

شناسایی و تحلیل وضعیت مؤلفه‌های بومی فرهنگ اجتماعی در مقاصد گردشگری

سید محمد موسوی¹

جعفر آهنگران²

اصغر افتخاری³

تهمینه شاوردی⁴

چکیده

هدف: پژوهش حاضر با هدف معرفی مؤلفه‌ها و شاخصهای بومی فرهنگ اجتماعی در مقاصد گردشگری در چارچوب گفتمان ایجابی امنیت اجتماعی، به شناسایی و بررسی وضعیت این مؤلفه‌ها در مقاصد گردشگری پرداخته است. **روش:** برای جمع‌آوری داده‌ها از تکنیک اسنادی-کتابخانه‌ای و برای تحلیل داده‌ها از نظرسنجی خبرگان با استفاده از پرسشنامه خبرگی و از تکنیکهای آماری با استفاده از پرسشنامه بر اساس طیف پنج‌تایی لیکرت در نمونه مورد مطالعه شهر تهران بهره برده شده است. **یافته‌ها:** سه مؤلفه اعتماد(صداقت و صمیمیت)، تعادل(انصاف و قانونمندی) و همبستگی(تسهیم و نعدوستی) با 13 شاخص، شناسایی و وضعیت فرهنگ اجتماعی هر یک از مؤلفه‌های سه‌گانه در مقصد گردشگری شهر تهران نامطلوب ارزیابی شد. **نتیجه‌گیری:** باید با تحلیل ظرفیتهای موجود و بالقوه در شاخصهای مربوطه و مؤلفه‌های آن، سهم هر یک از این عوامل بومی را در ارتقای سطح امنیت اجتماعی مقاصد گردشگری پیدا کرد و با برنامه‌ریزی جامع و هدفمند به سطح استاندارد در این شاخصها رسید.

واژگان کلیدی: فرهنگ اجتماعی، گردشگری، امنیت اجتماعی، تهران.

دریافت مقاله: 97/10/01؛ تصویب نهایی: 98/05/22.

این مقاله بر گرفته شده از رساله دکتری مدیریت گردشگری در دانشگاه علم و فرهنگ است.

1. دانشجوی دکتری مدیریت گردشگری دانشگاه علم و فرهنگ.
2. استادیار مدیریت گردشگری دانشگاه علم و فرهنگ (نویسنده مسئول) / آدرس: تهران، بلوار اشرافی اصفهانی - نرسیده به پل اتوبان همت - خیابان شهید قمشوی - خیابان بهار - دانشگاه علم و فرهنگ / شماره: 44214750 / Email: ahangaran@usc.ac.ir
3. دکتری علوم سیاسی، استاد علوم سیاسی دانشگاه امام صادق (ع).
4. دکتری جامعه‌شناسی، دانشیار پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاد دانشگاهی.

الف) مقدمه

گردشگری معاصر را می‌توان به عنوان یک پدیده اجتماعی مهم تلقی کرد که ویژگی‌های اجتماعی - فرهنگی متنوع داشته و در دایره فعالیت‌های جامعه‌شناسی قرار می‌گیرد (یمانی خوشخو و همکاران، 1394)؛ به گونه‌ای که امروزه می‌توان گردشگری را یکی از اشکال زندگی اجتماعی محسوب کرد. به همین دلیل، توجه به جنبه‌های اجتماعی و فرهنگی آن، مانند رفتار افراد و گروه‌ها در ارتباط با گردشگری بسیار مهم است (رمضان‌زاده لیبونی و همکاران، 1394: 312). گردشگری از نگاه جامعه‌شناسی، مسئله‌ای نوظهور است که به مطالعه و نقش‌انگیزه‌ها، نقشها، مناسبات، نهادهای گردشگری (اعم از دولتی و غیر دولتی) و جامعه میزبان در مقصد گردشگری و همچنین اثرات فرهنگی - اجتماعی که این پدیده اجتماعی در مقاصد گردشگرپذیر بر جای می‌گذارد، می‌پردازد (کوهن، 1996: 51). بدین قرار، فراسوی تشریح ساده مفاهیم و نظریه‌ها، باید نشان داد که جامعه‌شناسی گردشگری با قلمروهای بسیاری مثل رفاه و چارچوب زندگی، فرهنگ، ارتباطات، امنیت، گروه‌های اجتماعی، برخورد جوامع گوناگون، روان‌شناسی افراد، کاوشها و...، به علاوه ویژگی‌های نامتجانس گردشگری، آن را در برابر شیوه‌ها و نتایج تقلید، بر مبنای جوامعی که در آن تحلیل گردشگری انجام می‌شود، حساس می‌کند. (لانکوآر، 1381: 4)

با توجه به این امر، سیاستها در زمینه گردشگری به این سمت معطوف شده تا بتواند زمینه حضور گردشگران بیشتری را در مقصد فراهم سازند. این مهم، مستلزم ارائه خدمات و امکانات و شرایط ویژه‌ای است که یکی از آنها وجود امنیت در حوزه مقصد گردشگری است. امنیت از ارکان و شروط اولیه و بنیادی توسعه قلمداد می‌شود و هر موضوعی که در جهت توسعه، به خصوص از نوع پایدار قرار داشته باشد، مسلماً با مقوله امنیت مرتبط خواهد بود و اصولاً تا امنیت برقرار نباشد، سفری شکل نخواهد گرفت (ضرابی و زنگه، 1389). در واقع؛ هیچ گردشگری علاقه‌مند به حضور در شرایط بحرانی یا ناامن مقصد سفر نیست. مدیریت و برنامه‌ریزی صحیح در زمینه امنیت گردشگری می‌تواند باعث جذب گردشگر شود؛ به طوری که این توسعه باعث تقویت جنبه‌های مثبت گردشگری در ابعاد اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی و زمینه‌ساز توسعه پایدار مناطق می‌شود و تعاملاتی که بر اثر آن در طول زمان در مناطق گردشگری، از نظر زیست‌محیطی (قابلیت سکونت)، از نظر اجتماعی (همبسته) و از نظر کالبدی (زیبا و دیدنی) ایجاد می‌شود (موقریاک و قربانی، 1397). با توجه به جایگاه برجسته صنعت گردشگری در رشد و توسعه پایدار کشور، این امر حائز اهمیت است که وجود گردشگری پویا و فعال در هر اجتماعی، مستلزم وجود عوامل متعددی است که یکی از آنها امنیت و به ویژه امنیت اجتماعی است. (خوشفر و همکاران، 1392)

1. Cohen
2. Lanquar

شناسایی و تحلیل وضعیت مؤلفه‌های بومی فرهنگ اجتماعی در ... ♦ 435

همچنین می‌توان تأثیر امنیت اجتماعی را در مقصد گردشگری از ناحیه فرهنگ تعاملی جامعه میزبان گردشگر و دولت بر امنیت اجتماعی این مقاصد، بررسی کرد؛ زیرا شناسایی مؤلفه‌ها و شاخصهای فرهنگ اجتماعی مقاصد گردشگری می‌تواند نقطه شروعی برای تحقق امنیت اجتماعی در این مقاصد باشد. از طرفی، تعیین وضعیت موجود این مؤلفه‌ها و شاخصها از نگاه صاحب‌نظران گردشگری نیز می‌تواند مبنایی برای برنامه‌ریزی مدیران و مسئولان گردشگری و تصمیم‌گیری آتی آنان و همچنین ارزیابی ظرفیت عوامل موجود در مقصد هدف گردشگری باشد.

