

مدیریت ورزشی \_ فروردین و اردیبهشت ۱۳۹۴

دوره ۷، شماره ۱، ص: ۱-۱۵

تاریخ دریافت: ۸۹ / ۱۱ / ۲۷

تاریخ پذیرش: ۹۰ / ۰۵ / ۱۰

## مطالعه ابعاد عینی امنیت در گردشگری ورزشی ایران و عملکرد سازمان‌های ورزشی در تأمین و توسعه آن

حسن اسدی<sup>۱</sup>، امین پورنقی<sup>۲\*</sup>، ابراهیم افتخاری<sup>۳</sup>،  
احمد فلاحی<sup>۴</sup>

۱. استاد گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تهران، تهران، ایران،  
۲ و ۳. کارشناس ارشد مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تهران، تهران، ایران،  
۴. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

### چکیده

هدف از این تحقیق مطالعه ابعاد عینی امنیت و نقش سازمان‌های ورزشی در تأمین و توسعه آن از دیدگاه گردشگران ورزشی خارجی بود. روش تحقیق از نوع توصیفی-پیمایشی بود. جامعه آماری تحقیق گردشگران ورزشی خارجی شرکت‌کننده در رویداد ورزشی بین‌المللی دهه فجر (۳۹۴ نفر) بودند. روش نمونه‌گیری تمام‌شمار بود. در این تحقیق از پرسشنامه محقق‌ساخته استفاده شد. پایایی پرسشنامه  $\alpha = 0/82$  به دست آمد. سطح معناداری ( $P=0/001$ ) به دست آمده از آزمون دوجمله‌ای در بخش‌های آموزش مدیریت بحران، تسلط مسئولان حفظ امنیت به زبان‌های بین‌المللی و شایستگی مسئولان در مدیریت بحران نشان داد که از دیدگاه گردشگران ورزشی خارجی عملکرد مدیران ورزش در این بخش در سطح نامطلوب است. اما سطح معناداری و نسبت به دست آمده از این آزمون نشان داد در بخش‌های وجود فرهنگ توسعه امنیت در میان مردم ( $P=0/074$ )، دادن آزادی به گردشگران ورزشی در حریم شخصی خود ( $P=0/575$ )، استفاده از داوطلبان برای بهبود امنیت گردشگران ورزشی ( $P=0/721$ )، مهمان‌نوازی و برخورد خوب مسئولان و مردم ( $P=0/074$ ) و آشنا کردن گردشگران ورزشی با فرهنگ ایرانیان ( $P=0/074$ )، مدیران ورزش و دست‌اندرکاران توسعه گردشگری عملکرد مطلوبی داشته‌اند.

### واژه‌های کلیدی

امنیت، امنیت عینی، توسعه امنیت، سازمان‌های ورزشی، گردشگری ورزشی.

## مقدمه

براساس آخرین گزارش‌های سازمان جهانی گردشگری<sup>۱</sup> (WTO) صنعت گردشگری پس از صنایع نفت و خودروسازی، سومین صنعت درآمدزای جهان است (۱۷). گردشگری و حوادث امنیتی پدیده‌هایی درهم تنیده‌اند. وقتی حوادث امنیتی مانند جنگ، تروریسم، جرم و ناآرامی‌های داخلی در مناطق گردشگری یا نزدیک به این مناطق اتفاق می‌افتد، صنعت گردشگری، گردشگران و مردم محل را متأثر می‌سازد (۱۴). ابعاد مختلف محل امنیت مانند تروریست، جرم و جنایت، دزدی، و جرایم مختلف از اصلی‌ترین دلایل کاهش تعداد گردشگران هستند. احساس امنیت چند دامنه دارد و حوزه آن از فرد تا جمع توسعه می‌یابد و محدوده‌های گوناگون جانی، معیشتی، حقوقی، روانی و غیره را در بر می‌گیرد (۸). به عبارت دیگر، گردشگری تنها در پرتو توسعه امنیت محقق می‌شود و بر همین اساس، عالی‌ترین حد تأثیر امنیت بر گردشگری وقتی است که حاکمیت در حدود مرزی و بین‌المللی خود دچار نابسامانی‌های امنیتی می‌شود، زیرا به مجرد رخداد این آشفتگی‌های امنیتی، جاذبه‌های گردشگری مقصد (میزبان گردشگر) در تاریکی فضای امنیتی آن کشور، درخشش و زیبایی خود را از کف می‌دهد. در یک کلام باید گفت مهم‌ترین جاذبه گردشگری هر کشور، امنیت آن است (۴). منظور از "امنیت" آن است که خطرهای، شناسایی و گزارش شده و احتمال وقوع آنها از بین برود یا به صورت قابل قبولی کنترل شود (۱۴).

