت سزهم مامران بهداشت می اومدن وکیفیت کار من و بهداشتش رو بررسی میکردن اما با گذر زمان این رفت وآمدها کمتر شد ،البته خب میگن اگه تخلفی بهشون گزارش بشه سریع بررسی میکنن،اما خب من خودم به عنوان فروشنده صادقانه میگم که یه مشتری نمی دونه چی پشت صحنه ی آشپزخونه ها میگذره ،پس باید این بررسی ها متداوم باشه تاخیال اون آدم های وسواسی که تا جایی میرن غذا بخورن سریع میگن که معلوم نیست اون پشت اوضاع چ جوریه،تمیزه یا نه راحت میشه و با خیال راحت غذاشون رو میخورن و میرن."

حتی به نظر میرسد که از لحاظ فرهنگی هم باید مسؤلان توجه کامل به امورداشته باشند،مخصوصا در مورد مواجهه با گردشگران خارجی این حساسیت های فرهنگی بیشتر مشخص میشود.به هر حال عدم آشنایی بافرهنگ و آداب یک کشور باعث بروز سؤتفاهم هایی میشود که حل کردنش بسی آسان نباشد. یکی از مصاحبه شوندهگان میگفت : "که دو سه سال پیش بود که اوج گشت پلیس اخلاقی بود ما هم مثل همیشه در مغازه خودمون بودیم ،نزدیک عید بود و بازار شلوغ بود،چندتا خانم توریست خارجی با راهنماشون وارد مغازه شدند همینطور که از من درمورد اجناسم پرسیدند و من داشتم بهشون توضیح میدادم یهو پلیس اخلاقی مشغول کنترل وضعیت حجاب عابران شد و خانمها و آقایونی که چوشش درست و کاملی نداشتن جلوشونو میگرفت اینقد شلوغ شد که این خانها کلی ترسیدن و به راهنماشون چیزهایی گفتن،راهنماشون بهم گفت که میترسن جلوی اینا رو هم بگیرن و سفرشون کامل نشه.البته راهنماشون بهشون توضیح داد که من مطرح میکنم که شما توریست هستیندرسته اونا نمیدونستن حاب چیه و فرهنگ اسلامی ما چه پوششی رو قبول داره اما خب سعی کرده بودن که خودشون رو بیوشون و رعایت کنن ولی بااین حال با دیدن اون صحنه خیلی ترسیدن."

بنابراین عدم آشنایی با فرهنگ ما ایرانی ها می تواند اینگونه سؤتفاهم هایی را ایجاد کند.برای کفایله بااین مشکلات نه تنها تعریف جایگاه حرفه ای پلیس گردشگری لازم است ،بلکه با فرهنگ سازی وآموزش ادب مدنی برای برخورد صحیح با گردشگران لزمو مهم است.علاوه بر این به گفته ی اکثر پاسخگویان ایرانیان مهمان نواز هستند و اکثر قریب به اتفاق با گردشگران برخورد مناسبی دارند غیر از مواردی مثل متلک گفتن به گردشگران یا جمع شدن کودکان دور آنها که گاهی می تواند احساس ناامنی ایجاد کند. اما گاهی اوقات این عدم شناخت از فرهنگ بیگانه و عدم آشنایی با زبان انگلیسی است که مشکل ساز می شود و باعث ایجاد سوء تفاهم هایی در برخورد با توریست ها می شود.

نتیجه گیری:

امروزه صنعت جهانگردی پس از صنایع انرژی و وسایل نقلیه موتوری بزرگترین صنعت جهان محسوب می شود. علی رغم اینکه کشور ایران جزو ده کشور برتر جهان از نظر وجود اماکن تاریخی،باستانو توریستی است. از نظر درآمد ارزی از طریق