ب) مبانی نظری و مفهومی

امروزه نقش و اهمیت امنیت اجتماعی در پیشرفت هر جامعه‌ای تا بدان پایه است که آن را بستر و پیش‌نیاز هر گونه توسعه دانسته‌اند. این امر در جوامع در حال توسعه که با انواع بحرانها و چالشهای مستمر ناشی از توسعه‌نیافتگی و بی‌ثباتی ساختارهای مختلف سیاسی، اقتصادی و اجتماعی مواجه‌اند، نقشی تعیین‌کننده و قوی خواهد داشت (باپری و همکاران، 1394). شواهد تاریخی نیز حاکی از آن است که هر موقع در جامعه‌ای آرامش و امنیت حکمفرما بوده، آن جامعه رو به پیشرفت گذاشته و در سایه این آرامش، بسیاری از دستاوردهای علمی بشر رشد و ترقی یافته است. (عبدلی و همکاران، 1393)

امنیت اجتماعی یکی از معرفهای اساسی امنیت همه‌جانبه هر نظام اجتماعی است که با توسعه پایدار آن در سطح جامعه، استقلال و ثبات نظم اجتماعی جامعه تقویت می‌شود. در واقع؛ مصادیق بارز امنیت اجتماعی، همچون: حفظ و احترام به اعتقادات شهروندان، انسجام اجتماعی، نظم جمعی در جامعه، تأمین آسایش و رفاه اجتماعی، اعمال سیاستهای اجتماعی و فرهنگی کارآمد، ایجاد زمینه‌های لازم برای برخوردار بودن از احساس امنیت و آرامش اجتماعی و روانی در بین شهروندان، دستیابی به سطح مطلوب استانداردهای زندگی، بسترسازی مشارکت پایدار و آگاهانه شهروندان در تصمیم‌گیری‌های نظام اجتماعی، تحکیم مبانی انسجام فرهنگی و همبستگی اجتماعی، استمرار شاخصهای سرمایه اجتماعی و... می‌توانند رابطه بین توسعه پایدار و امنیت اجتماعی را در هر جامعه‌ای به صورت یک واقعیت اجتماعی ارزیابی کنند (نوبینا، 1388). امروزه اقتدار ملی و منافع امنیت اجتماعی با قدرت و رویکرد سلبی از سوی دولت تأمین و تضمین نمی‌شود، بلکه این منافع جنبه نرم‌افزاری به خود گرفته و با بسترسازی رویکرد ایجابی در جامعه از طریق مشارکت معنادار مردم و گسترش نهادهای مردمی تأمین می‌شود و در نهایت، امدار توسعه اجتماعی و اقتصادی است (احمدی، 1387: 20). در واقع؛ رویکرد سلبی امنیت، وضعیتی است که در آن منافع بازیگر از سوی دیگر بازیگران تهدید نشده یا در صورت وجود تهدید احتمالی، امکان مدیریت آن برای تهدیدشونده وجود دارد؛ اما رویکرد ایجابی در آن بین خواسته‌ها و داشته‌ها در یک واحد سیاسی یا اجتماعی معین، با

توجه به ضریب ایدئولوژیک آن، تناسب وجود دارد؛ به گونه‌ای که در اعضا، تولید رضایتمندی می‌کند. به عبارت دیگر، امنیت در این گفتمان با مفهوم محوری رضایت، فهم و تحلیل می‌شود. (افتخاری، 1392: 88)

افتخاری (1392) تفسیری فرهنگی درباره تأثیرات اجتماعی جامعه بر امنیت ارائه کرده است که از آن با عنوان «امنیت اجتماعی شده فرهنگ محور» یاد می‌کند. پیتر کاتزنشتاین¹ و همکارانش در کتاب فرهنگ امنیت ملی چنین نگرشی را بنیاد گذارده‌اند. ایشان با تأکید بر ویژگی «زمینه‌وندی امنیت» بیان می‌دارند که: هر جامعه‌ای در قالب اصول، ساخت و بازیگران فرهنگی خود به نوع امنیت مطلوب و دلخواهش شکل و معنا می‌بخشد (کاتزنشتاین، 1996: 22-35). بر این اساس، جامعه امن بر اساس مقوله‌ای فرهنگی فهم می‌شود تا نظامی. مهم‌ترین مؤلفه‌هایی که ایشان مدنظر قرار داده‌اند عبارتند از:

- محیط امنیتی همه بازیگران در عصر جدید، فرهنگی شده است.
- هویتها از ناحیه فرهنگها تحت تأثیر قرار گرفته و در نتیجه، هویت دولتها نیز متحول می‌شود.
- فرهنگ، مولد هنجارهای تازه‌ای است که تحلیلهای رفتارها را به صورت توأمان متأثر می‌سازد.
- فرهنگ، تولیدکننده بازیگران تازه‌ای در معادلات امنیتی است. (همان: 400-77)

به طور کلی در صورت عدم شکل‌گیری هنجارها، ارزشها، آداب و رسوم رفتاری مشترک و به طور کلی فرهنگ، جامعه (جامعه میزبان گردشگر) دچار بحران معنا شده و تلقی مشترک از امنیت به وجود نمی‌آید و تعارضات معنایی اساس شکل‌گیری امنیت پایدار را متزلزل کرده، آرامش از جامعه رخت می‌بندد؛ به طوری که دوگانگی و گسست فرهنگی، در تقابل با امنیت سیاسی، اجتماعی و ایدئولوژی حاکم بر این جوامع قرار دارد (عبداللهی و الهیاری، 1382: 191). این وضعیت در شرایطی محقق می‌شود که فرهنگ جامعه از پویایی و غنای لازم برخوردار نبوده، فاقد قدرت و ایستادگی در مقابل فرهنگهای بیگانه باشد. بر عکس، اگر تعاملات و روابط انسانی در فضایی مترقی جریان یافته، ظرفیت بالایی در درک متقابل افراد و گروههای اجتماعی ایجاد و در جامعه اشتراک معنایی خوبی ظهور یابد، این روند هویت فرهنگی جامعه را از غنای خوبی برخوردار ساخته و در سایه این تعامل، امنیت مطلوبی نصیب جامعه خواهد شد و قوام هر یک به بالندگی دیگری کمک خواهد کرد. (شفیعی و زمانی، 1386: 117)

معنای این گزاره‌ها آن است که امنیت اجتماعی شده، محصول تعامل مؤلفه‌های فرهنگی درون جامعه است. به عبارت دیگر؛ ساخت فرهنگ سیاسی - اجتماعی و نوع آن است که مشخص می‌کند امنیت چیست یا اینکه چگونه باید باشد. (تاجیک، 1381)

1. Peter Katzenstein

شناسایی و تحلیل وضعیت مؤلفه‌های بومی فرهنگ اجتماعی در ... ♦ 437

چنانچه ملاحظه می‌شود، تفسیر فرهنگی از امنیت اجتماعی شده، ناظر بر تأثیرات عمودی جامعه بر امنیت (یعنی ریشه‌های اجتماعی امنیت) است. این نگرش استقلالی به جامعه در معادلات امنیتی می‌دهد که نمونه آن را در نظریه‌های پیشین نمی‌توان یافت. افتخاری (1392) این وضعیت را «استقلال محدود جامعه» تعبیر کرده؛ زیرا وی عقیده دارد مشارکتی بوده و دولت با مشارکت جامعه است که می‌تواند امنیت اجتماعی شده را معنا کند و محقق سازد.

