

کارکرد امنیت هوشمند در تصویرسازی ذهنی گردشگران آفریقایی از ایران

صادق کرمی^{*۱}

۱- دکتری جغرافیای سیاسی، دانشگاه خوارزمی تهران

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۱/۲۴

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۷/۱۹

چکیده

امنیت هوشمند با بهره‌گیری از دانش امنیتی نوین، امکانات و فضای سیاسی و نیز بهره‌گیری از رسانه، در تسهیل و تقویت کنش‌های اقتصادی نقش مهمی ایفا می‌کند. داد و ستدهای سیاسی میان کشورها و تحولات ژئوپلیتیک در فضای پیرامونی هر کشوری، نقش مستقیمی در افزایش یا کاهش گردشگری در آن کشور دارد. هرچه یک واحد سیاسی بتواند در کنش امنیتی موفق‌تر عمل کند، فضا را برای ورود گردشگران امن‌تر جلوه می‌کند و در نتیجه، توسعه‌ی اقتصادی پایدارتری پدید می‌آید. به دلیل چیرگی و سلطه رسانه‌ها در فضای زندگی امروز، نوع کنش امنیتی در کاهش یا تقویت شاخص‌های اقتصادی مؤثر است. پژوهش پیش روی با روش توصیفی ژرفانگر، وضعیت امنیت هوشمند را از نظر گردشگران خارجی که در ۶ ماهه‌ی اول سال ۱۴۰۲ به ایران سفر کرده‌اند، سنجیده است. پرسش پژوهش، آن است که تصویر ذهنی گردشگران آفریقایی، پیش و پس از ورود به ایران تا چه اندازه تغییر کرده است. روش نمونه‌گیری در این تحقیق، تصادفی سیستماتیک انجام بود و حجم نمونه، ۱۳۳ نفر محاسبه گردید. نتایج، نشان داد که ۸۱ درصد از گردشگران آفریقایی، وضعیت امنیتی و

* Email: sadegh.karami@yahoo.com

سیاسی ایران را در جذب توریسم مؤثر می‌دانند. همچنین، گردشگران آفریقایی پس از ورود به ایران و مواجهه با واقعیت‌ها، ۶۲ درصد وضعیت امنیتی و ارتباط آن با توریسم را مثبت تلقی کرده‌اند. بنابراین، هرچه کنش‌های امنیتی، چشم‌انداز هوشمند و پایداری اتخاذ کند، برآیندهای اقتصادی و رفاهی افزایش خواهد یافت.

واژگان کلیدی: کنش امنیتی، توریسم، رسانه، امنیت هوشمند، آفریقا و ایران

مقدمه

بر اساس آمارهای منتشر شده از سوی سازمان جهانی گردشگری، این صنعت امروزه دومین منبع درآمد بیش از ۴۹ کشور جهان می‌باشد (قره‌نژاد، ۱۳۹۸: ۱۳) و تا سال ۲۰۳۰ میلادی تعداد گردشگران در سرتاسر دنیا به رقمی حدود یک میلیارد و پانصد و شصت میلیون نفر خواهد رسید که ۱۰ درصد درآمدهای جهانی را شامل می‌شود. (Unwto, 2017: 13) در واقع، گردشگری از مهمترین فعالیت‌های انسانی معاصر است که همراه با به وجود آوردن تغییرات شگرف در سیمای زمین، اوضاع سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، منش و روش زندگی انسانها را دگرگون می‌سازد (محللاتی، ۱۳۹۸: ۱۳) و به عاملی تأثیرگذار در تغییر شکل فضایی مکان‌های مورد بازدید بدل شود و چهره این مکانها را تغییر داده است. (حاجی نژاد و همکاران، ۱۳۹۸: ۹۲) بنابراین، گردشگری امروز گستره جهانی یافته است که خود ناشی از توسعه نوآوری‌های تکنولوژیکی و گسترش همه‌جانبه سرمایه‌داری در عصر کنونی می‌باشد و در طی ۶۰ سال اخیر، از رشد پیوسته‌ای برخوردار بوده است؛ به طوری که به یکی از بخش‌های اقتصادی با سرعت بالا در جهان تبدیل شده است. (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۹۲: ۳)

در طی سال‌های ۲۰۱۵-۱۹۵۰، گردشگری بین‌المللی با نرخ رشد سالانه ۶۵ درصد، از ۲۵ میلیون گردشگر در سال ۱۹۵۰ به ۸۰۶ میلیون نفر در سال ۲۰۱۵ افزایش یافت. (طیبی، ۱۳۹۷: ۶۷) امروزه گردشگری در حال مبدل شدن به یکی از ارکان اصلی اقتصاد تجاری جهان است و بسیاری از برنامه‌ریزان و صاحب‌نظران از صنعت گردشگری به عنوان رکن اصلی توسعه اقتصادی یاد می‌کنند. در واقع گردشگری در بسیاری از کشورهای جهان یکی از پیچیده‌ترین کسب و کارهای بشری می‌باشد و به عنوان فعالیتی چند وجهی دارای کارکردها و اثرات مثبت گوناگون است. (زاهدی،

۱۳۹۵: ۳۵) از جمله می‌توان به اشتغال زایی، کسب درآمد، جذب ارز، و تقویت زیرساختهای اجتماعی، ارتقاء فرهنگی و... اشاره کرد. (کاظمی، ۱۳۹۷: ۱) در توسعه گردشگری عوامل متعددی تأثیرگذار هستند که امنیت، شاخص‌ترین عامل گسترش گردشگری است. یکی از مواردی که می‌بایست در گردشگری قویاً مورد تأکید قرار گیرد امنیت می‌باشد، آسایش، راحتی و امنیت از مسائل بسیار مهمی است که گردشگران را به نقاط مختلف دنیا جلب می‌کند. همگام با گسترش این صنعت در برهه کنونی ارتباط ارگانیک این صنعت با مؤلفه‌هایی چون امنیت داخلی و ملی، صنایع حمل و نقل، خدمات، رسانه‌های جامعه، آموزش و پرورش و غیره دارد، وارد فاز جدیدی شده است. (Seraphin, et al, 2021: 36) از منظر علمی، میان گردشگری، ثبات و توسعه امنیت، رابطه تعریف شده وجود دارد؛ چرا که توسعه زیرساخت‌های گردشگری، همکاری دستگاه‌های فرهنگی و تبلیغات مناسب و مشارکت گسترده دستگاه‌های امنیتی و اطلاعاتی همزمان با توسعه گردشگری، توسعه امنیت ملی را نیز به همراه خواهد داشت. (Mitchell, et al, 2020: 66) نقش و تأثیر صنعت جهانگردی در توریسم امنیت ملی یک کشور چنان است که اکثریت کشورهای توسعه یافته با وجود دارا بودن منابع کلان اقتصادی و درآمد، ترجیح می‌دهند روی صنعت توریسم متمرکز شوند. حضور مستقیم بازدیدکنندگان و گردشگران در یک کشور علاوه بر توسعه اقتصاد و تبادلات فرهنگی، آن کشور را به عنوان یک قطب امن گردشگری به جهانیان معرفی می‌کند. (Apleni, et al, 2020: 81) از این‌رو، امنیت در معنای گسترده یکی از مهمترین مسائلی است که در میزان تقاضای گردشگران خارجی برای سفر به هر کشور دیگر تأثیرگذار است. اکنون کارشناسان گردشگری بر این باورند که رابطه امنیت ملی و گردشگری باید مورد توجه قرار گیرد؛ به‌طوری‌که تعریف جدیدی از امنیت ملی در سایه حضور گردشگران خارجی و شناخت واقعیت‌های داخلی و انتقال آنها به خارج یک ابزار ضروری و لازم است. به این ترتیب امنیت داخلی و ملی شاخص‌ترین عامل گسترش گردشگری در هر کشوری است که می‌خواهد خود را با مشخصات کشورهای پیشرو در امر توریسم تطبیق دهد. با سیاست تنش‌زدایی در روابط خارجی می‌توان زمینه مساعدی برای جلب گردشگران کمک کرد. (Zhang and Ma, 2020: 349)

سازمان‌های توسعه گردشگری و کارشناسان این شاخه معتقدند که رشد و توسعه اقتصادی پدیده‌ای کاملاً امنیت محور بوده و یکی از بخش‌های اقتصادی که به شدت آسیب می‌بیند صنعت گردشگری است. (Spencer and Tarlow, 2021: 8) توسعه 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. (کاکاوند، ۱۳۹۶: ۳)

با توجه آنچه ذکر شد، مسأله تحقیق حاضر این است که گردشگران آفریقایی قبل از ورود به ایران، چه تصویری از کشور در ذهن داشته‌اند و این تصویر، پس از ورود به ایران، چه تغییری کرده است.