آرنولد و لفرز<sup>۲</sup> (۱۹۶۲) در تعریف خود امنیت را در دو بعد عینی و ذهنی توصیف کرده است. معنای عینی آن یعنی فقدان تهدید نسبت به ارزش‌های کسب‌شده و معنای ذهنی یعنی فقدان هراس از اینکه ارزش‌های مزبور مورد حمله قرار گیرد (۱۶). منسفلد و پیزام<sup>۳</sup> (۲۰۰۷)، ابعاد مختلف امنیت در گردشگری را در سه بخش بیان کرده‌اند:

الف) ماهیت حوادث امنیتی مانند انواع و فراوانی حوادث امنیتی، انگیزه و اهداف حوادث امنیتی، مکان و موقعیت وقوع حوادث امنیتی؛ ب) تأثیر حوادث امنیتی مانند تأثیر بر منطقه گردشگری، تأثیر بر رفتار گردشگران، تأثیر بر دولت‌های مبدأ و رفتار رسانه‌ها؛ ج) عملکرد فعالان عرصه گردشگری در مقابل بحران‌های گردشگری مانند رفتار منطقه گردشگری، مدیریت وجهه و تصور گردشگران، روش‌های احیا (۱۴).

1 . World Tourism Organization

2 . Wolfers

3 . Mansfeld and Pizam

در این تحقیق با توجه به تعریف و لفرز و طبقه‌بندی منسفلد و پیژام از امنیت و ابعاد آن، بعد عینی امنیت در قالب ماهیت حوادث امنیتی و عملکرد سازمان‌ها و مسئولان ورزش در زمینه تأمین و توسعه امنیت بررسی شده است.

در طول رقابت‌های مختلف ورزشی در کشورهای مختلف، امنیت همواره از اساسی‌ترین دغدغه‌های مسئولان برگزاری رقابت‌ها بوده است. با توجه به توسعه روزافزون صنعت گردشگری ورزشی و منافع اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی این صنعت، لزوم توجه به برقراری امنیت گردشگران ورزشی بیش از پیش احساس می‌شود (۹). تجمع زیاد جمعیت در رویدادهای ورزشی بزرگ، آنها را به هدفی بالقوه برای تروریست‌ها تبدیل کرده است. خطرهای طبیعی بالقوه و بحران‌های متعدد دیگر همواره تهدیدهایی جدی برای این رویدادها و گردشگران است (۱۲). کوتز<sup>۱</sup> (۲۰۰۷) نیز به این حقیقت اشاره کرد که موقعیت‌هایی که در آن افراد درآمد کمی دارند، تحصیلات ندارند، و بیکارند، اغلب به ارتکاب جرم توسط آنان منجر می‌شود (۱۳). وقوع چنین عواملی گویای این واقعیت است که در دنیای ناپایدار امروزی که خطر حملات تروریست‌ها محتمل است، سازمان‌های ورزشی به چارچوب‌دار کردن اقدامات امنیتی و تهیه و تنظیم دستورالعمل‌ها، آموزش نیروها نسبت به این دستورالعمل‌ها و مرحله‌بندی فعالیت‌ها برای تمرین و مانور برنامه‌های مؤثر در مقابله با اتفاقات محتمل، نیاز دارند (۱۲). در این میان دولت و نیروهای انتظامی باید زیرساخت‌های لازم توسعه گردشگری و به‌خصوص امنیت را برای گردشگران فراهم کنند. در این میان عملکرد سازمان‌ها و مدیران ورزشی در برقراری امنیت و توسعه آن نقش بسزایی در امنیت ادراک‌شده توسط گردشگران ورزشی دارد.