از طرفی، چارچوبی برای طبقه‌بندی اشکال مختلف پدیده گردشگری در بستر جامعه‌شناسانه در تمام سطوح توصیف می‌شود. این سطوح از پایین به بالا عبارتند از: بازیگران، تعامل اجتماعی، سیستم اجتماعی، سیستم جهانی مدرن. بر اساس سطوح جدید در بستر جامعه‌شناسانه، کارهای اولیه جامعه‌شناسی در گردشگری را می‌توان به چهار موضوع در جامعه‌شناسی گردشگری طبقه‌بندی کرد: انواع گردشگران، روابط میزبان- میهمان، اثرات اجتماعی- فرهنگی، گردشگری انبوه بین‌المللی (ایمانی خوشو و همکاران، 1394: 105). امروزه گردشگری انبوه بین‌المللی و تعاملات میان بازیگران در مقصد گردشگری، منجر به اثرات فرهنگی، اجتماعی و محیط‌زیستی در بستر جامعه‌شناسانه شده است. لذا شناخت و آگاهی از چارچوب مطرح شده می‌تواند در تنظیم روابط و تعاملات یک کشور یا ملت در مقاصد گردشگری مد نظر قرار گیرد. (موسوی و همکاران، 1397)

همچنین نگاه اجتماعی در توسعه پایدار گردشگری به رابطه انسان با انسانهای دیگر، اعتلای رفاه افراد، بهبود دسترسی به سلامت و بهداشت و خدمات آموزشی، توسعه فرهنگهای مختلف و برابری و فقرزدایی عنایت دارد (زاهدی، 1390: 11). در این بُعد، توجه به هویت اجتماعی و سرمایه اجتماعی و توجه به فرهنگ جامعه و امتیازات آن و توجه به تقویت انسجام اجتماعی و عزت نفس که به ساکنان اجازه خواهد داد تا زندگی خود را کنترل کنند، دلالت دارد (کریس، 2012: 341). در واقع؛ توسعه پایدار به عنوان پارادایم مسلط بر گردشگری، در نگاه اجتماعی‌اش علاوه بر تأمین نیازهای معیشتی، به توسعه فرهنگی، انسجام اجتماعی جامعه محلی و میزبان گردشگر در مقاصد توجه دارد.

در نهایت اینکه، کدهای اخلاق در گردشگری، زمینه‌ساز شکل‌دهی به کنترل درونی جوامع بوده و بیشترین نقش را در شکل‌دهی رفتار آنها دارند. برای آنکه کنترل درونی انسان در جهت صحیحی حرکت کند، کدهای اخلاقی تعریف می‌شوند؛ زیرا افراد جامعه بر اساس برداشت ذهنی خود عمل می‌کنند. کدهای اخلاق گردشگری، پنج هدف عمده ذیل را تعقیب می‌کنند:

اول؛ عمل کردن به عنوان تسهیلگر ارتباط میان دولت و سایر بخشهای بدنه گردشگری؛

دوم؛ ایجاد آگاهی در دولت و صنعت گردشگری به منظور مدیریت همه‌جانبه اثرات زیست‌محیطی؛

سوم؛ افزایش آگاهی در بین گردشگران در خصوص رفتار مناسب آنان؛

چهارم؛ ایجاد آگاهی در میان جوامع میزبان در خصوص نیاز به حفاظت از منابع محیطی؛

پنجم؛ تشویق همکاری میان سازمانهای دولتی گردشگری، جامعه میزبان، صنعت و تشکلهای غیر دولتی (جهانان و زندی، 1397). با تکیه بر کدهای اخلاقی گردشگری می توان از نحوه تعامل دولتها با جامعه میزبان و محلی و بخشهای غیر دولتی آگاه شد و از آن به عنوان استاندارد پذیرفته شده و تسهیلگری اخلاقی و اجتماعی در مقاصد گردشگری کمک بسیار گرفت.

در این پژوهش ابتدا به منظور شناسایی و استخراج شاخصهای کلیدی تحقیق، فهرستی از ادبیات گزاره‌های تبیین کننده امنیت اجتماعی از نگاه ایجابی در مقابل نگاه سلبی و گردشگری از نگاه جامعه‌شناسی (چارچوب جامعه‌شناسی گردشگری، نگاه اجتماعی به توسعه پایدار و کدهای اخلاقی گردشگری) تدوین شد. پس از بررسی گزاره‌ها و طبقه‌بندی و ترکیب کارهای صورت گرفته در حوزه امنیت اجتماعی، ابعاد سه گانه ایجابی امنیت اجتماعی شده (تأمین اجتماعی، فرهنگ اجتماعی و هویت اجتماعی) (افتخاری، 1392) شناسایی شد. در این مقاله با تکیه بر بُعد فرهنگ اجتماعی و با تبیین اصول این بُعد، به معرفی و واکاوی آن اقدام شد. همچنین در ادامه با توجه به مفاهیم و مبانی نظری مطرح شده در حوزه جامعه‌شناسی گردشگری (چارچوبی برای جامعه‌شناسی گردشگری، نگاه اجتماعی در توسعه پایدار گردشگری و کدهای اخلاقی در گردشگری)، به استخراج و سازماندهی و تفکیک شاخصهای مرتبط با این بُعد مبادرت شد تا در نهایت، هر یک از این شاخصها در ابعاد مد نظر جانمایی شوند. سپس در ادامه با اعمال نظرات و تجربیات مطرح شده توسط اساتید راهنما و مشاور، سه مؤلفه و 13 شاخص شناسایی شد که امنیت اجتماعی مقصد گردشگری از نظر فرهنگ اجتماعی با آنها قابلیت طراحی پیدا می کند. (جدول 1)

جدول 1: مؤلفه‌ها و شاخصهای فرهنگ اجتماعی از منابع مرتبط (محقق یافته)

مؤلفه	شاخص	مراجع
اعتماد	صداقت	گیدنز (2009)، خلیلی (1381)، بخارایی و همکاران (1393)، هزارجریبی (1390)، نویدنیا (1388)، محبوبی منش (1381)، باقریان جلودار و همکاران (1397)، اوجاقلو و زاهدی (1384)، امیر کافی (1380)، یوسفی و شریفی تهرانی (1395).
	صمیمیت	
تعادل	انصاف	میتار (2006)، ریتزر (2010)، مجردی (1391)، علی خواه و نجیبی ربیعی (1384)، رسولی و صالحی (1390)، اوجاقلو و زاهدی (1384)، جعفری (1376)، ویلیامز (1393).
	قانونمندی	
همبستگی	تسهیم	ریتزر (2010)، کلیکلار (2018)، لیندستروم (2008)، مجردی (1391)، علیخواه و نجیبی ربیعی (1384)، نبوی و همکاران (1389)، امیر کافی (1380)، شالچیان (1394).
	نوع دوستی	

