

The feeling of social security based on the development of tourism in urban architectural spaces (case study: of Kerman City)

Ghorbani Param Afshin ¹ 

1- Assistant Professor, Department of Architecture, Islamic Azad University, Damavand, Iran

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p>Article type: Research Article</p> <p>Received: 2023/07/30</p> <p>Accepted: 2024/06/08</p> <p>pp: 50- 60</p> <p>Keywords: Feeling of Social Security; Tourism; Tourism Development; Kerman.</p>	<p>The increase in the number of tourists will lead to the prosperity of business and increase the income of companies and institutions that operate in this field. The development of tourism, especially in less developed countries, is an effective factor in dealing with poverty and it leads to an increase in the income of different strata, a decrease in unemployment and an advance in economic and social prosperity. The purpose of this research is to determine the role of social security based on the development of tourism in urban architectural spaces. The current research is correlational research and was conducted by survey method. The statistical population of this research is all tourists, both native and non-native, of Kerman city in 1401, of which 391 people were randomly selected as a sample. In this research, two researcher-made questionnaires of social security of citizens and the development of tourism Chris et al., (2006) were used. Analysis of research data was done in two descriptive (mean, standard deviation, table, figure and graph) and inferential (structural equation modeling) sections using LISREL and SPSS20 software. The obtained results indicate; that there is a positive and direct relationship between the components of the sense of social security and tourism at a significance level of 0.01. In other words, the more the social security of tourists increases, the greater their desire to travel to these areas will be.</p>



Citation: Ghorbani Param, A. (2024). The feeling of social security based on the development of tourism in urban architectural spaces (case study: Kerman City). *Journal of Geography and Regional Future Studies*, 2(2), 50-60.



© The Author(s).

Publisher: Urmia University.

DOI: <https://doi.org/10.30466/grfs.2023.54837.1009>

DOR: <https://dorl.net/dor/20.1001.1.2981118.1403.2.2.4.7>

Extended Abstract

Introduction

The development of tourism, especially in less developed countries, is an effective factor in combating poverty, and it leads to an increase in the income of different strata, a decrease in unemployment and economic prosperity, and as a result, it improves the quality of life of the people and increases social welfare. Perhaps it is for this reason that Lewis Turner considers tourism to be the most promising and complex industry that the third world is facing, and he believes that tourism has the greatest ability to replace other profitable activities. The employment that is created by the tourism industry brings prosperity and economic prosperity. Therefore, great competition has arisen in the geopolitical scene (political geography) of capital. Every country tries to direct the flow of investment towards itself by planning, adopting economic policies and establishing relations with all countries, expanding domestic and international security, and creating economic and cultural fields at the national level. Social work has been done on the basis of tourism development in Kerman city.

Methodology

The present research is a correlational one and it was carried out by the survey method. The statistical population of the present research consists of all tourists, both native and non-native, of Kerman city. Considering that the number of tourists was not known, based on Cochran's unlimited society formula, a sample size of 391 was obtained and the same number of questionnaires were completed and analyzed. Also, in this research, people were selected using a simple random sampling method. The sampling method was that the days of the week were drawn separately, and then the tourist areas were drawn, and on the day of the draw, they were referred to the desired area, and the questionnaires were completed.

Results and discussion

The results of the K-S test show the dimensions of the research. The results show that due to the significance level exceeding 0.05, it can be said at the 95% confidence level the assumption of data normality is accepted. All indicators have statistical adequacy. Therefore, it can be confidently

concluded that the researcher has achieved a relatively perfect fit regarding these indicators. In order to investigate the influence of the variable components of "social security" on "tourism development" in a model, the confirmatory structural equation model is used. For this purpose, after drawing the conceptual model in LISREL software, adding the model constraints and choosing the maximum likelihood method, the implemented model was analyzed according to the Chi-square and RMSEA criteria, this model provides a good fit to the data.

Conclusion

In recent years, the tourism industry has been recognized as a source of sustainable development. In other words, tourism is the fastest and cheapest way to achieve sustainable security development. The economic effects of tourism are such that some countries like Turkey have been able to earn as much as Iran's oil income from this profitable and low-cost industry. The main capabilities of the tourism industry, such as the expansion of all types of services, the creation of new job opportunities, foreign direct investment and the development of infrastructure, which ultimately brings human development, have caused the sector to bring about many benefits. Therefore, an important part of the country's economy is affected by the tourism industry. In Iran, due to the fact that the economy is mono-based and relies on oil exports, the government can free itself from the mono-based economy by expanding the tourism industry. The economic benefits of tourism include job creation, income generation, structural development of countries and business development.

Declarations

Funding: There is no funding support.

Authors' Contribution: The authors contributed equally to the conceptualization and writing of the article. All of the authors approved the content of the manuscript and agreed on all aspects of the work.

Conflict of Interest: The authors declared no conflict of interest.

Acknowledgments: We are grateful to all the scientific consultants of this paper.



احساس امنیت اجتماعی بر مبنای توسعه‌ی گردشگری در فضاهای معماری شهری (مورد مطالعه: شهر کرمان)

افشین قربانی پارام^۱

۱- استادیار گروه معماری، دانشگاه آزاد اسلامی، دماوند، ایران.

اطلاعات مقاله

نوع مقاله:

مقاله پژوهشی

دریافت:

۱۴۰۲/۰۵/۰۸

پذیرش:

۱۴۰۳/۰۳/۱۹

صص:

۵۰-۶۰

واژگان کلیدی:

احساس امنیت اجتماعی،

گردشگری،

توسعه‌ی گردشگری،

کرمان.

چکیده

افزایش شمار گردشگران موجب رونق گرفتن کسب‌وکار و افزایش درآمد شرکت‌ها و موسساتی می‌شود که، در این عرصه فعالیت می‌کنند. توسعه گردشگری به ویژه در کشورهای کمتر توسعه یافته، عامل موثری برای مقابله با فقر است و موجب افزایش درآمد قشرهای مختلف، کاهش بیکاری و رونق اقتصادی و اجتماعی می‌شود هدف پژوهش حاضر تعیین نقش امنیت اجتماعی بر مبنای توسعه‌ی گردشگری در فضاهای معماری شهری کرمان است. پژوهش حاضر از نوع تحقیقات همبستگی است و به روش پیمایش انجام شده است. جامعه‌ی آماری تحقیق حاضر، کلیه‌ی گردشگران اعم از بومی و غیربومی شهر کرمان در سال ۱۴۰۱ است که ۳۹۱ نفر به صورت تصادفی به عنوان نمونه انتخاب گردید. در این پژوهش از دو پرسشنامه‌ی محقق ساخت امنیت اجتماعی شهروندان و توسعه‌ی گردشگری کریس و همکاران (۲۰۰۶) استفاده شده است. تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش در دو بخش توصیفی (میانگین، انحراف معیار، جدول، شکل و نمودار) و استنباطی (مدل‌سازی معادلات ساختاری) با استفاده از نرم‌افزار LISREL و SPSS20 انجام گرفته است. نتایج به دست آمده حاکی از آن است؛ که بین مؤلفه‌های احساس امنیت اجتماعی و گردشگری در سطح معناداری ۰/۰۱ رابطه‌ی مثبت و مستقیمی وجود دارد. به عبارتی هر مقدار امنیت اجتماعی گردشگران، افزایش یابد به همان اندازه تمایل آنان به سفر به این مناطق، بیشتر است.