گردشگری در جایگاه مناسبی فرار ندارد و این نشان دهنده ی ضعف سیستم های مرتبط با صنعت گردشگری است. (صیداییو هدایتی مقدم، ۱۳۸۹:۱۰). در این پژوهش مشکلات و مسائل مربوط به امنیت گردشگری و توسعه صنعت گردشگری در کرمان با رویکرد کیفی مطالعه و بررسی شد. در این راستا افراد مورد مطالعه تجربه های خود را که خود شخصا و مستقیما یا غیر مستقیم با آن رودر رو شده اند را بیان کردند. با توجه به این که گردشگران نیازمند آرامش ، آسایش و امنیت هستند چگونگی فراهم ساختن امنیت در ابعاد مختلف اهمیت خود را بیش از پیش نمایان می سازند . بر اساس نتایج امنیت روانی مهمترین عامل در جذب گردشگران به خصوص گردشگران خارجی و بین المللی ایفا می کند که متاسفانه با اینکه معیار های امنیتی داخل کشور بالا است اما شرایط سیاسی حاکم بر روابط با کشور های غربی و تبلیغات سوء علیه کشور باعث تشدید احساس ناامنی روانی و کاهش سفر آنها به ایران شده است. بحث دیگر امنیت اقتصادی و مالی بود که خود یکی از مهم ترین انواع امنیت مورد بحث بود، که از مشکلات آن برای گردشگران سؤاستفاده مالی در فروش کالاهای توریستی است که این مشکل هم برای گردشگران خارجی و هم برای گردشگران داخلی است. همچنین امنیت در حوزه های دیگر مثل بهداشت، تغذیه و.. هم بررسی شدن مساله اصلی تحقیق بررسی عوامل مؤثر بر امنیت و انواع آن بود و همچنین تاثیر امنیت بر توسعه گردشگری و به تبع توسعه شهری است. درست است که امنیت طبقه بندی شد و در جنبه های مختلف تحلیل شد اما این ابعاد در واقع از هم دور و جدا نیستند. مثلا ممکن است آنچه که امنیت را از لحاظ اقتصادی تهدید می کند ریشه در مسائل فرهنگی داشته باشد و یا ممکن است ناشی از شرایط سیاسی کشور باشد. و این طبقه بندی صرفا جنبه ی کاربردی دارد و به منظور فهم بهتر داده ها انجام شده است.

بنابراین منطقه کرمان دارای پتانسیل بالای گردشگری است. وجود آب و هوای مطلوب ،مناطق دیدنی، چشم انداز های زیبا و... می تواند این منطقه را به مقصدی مطلوب برای گردشگری تبدیل نماید. با این حال این مقصد گردشگری از کاستی ها و ضعف هایی برخوردار است که مانع رشد این منطقه شده . بدیهی است بهبود هر یک از عوامل در این مقصد می تواند باعث افزایش مزیت های آن در مقایسه با سایر مقصد های گردشگری باشد؛ لذا با توجه به این رابطه دوطرفه توسعه گردشگری و امنیت می توان گفت امنیت نقش بسزایی در توسعه صنعت گردشگری در منطقه کرمان دارد.

پیشنهادات:

۱. اتخاذ سیاست های اقتصادی البته مبتنی بر عدالت اجتماعی
۲. افزایش امنیت اقتصادی با طرح برنامه ریزی های خاص و تعرفه های مشخص اقتصادی.
۳. ارائه سیاست های درست اقتصادی و فرهنگی و برنامه ریزی توریسم.
۴. جلوگیری از تبلیغات نادرست در مورد امنیت در ذهن گردشگران و تبلیغاتی برای تشویق گردشگران برای دیدن منطقه.
۵. برگزاری همایش ها و سمینار های مختلف در جهت بالا بردن و پیشرفت سطح امنیت.
۶. مشارکت مردمی، یعنی دخالت دادن مردم در امر سیاست گذاری های گردشگری و اجرای فعالیت های گردشگری
۷. مشارکت ارگان ها و نهاد های مختلف در جهت بالا بردن سطح امنیت به صورت اصولی در منطقه کرمان.
۸. شناخت زوایا و ابعاد پنهان گردشگری در این منطقه.
۹. ایجاد شرکت ها و دفاتر تبلیغاتی در خارج از کشور برای جذب گردشگر و تبلیغ مثبت.
۱۰. ایجاد دوره های کوتاه مدت و بلند مدت برای افزایش و فهم دانش های جدید مدیریت در صنعت گردشگری.
۱۱. تربیت نیروهای انسانی ماهر به زبان بین المللی.
۱۲. آموزش اصولی و کاربردی زبان انگلیسی در مدارس کشور.
۱۳. ایجاد شبکه های ماهواره ای و نشان دادن مستند های مختلف از جذابیت های گردشگری جای جای ایران به صورت بین المللی برای نشان دادن ایران واقعی.
۱۴. استفاده از تجربیات و برنامه هلی مدیریتی سایر کشورها، به خصوص کشورهای موفق در صنعت گردشگری.