شناسایی و تحلیل وضعیت مؤلفه‌های بومی فرهنگ اجتماعی در ... ♦ 439

با توجه به جدول 1، صداقت به عنوان اولین معیار سنجش مؤلفه اعتماد، شامل میزان رفتارهای صادقانه و شفاف میان دولت و جامعه میزبان مقصد گردشگری در موقعیتهای زیان آور یا دوگانه است که در این پژوهش به عنوان گزاره‌های عینی و ذهنی، شاخص صداقت در نظر گرفته می‌شود. همچنین صمیمیت از مؤلفه اعتماد، شامل میزان رفتارهای دلسوزانه و پشتیبان در عواطف و تجربه‌ها میان جامعه میزبان و دولت در مقصد گردشگری است که در این پژوهش به عنوان گزاره‌های عینی و ذهنی، شاخص صمیمیت در نظر گرفته می‌شود. انصاف، معیار مؤلفه تعادل است که سطح احساس برابری همگانی و توزیع عادلانه منابع توسط دولت در میان جامعه میزبان گردشگر را شامل می‌شود که در این تحقیق به عنوان گزاره‌های عینی و ذهنی، شاخص انصاف در نظر گرفته می‌شود. قانونمندی نیز به عنوان دومین معیار سنجش مؤلفه تعادل، شامل سطح احترام جامعه میزبان به قوانین کشوری و میزان اجرای صحیح و دقیق آن در عمل است که در این پژوهش به عنوان گزاره‌های عینی و ذهنی، شاخص قانونمندی در نظر گرفته می‌شود. تسهیم به عنوان معیار سنجش مؤلفه همبستگی در جامعه میزبان و دولت در مقصد گردشگری، شامل میزان انتقال دانسته‌ها و تجربیات میان جامعه و خبرگان گردشگری مقصد و دولت و ارتباط مستمر میان آنهاست که در این پژوهش به عنوان گزاره‌های عینی و ذهنی، شاخص تسهیم در نظر گرفته می‌شود. نوعدوستی برای سنجش مؤلفه همبستگی، میزان رفتار دیگرخواهی و حمایتگرانه و مشارکتی در میان جامعه میزبان و دولت در مقصد گردشگری است که در این پژوهش به عنوان گزاره‌های عینی و ذهنی، شاخص نوعدوستی در نظر گرفته می‌شود.

با توجه به مطالب بیان شده، واحد ارزیابی هر یک از مؤلفه‌ها و شاخصهای مطرح در فرهنگ اجتماعی را به صورت خلاصه در جدول 2 آمده است.

جدول 2: تعریف عملیاتی مفاهیم مربوط به بُعد فرهنگ اجتماعی

مؤلفه	شاخص	واحد ارزیابی
اعتماد	صداقت	میزان رفتارهای صادقانه و شفاف میان دولت و جامعه میزبان گردشگر در موقعیتهای مبهم
	صمیمیت	میزان رفتارهای دلسوزانه و پشتیبان در عواطف و تجربه‌ها میان جامعه میزبان و دولت در مقصد گردشگری
تعادل	انصاف	سطح احساس برابری همگانی و توزیع عادلانه منابع توسط دولت در مقصد گردشگری
	قانونمندی	سطح احترام جامعه میزبان گردشگر به قوانین کشوری و میزان اجرای صحیح و دقیق آن
همبستگی	تسهیم	میزان انتقال دانسته‌ها و تجربیات میان جامعه و خبرگان گردشگری مقصد و دولت و ارتباط مستمر میان آنها
	نوعدوستی	میزان رفتار دیگرخواهی و حمایتگرانه میان جامعه میزبان و دولت در مقصد گردشگری

ج) روش تحقیق

پژوهش حاضر از منظر هدف، کاربردی و از نظر نوع پژوهش، توصیفی است. جامعه آماری آن شامل کلیه صاحب‌نظران و متخصصان گردشگری در شهر تهران است و در سه ماهه اول سال 1398 انجام شده است. صاحب‌نظران گردشگری شامل مدیران و کارشناسان سازمانهای فعال در حوزه گردشگری شهر تهران؛ از جمله: هتلها، آژانسها، شهرداری‌های مناطق، مؤسسات خصوصی آموزشی، پژوهشی و خدماتی گردشگری و سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان تهران‌اند که نسبت به مسائل حوزه گردشگری در شهر تهران آگاهی و شناخت کافی دارند و تعداد آنها در این پژوهش، نامحدود برآورد شده است. روش نمونه‌گیری، غیر احتمالی از نوع اتفاقی و در دسترس است؛ به طوری که پرسشنامه میان صاحب‌نظران گردشگری و گردشگران خارجی در دسترس پژوهشگر، توزیع شده است. حجم نمونه با توجه به نامحدود در نظر گرفتن جامعه آماری و جدول استاندارد مورگان، 384 نفر به دست آمد.

ابزار اولیه گردآوری داده‌ها، پرسشنامه خبرگی مشتمل بر 13 گویه (جدول 2) است که بر اساس پاسخهای دوگانه بلی و خیر تنظیم شده است و ارتباط هر یک از گویه‌ها را با متغیر مربوطه می‌سنجد. نظرسنجی خبرگی در این پژوهش پس از مطالعه ادبیات تحقیق و بر اساس نظرات 25 نفر از خبرگان حوزه گردشگری با مدرک تحصیلی کارشناسی ارشد یا دکترای مدیریت و گردشگری و دارای سابقه اجرایی در حوزه گردشگری به دست آمده است.

برای آزمون روایی، نسبت روایی محتوایی (CVR) بر اساس نظرات 25 نفر از خبرگان حوزه گردشگری با تحصیلات کارشناسی ارشد یا دکترای مدیریت و گردشگری و دارای سابقه اجرایی در حوزه گردشگری محاسبه شد و مقدار آن 90 درصد به دست آمد. همچنین شاخص روایی محتوا (CVD) برای هر یک از گویه‌ها نیز محاسبه شد. با توجه به اینکه مقادیر تأیید خبرگی هر یک از گویه‌ها بالای 60 درصد (68 تا 100 درصد) به دست آمده است، لذا روایی آن تأیید می‌شود. (جدول 3)

جدول 3: تأیید خبرگی گویه‌های پرسشنامه (محقق‌یافته)

ردیف	مؤلفه	شاخص	گویه	درصد تأیید
1	صدق	صداقت	رفتارهای صادقانه میان دولت و جامعه میزبان گردشگر در موقعیتهای دوگانه و زیان آور	92
2			شفافیت در گفتار میان دولت و جامعه میزبان گردشگری در موقعیتهای دوگانه و زیان آور	96
3			رابطه نزدیک میان جامعه میزبان گردشگر و دولت در مقصد	88
4	صمیمیت	صمیمیت	پشتیبانی دولت و جامعه میزبان گردشگر از هم در تجربیات گردشگری	68
5			احساس برابری همگانی میان افراد جامعه میزبان گردشگر	84
6			برابری عادلانه منابع در مقصد گردشگری به تناسب ظرفیتهای هر منطقه و بخش	92
7	قانونمندی	قانونمندی	احترام جامعه میزبان به قوانین حاکم در مقصد گردشگری	96
8			اجرای صحیح و کامل قوانین حاکم در مقصد گردشگری	100
9	تأمین	تسهیم	تمایل به اشتراک دانسته‌ها و تجربیات گردشگری میان جامعه میزبان گردشگر و دولت	92

شناسایی و تحلیل وضعیت مؤلفه‌های بومی فرهنگ اجتماعی در ... ♦ 441

ردیف	مؤلفه	شاخص	گویه	درصد تأیید
10		نوع دوستی	تمایل به اشتراک دانسته‌ها و تجربیات گردشگری مقصد میان خبرگان گردشگری مقصد و دولت	96
11			ارتباط مستمر برای اشتراک تجربیات میان دولت با نمایندگان جامعه میزبان گردشگر	88
12			رفتارهای دیگرخواهی میان جامعه میزبان گردشگر و دولت	96
13			رفتارهای حمایت‌جویانه میان جامعه میزبان گردشگر و دولت	80

پس از تأیید کلیه گویه‌های پرسشنامه توسط خبرگان، پرسشنامه نهایی بر اساس طیف پنج‌تایی لیکرت تنظیم و بین افراد جامعه آماری پژوهش توزیع شد. در این پرسشنامه از پاسخ‌دهندگان خواسته شد نظر خود را درباره وضعیت هر یک از مؤلفه‌ها و شاخصهای امنیت اجتماعی از نظر فرهنگ اجتماعی در مقصد گردشگری شهر تهران، مشخص کنند.