یکی از اصلی‌ترین رویدادهای ورزشی چندجانبه که همه‌ساله با حضور تعداد زیادی از گردشگران ورزشی خارجی در ایران برگزار می‌شود، مسابقات بین‌المللی دهه مبارک فجر است. در طول برگزاری این مسابقات تعداد زیادی از کشورها در قالب تیم‌های ورزشی اعم از ورزشکاران، مربیان، سرپرستان، خبرنگاران و هیأت‌های همراه به‌عنوان گردشگران ورزشی وارد کشور می‌شوند، به‌طوری‌که بیست‌وهشتمین دوره این مسابقات با شرکت ۴۲ کشور در پانزده رشته ورزشی و در چند شهر کشور برگزار شد. این رویداد بزرگ ورزشی بین‌المللی که در نوع خود در کشور ما و حتی بسیاری از کشورهای منطقه و دنیا بی‌نظیر است، به مناسبت بزرگداشت ایام دهه مبارک فجر از زمستان شروع می‌شود و گاهی تا فصل بهار ادامه می‌یابد و اهمیت ویژه‌ای برای کشورمان دارد. بنابراین ضعف در تأمین امنیت

این گردشگران ورزشی که پایه و اساس صنعت گردشگری محسوب می‌شوند، موجب بروز صدمات جبران‌ناپذیری در بخش‌های یادشده خواهد شد. از این رو باید از طریق تحقیقات علمی مختلف، ابعاد متفاوت امنیت در گردشگری ورزشی به‌دقت بررسی شود.

اینکه گردشگران ورزشی در مورد کدام‌یک از عوامل محل امنیت احساس نگرانی داشته‌اند؟ اماکنی که ناامنی در آنها احساس شده است کدامند؟ منابع ایجاد احساس ناامنی کدامند؟ و اینکه اقدامات تأمین و توسعه امنیتی در چه حد توسط سازمان‌ها و مسئولان ورزش به‌کار گرفته می‌شود، سؤالات اصلی این تحقیق است.

تحقیقات مختلفی در زمینه امنیت در گردشگری ورزشی صورت گرفته است. اصفهانی (۱۳۸۷)، ۵۲ عامل را در حیطه گردشگری ورزشی داخلی و خارجی شناسایی و در دوازده محور طبقه‌بندی کرد. عامل امنیت در جهانگردی ورزشی خارجی رتبه نخست و در جهانگردی ورزشی داخلی رتبه دوم را کسب کرد (۲). ژوکینگ<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۰۹)، در تحقیقی با عنوان «مفاهیم ریسک و مقاصد مسافرت: مطالعه موردی در چین و بازی‌های المپیک چین» با بررسی ۳۵۰ نفر از گردشگران اهل ایالات متحده که از بازی‌های المپیک ۲۰۰۸ چین دیدن کردند، از طریق تحلیل عاملی چهار عامل از ریسک ادراک‌شده را به‌ترتیب تحت عنوان ایمنی شخصی، خطر فرهنگی، خطر روانی-اجتماعی، و ریسک تندی و خشونت، معرفی کردند. رتبه‌های عوامل نشان داد که خطر تندی و خشونت و خطر روانی-اجتماعی، تأثیر منفی در انگیزه شرکت‌کنندگان به‌عنوان توریست برای بازدید از چین دارد (۱۸). صمدیان (۱۳۸۸) تحقیقی با عنوان «بررسی ابعاد اجتماعی گردشگری بر امنیت» انجام داد و در مورد امنیت یا احساس امنیت و نوع رضایت‌مندی گردشگران از سفر خود به چند شاخص اجتماعی دست یافت که عبارتند از: طرز نگرش و تلقی بازدیدکنندگان<sup>۲</sup> نسبت به شرایط امنیت، میزان‌سنجی<sup>۳</sup> عدم علاقه و بی‌تفاوتی گردشگران، دفتر خاطرات<sup>۴</sup> و یادداشت‌های روزانه بازدیدکننده، تشکیل پلیس ویژه گردشگری، تغییر دیدگاه سنتی مردم و مسئولان نسبت به گردشگران، کنترل نحوه برخورد با جهانگردان (۷). حاجی مرادی (۱۳۸۸) در تحقیقی با عنوان «بررسی اکوتوریسم پایدار و نقش امنیت در توسعه آن» به این نتیجه رسید که ارائه طرح پلیس گردشگری، حفظ امنیت مرزها و جلوگیری از وقوع حوادث و رخدادهای داخلی علیه گردشگران بین‌المللی، برقراری امنیت