روش پژوهش

این تحقیق کاربردی- توسعه‌ای، روش آن توصیفی- ژرفانگر و روش گردآوری اطلاعات به دو صورت مطالعات کتابخانه‌ای و تحقیق میدانی است. در روش کتابخانه‌ای با استفاده از کتب و مقالات مرتبط اطلاعات و در روش تحقیق میدانی از طریق مشاهده، مصاحبه و پرسشنامه اطلاعات لازم گردآوری شده است. جامعه آماری تحقیق، کلیه گردشگران آفریقایی وارد شده به ایران طی ۶ ماهه نخست سال ۱۴۰۲ است. روش نمونه‌گیری تصادفی و حجم نمونه ۱۳۳ نفر که با استفاده از روش کوکران محاسبه شد. روش تجزیه و تحلیل داده‌ها کمی بوده و با استفاده از مدل‌های آماری در محیط نرم افزاری SPSS نسخه ۲۷ انجام شده است.

پیشینه‌ی پژوهش

مهمترین مطالعات انجام گرفته در این زمینه عبارتند از:

- ربانی و دیگران (۱۳۹۹)، در مقاله تحت عنوان «نقش پلیس در تأمین امنیت و جذب گردشگری (نمونه مورد شهر شیراز)»، به بررسی نقش پلیس و امنیت در جذب گردشگر در شیراز پرداخته است. روش تحقیق به صورت توصیفی - تحلیلی و همبستگی می‌باشد. جامعه آماری شامل گردشگران خارجی می‌باشد که در سال ۱۳۹۹ وارد شهر شیراز شده‌اند. با استفاده از روش کوکران تعداد ۳۲۰ نفر را به عنوان نمونه آماری انتخاب کرده و از طریق پرسشنامه به جمع‌آوری نظرات گردشگران خارجی در ارتباط با امنیت پرداخته شده است. از مهمترین نتایج این پژوهش می‌توان

به بالا بودن میزان رضایت‌مندی گردشگران خارجی از امنیت در شهر شیراز اشاره کرد. در این میان از نحوه اطلاع‌رسانی پلیس، نظارت پلیس بر عملکرد (هتل‌ها، رستوران‌ها و آژانس‌های مسافرتی) و همچنین تراکم زیاد در برخی از مراکز گردشگری، رضایت کمتری داشته‌اند. تعداد زیادی از گردشگران خارجی با توجه به وضعیت امنیتی که در شهر شیراز وجود داشته، تمایل داشته‌اند دوباره به این شهر مسافرت کنند و یا آن را به سایر دوستان و آشنایان برای سفر معرفی کنند.

- زارعی (۱۳۹۹)، در پایان نامه خود، تحت عنوان «تأثیر امنیت روانی بر توسعه صنعت توریسم در استان‌های بوشهر و فارس»، به بررسی نقش امنیت روانی در توسعه گردشگری در استانهای فارس و بوشهر پرداخته است. نتایج پژوهش نشان داده است که ارتباط معناداری بین امنیت روانی و توسعه گردشگری در این استانها وجود دارد.

- اسدی و دیگران (۱۳۹۸)، در مقاله‌ای تحت عنوان «مطالعه ابعاد مختلف امنیت در گردشگری ورزشی ایران»، به بررسی امنیت در گردشگری ورزشی ایران پرداخته است. جامعه آماری این تحقیق را کلیه گردشگران ورزشی خارجی که در مسابقات بین‌المللی ورزشی دهه مبارکه فجر سال ۱۳۸۸ (اعم از ورزشکاران، مربیان، سرپرستان، پزشکان، خبرنگاران و هیئت‌های همراه) است. تعداد کل نمونه آماری تحقیق ۴۲۰ نفر است. ابزار پژوهش پرسشنامه محقق ساخته است. نتایج به دست آمده از تحقیق نشان داد مهمترین مواردی که گردشگران ورزشی قبل از سفر خود به ایران در مورد آنها احساس ناامنی می‌کردند، عبارت بودند از: پرخاشگری اجتماعی، احساس ناامنی در حریم شخصی، دزدی از گردشگران ورزشی اعلام کردند که قبل از سفر به ایران در مورد مسأله امنیت احساس نگرانی نمی‌کردند. مهمترین مواردی که گردشگران ورزشی در طول حضور خود در ایران از آن احساس ناامنی کردند عبارت بودند از: ناامنی در حریم شخصی، پرخاشگری اجتماعی و احساس ناامنی روانی. در مورد عوامل محل امنیت نظیر خشونت و زد و خورد، قتل، هتک ناموس، و تروریسم هیچ‌گونه ناامنی از طرف گردشگران ورزشی احساس نشد.

- آلن (۱۳۹۸)، در مقاله‌ای تحت عنوان «تأثیر خطر تروریسم بر تصمیم‌گیری گردشگری»، به بررسی امنیت و پدیده تروریسم بر برنامه ریزی و توسعه گردشگری پرداخته است.

- خسروی (۱۳۹۸)، در مقاله خود تحت عنوان «امنیت، مهم‌ترین مؤلفه در جذب توریست»، به بررسی نقش امنیت در توسعه گردشگری پرداخته است و امنیت را مهم‌ترین عامل توسعه گردشگری

دانسته است. که بدون امنیت گردشگری هرگز نمی‌تواند رشد و توسعه یابد و امنیت پیش زمینه آن است.

- موسوی نصر، سعید(۱۳۹۸)، در مقاله خود تحت عنوان «امنیت و ابعاد دموکراسی و رابطه آن با توسعه گردشگری»، به بررسی دموکراسی و امنیت و رابطه آن با گردشگری پرداخته و نتیجه‌گیری کرده است که بین دموکراسی و امنیت و توسعه گردشگری در یک مکان ارتباط مستقیمی وجود دارد؛ یعنی هرچه امنیت بیشتر و جامعه دموکراتیک‌تر باشد توسعه گردشگری بیشتری صورت می‌گیرد.

- صفایی(۱۳۹۵)، در پایان‌نامه خود تحت عنوان «ناجا در تأمین امنیت گردشگری خارجی از منظر مسئولین و کارشناسان ذیربط، به بررسی نقش پلیس و ناجا در تأمین امنیت گردشگران خارجی پرداخته است.

- صیدایی و هدایتی مقدم(۱۳۹۷)، در مقاله‌ای تحت عنوان «نقش امنیت در توسعه گردشگری»، به بررسی نقش امنیت در گردشگری پرداخته است. در این مقاله سعی شده ضمن بررسی اهمیت گردشگری و نقش امنیت در توسعه توریسم پایدار به بررسی موانع اصلی توسعه جهانگردی در ایران پرداخته شود و راهکارهایی در زمینه ارتقای صنعت گردشگری ارائه گردد.

- هزار جریبی(۱۳۹۶)، در مقاله‌ای تحت عنوان «احساس امنیت اجتماعی از منظر توسعه گردشگری»، به بررسی شناخت میزان احساس امنیت اجتماعی و تعاملات مردم با گردشگران خارجی در سال ۸۹ پرداخته است. روش تحقیق در این مقاله، پیمایشی است که در آن همبستگی متغیرهای مستقل با متغیرهای وابسته سنجیده شده است. جامعه آماری تحقیق شامل تمامی گردشگرانی می‌شود که در سال ۱۳۹۶ به مقاصد مختلف تفریحی، علمی، ورزشی، زیارتی و... وارد کشور می‌شوند. نتایج به دست آمده حاکی از آن است که؛ بین احساس امنیت اجتماعی و گردشگری رابطه مثبت و مستقیمی وجود دارد.