در تحقیق حاضر با توجه به مطالعه ادبیات موجود، فرض بر نامطلوب بودن وضعیت امنیت اجتماعی مقصد گردشگری شهر تهران از نظر فرهنگ اجتماعی و مؤلفه‌های آن است. همچنین گفتنی است که کلیه متغیرهای این پژوهش در نرم‌افزار اکسل طبقه‌بندی شده و از نرم‌افزار اس.پی.اس.اس برای آمار توصیفی، آزمون آلفای کرونباخ و آزمون تی تک‌نمونه‌ای استفاده شده است.

(د) یافته‌ها

در این بخش، ابتدا در سطح توصیفی با استفاده از شاخصهای آماری، توصیف و تلخیص ویژگی‌های جمعیت‌شناختی افراد نمونه در تحقیق برای گردشگران خارجی، شامل جنسیت، سن، تحصیلات، رشته و تخصص، شغل، مدت زمان اقامت، ملیت و همراه مسافر و برای صاحب‌نظران، شامل جنسیت، سن، سطح تحصیلات، رشته و تخصص، شغل و محل کار است. سپس بر اساس ضریب آلفای کرونباخ و دو نیمه کردن، پایایی سؤالات، بررسی می‌شود. در پایان با استفاده از آزمون تی تک‌نمونه‌ای، به بررسی وضعیت مؤلفه‌های فرهنگ اجتماعی (اعتماد، تعادل و همبستگی) پرداخته می‌شود.

همان‌طور که گفته شد، واحد تحلیل برای آمار توصیفی این تحقیق، مقصد گردشگری شهر تهران است و نمونه آماری در دو سطح صاحب‌نظران گردشگری شهر تهران و گردشگران خارجی در نظر گرفته شده است. نتایج دو نمونه آماری نشان می‌دهد که صاحب‌نظران گردشگری شهر تهران را 54,7 درصد مرد و 45,3 درصد زن و گردشگران خارجی را 70,8 درصد مرد و 29,2 درصد زن تشکیل می‌دهند. مدرک لیسانس با 50,0 درصد دارای بیشترین فراوانی و مدرک تحصیلی دیپلم و فوق دیپلم با کمترین فراوانی (19,8 درصد) در نمونه صاحب‌نظران و در میان گردشگران خارجی نیز بیشترین فراوانی با 49,7 درصد برای لیسانس و کمترین فراوانی با 11,2 درصد برای مدرک کارشناسی ارشد و دکتراست. بیشترین محدوده سنی در نمونه آماری صاحب‌نظران را افراد با 28 تا 40 سال و در گردشگران خارجی افراد با سن

442 ♦ فرهنگ در دانشگاه اسلامی 32

41 تا 50 تشکیل داده‌اند. 60,4 درصد افراد، شغل تور لیدر داشتند که بیشترین فراوانی را به لحاظ شغلی در میان صاحب‌نظران تشکیل داده‌اند؛ در میان گردشگران خارجی نیز حدود 60 درصد کار آزاد در مقابل 40 درصد کارمند داشته‌اند. 40,1 درصد صاحب‌نظران با رشته و تخصص گردشگری دارای بیشترین فراوانی و 9,6 درصد افراد با رشته و تخصص تاریخ، کمترین فراوانی در جامعه را تشکیل می‌دهند. به لحاظ محل کار نیز بیشتر صاحب‌نظران گردشگری در شهر تهران (35,2 درصد) در مؤسسات و هولدینگ‌های گردشگری و بعد از آن با درصد فراوانی 20,1، کار آزاد داشته‌اند. در نمونه آماری گردشگران خارجی نیز 50 درصد گردشگران خارجی مدت اقامت بین 5 تا 10 روز را تشکیل داده و 49,7 درصد نیز به عنوان بیشترین فراوانی گردشگران عراقی را نیز شامل می‌شده‌اند. 53,9 گردشگران خارجی به عنوان بیشترین فراوانی، به همراه خانواده سفر کرده‌اند.

با داده‌های جمع‌آوری شده از پرسشنامه برای مؤلفه‌های اعتماد، تعادل و همبستگی، به ارائه آماره‌های حداقل و حداکثر نمره، میانگین، انحراف استاندارد، چولگی و کشیدگی از نگاه گردشگران خارجی و صاحب‌نظران گردشگری می‌پردازیم. (جدول 4)

جدول 4: آماره‌های توصیفی مؤلفه‌های فرهنگ اجتماعی از نگاه گردشگران خارجی

همبستگی	تعادل	اعتماد	
2.6193	2.6947	2.7259	میانگین
2.6000	2.7500	2.7500	میانه
2.00	2.00	2.00	مد
.53645	.56557	.58392	انحراف معیار
.288	.320	.341	واریانس
.414	.028	-.064	چولگی
-.904	-1.176	-1.239	کشیدگی
1.80	2.25	2.25	دامنه
2.00	1.75	1.75	حداقل
3.80	4.00	4.00	حداکثر
1005.80	1034.75	1046.75	جمع

با توجه به جدول 4، مؤلفه اعتماد بیشترین میانگین (2,72) و مؤلفه همبستگی کمترین میانگین (2,61) را دارد. نتایج آمار توصیفی در مجموع نشان می‌دهد که مؤلفه‌های فرهنگ اجتماعی از نظر گردشگران خارجی وضعیت مطلوبی ندارند و این عدم مطلوبیت، در مؤلفه همبستگی به وضوح مشاهده می‌شود.

شناسایی و تحلیل وضعیت مؤلفه‌های بومی فرهنگ اجتماعی در ... 443

جدول 5: آماره‌های توصیفی فرهنگ اجتماعی و مؤلفه‌های آن از نگاه صاحب‌نظران گردشگری

همبستگی	تبادل	اعتماد	
2.6281	2.7038	2.7370	میانگین
2.6000	2.7500	2.7500	میانه
2.00	2.00	2.00	مد
.53537	.56089	.57852	انحراف معیار
.287	.315	.335	واریانس
.407	.009	-.077	چولگی
-.885	-1.150	-1.231	کشیدگی
1.80	2.25	2.25	دامنه
2.00	1.75	1.75	حداقل
3.80	4.00	4.00	حداکثر
1009.20	1038.25	1051.00	جمع

با توجه به جدول 5، مؤلفه همبستگی از نظر صاحب‌نظران، مطلوبیت کمتری نسبت به سایر مؤلفه‌ها دارد و مؤلفه اعتماد از بالاترین مطلوبیت برخوردار است. با این حال، تمام مؤلفه‌ها از نظر صاحب‌نظران گردشگری شامل عدم مطلوبیت می‌باشند؛ زیرا میانگین کمتر از 3 دارند و عدد 2 در طیف پنج‌گزینه‌ای پرسشنامه به عنوان مُد گزارش شده و دارای بیشترین فراوانی است.

برای سنجش پایایی سؤالات این پژوهش، یافته‌ها در قالب جدول 6 ارائه شده است.