- 
1. Xue Qing; Gibson, Heather; Zhang, James
  2. Visitors Attitude
  3. Rating Scale
  4. Diaries

راه‌ها در زمینه توره‌های طبیعت‌گردی، شناسایی مسیرهای پرخطر، ایجاد مشاغل جدید در زمینه امنیت، و انجام اقدامات مؤثر در موارد حساس که شایعات را گسترش می‌دهند، از جمله اقداماتی است که می‌توان در زمینه برقراری و تضمین امنیت و احساس امنیت در گردشگران انجام داد (۳).

صابر (۱۳۸۸) در تحقیقی با عنوان «امنیت فرهنگی و گردشگری پایدار» در زمینه برقراری امنیت فرهنگی گردشگران عنوان کرد که آشنایی گردشگران با پیشینه تاریخی و فرهنگی ایرانیان و بیان ارزش‌ها و رسوم ملی ایرانی جهت آشنایی گردشگران با این مظاهر، ایجاد حس احترام به فرهنگ ایرانی و لزوم آشنایی شهروندان شهرهای گردشگری از مزایای گوناگون توریسم، و پذیرش در شهروندان - برنامه‌ریزی برای ایجاد تسهیلات و خدمات در سطح بین‌المللی به گردشگران از راه‌های ارتقای امنیت گردشگران است (۴).

هال (۲۰۱۰) طی تحقیقی با عنوان «مدیریت اثربخش امنیت در اماکن ورزشی دانشگاه‌های ایالات متحده» ۱۳۴ دستورالعمل استاندارد را در یازده بخش عمده برای تأمین امنیت اماکن ورزشی عنوان کرد که برخی از آنها عبارتند از: کنترل محیط اطراف<sup>۱</sup>، کنترل دستیابی<sup>۲</sup>، کنترل مجوزها<sup>۳</sup>، سیستم‌های حافظت فیزیکی<sup>۴</sup>، و پرسنل امنیت<sup>۵</sup> (۱۱).

هال<sup>۶</sup> (۲۰۱۰) طی تحقیقی با عنوان «بررسی شیوه‌ها و قوانین مدیریت امنیت ورزشی در بریتانیا» موارد چهارگانه اقدامات تأمین امنیت و ایمنی در فوتبال انگلیس را استفاده از فناوری‌های به‌روز مانند اتاق‌های کنترل و دستوردهی مجهز، آموزش مدیریت بحران به مسئولان اجرایی و مهمان‌نوازی و برخورد خوب با ورزشکاران و تماشاچیان عنوان کرد (۱۰). با وجود تحقیقات انجام‌گرفته در زمینه امنیت در رویدادهای ورزشی توسط هال (۲۰۱۰)، و امنیت در گردشگری توسط پیزام و منسفلد (۲۰۰۷) (۱۴)، ژوکینگ (۲۰۰۹) (۱۸)، تیچاوا<sup>۷</sup> (۲۰۰۹) (۱۵)، صابر (۱۳۸۸) (۶)، صمدیان (۱۳۸۸) (۷)، حاجی مرادی (۱۳۸۸) (۳) تا کنون تحقیقی در مورد ابعاد امنیت در گردشگری ورزشی صورت نگرفته و در این تحقیق سعی شده است تا ابعاد عینی امنیت در گردشگری ورزشی ایران و نقش سازمان‌های ورزشی در تأمین و توسعه آن بررسی شود.