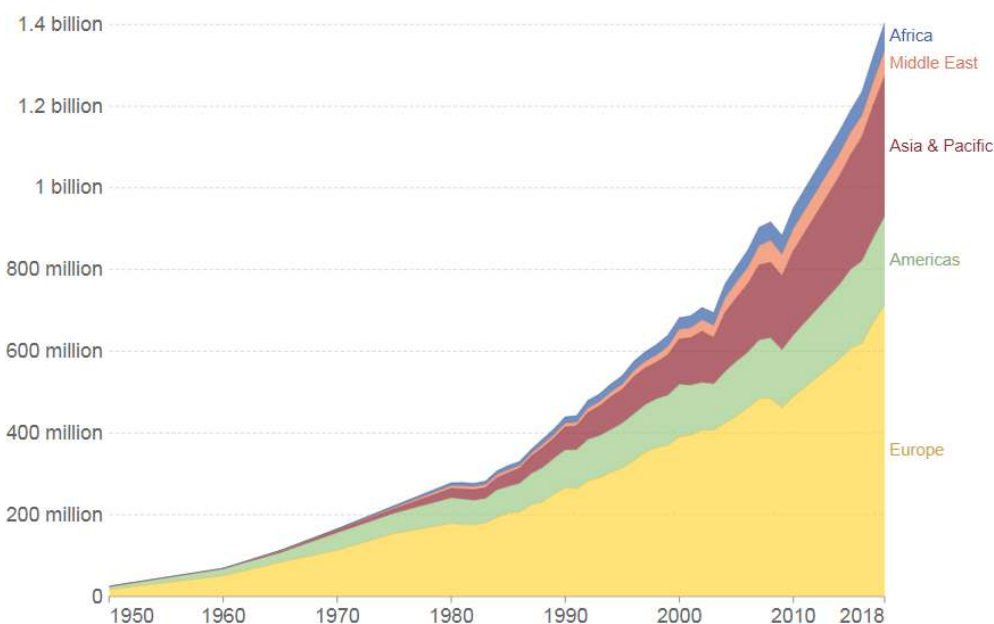
بررسی پیشینه تحقیق، نشان می‌دهد که تاکنون پژوهش مستقلی درباره ذهنیت گردشگران آفریقایی درباره ایران، انجام نشده است. از این رو، تحقیق حاضر، از نظر موضوعی از نوآوری برخوردار است.

مبانی مفهومی - نظری

نقش کنش امنیتی در گردشگری

کنش امنیتی در ساختارهای اقتصادی، ارتباط عمیقی با مفهوم پروپاگاندا دارد. پروپاگاندا که به معنای استفاده مغرضانه از رسانه برای ایجاد حساسیت‌های عمومی به یک مسأله است. (متقی و قره‌بیگی، ۱۳۹۳: ۹۳) پروپاگاندا با تهی کردن مغز مخاطبان از عقلانیت و بستن زمینه‌های خودآگاهی بر آنان و نیز برجسته کردن سائتی‌مانتالیسم، دو نیروی ژئوپلیتیک متخاصم خیر و شر را برمی‌سازد و با تقسیم جهان به دو نیمکره دیوان و فشیرازانگان، تحریم، سلطه و تبلیغات ناخوشایند علیه قطب مخالف را رسانه‌ای می‌کند و آنان را بر مخاطب می‌قبولاند. (متقی و قره‌بیگی، ۱۳۹۳: ۹۳)

بنابراین دولت و بخش خصوصی باید نسبت به حفظ سلامت گردشگران حساس باشند و به طور کلی جنبه‌های خطرناک گردشگری باید حل و فصل شوند. به هرگونه مشکل تندرستی، حمله به توریست‌ها، بیماری‌هایی مانند مالاریا و ایدز پرداخته شود و از آن مطلع باشند و دیگر دولت‌ها را در جریان امر قرار دهند. شرایط و آیین‌نامه‌های تسهیل مسافرتی، به ویژه قسمت مهاجرت و گمرک باید تا حد امکان کارآمد و کاربرپسند باشد، در عین حال مقررات را اعمال کند. (سازمان جهانی جهانگردی، ۱۳۹۴: ۷۹)



شکل ۱: ورود گردشگران خارجی در مناطق مختلف جهان (Our World in Data, 2020)

چنانچه گردشگری با برنامه‌ریزی کارآمد، اداره و توسعه داده نشود، می‌تواند مشکلات اجتماعی - فرهنگی به وجود آورد. در بعضی مواقع ازدحام توسط توریست‌ها موجب سلب آسایش ساکنان می‌شود که به خشم و احساس دشمنی آنان نسبت به جهانگردی می‌انجامد. اگر تعداد بیش از حد جهانگرد در منطقه‌ای وجود داشته باشد، سبب ازدحام در ویژگی‌های جاذب و رفاهی، رستوران، فروشگاه و وسایل حمل و نقل می‌شوند و ساکنین نمی‌توانند به آسانی از آنها استفاده کنند. در صورتیکه ساکنان کاملاً از دسترسی به ویژگی‌های رفاهی، از قبیل هتل‌ها و اقامتگاه‌های ساحلی منع شده باشند، ممکن است حتی بیشتر خشمگین شوند. این موضوع در اجتماعات کوچک روستایی می‌تواند مخرب باشد و چنانچه ساکنان تصور کنند که منافع اقتصادی زیادی از گردشگری عایدشان نمی‌شود و توسعه گردشگری از طریق را منافع خارجی کنترل می‌شود، این موضوع می‌تواند موجب خشم آنان شود. (Spencer, et al, 2021: 113)

برخی مسائل می‌تواند به ضعف فرهنگی و سست شدن احساس هویت فرهنگی بیانجامد. استفاده بیش از حد گردشگران از مناطق باستان‌شناختی و تاریخی می‌تواند موجب تخریب آنها شود. وقتی لباس، مراسم، موسیقی، رقص، صنایع دستی و الگوهای فرهنگی محلی به طور ناشایست به‌عنوان جاذبه‌های توریستی ارائه شوند، می‌توانند موجب تجارتي شدن مفرط و از دست رفتن اصالت آنها شود. یکی دیگر از آثار جهانگردی که می‌تواند به صورت تقلید مردم، به‌ویژه جوانان تقلید از الگوهای رفتاری و پوشاکی گردشگران باشد. این امر بدون شناخت پس‌زمینه‌های متفاوت فرهنگی و موقعیت اجتماعی - اقتصادی جهانگردان انجام می‌شود. به علاوه ممکن است سوء تفاهم و مناقشاتی میان جهانگردان و ساکنان به علت تفاوت زبان و رسوم بروز کند. (Zeng, 2022: 560)

با توسعه گردشگری ممکن است مشکلات اجتماعی از قبیل اعتیاد به مواد مخدر و الکل و جرائم دیگر بدتر شوند. پژوهشی که درباره این مشکلات انجام شده است نشان می‌دهد که جهانگردی به ندرت عامل اصلی و اولیه این جرایم و تبهکاری‌ها هستند، ولی ممکن است فرصتی برای گسترش آنها فراهم کند. (Lin, et al, 2023: 255)

عوامل سیاسی و اداری، عدم کنترل جدی پلیس و گمرکات در مرزها، معیارهای «رفاهی» نامناسب بین کشورهای هم‌مرز و عدم ثبات سیاسی و تغییرات ناگهانی از عوامل شدیداً بازدارنده در امر جابجایی افرادی است که هدفشان مسافرت است، هستند. (ولا، ۱۳۹۴: ۱۲۸)

امنیت هوشمند و رسانه

امنیت به مفهوم رهایی از ترس و خطر و احساس دوری از هرگونه تعهد، یکی از نیازهای اصلی و اساسی انسان‌ها از آغاز زندگی بوده است. امنیت به این معنا پیوند عمیقی با ساختارهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جامعه دارد. تعاریف لغوی امنیت در فرهنگ‌های لغت عبارت است از در امان بودن، آرامش و آسودگی، حفاظت در مقابل خطر، احساس آزادی از ترس، احساس ایمنی و رهایی از تهدید. براساس نگرش‌های جدید (امنیت به همان اندازه که مقوله‌ای فیزیکی است یک مقوله روانی نیز محسوب می‌شود). به عبارت امنیت هم مسأله‌ای عینی و هم ذهنی است. در بعد عینی آن گونه که ولفرز معتقد است امنیت یعنی نبود تهدید، برای ارزش‌های کسب شده و در بعد ذهنی عبارت است از فقدان هراس از حمله به ارزش‌های مزبور. این نگرش ذهنی و عینی به امنیت نه تنها در ارتباط با ابعاد غیر نظامی و ابعاد داخلی امنیت، بلکه حتی در ارتباط با امنیت نظامی و تهدیدهای خارجی نیز معنادار است. (هزار جریبی، ۱۳۹۰: ۱۳۰) امنیت در فرهنگ‌های فارسی به معنای «آزادی، آرامش، فقدان ترس و عدم هجوم دیگران، آمده است.» (محمودی جانگی، ۱۳۷۶: ۲۷۳) واژه امنیت در فرهنگ عمید از مصدر در امان بودن به معنی ایمنی، آرامش و آسودگی معنی شده است. (عمید، ۱۳۷۲: ۲۳) در فرهنگ لغات انگلیسی آکسفورد، از دو منظر به ارائه تعاریفی درباره امنیت می‌پردازد، نخست از منظر شرایط تأمین و تحفظ چهار تعریف زیر بدست می‌آید:

الف) شرایط محفوظ ماندن از خطر و یا در معرض خطر قرار نگرفتن.