استناد: پارام قربانی، افشین. (۱۴۰۳). احساس امنیت اجتماعی بر مبنای توسعه‌ی گردشگری در فضاهای معماری شهری (مورد مطالعه: شهر کرمان). *فصلنامه جغرافیا و آینده‌پژوهی منطقه‌ای*، ۲(۲)، ۶۰-۵۰.

ناشر: دانشگاه ارومیه.



DOI: <https://doi.org/10.30466/grfs.2023.54837.1009>

DOR: <https://dorl.net/dor/20.1001.1.2981118.1403.2.2.4.7>



مقدمه

صنعت گردشگری که از دیرباز مورد توجه بشر قرار گرفته است و یکی از بخش‌های پیشتاز و در حال رشد در سطح بین‌المللی است (Musavengane et al, 2020: 123) بدون شک، یکی از پدیده‌های مهم اجتماعی و اقتصادی دوران مدرن است (Song et al, 2019: 154) افزایش شمار گردشگران موجب رونق یافتن کسب‌وکار و افزایش درآمد شرکت‌ها و مؤسسه‌های می‌شود که در این عرصه فعالیت می‌کنند. توسعه گردشگری به‌ویژه در کشورهای کمتر توسعه‌یافته، عامل مؤثری در مقابله با فقر است و موجب افزایش درآمد قشرهای مختلف، کاهش بیکاری و رونق اقتصادی و در نتیجه بهبود کیفیت زندگی مردم و افزایش رفاه اجتماعی می‌شود. شاید به همین دلیل است که لوئیس ترنر گردشگری را امیدبخش‌ترین و پیچیده‌ترین صنعتی می‌داند که جهان سوم با آن روبروست و معتقد است که گردشگری بیشترین قابلیت را برای جانشینی دیگر صنایع درآمدزا دارد (Kazemi, 2016: 7).

برابر آمار بانک جهانی در سال ۲۰۰۰ تعداد گردشگران در سرتاسر جهان بالغ بر ۷۰۱ میلیون نفر بوده و از این جریان گردشگری مبلغی حدود ۴۷۵ میلیارد دلار به‌طور مستقیم وارد چرخه اقتصادی جهان شده است. البته برخی منابع درآمد گردشگری را در سال ۲۰۰۰ حدود ۶۲۱ میلیارد دلار دانسته‌اند و آن را در سال‌های ۲۰۱۰ و ۲۰۲۰ به ترتیب ۱۵۵۰ و ۲۰۰۰ چرخه عظیم مالی که به‌طور غیرمستقیم حول محور صنعت گردشگری می‌چرخد میلیارد دلار برآورد کرده‌اند. باید به‌مراتب مهم‌تر از درآمدهای مستقیم این صنعت بر اقتصاد جهانی تأثیرگذار است. معمولاً بخش مهمی از خریدها (کالا و خدمات) و کارهای عمرانی- ساختمانی که با صنعت گردشگری ارتباط دارد به‌حساب این صنعت گذاشته نمی‌شود، چراکه محاسبه چرخش‌های مالی و درآمدهای غیرمستقیم صنعت گردشگری عملاً بسیار مشکل است. عمده‌ترین فعالیت‌های اقتصادی که حول محور این صنعت انجام می‌گیرد و بازخورد آن بر اقتصاد داخلی و بین‌المللی تأثیر بسیار دارد عبارت‌اند از سرمایه‌گذاری‌های ساختمانی- عمرانی (هتل، جاده، فرودگاه، اسلکه سازی، ساخت انواع وسایل حمل‌ونقل، هواپیما، کشتی، کشتی‌های تفریحی، واگن قطار، اتومبیل، آماده‌سازی پیست‌های اسکی، صنایع غذایی، تعمیرات و نگهداری از آثار باستانی، سرمایه‌گذاری‌های مربوط به تولید و تصفیه نفت، و سایر انرژی‌ها در رابطه با گردشگری)، سرمایه‌گذاری‌های مربوط به اطلاعات و اطلاع‌رسانی (سایت‌های رایانه‌ای - اینترنتی، نشریات اعم از کتاب، روزنامه، بروشور، نقشه، راهنمای گردشگری، مسافرتی و غیره). این حجم عظیم مالی توأم با اشتغالی که به‌طور مستقیم و غیرمستقیم ایجاد می‌کند سبب شده است که کشورهای مختلف جهان با توجه به توانمندی‌های طبیعی، میراث فرهنگی و تاریخی خود سعی کنند سهمی از این اقتصاد را به خود اختصاص دهند. باید توجه داشت که چرخش مالی که حول محور صنعت گردشگری وجود دارد؛ به‌مراتب از درآمد حاصل از آن مهم‌تر است. اشتغالی که ایجاد می‌شود رونق و رفاه اقتصادی را به همراه دارد. بنابراین، زمینه رقابت عظیمی در صحنه ژئوپولیتیک (جغرافیای سیاسی) سرمایه به وجود آمده است. هر کشوری سعی دارد با برنامه‌ریزی، اتخاذ سیاست‌های اقتصادی و برقراری روابط با همه کشورهای، گسترش امنیت داخلی و بین‌المللی و ایجاد زمینه‌های اقتصادی و فرهنگی در سطح ملی جریان سرمایه‌گذاری را به‌سوی خود هدایت کند بنابراین پژوهش حاضر باهدف بررسی احساس امنیت اجتماعی بر مبنای توسعه‌ی گردشگری در شهر کرمان انجام شده است.