منابع مأخذ:

- محلّاتی، صلاح الدین (۱۳۸۰). "درآمدی بر جهانگردی"، نشر دانشگاه شهید بهشتی، ص ۲۰-۱۵
- میرزایی، رحمت (۱۳۹۱). رابطه امنیت و توسعه گردشگری روستایی «مطالعه موردی منطقه مرزی اورافانات در استان کرمانشاه».
- لانکوار، روبر (۱۳۸۱). "جامعه شناسی جهانگردی و مسافرت"، ترجمه صلاح الدین محلّاتی، چاپ اول، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی، ص ۱۰.
- هزار جریبی، جعفر (۱۳۸۸). احساس امنیت اجتماعی از منظر توسعه گردشگری، مجله جغرافیا و برنامه ریزی محیطی، ۲۲(۴۲)، ۱۴۳-۱۲۱.
- ضرابی، اصغر و زنگنه، مهدی (۱۳۸۹). جایگاه امنیت اجتماعی در توسعه پایدار گردشگری با تاکید در ایران. مجموعه مقالات همایش منطقه ای صنعت توریسم.
- جهانگیری، جهانگیر و ابراهیم، مساوات (۱۳۹۲). "بررسی عوامل مؤثر بر امنیت زنان «مورد مطالعه: زنان ۴۰-۱۵ سال شهر شیراز»"، پژوهش راهبردی امنیت و نظم اجتماعی، سال دوم، شماره پیاپی ۶، شماره دوم، ص ۴۱-۵۵.
- حسینی، حسین (۱۳۸۶). احساس امنیت: تاملی نظری بر پایه ی یافته های پژوهشی، فصلنامه امنیت، سال پنجم، شماره ۴.
- اعظمی، امیر، خواجه ثیان، داتیس، تولایی، روح الله و خواستار، حمزه (۱۳۸۷). دو ماهنامه توسعه انسانی پلیس، سال پنجم، شماره ۱۸، ص ۹۰-۷۱.
- صیدایی، سید اسکندر و هدایتی مقدم، زهرا (۱۳۸۹). نقش امنیت در توسعه گردشگری. فصلنامه ی تخصصی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر، ۱۴(۸)، ص ۹۷-۱۰.
- سام آرام، عزت الله (۱۳۸۸). بررسی رابطه سلامت اجتماعی و امنیت اجتماعی با تاکید بر رهیافت پلیس جامعه محور، فصلنامه انتظام اجتماعی، سال اول، شماره اول، ص ۲۹-۹.
- تارلو، پیتر ای (۲۰۰۲). نظریه اجتماعی تروریسم و گردشگری، ترجمه علی صحرا نشین، مالک جعفری و حسام ولیدی، انتشارات شهید حسین فهمیده، اصفهان، ص ۹۷-۱۱۶.
- بیات، بهرام (۱۳۸۸). تبیین رابطه بین سرمایه اجتماعی پلیس و امنیت عمومی، فصلنامه ی دانش انتظامی، ۱۲(۲)، ص ۸۶-۵۱.
- نویدنی، منیره (۱۳۸۲). درآمدی بر امنیت، فصلنامه مطالعات راهبردی.
- دی آلبا کوثرک، کلاوس، مک الروی، جرومی (۱۳۸۸). گردشگری و جرم، ترجمه رضا گودرزی، مجموعه مقالات توریسم و توریسم فرماندهی انتظامی استان اصفهان، دفتر تحقیقات کاربردی، ص ۲۶۳-۲۹۱.
- سومنز، سویا؛ گرافه، آلن (۱۳۸۸). تاثیر خطر تروریسم بر تصمیم گیری در گردشگری، ترجمه سمانه کمای راد، مجموعه مقالات تروریسم و تروریسم فرماندهی انتظامی استان اصفهان، دفتر تحقیقات کاربردی.
- ملکی جو، علی (۱۳۷۳). تاثیر تبلیغات در جذب جهانگردان خارجی به کشور از دیدگاه جهانگردان، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده ی مدیریت و علوم اداری، دانشگاه علامه طباطبایی تهران.
- سینایی، وحید (۱۳۸۰). ناکارآمدی، رکود و هجران در جهانگردی ایران، ماهنامه اطلاعات سیاسی و اقتصادی، سال شانزدهم، شماره پنجم و ششم.