ب) آزادی از تردید، اطمینان و در اعتماد بودن.

ج) آزادی از بیم، اضطراب یا حراست از آینده.

د) کیفیت تأمین استحکام، پیوستگی و ثبات.

دوم به اعتبار ابزار امنیت، شش تعریف دیگر پیشنهاد می‌کند:

الف) چیزی که تأمین و تحفظ ایجاد نماید که حمایت و محافظت را شامل می‌شود.

ب) ابزار تأمین و ثبات در مواضع خود.

ج) بستری برای تأمین، به گونه‌ای که امنیت در آن ضمانت شود.

د) دارایی متراکم شده و یا سرریز شده.

ه) کسی که خود را برای دیگری گروه می‌گذارد (یا به گروه گرفته می‌شود) به مثابه یک ضمانت

و مدرکی که به وسیله یک تضمین کننده به مثابه تضمین برای حق پرداخت خود نگاه داشته می‌شود.

شود و به طور کلی امنیت در بعد معنی فقدان تهدیدات نسبت به ارزش ها، منافع، اهداف در جهت ذهنی، فقدان ترس از اینکه بنیادهای ملی (ارزش ها، منافع و اهداف) مورد هجوم (فیزیک و غیرفیزیکی) واقع بشوند را مورد سنجش قرار می‌دهد. (تاجیک، ۱۳۹۷: ۴۶)

با توجه به مسائل حوزه اقتصاد، سیاست و فرهنگ اجتماعی، عملاً توجه و تفسیر و درک و شناخت مفهوم امنیت هوشمند با پیوندهای چند جانبه دشوار است، به طوری که مرز و تعریف قابل قبول همگانی برای آن، کار چندان ساده‌ای نبوده و نیست. برای مثال، مفهوم امنیت شغلی در مقابل امنیت شخصی یا امنیت داخلی در برابر امنیت بین المللی، ظاهراً می‌تواند در یک ردیف و راستا قرار گیرد، حال آنکه چنین نیست و هر یک از آنها حوزه خاصی از قلمرو و علوم انسانی را به خود اختصاص داده است. به عبارت دیگر علم اقتصاد از یک سو، روابط بین المللی از سوی دیگر و علوم سیاسی نیز در مقابل آنها صف‌آرایی کرده‌اند تا امکان درک صحیح از مفهوم امنیت را برای انسان مدرن مجهز به آخرین تکنولوژی فراهم آورد. (مه‌دیخانی، ۱۳۹۸: ۲۱۳) چنان که رابرت ماندل معتقد است که امنیت شامل تعقیب روانی و مادی ایمنی است و اصولاً جزء مسئولیت حکومت ماست تا از تهدیدات مستقیم ناشی از خارج نسبت به بقای رژیم‌ها، نظام شهروندی و شیوه زندگی شهروندان خود ممانعت به عمل آورند). اصولاً امنیت یک امر نسبی است. در این زمینه، امنیت همانند خطر کیفیتی نامشخص و امری نسبی است. مطلق نسبی بودن مفهوم امنیت بخشی به دلیل انتزاعی بودن و نبود تعریف مشخصی از این مفهوم را ندارد. همچنین بخشی دیگر حاصل پیوند با مفاهیم نسبی دیگری نظیر منافع و بحران به همراه نداشته‌اند.

روی هم‌رفته، احساس امنیت در گردشگری، 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 صورت های گوناگون آن را تجربه می‌کنند. باید توجه داشت آنچه مد نظر است احساس امنیت در معنای واقعی آن است و لازم است بین این مسأله و ناامنی مرضی که جنبه کاملاً شخصی دارد، تفکیک قایل شد. از دیدگاه جامعه‌شناسی احساس امنیت در واقع یک تولید اجتماعی است، یعنی همه نهادهای اجتماعی در شکل‌گیری آن نقش ایفاء می‌کنند. با این دید طبیعتاً همه ارکان جامعه از جمله مردم- حاکمیت- پلیس و ... در تولید و ارتقای سطح آن نقش کلیدی و لاینفک دارند. (Peterson, 2023: 97)

نگاهی اجمالی به تعاریف فوق و ده‌ها تعریف دیگر که از امنیت ارایه شده است، ما را متوجه این نکته می‌کند که امنیت هوشمند مفهومی است چندلایه و چندسطحی که به سادگی نمی‌توان به تعریفی یکدست از آن دست یافت. البته این تنوع تعاریف و پیچیدگی در سطوح تحلیلی آن به معنای پراکندگی و نداشتن قدر مشترک نیست. (هزار جریبی و صفری شالی، ۱۳۹۸: ۵۵)

امنیت هوشمند و تفاهم فرهنگی بین کشورها

امروزه دستاوردهای دانش و تکنولوژی، بحران امنیت را چنان گسترش داده که ضرورتاً ذهن بشر بیش از گذشته در جهت شناخت وضعیت حال و آینده مهیا شده است و از جمله برنامه توسعه ملل متحد را در سال ۱۹۹۴ بر انسان متکی ساخته و لزوم انتقال از «امنیت هسته‌ای» به «امنیت انسانی» را مورد توجه قرار داده است. در این راستا، صاحب‌نظران نیز انسان متفکر و مستعد برای نوآوری را به‌عنوان با ارزش‌ترین سرمایه جوامع انسانی شناسایی و معرفی می‌کند. روابط بین آزادی، امنیت و توسعه، نظریات اندیشمندان چون لاک و جان استوارت میل را به خاطر می‌آورد که باید محدوده معینی برای حداقل‌ترین حالت آزادی شخصی وجود داشته باشد که به هیچ قیمتی مورد تجاوز و تعرض دیگران قرار نگیرد و این محدوده معین همان حداقل امنیتی است که انسان بر مبنا و بستر آن، زمینه‌ها و الزامات ارائه تفکرات خلاق خود را پایه‌گذاری می‌کند. (مهدیخانی، ۱۳۹۰: ۲۱۳) در دوره پس از جنگ سرد، فرهنگ و مذهب جایگزین ایدئولوژی شده‌اند و به صورت منابع عمده‌ای در آمده‌اند که می‌توانند تنش‌ها و تعارض‌های بین‌المللی را کاهش دهند. این امر بارها به اثبات رسیده است که اگر سایر جوامع را دست‌آویز قرار داده و آنها را به سوی جوامع انسانی به حساب نیاوریم، نتیجه مطلوب به بار نخواهد آمد. می‌توان گفت: که با این دیدگاه گردشگری با تکیه به فرهنگ موجب می‌شود که افراد از مناطق مختلف دنیا در کنار یکدیگر قرار گیرند تا بتوانند چیزهای جدید را کشف کنند که ویژگی منحصر بفرد آن موجب ارتباط و همبستگی بیشتر آنها می‌شود و وسیله یا ابزاری بسیار مهم برای تفاهم و امنیت صلح بین‌المللی و جلوگیری از تعارضات و تنش‌ها است. (چاک، ۱۳۹۲: ۴۴۷) به بیان دیگر در تفاهم فرهنگی موضوعاتی مانند حقوق بشر، مسائل زیست‌محیطی و امنیت که سابقاً در دوران جنگ سرد و قبل از آن در قالب بیانیه‌ها، قطعنامه‌ها، آموزه‌ها و اعلامیه‌ها و به صورت یک آرمان و آرزو و با صفت «جهانی» مطرح می‌شد، اینک شکل عینی‌تری به خود می‌گیرند.