پیشینه و مبانی نظری پژوهش

احساس امنیت پدیده‌ای روان‌شناختی و دارای ابعاد گوناگون می‌باشد. این احساس ناشی از تجربه‌های عینی و اکتسابی افراد از شرایط و اوضاع پیرامونی است؛ بنابراین، افراد به صورت‌های گوناگون آن را تجربه می‌کنند. باید توجه داشت آنچه مدنظر است احساس امنیت در معنای واقعی آن است و لازم است بین این مسئله و نامنی که جنبه‌ی کاملاً شخصی دارد، تفکیک قائل شد. از دیدگاه جامعه‌شناسی احساس امنیت در واقع یک تولید اجتماعی است یعنی همه‌ی نهادهای اجتماعی در شکل‌گیری آن نقش ایفاء می‌کنند. با این دید طبیعتاً همه‌ی ارکان جامعه از جمله مردم- حاکمیت- پلیس و... در تولید و ارتقای سطح آن نقش کلیدی و لاینفک دارند. احساس امنیت حالتی است که آحاد جامعه هراس و بیمی نسبت به حقوق و آزادی‌های مشروع خود نداشته و به‌هیچ‌وجه حقوق و آزادی‌های مشروع خود نداشته و به‌هیچ‌وجه حقوق آنان به مخاطره نیفتد. احساس امنیت در یک جامعه به احساس روانی شهروندان به میزان وجود یا عدم وجود جرم و شرایط جرم‌خیز در آن جامعه بازمی‌گردد و هر مقدار فراوانی جرم و شرایط جرم‌خیز بالاتر باشد احساس امنیت شهروندان پایین‌تر است (Hazarjaribi & Najafi Malek, 2011: 55). احساس امنیت فرایندهای روانی و اجتماعی است که صرفاً بر افراد تحمیل نمی‌شود بلکه اکثر افراد بر اساس نیازها، علایق خواسته‌ها و توانمندی‌های شخصیتی و روانی خود در ایجاد و از بین بردن آن نقش اساسی دارند (Habibi Biron et al., 2023- Bayat, 2001: 16).

بر اساس تعریف سازمان جهانی توریسم، گردشگری یا معادل دقیق و درست انگلیسی آن توریسم، به کلیه‌ی فعالیت‌های افرادی اطلاق می‌شود که به مکان‌هایی خارج از محیط عادی خود به‌منظور گذراندن ایام فراغت، انجام کار و سایر هدف‌ها، برای مدت کمتر از یک سال می‌روند. به‌این ترتیب، محدوده‌ی توریسم از مسافرت‌هایی که صرفاً به‌منظور گذراندن تعطیلات و سپری کردن چند روز برای دیدار دوستان و آشنایان و بازدید از مناطق جذاب انجام می‌گیرد، بسی فراتر می‌رود. توریسم در معانی وسیع آن، علاوه بر گروه اشاره‌شده، شامل افرادی می‌شود که در ارتباط با کار و حرفه‌ی خویش سفر می‌کنند و آنان که فعالیت‌های علمی و تحقیقاتی انجام می‌دهند. به‌این ترتیب، دامنه‌ی تأثیرگذاری بر محیط و تأثیرپذیری آن از محیط، بسیار وسیع‌تر می‌شود. این جدیدترین تعریفی است که از طرف سازمان جهانی توریسم ارائه‌شده است. در تعریف گردشگری و تعیین قلمرو آن، باید گروه‌های مختلفی که در این صنعت مشارکت دارند و از آن تأثیر می‌پذیرند را لحاظ کرد. عوامل عمده در این صنعت عبارت‌اند از:

- توریست‌ها و یا گردشگرانی که درصدد کسب تجارب فیزیکی و روانی و رضایت و راحتی از سفرند؛
- سازمان‌های فعال در زمینه‌ی تهیه و تدارک کالاها و خدمات موردنیاز گردشگران؛ سازمان‌های مذکور از این طریق به منافع خود می‌انديشند.
- دولت کشور میزبان، شامل سیاستمدارانی که به گردشگری به‌عنوان وسیله‌ای برای ایجاد درآمد شهروندان و افزایش درآمدهای مالیاتی مستقیم و غیرمستقیم می‌نگرند؛
- جامعه‌ی میزبان، مردمانی که به توریسم به‌عنوان پدیده‌ای فراهم می‌آورد که این تعامل می‌تواند اثرات مثبت و یا منفی داشته باشد (Zahedi, 2015: 55).

بنابراین گردشگری مجموعه تعامل‌هایی است که در فرآیند جذب و مهمانداری، بین توریست‌ها، سازمان‌های مسافرتی، دولت‌های مبدأ، دولت‌های میزبان و مردم محلی برقرار می‌شود. گردشگری پایدار ریشه در توسعه‌ی پایدار دارد (Salehi Fard, 2018: 25) به‌طور کلی این تلاش‌ها نشان از آن دارد که گردشگری قادر است در پردازش توسعه‌ی پایدار راهکاری عملی را شکل دهد. از این رو، هدف اصلی در بست معنایی گردشگری پایدار پیرامون ارائه‌ی روش‌های منطقی در بهره‌گیری از منابع طبیعی و انسانی و ممانعت از به‌کارگیری غیرعلمی این منابع است. توسعه‌ی پایدار گردشگری دارای دو جنبه‌ی حفاظت از محیط‌زیست، منابع و میراث فرهنگی جوامع است. از این رو، گردشگری پایدار باید با سیاست مشخص و مدونی به اجرا درآید تا بتواند حرکت امیدبخشی را در توسعه‌ی همه‌جانبه‌ی فضاهای جغرافیایی تضمین کند. گردشگری پایدار برای کارایی بالاتر در این زمینه دارای اصولی است که هماهنگ‌کننده‌ی اهداف و راهکارهای عملی می‌باشد. محیط ارزش ذاتی دارد و این ارزش مهم‌تر از آن است که دارای صنعت گردشگری محسوب شود (Maroussi & Sabahi-Graghani, 2019: 128).

توسعه و امنیت مکمل یکدیگرند. بدیهی است امنیت پایدار، مرهون توسعه‌ی پایدار است و توسعه‌ی پایدار تضمین‌کننده‌ی امنیت ملی است. امروزه هر آن چیزی که از تعریف علمی برخوردار نبوده و قواعد منطقی بر آن حاکم نباشد شکست‌خورده و یا حالت رکود به خود می‌گیرد. این امر در صنعت گردشگری و بعد امنیت آن نیز صادق است. به‌طور مثال، برای امنیت در بخش ترابری و حمل‌ونقل، اقامتگاه‌ها، هتل‌ها و جاذبه‌ها لازم است سفرسازان و سازمان‌های گردشگری برای توسعه‌ی توریسم هماهنگی لازم را با یکدیگر داشته باشند. در علم جهانگردی واژه‌ی Availability (به مفهوم مهیا بودن) دارای اهمیت بسیار است، به‌عنوان نمونه در عین حال در بخش ترابری، جاده وجود دارد وقتی وزارت راه و ترابری، اعلام می‌کند که در جاده‌ها روزانه بیش از ۳۰ هزار نفر کشته می‌شود بدان معناست که از نقطه نظر گردشگری؛ جاده Avail be (مهیا) نیست. از سوی دیگر وقتی گردشگر جای مناسب برای اقامت نداشته باشد دیگر به آن محل باز نمی‌گردد. مواردی از این نظیر امنیت گردشگری را مختل می‌سازد. ملاک امنیت در گردشگری، احساس امنیت توسط گردشگران است. چراکه توسعه زیرساخت‌های جهانگردی تا حدود زیادی به سایر فعالیت‌های جاری و عمرانی یک منطقه، عوامل حمایت‌کننده، قوانین و مقررات (امنیت)، اطلاع‌رسانی، هماهنگی سازمان‌های مرتبط و گسترش حمل‌ونقل در امور جهانگردی وابسته است و هرگونه بروز ناامنی و به‌کارگیری خشونت در سطوح مختلف زبان‌های جبران‌ناپذیری به این صنعت وارد می‌سازد. به‌عنوان مثال، یک شرکت سرمایه‌گذار بین‌المللی اگر در ارزیابی کارشناسی خود، محیط و مقصد موردنظر را از نظر ویژگی امنیتی مناسب نیابد و امنیت مالی و جانی توریست را تأمین نبیند قطعاً سرمایه‌ی خود را به آن منطقه منتقل نخواهد کرد (Rahimpour, 2007: 247)