جدول 6: آزمون پایایی مؤلفه‌های فرهنگ اجتماعی مقصد از نگاه گردشگران خارجی

روش دو نیمه کردن	ضریب آلفای کرونباخ		تعداد سؤالات	تعداد پاسخ‌دهندگان	مؤلفه‌ها	ابعاد
	اول	دوم				
0,535	0,640	0,746	4	384	اعتماد	فرهنگ اجتماعی
0,511	0,602	0,722	4	384	تبادل	
0,446	0,844	0,792	5	384	همبستگی	

جدول 7: آزمون پایایی ابعاد و مؤلفه‌های فرهنگ اجتماعی مقصد از نگاه صاحب‌نظران گردشگری

روش دو نیمه کردن	ضریب آلفای کرونباخ		تعداد سؤالات	تعداد پاسخ‌دهندگان	مؤلفه‌ها	ابعاد
	اول	دوم				
0,540	0,636	0,742	4	384	اعتماد	فرهنگ اجتماعی
0,497	0,601	0,716	4	384	تبادل	
0,454	0,841	0,792	5	384	همبستگی	

444 ♦ فرهنگ در دانشگاه اسلامی 32

نتایج آزمون تی تک‌نمونه‌ای برای بررسی وضعیت امنیت اجتماعی از نظر فرهنگ اجتماعی و مؤلفه‌های آن در میان گردشگران خارجی و صاحب‌نظران گردشگری شهر تهران در جدول 8 و 9 ارائه شده است.

جدول 8: نتایج آزمون تی تک‌نمونه‌ای بررسی وضعیت فرهنگ اجتماعی و مؤلفه‌های آن از نگاه گردشگران خارجی

مقایسه با 3				
سطح خطا	درجه آزادی	آماره تی	میانگین	
.000	383	-9.198	2.7259	اعتماد
.000	383	-10.579	2.6947	تعادل
.000	383	-13.908	2.6193	همبستگی
.000	383	-13.381	2.6799	فرهنگ اجتماعی

جدول 9: نتایج آزمون تی تک‌نمونه‌ای بررسی وضعیت فرهنگ اجتماعی و مؤلفه‌های آن از نگاه صاحب‌نظران گردشگری

مقایسه با 3				
سطح خطا	درجه آزادی	آماره تی	میانگین	
.000	383	-8.909	2.7370	اعتماد
.000	383	-10.349	2.7038	تعادل
.000	383	-13.612	2.6281	همبستگی
.000	383	-13.090	2.6896	فرهنگ اجتماعی

با توجه به اینکه سطح معناداری آزمون در جداول 8 و 9 برای فرهنگ اجتماعی و مؤلفه‌های آن کمتر از 0/05 است، در نتیجه میانگین فرهنگ اجتماعی و مؤلفه‌های آن اختلاف معناداری با عدد 3 دارد و با توجه به میانگین‌های اعلام شده در جداول مذکور، این معیار همگی کوچک‌تر از عدد 3 بوده و وضعیت نامطلوبی از منظر گردشگران خارجی و صاحب‌نظران گردشگری دارد. همچنین جداول 7 و 8 نشان می‌دهند که آماره تی معنادار است؛ زیرا سطح خطا کمتر از 0,05 است. بنابر این، فرضیه صفر در تمامی متغیرها رد شده و فرضیه تحقیق مبنی بر نامطلوب بودن وضعیت فرهنگ اجتماعی و هر یک از مؤلفه‌های آن در مقاصد گردشگری از نظر پاسخ‌دهندگان پذیرفته می‌شود.

ه) بحث و نتیجه‌گیری

امروزه به عقیده بسیاری از کارشناسان و محققان، گردشگری و مسافرت یک پدیده مهم اجتماعی است که منجر به ارتباط میان افراد و گروه‌های مختلف اجتماعی و فرهنگی در مقاصد گردشگری می‌شود؛ به طوری

شناسایی و تحلیل وضعیت مؤلفه‌های بومی فرهنگ اجتماعی در ... ♦ 445

که گردشگران اغلب مقاصدی را انتخاب می‌کنند که در آن آرامش و آسودگی و به نوعی امنیت داشته باشند. از طرفی، امنیت نیز در اجتماع به نوعی در چارچوب توسعه پایدار گردشگری قرار می‌گیرد.

در امنیت اجتماعی نگاه ایجابی به مقوله امنیت در مقابل نگاه سلبی در برقراری امنیت جامعه قرار دارد؛ به طوری که بر خلاف نگاه سلبی که برقراری امنیت در جامعه را فقط از جانب دولت می‌بیند، نگاه ایجابی علاوه بر دولت برای جامعه و گروه‌های اجتماعی متشکل از آن نیز نقش قابل توجهی قائل است. ایجاد امنیت مطلوب اجتماعی در یک مقصد گردشگری، علاوه بر نقش حمایتی دولت‌ها از جامعه محلی و میزبان گردشگر، نیازمند تعامل همه‌جانبه جامعه میزبان با دولت و همچنین تعامل درونی و برونی خود گروه‌های هویتی جامعه است. تعامل جامعه میزبان گردشگر و دولت نیز در قالب فرهنگ اجتماعی دیده می‌شود و این فرهنگ اجتماعی نیز بر پایه مؤلفه‌ها و شاخص‌هایی شکل می‌گیرد که این دو گروه (دولت و جامعه میزبان) می‌توانند در مقصد گردشگری نحوه تعامل خود را بر مبنای آن تنظیم کنند.

در فرهنگ اجتماعی سه مؤلفه اعتماد، تعادل و همبستگی، شناسایی و برای هر یک از آنها شاخص‌هایی استخراج شد. برای مؤلفه اعتماد دو شاخص صداقت و صمیمیت، برای مؤلفه تعادل دو شاخص انصاف و قانونمندی و برای مؤلفه همبستگی دو شاخص تسهیم و نوعدوستی شناسایی شده است. در ادامه همان‌طور از نتایج تحلیل مشخص شد، وضعیت امنیت اجتماعی از نظر فرهنگ اجتماعی و مؤلفه‌های آن در مقصد گردشگری شهر تهران نامطلوب ارزیابی شده است.

از این رو به نظر می‌رسد برای امنیت اجتماعی مقاصد گردشگری در فرهنگ اجتماعی لازم است به لحاظ فرهنگی میان جوامع میزبان و دولت‌ها ارتباط نزدیکی ایجاد شود و با ایجاد بستر مناسب، فضا را برای این گونه تعامل‌ها در راستای جذب بیشتر گردشگر و رونق و توسعه در مقاصد گردشگری فراهم کرد؛ زیرا وقتی بین دولت و جامعه میزبان گردشگری فضای شفاف و رابطه صادقانه شکل بگیرد و به نوعی رابطه‌ای نزدیک بین دو طرف به وجود آید، می‌توان با استفاده از تمامی ظرفیتهای دو طرف برای ایجاد بستر اجتماعی مناسب به منظور جذب گردشگر تلاش کرد. همچنین احترام به قوانین و اجرای صحیح آن در مقصد و برخورداری عادلانه همه جوامع میزبان از منابع لازم در مقصد گردشگری، منجر به تقویت این ارتباط خواهد شد. از طرفی، اشتراک تجربیات و دانسته‌ها بین دولت و جامعه میزبان گردشگری و به نوعی ارتباطات همه‌جانبه، حمایتگرانه و دوستانه دو طرف از هم، می‌تواند منجر به ایجاد یک فرهنگ و سرمایه اجتماعی اصیل و پایدار در مقصد گردشگری شود که همواره پذیرای گردشگران برای تجربه‌ای متفاوت و دلپذیر خواهد بود. نکته مهم دیگر اینکه، نگاه اجتماع‌محور و ارزش والای اجتماع به جامعه محلی، چه میزبان و چه صاحبان کسب‌وکارها در مقصد گردشگری است. این موضوع نقش مهم ارتباطات و به اشتراک‌گذاری منابع فرهنگی مختلف را در ایجاد و تحقق بهتر و اساسی‌تر امنیت اجتماعی در مقصد گردشگری روشن ساخته و به نوعی ایجاد شبکه‌های ارتباطی و اطلاع‌رسانی اجتماعی میان گروه‌های

مختلف هویتی و میان دولتها و گروههای اجتماعی مقصد را بیش از پیش ضروری و با اهمیت می‌سازد؛ زیرا این مهم خود به نوعی موجب رشد و شکوفایی اعتماد، شفافیت، قانونمندی، همبستگی و نعدوستی تعلق در پهنه ملی میان مردم و گروههای مختلف اجتماعی و دولتها می‌شود و به نوعی در یک فضای امن اجتماعی می‌تواند زمینه‌ساز جذب حداکثری گردشگر در مقصد شود.