امنیت هوشمند گردشگری

توسعه و امنیت مکمل یکدیگرند. بدیهی است امنیت پایدار، مرهون توسعه پایدار است و توسعه پایدار تضمین کننده امنیت ملی است. امروزه هر آن چیزی که از تعریف علمی برخوردار نبوده و قواعد منطقی بر آن حاکم نباشد شکست خورده و یا حالت رکود به خود می گیرد. این امر در صنعت گردشگری و بعد امنیت آن نیز صادق است. به طور مثال، برای امنیت در بخش ترابری و حمل و نقل، اقامتگاه‌ها، هتل‌ها و جاذبه‌ها لازم است سفرسازان و سازمان‌های گردشگری برای توسعه توریسم هماهنگی لازم را با یکدیگر داشته باشند. (صیدایی و هدایتی مقدم، ۱۳۹۸: ۱۰۰)

امروزه امنیت به عنوان مهمترین و زیربنایی‌ترین اصل در تدوین استراتژی توسعه گردشگری در جهان به شمار می‌آید. میان گردشگری، ثبات، توسعه و امنیت رابطه ای تعریف شده وجود دارد، چون توسعه زیرساخت‌های جهانگردی تا حدود زیادی به سایر فعالیت‌های جاری و عمرانی یک منطقه، عوامل حمایت کننده، قوانین و مقررات (امنیت)، اطلاع رسانی، هماهنگی سازمان‌های مرتبط و گسترش حمل و نقل در امور جهانگردی وابسته است و هرگونه بروز ناامنی و بکارگیری خشونت در سطوح مختلف زیان‌های جبران ناپذیری به این صنعت وارد می‌سازد. به عنوان مثال، یک شرکت سرمایه‌گذار بین‌المللی اگر در ارزیابی کارشناسی خود، محیط و مقصد مورد نظر را از نظر ویژگی امنیتی مناسب نیابد و امنیت مالی و جانی توریست را تأمین نبیند، قطعاً سرمایه خود را به آن منطقه منتقل نخواهد کرد. از طرفی، نقش و تأثیر صنعت جهانگردی در ترسیم امنیت ملی یک کشور چنان است که اکثر کشورهای توسعه یافته با وجود دارا بودن منابع کلان اقتصادی و درآمد، ترجیح می‌دهند بر روی صنعت توریسم متمرکز شوند. حضور مستقیم بازدیدکنندگان و گردشگران در یک کشور علاوه بر توسعه اقتصادی و تبادلات فرهنگی، آن کشور را به عنوان یک قطب امن گردشگری به جهانیان معرفی می‌کند. (ثبوتی، ۱۳۸۶: ۵۵) در این زمینه می‌توان به نقش (۱) دولت‌ها، (۲) برنامه ریزی، (۳) هویت فرهنگی (۴) عوامل سیاسی و اداری و (۵) شبکه راه‌ها به عنوان عناصر تأثیرگذار در امنیت جهانگردان اشاره کرد.

از نتایج مثبت یک سفر آن است که گردشگر متوجه می‌شود چقدر از نگرانی‌ها و ترس‌هایش قابل اعتنا و چه مقدار تحت تأثیر تبلیغات و پیش فرض‌های ذهنی خود او قرار دارد. تجربه دست-اندرکاران صنعت گردشگری در ایران حاکی است که بیشتر گردشگرانی که به ایران سفر می‌کنند، در ابتدای ورود احساس عدم امنیت دارند ولی در انتهای سفر، ایران را امن تلقی می‌کنند. جهانگردان

قرار است سفیرانی باشند که کشور ما و امنیت موجود در آن را همانطور که هست، در عرصه بین الملل توصیف کنند. اکنون کارشناسان گردشگری بر این باورند که رابطه امنیت ملی و گردشگری باید مورد توجه قرارگیرد، به طوری که تعریف جدیدی از امنیت ملی در سایه حضور گردشگران خارجی و شناخت واقعیت‌های داخلی و انتقال آنها به خارج ضروری و لازم است. امنیت داخلی و ملی شاخص‌ترین عامل گسترش گردشگری در هر کشوری است که می‌خواهد خود را با مشخصات کشورهای پیشرو در امر توریسم تطبیق دهد. امروزه با تداوم سیاست‌های تنش‌زدایی در روابط خارجی و کاهش حساسیت‌های بین‌المللی نسبت به سیاست‌های خارجی ایران، می‌توان به ایجاد زمینه مساعد برای جلب گردشگران کمک کرد. در این رابطه ضرورت دارد که جاذبه‌های گردشگری ایران در خارج از مرزها به نحو مطلوب تبلیغ گردد و زمینه‌های لازم برای سهولت رفت و آمد گردشگران خارجی به ایران فراهم آید. ایران سرشار از جاذبه‌های فرهنگی و اکوتوریستی است و باید از این مزیت برای توسعه فرهنگی و اقتصادی آن استفاده نمود. رشد و توسعه اقتصادی پدیده‌ای کاملاً امنیت محور بوده و یکی از بخش‌های اقتصادی که در صورت عدم وجود امنیت به شدت آسیب می‌بیند، صنعت گردشگری است. (صیدایی و هدایتی مقدم، ۱۳۹۸۹: ۱۰۵) همانگونه که اشاره شد، میان گردشگری و ثبات و توسعه امنیت، رابطه‌ای تعریف شده وجود دارد. مسلم است که در ایران امنیت کافی برای گردشگران وجود دارد؛ اما مشکل اصلی در حوزه جذب گردشگران نبود تبلیغات از سوی ایران، و تبلیغات سوء کشورهای دیگر علیه ایران است. باید توجه داشت که توسعه صنعت گردشگری در هر کشوری، نشان دهنده ثبات امنیت ملی در آن است.

یافته‌ها و تجزیه و تحلیل

تجارت خارجی آفریقا در بازه‌ی زمانی ۲۰۱۵ تا ۲۰۲۲، به طور میانگین، هزار میلیارد دلار بوده است که از این مقدار، ۵۰ درصد ناشی از صادرات از این قاره به دیگر کشورها و ۵۰ درصد نیز حاصل واردات به کشورهای آفریقایی بوده است. (World Bank, 2023) در این میان، ورود گردشگران آفریقایی به کشورهای مختلف، از سال ۲۰۱۵ تاکنون، افزایش چشمگیری داشته است. در غرب آسیا، مقصد عمده گردشگران آفریقایی، ترکیه، قطر و عربستان سعودی بوده است. (Bacsi, et al, 2023) این در حالی است که حجم صادرات ایران به آفریقا از ۸۶۰ میلیون دلار در سال ۱۳۹۲ به ۵۷۳ میلیون دلار در سال ۱۴۰۰ کاهش یافت. افزون بر این، میزان واردات کالا از قاره آفریقا نیز

از ۱۲۷ میلیون دلار به ۳۷ میلیون دلار تنزل یافته است. (مالکی، ۱۴۰۱: ۳) در طرف مقابل، ترکیه با حجم تجاری ۲۵ میلیارد دلاری در سال ۲۰۲۰ یک شریک راهبردی برای کشورهای آفریقایی است. از سال ۲۰۰۹ به این سو، شمار سفارتخانه‌های ترکیه در آفریقا، از ۱۲ به ۴۳ مورد رسیده و تعداد گردشگران آفریقایی در ترکیه نیز از سال ۲۰۱۵ تاکنون، ۷۰ درصد افزایش داشته است. (Fait, 2023: 9) از این رو، به نظر می‌رسد که آفریقا ظرفیت‌های زیادی به ویژه در زمینه‌ی گردشگری دارد. تا چند دهه گذشته، این قاره، عمدتاً به عنوان مقصد گردشگری قلمداد می‌شد و شمار گردشگران آفریقایی در دیگر نقاط جهان، چندان چشمگیر نبودند. با این حال، طی چند سال اخیر، به تعداد گردشگران آفریقایی در کشورهای مختلف افزوده شده است که این امر، فرصت‌های همبسته‌ای از تبادلات اقتصادی و فرهنگی را نیز در خود دارد که لزوم سیاست‌گذاری جدی در این زمینه را ضروری می‌نماید.