معمولاً در محیط‌های شهری، عوامل کالبدی بیشترین نقش را در افزایش و یا کاهش احساس امنیت به خود اختصاص می‌دهند. به‌طور معمول مهم‌ترین نحوه‌ی تأثیر این عوامل، کاهش یا افزایش دید و نظارت عمومی است. به‌علاوه عناصر کالبدی فضای شهری، می‌توانند از طریق

ایجاد مانع در برابر منابع بالقوه‌ی خطر نیز موجب افزایش احساس امنیت گردند. خصوصیات برخی فضاهای شهری به‌گونه‌ای است که زمینه ترس بیشتری را فراهم می‌آورد. بر اساس نظریه‌ی اسکار نیومن (۱۹۱۳) فضاهایی که امکان دیدن و دیده شدن در آن‌ها بیشتر باشد و در ضمن امکان کمی برای فرار فراهم آورند، پتانسیل کمتری برای فعالیت مجرمان فراهم می‌آورند. از این رو، برای مثال استدلال می‌شود که دیوارها و پرچین‌ها می‌توانند به‌عنوان موانع فیزیکی و محلی مناسب برای پنهان شدن مجرمان تلقی شوند و حس ناامنی را افزایش دهند (Newman, 1996: 16).

درحالی‌که وجود نشان‌هایی که حاکی از نظارت مردم بر محله باشد می‌تواند حس امنیت را افزایش دهد. به همین جهت احساس امنیت در یک خیابان با عرض متوسط و تردد نسبتاً آرام اتومبیل‌ها، می‌تواند بیش از یک کوچه کم‌عرض و فاقد تردد باشد. در این حالت اگرچه اتومبیل‌ها خود به‌عنوان منبعی بالقوه برای خطر (چه به‌صورت خطر تصادف و چه به‌صورت خطر حمله‌ی مجرمان) محسوب شوند اما تعداد آن‌ها حد مناسبی از نظارت اجتماعی را ایجاد می‌نماید که می‌تواند تضمین‌کننده‌ی امنیت محسوب گردد. از سوی دیگر مقیاس‌های فضایی نیز تأثیری جدی بر احساس امنیت دارند.

نیومن (۱۹۹۶) در کتاب معروف «ایجاد فضای قابل دفاع» با مقایسه‌ی میان میزان جرم در ساختمان‌های کم ارتفاع، با ارتفاع متوسط و بلندمرتبه، نشان می‌دهد که میزان بروز جرم در فضای بیرونی ساختمان‌های بلندمرتبه به شکلی معنادار افزایش می‌یابد. در حقیقت فضایی شهری یا یک خیابان اصلی که در معرض تعاملات فضایی بیشتری با سایر فضاهای شهری و معابر قرار داشته باشد، بدون شک نسبت به یک کوچه بن‌بست پربیچ‌وخم، پیوندی وسیع‌تر با سایر فضاهای شهری داشته و در نتیجه نظارت اجتماعی بیشتری را دریافت می‌نماید. یکی از مهم‌ترین روش‌های ارزیابی این امر را می‌توان در مدل ریاضی چیدمان فضا یا اسپیس سینتکس^۱ مشاهده نمود. یکی دیگر از عوامل مؤثر در کاهش و یا افزایش حس امنیت در فضای شهری، نوع و میزان فعالیت‌های فضایی است. نکته‌ی جالب توجه در این ارتباط آن است که به‌طور معمول میزان بسیار کم و یا بسیار زیاد فعالیت‌های فضایی، از هر نوع، به‌عنوان عوامل کاهش احساس امنیت محسوب می‌شود و حد بهینه‌ای برای میزان از فعالیت مطرح است که عموماً به‌عنوان سرزندگی شناخت می‌شود. در حقیقت، در ادبیات روان‌شناسی محیطی، سرزندگی به‌عنوان حد میانی ازدحام و خلوت شناخته می‌شود. جیکوبز، نظریه‌پرداز و منتقد شهری (۱۹۶۱)، در تبیین امنیت شهری، به تعامل فضای فیزیکی و فرایندهای اجتماعی که محیط را می‌سازند و بر فعال بودن فضا به‌عنوان عاملی در ایجاد یک محیط امن و موفق توجه و تأکید کرد. جیکوبز ایجاد حرکت، استفاده‌های فعال از سطح خیابان و فعالیت‌های خیابانی و مراقبت‌های طبیعی از این فعالیت‌ها را به‌عنوان مؤلفه‌هایی در جهت ساختن یک محیط خوب شهری قلمداد می‌کند (Bamania et al, 2009: 469).

به‌طور کلی برخی از رفتارهای شهری، به‌صورت بالقوه منبع تولید خطر محسوب می‌گردند. بارزترین نمونه‌ی این امر را می‌توان در حرکت اتومبیل‌ها و به‌ویژه موتورسیکلت‌ها مشاهده نمود. طبیعتاً حضور شدید این منابع در فضای شهری، موجب کاهش احساس امنیت می‌گردد. با این همه، چنان‌که پیشتر نیز اشاره شد، حضور متناسب این فعالیت‌ها می‌تواند به‌عنوان جلوه‌ای از نظارت اجتماعی به‌ویژه در محل‌های خلوت و فاقد نظارت اجتماعی افراد پیاده، می‌تواند تأثیری مثبت در ارتقای حس امنیت داشته باشد. نمونه‌ی دیگر عوامل رفتاری، حضور عموم مردم در فضاهای شهری است. در حقیقت این حضور و تعامل ایجادشده میان شهروندان (که ممکن است حتی صرفاً در حد ارتباط چهره به چهره و یا حتی گذشتن از کنار یکدیگر باشد) حدی از حس امنیت را ایجاد می‌نماید. با این همه افزایش شدید این حضور و منجر شدن آن به ازدحام و یا کاهش شدید آن و شکل گرفتن فضایی خلوت، هر دو می‌توانند منجر به کاهش حس امنیت گردند. مجموع رویکردها بر این جنبه تأکید می‌کنند که ایجاد محیطی ایمن که مردم را جذب و تشویق به پیاده‌روی (بدون ترس و حس ناامنی) و مکث و در نتیجه تعامل اجتماعی بیشتری کند، در واقع نه‌تنها به ارتقای کیفیت عمومی فضاهای شهری کمک می‌کند، بلکه به‌واسطه‌ی افزایش شمار مردم ناظر و حاضر در محیط، می‌تواند افزایش حس امنیت، زمینه بروز گرایش‌ها توسعه‌ای را نیز گسترش دهد (Mousavi et al, 2023 – Bamania et al, 2009: 469).