- 1 . Perimeter Control
- 2 . Access Control
- 3 . Credentialing
- 4 . Physical Protection Systems
- 5 . Security Personnel
- 6 . S.A. Hall
- 7 . Tichaava

## روش تحقیق

روش تحقیق حاضر از لحاظ هدف از نوع کاربردی و از لحاظ راهبرد از نوع تحقیقات توصیفی و از نظر مسیر اجرا پیمایشی بود.

جامعه آماری این تحقیق عبارت بودند از کلیه گردشگران ورزشی خارجی شرکت کننده در رویداد ورزشی بین‌المللی دهه فجر ۱۳۸۹ اعم از ورزشکاران، مربیان، سرپرستان، داوران، پزشکان، خبرنگاران، اعضای خانواده و هیأت‌های همراه از ۴۷ کشور دنیا که در هشت رشته ورزشی شامل بدمینتون، اسکی، کشتی آزاد، کشتی فرنگی، دوچرخه‌سواری، شطرنج، دو و میدانی و تکواندو که در شهرهای قزوین، تهران، کیش، کرمان، اصفهان، قم و مشهد برگزار شد، حضور داشتند. تعداد جامعه آماری تحقیق ۳۹۴ نفر بود. با توجه به مشخص نبودن تعداد دقیق جامعه آماری به دلیل انصراف برخی از کشورها از حضور در رقابت‌ها در لحظات آخر و عدم برگزاری مسابقات در برخی از رشته‌های ورزشی که از قبل تعیین شده بود، نمونه‌گیری به روش کل‌شمار بود و تعداد نمونه برابر با جامعه انتخاب شد. به طوری که در یک مقطع زمانی شش‌ماهه نظرهای همه نمونه‌های مورد پژوهش تحت پرسش و اندازه‌گیری قرار گرفت. البته به همه گردشگران ورزشی پرسشنامه تحویل داده شد که از میان آنها، ۳۸۴ پرسشنامه معتبر گردآوری شد.

در این تحقیق با محوریت مدل تئوریک پیزام و منسفلد (۲۰۰۷) (۱۴) در زمینه امنیت در گردشگری ورزشی از پرسشنامه محقق‌ساخته استفاده شد. پرسشنامه عوامل متعددی همچون نحوه عملکرد نیروی انتظامی، میزان به‌کارگیری پلیس ویژه گردشگری، و عملکرد مدیران ورزشی از دیدگاه گردشگران ورزشی خارجی برای ارتقای امنیت را بررسی می‌کرد. این پرسشنامه شامل پانزده سؤال اصلی بود. پرسشنامه عوامل متعددی مانند عوامل محل امنیت که از دیدگاه گردشگران ورزشی خارجی قبل و حین حضور آنان در ایران موجب احساس ناامنی در آنها می‌شد، منابع ایجاد احساس ناامنی، اماکنی که گردشگران در آن احساس ناامنی می‌کردند، و عملکرد سازمان‌ها و مسئولان ورزش در تأمین و توسعه امنیت از دیدگاه گردشگران ورزشی خارجی را بررسی می‌کرد. پرسشنامه به پنج زبان انگلیسی، روسی، عربی، فرانسوی و آلمانی ترجمه شد و در اختیار نمونه‌ها قرار گرفت. روایی پرسشنامه توسط متخصصان (ده نفر) تأیید شد. برای تعیین پایایی، پرسشنامه بین ۲۵ نفر از گردشگران ورزشی خارجی توزیع شد که پایایی آن از طریق آلفای کرونباخ ( $\alpha = 0/83$ ) به دست آمد که نشان‌دهنده پایایی بالای پرسشنامه بود. در این تحقیق با توجه به اهداف و سؤالات پژوهش، اغلب از آمار توصیفی استفاده شد و