احساس گردشگران آفریقایی از وضعیت امنیتی در ایران پیش از ورود به کشور

متأسفانه در چند دهه گذشته تصویر بدی از وضعیت امنیتی - سیاسی کشور ایران نزد افکار عمومی جهان نقش بسته است و به غلط امنیت ایران را همانند کشورهای جنگ زده و ناامن افغانستان و عراق می‌دانند. نتایج تحلیل پرسشنامه بیانگر این است که ۵۰ درصد از گردشگران آفریقایی قبل از ورود به ایران تصویری که از وضعیت امنیتی ایران داشته‌اند، تصور نامناسبی بوده و ۵ درصد نیز تصور بسیار بدی داشتند و از ورود به ایران ترس داشتند و ۱۰ درصد وضعیت امنیتی ایران را در حد متوسط می‌دانستند و فقط ۳۵ درصد از آنها تصور درست و خوبی از امنیت ایران داشتند. در جدول ۱ جامعه آماری، میانگین و انحراف از استاندارد نشان داده شده است و در جدول ۲ نیز نتایج آزمون تی تک نمونه‌ای در مورد این مؤلفه نشان داده است. با توجه به وزن ۳۲,۲۲۵ تی و سطح معناداری ۰,۰۰۰ در نتیجه آزمون معنادار است؛ یعنی گردشگران در سطح معناداری تصور بدی از وضعیت امنیتی ایران داشتند.

جدول ۱. جامعه آماری، میانگین و انحراف از استاندارد مؤلفه ۱-۳

One-Sample Statistics			
N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
133	3.39	1.009	.078

(محاسبات نویسنده، ۱۴۰۲)

جدول ۲. آزمون تی تک نمونه‌ای برای مؤلفه ۱-۳

One-Sample Test					
Test Value = 2.5					
T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
				Lower	Upper
43.696	169	.000	2.369	2.58	2.96

(محاسبات نویسنده، ۱۴۰۲)

احساس امنیت از سوی گردشگران آفریقایی

همانطور نتایج پرسشنامه نشان داده است، گردشگران آفریقایی قبل از ورود به ایران، احساس و تصور خوبی از وضعیت امنیتی ایران نداشتند. اما نتایج تحقیق نشان می‌دهد بعد از ورود به ایران و مواجهه با واقعیت‌ها نظرشان درباره ایران و امنیت عوض شد و آن تصور منفی که داشتند. برطرف شد. از نظر جانی و مالی ۸۰ درصد گردشگران از احساس امنیت بالایی می‌کردند و فقط ۲۰ درصد احساس امنیتی در حد متوسط و پایین داشتند. اما از نظر حقوق و آزادی‌های شخصی ۶۰ درصد گردشگران احساس امنیت نمی‌کردند و اعتقاد داشتند از نظر پوشش و نوع رفتار در یک چهارچوب خاصی قرار گرفته‌اند و از این نظر مشکل دارند. اما به طور کلی و از جنبه‌های مختلف امنیتی، ۷۰ درصد گردشگران از احساس امنیت خوبی برخوردار بودند که این نشان دهنده امنیت خوب گردشگران است. در جدول ۴ نتایج آزمون تی تک نمونه‌ای برای سنج مؤلفه فوق نشان داده است. که بیانگر معناداری این مؤلفه است.

جدول ۳. جامعه آماری، میانگین و انحراف از استاندارد

One-Sample Statistics			
N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
133	2.25	1.041	.107

(محاسبات نویسنده، ۱۴۰۲)

جدول ۴. آزمون تی تک نمونه‌ای

One-Sample Test					
Test Value = 0					
t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
				Lower	Upper
21.084	149	.000	2.253	2.04	2.46

(محاسبات نویسنده، ۱۴۰۲)

همبستگی تبلیغات رسانه‌ای و سیاسی و توسعه‌ی گردشگری

بر اساس آزمون آماری تاو بی کندال و ضریب اسپیرمن و پیرسون، رابطه معناداری بین تبلیغات منفی رسانه‌های ناهمسو با ایران و احساس امنیت گردشگران آفریقایی وجود دارد. وزن تا و بی کندال محاسبه شده ۰/۵۹۲ با ضریب معناداری در سطح ۰/۰۰۰ است که نشانگر معناداری آزمون است. (جدول ۵) یعنی تبلیغات و تحلیل‌های منفی که از طرف رسانه‌های غربی بر علیه ایران می‌شود، روی احساس امنیت گردشگران آفریقایی تأثیر گذاشته و آنان را نسبت به ایران بدبین کرده است.

جدول ۵. آزمون معناداری

	Symmetric Measures	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Kendall's tau-b	.592	.043	12.419	.000
	Spearman Correlation	.688	.047	10.300	.000 ^c
Interval by Interval	Pearson's R	.670	.040	9.804	.000 ^c
N of Valid Cases		150			
a. Not assuming the null hypothesis.					
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.					
c. Based on normal approximation.					

(محاسبات نویسنده، ۱۴۰۲)

تعامل گردشگران آفریقایی با مردم ایران

بر پایه تحلیل پرسشنامه، گردشگران آفریقایی، ۸۵ درصد گردشگران آفریقایی از طرز برخورد ایرانیان راضی بودند و با ایرانی‌هایی که ارتباط برقرار کردند، تعامل خوب و مثبتی داشتند. در جدول ۷ و ۸ نتایج آزمون آماری این مؤلفه نشان داده شده که بیانگر تأیید این مسأله است.

جدول ۷. آزمون تی تک نمونه‌ای همبستگی

One-Sample Statistics			
N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
133	5.13	1.454	.119

(محاسبات نویسنده، ۱۴۰۲)

جدول ۸- آزمون تی تک نمونه‌ای تعامل سازنده

One-Sample Test					
۲.۵ Test Value =					
T	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
				Lower	Upper
25.942	149	.000	3.080	2.85	3.31

(محاسبات نویسنده، ۱۴۰۲)

همبستگی امنیت روانی گردشگران آفریقایی و انگیزه مسافرت مجدد آنها به ایران

برای سنجش همبستگی بین امنیت جانی و مالی گردشگران آفریقایی و انگیزه مسافرت مجدد آنها به ایران نیز به دلیل کیفی، ترتیبی و مربعی بودن دو متغیر از آزمون آماری تاو بی کندال در محیط نرم افزاری SPSS استفاده شده است. نتایج آزمون نشان دهنده ارتباط معنا دار بین این دو متغیر است. وزن و ضرایب آزمون تاو بی کندال و پیرسون و اسپیرمن در جدول ۹ نشان داده شده است. با توجه به اینکه سطح معناداری محاسبه شده در مدل ۰/۰۰۰ است و کوچکتر از ۰/۰۵ است در وزن تاو بی کندال ۰/۷۰۵ می باشد در نتیجه معناداری ارتباط بین امنیت جانی و مالی گردشگران آفریقایی و انگیزه مسافرت مجدد آنها به ایران، تأیید می شود و نتیجه گیری می شود که هرچه امنیت بیشتر باشد تمایل و انگیزه بیشتری برای سفر به ایران به وجود خواهد آمد.

جدول ۹. آزمون معناداری همبستگی بین میزان امنیت مالی گردشگران آفریقایی و مسافرت مجدد آنها به ایران

	Symmetric Measures	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Kendall's tau-b	.705	.043	14.866	.000
	Spearman Correlation	.783	.043	13.686	.000 ^c
Interval by Interval	Pearson's R	.772	.037	13.204	.000 ^c
N of Valid Cases		150			
a. Not assuming the null hypothesis.					
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.					
c. Based on normal approximation.					