رنجبریان، بهرام و همکاران (۱۳۹۱) «تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید های گردشگری خارجی، استان اصفهان با استفاده از تکنیک فرایند تحلیل سلسله مراتبی فازی». برنامه ریزی و توسعه گردشگری، سال اول، شماره ۱، ص ۳۴-۱۳.

خدایی، حامد (۱۳۸۸). رابطه ی متقابل امنیت ، گردشگری و توسعه پایدار اقتصادی. اولین همایش ملی امنیت و توسعه پایدار گردشگری، اصفهان، ص ۱۳۱-۱۱۷.

محمد پور، احمد (۱۳۹۲). ضد روش: منطق و طرح روش شناسی کیفی، جلد دوم، تهران، انتشارات جامعه شناسان، چاپ دوم.

زیرک باش، دیبا (۱۳۸۸). اصفهان و بازار گردشگری، اصفهان: انتشارات سازمان میراث فرهنگی تفریحی شهرداری اصفهان.

نجیمی، نجم (۱۳۸۵). بررسی جامعه شناختی عوامل مؤثر بر رضایت مندی گردشگری، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه اصفهان: گروه علوم اجتماعی.

امیدی، سجاد (۱۳۹۱). توسعه گردشگری و راهکارهایی برای امنیت اجتماعی، مطالعه موردی شهرستان سمیرم. همایش شهرهای مرزی و امنیت گردشگری، دانشگاه سیستان و بلوچستان.

منسفلد، یول و پیزام، آبراهام (۱۳۸۹). گردشگری، امنیت و ایمنی از نظریه تا عمل، ترجمه علی صحرا نشین، مالک جعفری و حسام ولیدی، انتشارات شهید حسین فهمیده. اصفهان.

منابع لاتین:

Hall, Michael (۲۰۰۷), Travel and tourism in the third world, new york; Routledge.

Nankoo, & Ramkisoorn, H. (۲۰۰۹). small is land urban tourism: a residents perspective. current issues on tourism, (۳), ۳۷-۶۰.

Tavallai, simin, (۲۰۰۶), Globalization as a means for tourism development in Iran kerman.

Mansfeld, y, (۲۰۰۰), "security". In jafar jafari (ed.) (۲۰۰۰) Encyclopedia of tourism. ny: Routledge. Pp. ۵۲۳-۵۲۵

Weaver, D & Opperman, m. (۲۰۰۰): Tourism management, john wiley and sons.

Pizam, Abraham, & yoel, Mansfield. (۱۹۸۲). toward a theory of tourism security, London.

Asli, tasci & yasin Boylu, (۲۰۰۹). cultural comparison of tourists, safety perception in Relation satisfaction, scool of tourism and Hospitality. management, mugla university, turkey.

Steiner chariston, (۲۰۰۶), social distance, security threats and tourism volatility, university of mainz Germany.

Ringer G (ed), (۱۹۹۸). Ddestination cultural landscapes of tourism, London.