در ادامه به بررسی پژوهش‌های داخلی و خارجی مرتبط با موضوع پژوهش پرداخته‌شده است. به‌طوری‌که در پژوهش‌های داخل کشور، سلیمی سبحان و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهش خود با عنوان تأثیر اعتماد اجتماعی و امنیت فضاهای شهری در توسعه گردشگری شهری (مطالعه موردی: شهر گرگان) نتایج خود را بیان می‌دارند: شهرها هر ساله پذیرای میلیون‌ها نفر گردشگرند و گردشگری شهری اکنون به فعالیتی مهم تبدیل شده که جریان کارها، اقدامات اجتماعی و تغییرات فضایی فراوانی به‌ویژه در کشورها شکل داده است. نقش شهرها در جذب گردشگران و شکل‌گیری گردشگری شهری به‌عنوان یک الگوی فضایی گردشگری در عصر حاضر بعد دیگری از اقتصاد شهری را شکل داده است که به نوسازی و توسعه سیمای شهری، سیستم حمل‌ونقل، اقامتگاه‌های گردشگری و بهبود و ساماندهی زیرساخت‌های شهری منتهی می‌شود رشد

^۱ Space Syntax

و توسعه‌ی گردشگری شهری و جذب گردشگر تحت تأثیر عوامل مختلفی از جمله اعتماد اجتماعی و امنیت فضاهای شهری است و نقش بسزایی در جذب گردشگر دارد. یافته‌های پژوهش نشان داد که اعتماد اجتماعی و امنیت فضاهای شهری بر توسعه‌ی گردشگری تأثیر معناداری دارد به گونه‌ای که میزان تأثیر متغیر امنیت فضاهای شهری بر توسعه‌ی گردشگری بیشتر از اعتماد اجتماعی است. طیب‌نیا (۱۳۹۹) در پژوهش خود با عنوان ارزیابی رضایت گردشگران و تحلیل عوامل مؤثر بر رضایت آنان در شهرهای مرزی غرب ایران (مطالعه‌ی موردی: شهر مریوان استان کردستان) بیان می‌دارد: شهرستان مریوان یکی از مراکز گردشگری است که میزان گردشگران زیادی از نقاط مختلف است. با توجه به ورود حجم بالایی از گردشگران به این شهر، بررسی عوامل مؤثر بر رضایت آنان ضروری است. نتایج تحقیق حاکی از تأثیر بالای عوامل؛ امکانات و خدمات شهری، امنیت اجتماعی، بازار و کنش‌های بازاریابان بر رضایت گردشگران از شهر مرزی مریوان است. همچنین ارتباط معناداری میان رضایت گردشگران با امکانات و خدمات شهری، امنیت اجتماعی، کنش‌های بازاریابان بر رضایت گردشگران با امکانات و خدمات شهری، امنیت اجتماعی، کنش‌های بازاریابان به ترتیب با میزان همبستگی $0/772$ ، $0/730$ ، و $0/645$ و سطح معناداری کمتر از $0/05$ مشاهده شد؛ یعنی با بهبود این عوامل، بالا رفتن رضایت گردشگری را خواهیم داشت.

در پژوهش‌های خارج از کشور نیز، پاپ^۱ و همکاران (۲۰۲۱) در پژوهش خود با عنوان تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر تصمیم انتخاب مقاصد سفر؛ نقش اعتماد در تصمیم به سفر بیان می‌دارند: اعتماد تأثیری مثبت بر تصمیم به سفر دارد. همچنین نقش واسطه‌ای در ارتباط بین تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر تصمیم انتخاب مقاصد سفر دارد. کیم^۲ و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهش خود با عنوان تأثیر انگیزه، بازدارندگی، اعتماد و ریسک بر سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری بیان می‌دارند: انگیزه‌ی درونی و بیرونی بر اعتماد تأثیر می‌گذارد. همچنین اعتماد، تأثیری مستقیم بر تمایل به سرمایه‌گذاری در گردشگری دارد. کلیکر^۳ و همکاران (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان پیشگیری از تروریسم در مقاصد گردشگری دریافتند که برای امنیت مقاصد گردشگری مقامات غیرنظامی بیشتر به همکاری و آموزش و ترغیب می‌پردازند. در حالی که نیروهای امنیتی به اقدامات عملی در این حوزه اعتقاد دارند.

مواد و روش پژوهش

روش پژوهش حاضر از نوع تحقیقات همبستگی است و به روش پیمایش انجام شده است جامعه‌ی آماری تحقیق حاضر را کلیه‌ی گردشگران اعم از بومی و غیربومی شهر کرمان تشکیل می‌دهند. با توجه به اینکه تعداد گردشگران مشخص نبود، بر اساس فرمول جامعه‌ی نامحدود کوکران حجم نمونه ۳۹۱ به دست آمد و همین تعداد پرسشنامه تکمیل و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. همچنین در این پژوهش افراد با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. روش نمونه‌گیری به این صورت بود که روزهای هفته به صورت مجزا قرعه‌کشی می‌شدند و آنگاه مناطق گردشگری قرعه‌کشی می‌شدند و در روز حاصل از قرعه به منطقه موردنظر رجوع و پرسشنامه تکمیل می‌گردید. ابزار این پژوهش پرسشنامه‌ای است که بر مبنای اهداف، فرضیات و سؤال‌های پژوهش در دو بخش زیر تنظیم شده است:

الف) سؤالات عمومی (جمعیت شناختی): در سؤالات عمومی سعی شده است که اطلاعات کلی و جمعیت شناختی در رابطه با پاسخ‌دهندگان جمع‌آوری شود که حاوی سؤالات؛ جنسیت، سن، تحصیلات، شغل هست. ب) سؤالات تخصصی این بخش شامل احساس امنیت اجتماعی شهروندان در این پژوهش بر اساس پرسشنامه محقق ساخته برگرفته از الگوی امنیت در توسعه‌ی گردشگری محمد شکوهی منش (۱۳۹۶) استفاده شد. این پرسشنامه شامل ۲۲ گویه و با پایایی $0/81$ است. برای اندازه‌گیری توسعه‌ی گردشگری از پرسشنامه‌ی استاندارد کریس و همکاران (۲۰۰۶) که شامل ۲۰ گویه و پایایی $0/86$ استفاده شد. روایی پژوهش حاضر از نوع صوری است. تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش در دو بخش توصیفی و استنباطی (مدل‌سازی معادلات ساختاری) با استفاده از نرم‌افزار LISREL و SPSS20 انجام گرفت.