(محاسبات نویسنده، ۱۴۰۲)

همبستگی امنیت هوشمند و گردشگران آفریقایی

برای سنجش امنیت هوشمند و ارتباط بین حضور فیزیکی زیاد نیروهای امنیتی و انتظامی در فضاهای گردشگری و میزان احساس امنیت روانی گردشگران آفریقایی نیز از آزمون تا و بی کندال استفاده شد. فرضیه تحقیق عبارت بود از اینکه ارتباط معناداری بین حضور فیزیکی زیاد نیروهای امنیتی و انتظامی در فضاهای گردشگری و عدم احساس امنیت روانی وجود دارد که نتایج آزمون فرضیه را تأیید کرد. این بدین معناست که حضور بسیار زیاد نیروهای امنیتی در مکانهای گردشگری جو را امنیتی جلوه می‌دهد و و از نظر روانی حس ناامنی در گردشگران آفریقایی به وجود می‌آورد.

جدول ۱۰. نتایج همبستگی امنیت هوشمند و احساس امنیت در گردشگران آفریقایی

Symmetric Measures					
		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Kendall's tau-b	.308	.071	4.290	.000
	Kendall's tau-c	.268	.062	4.290	.000
	Spearman Correlation	.345	.078	4.375	.000 ^c
Interval by Interval	Pearson's R	.318	.080	3.990	.000 ^c
N of Valid Cases		150			
a. Not assuming the null hypothesis.					
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.					
c. Based on normal approximation.					

(محاسبات نویسنده، ۱۴۰۲)

نقش امنیت هوشمند و تقویت گردشگری در تصویرسازی بهینه از

ایران

گردشگری ارتباط و تعامل دو طرفه است. همانطور که در آزمون‌های گذشته اثبات شد گردشگران قبل از ورود به ایران احساس ناامنی می‌کردند اما پس از ورود به ایران و مواجهه با واقعیت‌ها این احساس ناامنی تا حد زیادی تغییر و به احساس امنیت تغییر پیدا کرد. بر اساس نظر سنجی و اعتقاد گردشگران آفریقایی، گردشگری و افزایش تعاملات اینچنینی می‌تواند چهره واقعی ایران را به جامعه جهانی بشناساند؛ چرا که گردشگرانی که از ایران بازدید می‌کنند و سپس به کشور خود بازمی‌گردند، همچون سفیرانی هستند که واقعیت‌های ایران را بازگو می‌کنند. در جدول ۱۱ و ۱۲ درستی این ادعا از آماری تأیید شده است.

جدول ۱۱. آزمون تی تک نمونه‌ای برای نقش امنیت هوشمند و تصویرسازی بهینه از ایران توسط گردشگران آفریقایی

One-Sample Statistics				
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
	133	1.60	.751	.063

(محاسبات نویسنده، ۱۴۰۲)

جدول ۱۲. آزمون تی تک نمونه‌ای رابطه امنیت هوشمند و توسعه گردشگری

One-Sample Test					
Test Value = 0					
T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
				Lower	Upper
25.524	149	.000	1.597	1.47	1.72

(محاسبات نویسنده، ۱۴۰۲)

نتیجه‌گیری

کنش امنیتی به عنوان مهمترین و زیربنایی‌ترین اصل در تدوین استراتژی توسعه گردشگری در جهان به شمار می‌آید. صنعت ظریف و پیچیده گردشگری ارتباط همه جانبه‌ای در سطوح ملی و منطقه‌ای داشته و هرگونه بروز ناامنی و بکارگیری خشونت در سطوح مختلف زیانهای جبران‌ناپذیری به این صنعت وارد می‌سازد. به عنوان مثال یک سرمایه‌گذار در زمینه گردشگری و یا کارشناسان یک کمپانی سرمایه‌گذار بین‌المللی در قالب جهانگرد به آن منطقه سفر می‌کنند، اگر در ارزیابی کارشناسی خود محیط و مقصد مورد نظر از ویژگی و امنیتی لازم برخوردار نباشد، مسلماً به این نتیجه خواهد رسید که توریست در این منطقه امنیت مالی و جانی ندارد و قطعاً سرمایه خود را منتقل نخواهد کرد. با توجه به این مهم در این تحقیق از دیدگاه گردشگران آفریقایی که در ۶ ماهه اول سال ۱۴۰۲، به ایران مسافرت کرده بودند، وضعیت گردشگری ایران بررسی و تحلیل شد. نتایج تحقیق بیانگر این است که گردشگران قبل از ورود به ایران شناخت درستی از وضعیت سیاسی گردشگری ایران نداشتند و ۵۵ درصد آنها وضعیت امنیتی ایران را نامطلوب می‌دانستند. در این بدبینی و عدم شناخت درست از امنیت گردشگری ایران، نقش رسانه‌های غربی و ارتباط معنادار آن با ناامن جلوه داده ایران تأیید شد. رسانه‌های غربی در سه دهه گذشته تصویر نامطلوبی از ایران نزد افکار عمومی جهان ترسیم کرده‌اند. گردشگران آفریقایی قبل از ورود به ایران پیش‌زمینه ناخوشایندی از وضعیت امنیتی ایران داشتند؛ اما پس از ورود به ایران و مواجهه با واقعیت‌ها، ۸۰ درصد آنها وضعیت امنیت گردشگران در ایران را خوب می‌دانستند و راضی بودند. اما از نظر حقوق و آزادیهای فردی، ۶۰ درصد آنها

احساس ناامنی می‌کردند و رضایت چندانی نداشتند. اما به طور کلی، گردشگران آفریقایی از نظر امنیت جانی و مالی، وضعیت ایران را رضایت‌بخش توصیف کرده‌اند. گردشگران آفریقایی، اعتقاد داشتند وجود پلیس ویژه گردشگران در سایت‌های گردشگری باعث بالا رفتن امنیت می‌شود، اما حضور بسیار زیاد پلیس نتیجه عکس هم می‌دهد و گردشگران احساس ناامنی روانی می‌کنند؛ چرا که احساس می‌کنند جو امنیتی و پلیسی است. ارتباط معناداری بین امنیت جانی و مالی بالا و انگیزه مسافرت مجدد به ایران وجود داشت؛ بدین معنی که آن دسته از گردشگران آفریقایی که احساس امنیت بالاتری می‌کردند، تمایل بیشتری برای بازدید مجدد از ایران داشتند. نتایج تحقیق، همچنین نشان داد تعامل سازنده و مثبتی بین گردشگران آفریقایی و مردم وجود دارد و مردم با آنها رفتار محبت‌آمیزی داشتند. برآیند اصلی این پژوهش، آن است که گردشگران آفریقایی قبل از ورود به ایران احساس ناامنی می‌کردند، اما پس از ورود به ایران و مواجهه با واقعیت‌ها، این احساس ناامنی تا حد زیادی تغییر و به احساس امنیت تغییر پیدا کرد. بر اساس نظرسنجی از گردشگران آفریقایی، گردشگری و افزایش تعاملات، می‌تواند چهره واقعی ایران را به جامعه جهانی بشناساند؛ چرا که گردشگران آفریقایی که از ایران بازدید می‌کنند و سپس به کشور خود بازمی‌گردند، نقش انکارناپذیری در بیان و بازنمایی واقعیت‌های ایران ایفا می‌کنند. در واقع، با توجه به نقش غیر سازنده رسانه‌های غربی در ناامن جلوه داده ایران، ضروری است در این زمینه کارهای اساسی و مهمی در سطح بین‌المللی صورت گیرد و از طریق شبکه‌های اجتماعی و شبکه‌های ماهواره ای ایران چهره واقعی ایران به جامعه جهانی شناسانده شود و در این زمینه اعتمادسازی گردد.

منابع

- اسدی، حسن و دیگران (۱۳۹۸)، مطالعه ابعاد مختلف امنیت در گردشگری ورزشی ایران، فصلنامه مطالعات گردشگری، شماره ۱۳.
- پاپلی یزدی، محمد حیسن و سقایی، مهدی (۱۳۹۲)، گردشگری و تبارشناسی، فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، شماره ۶۸.
- تاجیک، محمدرضا (۱۳۹۷)، مقدمه ای براستراتژی امنیت ملی، تهران، انتشارات علمی و فرهنگی.
- ثبوتی، حجت (۱۳۹۶)، بررسی عوامل تأثیر گذار در توسعه گردشگری استان ایلام، سازمان میراث فرهنگی و صنایع دستی و گردشگری استان ایلام.
- چاک، وای، گی (۱۳۹۲)، جهانگردی در چشم‌اندازی جامع، ترجمه علی پارسائیان، تهران، انتشارات دفتر پژوهشهای فرهنگی.