با توجه به اینکه در این تحقیق وضعیت فرهنگ اجتماعی در مقصد گردشگری در شهر تهران نامطلوب نشان داده شد، از این رو باید با تحلیل ظرفیتهای موجود و بالقوه در شاخصهای مربوطه و مؤلفه‌های آن، سهم هر یک از این عوامل بومی را در بالا بردن امنیت اجتماعی مقاصد گردشگری پیدا کرد و با برنامه‌ریزی جامع و هدفمند، به بالاترین سطح استاندارد در این شاخصها رسید. پیش از این مطالعات در حوزه امنیت اجتماعی و گردشگری بیشتر معطوف به نگاه سلبی به امنیت و به تعبیری ساده، نگاه پلیسی معطوف بود؛ اما با شناسایی و تعیین مؤلفه‌ها و شاخصهای فرهنگی و جامعه‌شناسی در این حوزه و ارتباط آن با چارچوب توسعه پایدار گردشگری، کدهای اخلاقی گردشگری و جامعه‌شناسی گردشگری می‌توان با نگاه ایجابی و از پایین به بالا به امنیت اجتماعی در مقصدهای گردشگری دست پیدا کرد؛ زیرا شناسایی و تعیین وضعیت شاخصها و مؤلفه‌های استخراجی در مقصد گردشگری می‌تواند ابزاری برای سنجش ظرفیتهای امنیت اجتماعی در مقاصد گردشگری از نگاه فرهنگ اجتماعی در کشورمان ایران باشند.



شناسایی و تحلیل وضعیت مؤلفه‌های بومی فرهنگ اجتماعی در ... ♦ 447

منابع

- احمدی، سید محمد (1387). «توسعه اجتماعی و امنیت ملی». پژوهشنامه، ش 1(14): 70-90.
- افتخاری، اصغر (1392). امنیت اجتماعی شده: رویکرد اسلامی. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- امیرکافی، مهدی (1380). «اعتماد اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن». نمایه پژوهشی، ش 5(18): 39-40.
- ایمانی خوشخو، محمدحسین؛ افسانه پورجم علویجه و زهرا نادعلی پور (1394). مطالعات گردشگری. تهران: جهاد دانشگاهی.
- باپیری، امیدعلی؛ خلیل کمربگی و فرزاد درویشی (1394). «بررسی میزان احساس امنیت اجتماعی و برخی عوامل مرتبط با آن (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاهها و مراکز آموزش عالی استان ایلام)». فرهنگ ایلام، ش 16(46-47): 75-90.
- باقریان جلودار، مصطفی؛ سید محمد شبیری و فضا نوپور هولاری (1397). «تحلیل جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر احساس امنیت اجتماعی گردشگران (مطالعه موردی: گردشگران بابلسر)». برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ش 7(25): 25-45.
- بخارایی، احمد؛ محمدحسن شریتیان و اعظم احمدی (1393). «امنیت اجتماعی، ضرورتی در ترویج صنعت گردشگری (مطالعه موردی: کلانشهر مشهد)». برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ش 3(11): 76-95.
- تاجیک، محمدرضا (1381). مقدمه‌ای بر استراتژی‌های امنیت ملی جمهوری اسلامی ایران: رهیافتها و راهبردها. تهران: فرهنگ گفتمان.
- جعفری، محمدتقی (1376). ترجمه و تفسیر نهج البلاغه. تهران: دفتر نشر فرهنگ اسلامی، چ ششم.
- جهانیان، منوچهر و ابتهال زندی (1397). اکوتوریسم. تهران: جهاد دانشگاهی.
- خلیلی، رضا (1381). «مهاجرت نخبگان، پدیده‌ای اجتماعی یا موضوع امنیت ملی». مطالعات راهبردی، ش 5(2): 423-442.
- خوشفر، غلامرضا؛ آرزیتا اسفندیان و مریم رحمانی (1392). «بررسی احساس امنیت فردی و اجتماعی از دیدگاه گردشگران و عوامل مؤثر بر آن، مطالعه موردی: گردشگران منطقه گردشگری ناهارخوران و انگدره شهر گورگان». برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ش 2(6): 181-202.
- رسولی، رضا و علی صالحی (1390). «بررسی و تبیین عوامل مؤثر بر امنیت اجتماعی جوانان». دانش انتظامی، ش 12(2): 166-201.
- رمضان‌زاده لسبوئی، مهدی؛ سعیدرضا اکبریان رونیزی، حدیثه رضانی‌فر و زهرا حیدری (1394). «توسعه گردشگری در شهرهای ساحلی و امنیت اجتماعی (مطالعه موردی: شهر تنکابن)». پژوهشهای جغرافیایی برنامه‌ریزی شهری، ش 3(3): 309-324.
- زاهدی، شمس‌السادات (1390). «جهانی‌شدن و توسعه پایدار». مطالعات راهبردی سیاستگذاری عمومی، ش 2(3): 1-18.