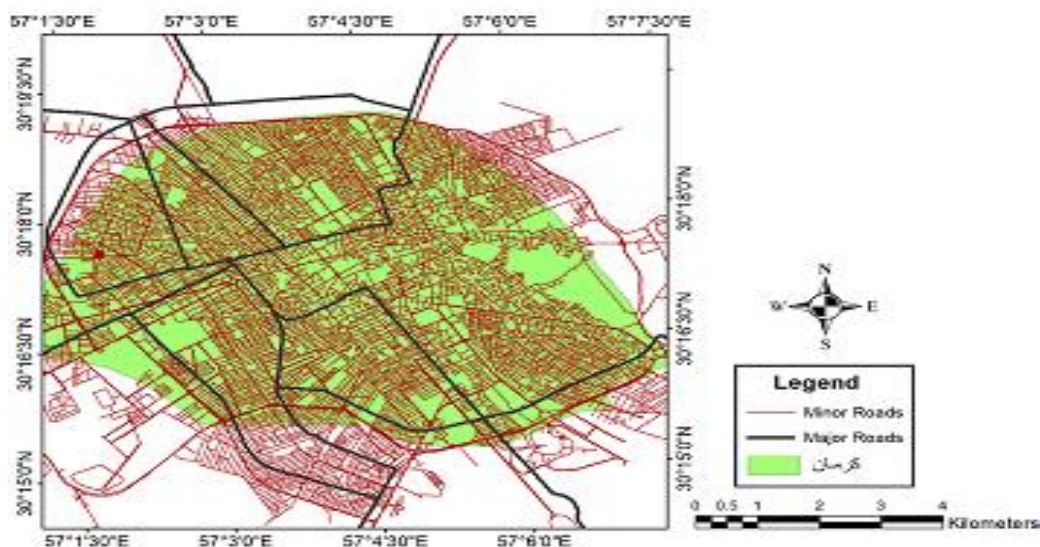
محدوده مورد مطالعه

قلمرو مکانی و جغرافیایی پژوهش: کرمان یکی از کلان‌شهرهای ایران است با مرکزیت شهر کرمان؛ جمعیت این شهر طبق سرشماری سال ۱۳۹۵، ۷۱۸/۵۳۷ نفر بوده است و وسعت این شهر نزدیک به ۲۴۰ کیلومتر مربع است. کرمان همچنین با ارتفاع ۱۷۵۶ متر از سطح دریا چهارمین مرکز استان مرتفع ایران بشمار می‌رود همچنین با داشتن بناهای تاریخی متعدد و پستوانه‌های تاریخی قوی یکی از پنج شهر تاریخی ایران به شمار می‌رود.

¹ Pop

² Kim

³ Kalaclar



شکل ۱- نقشه شهر کرمان
(ترسیم: نگارندگان، ۱۴۰۲)

بحث و ارائه یافته‌ها

در ابتدا به بررسی نرمال بودن داده‌ها با استفاده از آزمون کولموگروف- اسمیرنوف استفاده شده است که در جدول شماره ۱ نتایج آزمون K-S در مورد ابعاد پژوهش را نشان می‌دهد:

جدول ۱- آزمون K-S برای بررسی نرمال بودن

متغیرها و مؤلفه‌ها	سطح معناداری آزمون K-S
احساس امنیت جانی	۰/۰۵۸
عوامل کالبدی	۰/۰۶۷
احساس امنیت مالی	۰/۰۶۵
احساس امنیت فکری	۰/۰۵۲
احساس امنیت جمعی	۰/۰۶۰
توسعه گردشگری	۰/۰۵۵

(منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲)

نتایج جدول شماره ۱، بیانگر آن است که به دلیل بیشتر شدن سطح معناداری از ۰/۰۵، می‌توان در سطح اطمینان ۹۵٪ بیان داشت که فرض مبنی بر نرمال بودن داده‌ها پذیرفته می‌شود. پس از بررسی نرمال بودن داده‌ها، رابطه (همبستگی) بین مؤلفه‌های متغیر امنیت اجتماعی و توسعه گردشگری مورد ارزیابی قرار گرفته است که نتایج آن در جدول (۲) آمده است:

جدول ۲- ماتریس همبستگی بین متغیرهای پژوهش

شاخص آماری متغیرها	احساس امنیت جانی	عوامل کالبدی	احساس امنیت مالی	احساس امنیت فکری	احساس امنیت جمعی	توسعه گردشگری
احساس امنیت جانی	-					
عوامل کالبدی	۰/۴۸**	-				
احساس امنیت مالی	۰/۳۷**	۰/۳۰**	-			
احساس امنیت فکری	۰/۶۱**	۰/۴۳**	۰/۴۴**	-		
احساس امنیت جمعی	۰/۵۵**	۰/۷۳**	۰/۵۹**	۰/۸۳**	-	
توسعه گردشگری	۰/۶۴**	۰/۴۵**	۰/۳۳**	۰/۵۷**	۰/۶۷**	-

نتایج حاصل بیانگر آن است: علامت ** نشان‌دهنده وجود همبستگی بین متغیرهای پژوهش در سطح ۰,۰۱ هست؛ یعنی، بین مؤلفه‌های امنیت اجتماعی با توسعه گردشگری رابطه مستقیم وجود دارد (*: در سطح ۰,۰۵ معنی‌دار است و **: در سطح ۰,۰۱ معنی‌دار است).

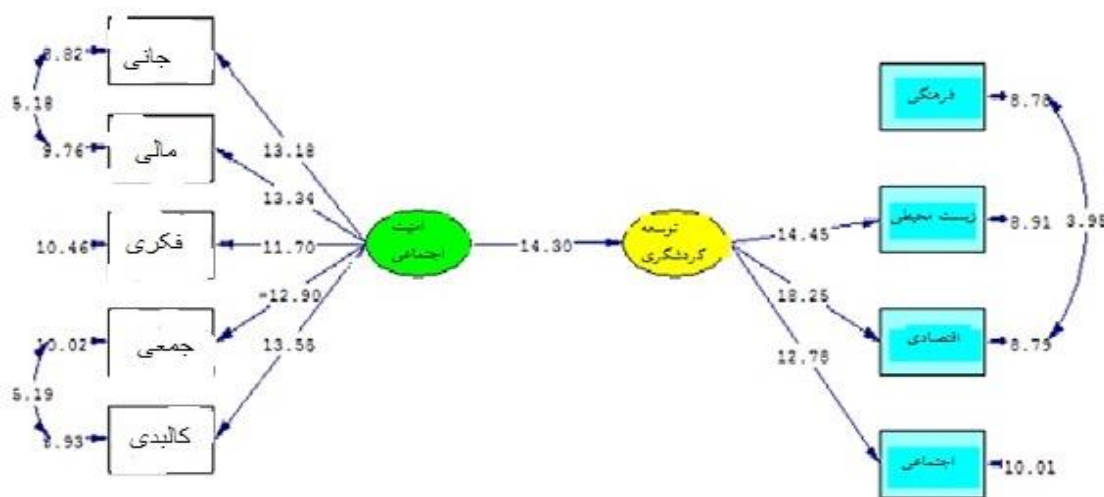
در جدول (۲) مهم‌ترین و متداول‌ترین شاخص‌های برازش آورده شده است. همان‌گونه که دیده می‌شود، همه‌ی شاخص‌ها کفایت آماری دارند؛ بنابراین، با اطمینان می‌توان دریافت محقق در مورد این شاخص‌ها به برازش نسبتاً کاملی دست‌یافته است.