- حاجی نژاد، علی و دیگران (۱۳۹۸)، تأثیرات گردشگری تجاری بر توسعه کالبدی- فضایی مناطق شهری مطالعه موردی: شهر بانه، فصلنامه علمی و پژوهشی جغرافیای انسانی، شماره ۷۰.
- خسروی، عزت‌الله (۱۳۹۸)، امنیت، مهمترین مؤلفه در جذب توریست، ویژه نامه اولین همایش ملی امنیت و توسعه پایدار گردشگری، شیراز.
- ربانی، رسول و دیگران (۱۳۹۰)، نقش پلیس در تأمین امنیت و جذب گردشگری (نمونه موردی شهر شیراز)، فصلنامه مطالعات اجتماعی، شماره ۲۰.
- رحیم پور، علی (۱۳۹۴)، جهانگردی، امنیت و توسعه، ماهنامه بازاریابی، شماره ۱۷.
- زارعی، نوشین، (۱۳۹۵)، تأثیر امنیت روانی بر توسعه صنعت توریسم در استان های بوشهر و فارس، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران.
- زاهدی، شمسالسادات (۱۳۹۵)، مبانی توریسم و اکوتوریسم پایدار، تهران، انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.
- سازمان جهانی جهانگردی (۱۳۹۴)، برنامه ریزی ملی و منطقه ای جهانگردی، ترجمه دکتر محمود عبدالله زاده، انتشارات امیر کبیر.
- سونمز، سویا و گرافه، آرن (۱۳۹۸)، تأثیر خطر تروریسم بر تصمیم گیری در گردشگری، ترجمه سمانه کمالی راد، مجموعه مقالات توریسم و تروریسم فرماندهی انتظامی، دفتر تحقیقات کاربردی.
- صفایی، منوچهر (۱۳۹۵)، عملکرد ناجا در تأمین امنیت گردشگری خارجی از منظر مسئولین و کارشناسان ذیربط، استاد راهنما، محمد رضا فرزین، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علوم انتظامی، تهران.
- صیدایی، اسکندر و هدایتی مقدم، زهرا (۱۳۹۸)، نقش امنیت در توسعه گردشگری، فصلنامه تخصصی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی، شماره ۸.
- طیبی، سید کمیل و دیگران (۱۳۹۷)، بررسی رابطه علی بین گردشگری و رشد اقتصادی (مطالعه موردی ایران، کشورهای oecd به علاوه کشورهای منتخب، مجله علمی و پژوهشی دانش و توسعه، شماره ۲۴.
- عمید، حسن (۱۳۹۲)، فرهنگ لغات فارسی.
- قره نژاد، حسن (۱۳۹۸)، صنعت گردشگری و تحلیلهای اقتصادی آن، انتشارات دانشگاه آزاد نجف آباد.
- کاظمی، مهدی (۱۳۹۷)، تحلیل ادراک شهروندان زاهدان در توسعه گردشگری چابهار، جغرافیا و توسعه، سال ۶، شماره ۱۲.
- مالکی، امین (۱۴۰۱)، تحلیلی بر عملکرد تجارت خارجی غیر نفتی ایران طی دهه اخیر، تهران: موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی.
- متقی، افشین و مصیب قره بیگی (۱۳۹۳)، سینما و ژئوپلیتیک: درنگی بر بازنمایی زیست سیاست در حلقه های فیلم، تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی
- محلاتی، صلاح الدین (۱۳۹۸)، درآمدی بر جهانگردی، تهران: انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.
- مرکز آمار ایران (۱۳۹۰)، سرشماری عمومی نفوس و مسکن.
- مهدیخانی، علیرضا (۱۳۹۸)، توسعه سیاسی و اقتصادی، تهران، انتشارات آرون.
- موسوی نصر، سعید (۱۳۹۸)، امنیت و ابعاد دموکراسی و رابطه آن با توسعه گردشگری، ویژه نامه اولین همایش ملی امنیت و توسعه پایدار گردشگری.

- هزار جریبی، جعفر (۱۳۹۰)، احساس امنیت اجتماعی از منظر توسعه گردشگری، مجله جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، سال ۲۲، شماره ۲.
- همایون، محمد هادی (۱۳۹۴)، جهانگردی در ارتباط میان فرهنگی، انتشارات دانشگاه امام صادق (علیه السلام).
- ولا، فرانسوا (۱۳۹۴)، گردشگری بین‌المللی، ترجمه محمد مهدی کتابچی، انتشارات امیرکبیر.
- Apleni, L., Mangwane, J., Maphanga, P. M., & Henama, U. S. (2020). The Interface between Dark Tourism and Terrorism in Africa: The Case of Kenya and St Helena. In *Tourism, Terrorism and Security*. Bingley, Emerald Publishing Limited.
- Bacci, Z., Shukri Yasin, A. & Gabriella, B. (2023). Tourism Competitiveness in Eastern Africa: RCA and TTCI, *Heritage*, 6(9): 56-65.
- Fait, N. (2023). African Migrations toward Turkey: Beyond the Stepping Stone, Ankara, University of SBF.
- Lin, B., Zeng, Y., Asner, G. & David S. (2023). "Coral reefs and coastal tourism in Hawaii". *Nature Sustainability*. (3): 254-258.
- Mitchell, V., Henthorne, T. L., & George, B. (2020). Making Sense of Dark Tourism: Typologies, Motivations and Future Development of Theory. In *Tourism, Terrorism and Security*. Bingley, Emerald Publishing Limited.
- Peterson, R. (2023). "Over the Caribbean Top: Community Well-Being and Over-Tourism in Small Island Tourism Economies". *International Journal of Community Well-Being*. 6(2): 89-126.
- Seraphin, H., Bah, M., Fyall, A., & Gowreesunkar, V. (2021). Tourism education in France and sustainable development goal 4 (quality education). *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*.
- Spencer, A. & Tarlow, P. (2021), "Introduction", *Tourism Safety and Security for the Caribbean*, Emerald Publishing Limited, pp. 1-14.
- Spencer, A., Tarlow, P. E., Gowreesunkar, V. G., Maingi, S. W., Roy, H., Micera, R. & Lane, W. (2021). *Tourism Destination Management in a Post-Pandemic Context*, New York, Emerald.
- World Bank (2023). *Global Economic Prospects, Africa*, Available in <https://datacatalog.worldbank.org/search/dataset/0037888/Global-Economic-Prospects>
- Zeng, L. (2022). Economic Development and Mountain Tourism Research from 2010 to 2020: Bibliometric Analysis and Science Mapping Approach. *Sustainability*, 14(3): 550-562.
- Zhang, Y. & Ma, Z. (2020). "Psychological responses and lifestyle changes among pregnant women with respect to the early stages of COVID-19 pandemic". *International Journal of Social Psychiatry*. 67(4): 344-350

The Role of Smart Security in Shaping the Perceptions of African Tourists Visiting Iran

Sadegh Karami¹

1- PhD in Political Geography, Kharazmi University, Tehran, Iran

Abstract

Smart security, driven by cutting-edge security knowledge, infrastructure, political landscape, and media utilization, plays a vital role in facilitating and boosting economic activities. The political dynamics among nations and geopolitical developments in the vicinity of each country directly impact the fluctuations in tourism within that nation. The more effectively a political entity can execute security measures, the safer it appears to tourists, ultimately fostering more sustainable economic development. Due to the omnipresence and influence of media in contemporary life, the nature of security measures significantly affects the enhancement or weakening of economic indicators. This paper is a comparative study of the African tourists' impression of Iran before and after the revolution. This research employs a descriptive-analytical approach to assess the state of smart security from the perspective of foreign tourists who visited Iran during the first half of the year 2023. The sampling method utilized in this study was systematic random sampling, resulting in a sample size of 133 individuals. The findings of this research reveal that 81% of tourists perceive Iran's security and political situation as influential in tourism attraction. Furthermore, after entering Iran and experiencing the reality, 62% of tourists have a positive perception of the security situation and its impact on tourism. Therefore, the adoption of intelligence and sustainable security measures will lead to increased economic prosperity and overall well-being.

Key word: Security measures, tourism, media, smart security, Africa, Iran