- شالچیان، طاهره (1394). آداب و فرهنگ سفر. تهران: دانشگاه پیام نور.
- شفیعی، جمال و علی اکبر زمانی (1386). «درآمدی بر رابطه امنیت و فرهنگ در عرصه جهانی شدن». نگرش راهبردی، ش 2 (83-84): 109-130.
- ضرابی، اصغر و مهدی زنگنه (1389). «جایگاه امنیت اجتماعی در توسعه پایدار گردشگری با تأکید در ایران». مجموعه مقالات همایش منطقه‌ای صنعت توریسم. خمینی شهر: دانشگاه آزاد اسلامی خمینی شهر.
- عبداللهی، عبدالله و خدیجه الهیاری (1382). «فرایند جهانی شدن در چالش با امنیت اجتماعی (رهیافت فضایی)». مجموعه مقالات همایش امنیت اجتماعی. تهران: معاونت اجتماعی ناجا.
- عبدلی، اصغر؛ جمال محمدی و رضا ابراهیمی (1393). «تحلیلی بر میزان احساس امنیت اجتماعی گردشگران شهری (مطالعه موردی: گردشگران داخلی شهر اصفهان)». جغرافیا و برنامه‌ریزی، ش 18 (50): 235-257.
- علیخواه، فردین و مریم نجیبی ربیعی (1384). «زن و ترس از جرم در فضاهای شهری». رفاه اجتماعی، ش 6 (22): 109-131.
- لانکوار، روبر (1381). جامعه‌شناسی جهانگردی و مسافرت. ترجمه صلاح‌الدین محلاتی. تهران: دانشگاه شهید بهشتی.
- مجردی، سعید (1391). اینترنت و امنیت اجتماعی. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- محبوبی منش، حسین (1381). «امنیت و انحرافات اجتماعی». مطالعات راهبردی زنان، ش 5 (18): 134-159.
- موسوی، سید محمد؛ جعفر آهنگران و اصغر افتخاری (1397). «شاخصهای بومی امنیت اجتماعی در مقاصد گردشگری جمهوری اسلامی ایران». برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، ش 10 (37): 57-90.
- موقریا، علی و فاطمه قربانی (1397). «جایگاه گردشگری در امنیت ملی و روند توسعه کشورها (مطالعه موردی: کشور ایران)». فضای گردشگری، ش 7 (26): 1-25.
- نبوی، سید عبدالحسین؛ علی حسین حسین‌زاده و سیده هاجر حسینی (1389). «بررسی عوامل اجتماعی و اقتصادی مؤثر بر احساس امنیت اجتماعی». جامعه‌شناسی کاربردی، ش 21 (4): 73-96.
- نویدنیا، منیژه (1388). امنیت اجتماعی. تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- ویلیامز، استفان (1393). جغرافیای گردشگری. ترجمه محمود ضیایی. تهران: دانشگاه پیام نور، چ دوم.
- هزارجریبی، جعفر (1390). «احساس امنیت اجتماعی از منظر توسعه گردشگری». جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، ش 22 (2): 121-143.
- یوسفی، جواد و محمد شریفی تهرانی (1395). «تحلیلی بر اثرات اجتماعی و فرهنگی توسعه گردشگری (مطالعه شهرستان بیرجند)». راهبرد توسعه، ش 12 (48): 137-155.
- Ahmadi, seyid Mohammad (2008). " Social development and national security ". *Research magazine*, N:1(14): 70: 90.-106
- Eftekhari , asghar (2013). "Socialized security: Islamic approach ". *Tehran: cultural studies and human sciences research school.*

شناسایی و تحلیل وضعیت مؤلفه‌های بومی فرهنگ اجتماعی در ... 449

- Amirkafi , mahdi (2001). "Social confidence and effective factors" *Research index*, N:5(18): 39: 40.
- Imani , Mohammad Hussein and others (2015). "Tourism studies "Tehran: *jahade daneshghahi*.
- Bapiri , omid ali and others (2016). "Effective factors on social security feeling " *ilam culture*, N: 16(46-47): 75- 90.
- Bagherian jolodar , Mustafa and others (2018). "Social analysis of effective factors on social security feeling of tourists (case study: babolsar tourists) " *tourism planning and development*, N: 7(25): 25- 45.
- Bokharae , ahmad and others (2013). "Social security as a necessity in developing tourism industry (case study: Mashhad city) " *tourism planning and development*, N: 3(11): 76- 95.
- Tajik , Mohammad reza (2002). "An introduction to Islamic republic of Iran national security strategies". Tehran: *discourse culture* ..
- Jafari , Mohammad taghi (1997). "nahjolbalagha translation and interpretation "Tehran: *Islamic culture pub.* .
- Jahanian , manoochehr and ebtehal zandi (2018). "Ecotourism "Tehran: *jahade daneshghahi*.
- Khalili , reza (2002). "Brain drain, a social phenomenon or a national security object " " *strategic studies* , N: 5(2): 423- 442.
- Khoshfar , gholamreza and others (2013). "Social and individual security feeling from view point of tourists and the effective factors (case study: tourists visiting gorgan environs) " *tourism planning and development*, N: 2(6): 181- 202.
- Rasooli , reza and salehi, ali (2011). "The effective factors on youth Social security " *Journal of Police Knowledge*, N: 12(2): 166- 201.
- Ramezan zadeh , mahdi and others (2015). "Developing tourism industry in seaside cities and social security (case study: tonekabon city) " *urban planning geographical researches*, N: 3(3): 309- 324.
- Zahedi , shamsolsadat (2011). "Globalization and sustainable Development " *public policy making strategic studies*, N: 2(3): 1- 18.
- Shalchian , tahereh (2015). "Journey culture "Tehran: *payame noor university*.
- shafiee , jamal and zamani , aliakbar (2007). "Relation between security and culture in globalization " *strategic views* , N: 2(83-84): 109- 130.
- Zarrabi , asghar and zanganeh, mahdi (2010). "Place of social security in tourism sustainable Development in Iran " *tourism industry conference articles in Islamic azad university (khomeinishahr branch)*
- Abdollahi , abdollah and allahyari, khadija (2003). "Globalization and challenges in social security " *social security conference articles*, Tehran: police social deputy pub.

- Abdoli , asghar and others (2014). “**Analysis of social security feeling among urban tourists (case study: tourists visiting Isfahan)** “*geography and planning*, N: 18(50): 235- 257.
- Alikhah , fardin and rabiee najibi , maryam (2005). “**Women and crime phobia in cities** “*.social welfare*, N: 6(22): 109- 131.
- Lank ware , rober (2002). “**Sociology of tourism and journey** “translated by salahoddin mahallati .Tehran: shahid beheshti university
- Mojarradi , saeed (2012). “**Internet and social security** “*.Tehran: cultural studies and human sciences research school*.
- Mahboobi manash , Hussein (2002). “**Security and social deviations** “*.women strategies studies*, N: 5(18): 134- 159.
- Mosavi ,seyyed Muhammad and others (2018). “**Social security regional indicators of tourism in Islamic republic of Iran**” *social development and welfare planning*, N: 10(37): 57- 90.
- Moaghar pak ,ali and ghorbani , fatemeh (2018). “**The place of tourism in national security and development of countries (case study: Iran)**” *tourism*, N: 7(26): 1- 25.
- Nabavi , seyed abdol Hussein and others (2019). “**Analysis of social and economic effective factors in social security feeling** “*.applied sociology*, N: 21(4): 73- 96.
- navidnia , manizheh (2009). “**Social security** “*.Tehran: strategic studies research school*.
- Williams , stephen (2014). “**Tourism geography** “translated by mahmoud ziaee .Tehran: payame noor university
- Hezar jaribi , jafar (2011). “**Social security feeling in tourism development** “*.geography and environmental planning*; N: 22(2) :121- 143.
- Yousefi ,javad and mohammad sharifi tehrani (2016). “**Social and cultural effects of tourism development (case study: birjand)**” *development strategy* , N: 12(48): 137- 155.
- Chris, Ryan (2012). “**Assisting the Poor in China through Tourism Development: A View of Research**”. *Tourism Management*, Vol. 33, Issue 2, April: 239-248.
- Cohen, E. (1996). **Thai Tourism: Hill Tribes**. Islands and Open-Ended Prostitution, White.
- Katzenstein, Peter J. (1996). **The Culture of National Security: Norms and Identity in World Politics**. Columbia University Press, Political Science: 562.
- Kılıçlar, Arzu; Ahmet Uşaklıb & Ahmet Tayfun (2018). "**Terrorism Prevention in Tourism Destinations: Security Forces vs. Civil Authority Perspectives**". *Journal of Destination Marketing & Management*, Vol. 8, June: 232-246.

شناسایی و تحلیل وضعیت مؤلفه‌های بومی فرهنگ اجتماعی در ... ♦ 451

- Lindstrom, M. (2008). "Social Capital, Anticipated Ethnic Discrimination and Self-Reported Psychological Health, A Population- Based Study". *Social Science & Medicine*, 66(1): 1-13.
- Mitar, M. (2006). **Assessment of Societal Security in Recent Past and Today**. College of Police and Security Studies, Slovenia.