جدول ۳- گزیده‌ای از شاخص‌های برازش مهم متغیرهای تحقیق

شاخص	نام شاخص	اختصار	مقدار	برازش قابل قبول
شاخص‌های برازش مطلق	سطح تحت پوشش (کای اسکوئر)	-	۷۶۰۴/۵۵	-
	شاخص نیکویی برازش	GFI	۰/۸۶	بزرگ‌تر از ۰/۸
شاخص‌های برازش تطبیقی	شاخص نیکویی برازش اصلاح‌شده	AGFI	۰/۸۲	بزرگ‌تر از ۰/۸
	شاخص برازش تطبیقی	CFI	۰/۹۸	بزرگ‌تر از ۰/۹
شاخص‌های برازش مقتصد	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد	RMSEA	۰/۰۷۸	کمتر از ۰/۱

(منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲)

فرضیه اصلی در این بخش، به‌منظور بررسی تأثیرگذاری مؤلفه‌های متغیر «امنیت اجتماعی» بر «توسعه‌ی گردشگری» در یک مدل، از مدل معادلات ساختاری تأییدی استفاده می‌شود. برای این کار ابتدا مدل مفهومی پس از رسم مدل مفهومی در نرم‌افزار LISREL، اضافه نمودن قیود مدل و انتخاب روش ماکسیمم درست‌نمایی، مدل اجراشده با توجه به معیارهای χ^2 -دو و RMSEA این مدل برازش مناسبی به داده‌ها ارائه می‌کند.



Chi-Square=97.27, df=30, P-value=0.00000, RMSEA=0.091

شکل ۲- مدل خروجی

(منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲)

در جدول (۴) مهم‌ترین و متداول‌ترین شاخص‌های برازش آورده شده است. همان‌گونه که در جدول دیده می‌شود، همه‌ی شاخص‌ها کفایت آماری دارند؛ بنابراین، با اطمینان می‌توان دریافت محقق در مورد این شاخص‌ها به برازش نسبتاً کاملی دست‌یافته است.

جدول ۴- گزیده‌ای از شاخص‌های برازش مهم مدل ترسیمی

شاخص	نام شاخص	اختصار	مقدار	برازش قابل قبول
شاخص‌های برازش مطلق	سطح تحت پوشش (کای اسکوئر)	-	۹۷,۲۷	-
	شاخص نیکویی برازش	GFI	۰/۸۴	بزرگ‌تر از ۰/۸
شاخص‌های برازش تطبیقی	شاخص نیکویی برازش اصلاح شده	AGFI	۰/۸۴	بزرگ‌تر از ۰/۸
	شاخص برازش تطبیقی	CFI	۰/۹۵	بزرگ‌تر از ۰/۹
شاخص‌های برازش مقتصد	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد	RMSEA	۰/۰۹۱	کمتر از ۰/۱

(منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲)

نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادها

امروزه صنعت گردشگری پس از صنایع انرژی و وسایل نقلیه‌ی موتوری، بزرگ‌ترین صنعت جهان محسوب می‌شود. علیرغم این که کشور ایران جزو ده کشور برتر جهان از نظر وجود اماکن تاریخی، باستانی و توریستی است. از نظر درآمد ارزی از طریق گردشگری در جایگاه مناسبی قرار ندارد؛ و این نشان‌دهنده‌ی ضعف سیستم‌های مرتبط با صنعت گردشگری در آن است. با در نظر گرفتن همه‌ی مباحث و تحقیقات به‌عمل‌آمده و تجربیات سایر کشورها مشخص می‌شود که امنیت به‌عنوان شاخص‌ترین عامل رونق صنعت گردشگری در دنیا مطرح گردیده است. بدون عنصر امنیت، سرمایه‌گذاری در هیچ بخش اقتصادی به‌خصوص صنعت توریسم به عمل نمی‌آید؛ و گردشگر در جایی حضور پیدا می‌کند که امنیت جانی و مالی او تأمین گردد. توسعه‌ی صنعت گردشگری در هر کشور نشان از ثبات امنیت ملی در آن کشور است و نیز زمانی گردشگری در کشور رونق می‌یابد که توجه دولت آن برای تأمین امنیت گردشگران بیشتر شده باشد. مقاصد گردشگری در تمام نقاط مختلف یک کشور پراکنده است، در صورتی که امنیت در این مناطق تأمین شود، ضریب امنیت ملی آن کشور نیز افزایش می‌یابد و علاوه بر این ورود گردشگران خارجی به یک کشور نه تنها موجب تهدید امنیت ملی نمی‌شود بلکه به تحکیم آن نیز کمک می‌کند؛ بنابراین با توجه به یافته‌های حاصل از پژوهش و همسویی آن با نتایج پژوهشگران دیگر باید بیان کرد که امنیت و امنیت اجتماعی از عوامل تأثیرگذار بر توسعه‌ی گردشگری است. لذا همکاری مسئولین مربوطه جهت افزایش امنیت در شهر کرمان می‌تواند بر جذب گردشگر و توسعه‌ی اقتصادی بر مبنای توسعه‌ی گردشگری اثرگذار باشد. با توجه به اینکه جهانگردی به‌عنوان صنعتی سودآور و اشتغال‌زا شناخته شده است و در موازنه پرداخت‌های ارزی کشورها نقش مهمی را ایفا می‌کند، گردشگری در کرمان هنوز با وجود موقعیت مناسب و مساعد جغرافیایی و عنایت مسئولین به امر گردشگری وجود بسیاری از مواهب طبیعی تاکنون جایگاه واقعی خود را به دست نیاورده است. برای بررسی راه‌حل‌های ممکن باید از دیدگاه‌های مختلفی به صنعت جهانگردی توجه کرد و برای هر کدام از آن‌ها چاره‌اندیشی 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 تأسیسات زیربنایی گوناگون و سایر عوامل حمایت‌کننده از آن می‌باشد. بنابراین به‌منظور 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 مؤثر است، به عمل آید.

بنابر یافته‌های حاصل از پژوهش و این که مؤلفه‌های امنیت اجتماعی همچون احساس امنیت مالی، احساس امنیت جانی، احساس امنیت فکری، احساس امنیت جمعی و عوامل کالبدی با توسعه‌ی گردشگری همبستگی مثبت دارند؛ می‌توان نتیجه گرفت که بین احساس امنیت اجتماعی و توسعه‌ی اقتصادی بر مبنای توسعه‌ی گردشگری شهر رابطه‌ی مثبت و معناداری وجود دارد؛ که با یافته‌های پژوهشگران دیگر از جمله ساسانفر و همکاران (۱۳۹۸) که نشان داد؛ صنعت گردشگری در سال‌های اخیر به‌عنوان منبعی برای توسعه‌ی پایدار، شناخته شده است. به عبارت بهتر، گردشگری سریع‌ترین و کم‌هزینه‌ترین راه رسیدن به توسعه‌ی امنیت پایدار است؛ و اثرات اقتصادی گردشگری به‌اندازه‌ی است که برخی از کشورهایی همچون ترکیه توانسته‌اند به‌اندازه‌ی درآمد نفتی ایران از این صنعت پرسود و کم‌هزینه درآمد کسب نمایند. قابلیت‌های عمده‌ی صنعت گردشگری مانند گسترش انواع خدمات، ایجاد فرصت‌های شغلی جدید، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و توسعه‌ی زیرساخت‌ها که در نهایت توسعه‌ی انسانی را به همراه می‌آورد، سبب شده است بخش مهمی از اقتصاد کشورها تحت تأثیر صنعت گردشگری قرار بگیرد. در کشور ایران با توجه به این که اقتصاد تک‌پایه‌ای و متکی به صادرات نفتی است، دولت می‌تواند با گسترش صنعت توریسم خود را از اقتصاد تک‌پایه‌ای برهاند. مزایای اقتصادی گردشگری شامل ایجاد اشتغال، ایجاد درآمد، توسعه‌ی ساختاری و ساختمانی کشورها و توسعه‌ی تجارت است. هم‌خوانی دارد.

References:

- Bamania, M., Pourjafar, M., & Mahmoudinejad, H. (2009). Presenting a proposed model for the implementation of e-tourism in rural tourism development projects (comparative review and presentation of the proposed model according to the contemporary conditions of Iran). *Urban Management*, 7(23), 71-87. <https://www.sid.ir/paper/92170/en> [In Persian]
- Bayat, B. (2001). Investigating factors affecting the sense of security of Tehrani citizens (emphasis on mass media, police performance and crime incidence), *Social Order Quarterly*, 1(10). 55-31. <https://www.sid.ir/paper/187421/en> [In Persian]
- Chalabi, M. (2000). Conceptual framework of surveying the values of values and attitudes of Iranians, Tehran: Publications National Plans [In Persian]
- Habibi Biron, F., Gholami, Y., Shahrokhi Sardo, S., & Shafiei, N. (2023). Spatial analysis of social security on the mental security of tourists from the perspective of residents (Case study: urban areas of Kashan). *Geography and Regional Future Studies*, 1(2), 83-97. doi: 10.30466/grfs.2023.54859.1015 [In Persian]

- Hazarjaribi, J., & Najafi Malek, M. (2011). Social trust and tourism development. *Urban and regional studies and researches*, 2(7), 53-70. <https://sid.ir/paper/153019/en> [In Persian]
<https://doi.org/10.22080/jtpd.2021.18738.3282> [In Persian]
- Kazemi, M. (2016). *Tourism Management*, Tehran Side Publications
- Kılıçlar, A., Usakli, A., & Tayfun, A. (2017). Terrorism prevention in tourism destinations: Security forces vs. civil authority perspectives. *Journal of Destination Marketing & Management*, 8. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.04.006>
- Kim, M. J., Bonn, M., & Lee, C. K. (2020). The effects of motivation, deterrents, trust, and risk on tourism crowdfunding behavior. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 25(3), 244-260. <https://doi.org/10.1080/10941665.2019.1687533>
- Maroussi, N., & Sabahi-Graghani, Y. (2019). Analysis of the role of human obstacles in the development of sustainable tourism in Kerman. *Scientific-Research Quarterly of Tourism Planning and Development*, 9(35), 162-186.
- Mousavi, M., Kabiri, A., Bayramzadeh, N., & Kamel Nia, R. (2023). Assessment of Vulnerability and Societal Security Level in Informal Settlements (Case study: Koshtargah neighborhood-Urmia). *Societal Security Studies*, 13(72), 151-176. doi: 10.22034/sss.2023.1266753.1825 [In Persian]
- Musavengane, R., Siakwah, P., & Leonard, L. (2020). The nexus between tourism and urban risk: Towards inclusive, safe, resilient and sustainable outdoor tourism in African cities. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 5(29), 100254. 121-134. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2019.100254>
- Newman, Oscar. (1996). *Creating Defensible Space* u. s. Department of housing and urban development
- Pop, R. A., Săplăcan, Z., Dabija, D. C., & Alt, M. A. (2021). The impact of social media influencers on travel decisions: The role of trust in consumer decision journey. *Current Issues in Tourism*, 5(25), 823-843. <https://doi.org/10.1080/13683500.2021.1895729>
- Rahimpour, A. (2007). Tourism, Security and Development. *Marketing Monthly*, 17(2)-245-250. [In Persian]
- Salehi Fard, M. (2018). *Rural tourism (fundamentals of planning and structural plans)*, Publications inscription print.
- Salimi Sobahan, M., Yapang-Gharawi, M., Mohammadbeigi Salkhour, M., & Balichlander, M. (2019). The effect of social trust and security of urban spaces in the development of urban tourism (case study: Shahrgorgan). *Quarterly Journal of Geographical Studies of Mountainous Regions*, 5(2).23-38 <https://doi:10.52547/gsm.2.1.23> [In Persian]
- Sasanfer, Z., Sasanfar, R., Tebianian, A., & Azadikhah, M. (2018). Socio-cultural and environmental aspects of sustainable tourism and security. *The 4th International Congress of Agricultural Development and Natural Resources, Environment and Tourism of Iran*. Tabriz. [In Persian]
- Song, H., Livat, F., & Ye, S. (2019). Effects of terrorist attacks on tourist flows to France: Is wine tourism a substitute for urban tourism?. *Journal of Destination Marketing and Management*, 5(14), 154-163. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2019.100385>
- Tayab-nia, H. (2019). Evaluation of tourists' satisfaction and analysis of factors affecting their satisfaction in the border towns of western Iran (case study; Marivan city, Kurdistan province). *Geographical Journal of Tourism Space*, 9(36), 2-17. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.22518827.1399.9.36.1.4> [In Persian]
- Zahedi, S. (2015). *Basics of sustainable tourism and ecotourism (with emphasis on the environment)*. Publications Allameh Tabatabai University, Tehran publication. [In Persian]