داده‌ها به صورت فراوانی، میانگین، انحراف استاندارد، طبقه‌بندی و رتبه‌بندی ارائه شدند. در بخش آمار استنباطی آزمون کولموگروف-اسمیرنوف، و آزمون دوجمله‌ای به منظور تعیین نرمال بودن توزیع داده‌ها و آزمون میزان مطلوب بودن یا میزان رضایت گردشگران در مؤلفه‌های مورد بررسی استفاده شد. کلیه محاسبات از طریق نرم‌افزار spss16 صورت گرفت.

### نتایج و یافته‌های تحقیق

نتایج نشان داد که نشان داد که ۴۴/۸ درصد از گردشگران ورزشی خارجی قبل از سفر به ایران هیچ‌گونه احساس ناامنی از ایران نداشتند. ۲۶ درصد اعلام کردند بیشترین عاملی که قبل از سفر به ایران موجب احساس ناامنی در آنان می‌شد، عامل احساس ناامنی در حریم شخصی بود. تجاوز به عنف با ۳/۶ درصد عاملی بود که کمترین احساس نگرانی در مورد آن در میان گردشگران ورزشی وجود داشت. همچنین برخی گردشگران مواردی مانند رفتار تند و بد علیه گردشگران زن، و ناامنی در میان تماشاچیان را عوامل احساس ناامنی عنوان کردند (جدول ۱).

جدول ۱. آمار توصیفی مربوط به عوامل مخل امنیت از دیدگاه گردشگران ورزشی خارجی قبل از

#### حضور در ایران

عامل مخل امنیت	فراوانی	درصد
عدم احساس ناامنی	۱۷۲	۴۴/۸
احساس ناامنی در حریم شخصی	۱۰۰	۲۶
پرخاشگری اجتماعی	۷۶	۱۹/۸
سرقت	۷۰	۱۸/۲
ناامنی روانی	۶۲	۱۶/۱
تروریسم	۵۶	۱۴/۶
خشونت و زد و خورد	۴۶	۱۲
سرقت مسلحانه	۳۴	۸/۹
قتل	۲۲	۵/۸
تجاوز به عنف	۱۴	۳/۶
سایر موارد	۶	۱/۶

همچنین نتایج تحقیق نشان داد که ۵۴/۲ درصد از گردشگران ورزشی در طول مدت حضور در رویداد در ایران عاملی را که موجب احساس ناامنی در میان آنان شود، مشاهده نکردند. ۲۴ درصد عنوان کردند بیشترین عاملی که در طول حضور در رویداد مخل امنیت بوده است، عامل احساس ناامنی در حریم شخصی است. همچنین نتایج نشان داد که هیچ‌کدام از گردشگران ورزشی در طول مدت حضور در رویداد شاهد تروریسم، قتل، سرقت مسلحانه، و تجاوز به عنف نبودند (جدول ۲).

جدول ۲. آمار توصیفی مربوط به عوامل مخل امنیت از دیدگاه گردشگران ورزشی خارجی حین حضور در ایران

عوامل مخل امنیت	فراوانی	درصد
عدم احساس ناامنی	۲۰۸	۵۴/۲
احساس ناامنی در حریم شخصی	۹۲	۲۴
پرخاشگری اجتماعی	۴۴	۱۱/۵
ناامنی روانی	۳۶	۹/۴
سرقت	۱۴	۳/۶
خشونت و زد و خورد	۱۰	۲/۶
تجاوز به عنف	۰	۰
سرقت مسلحانه	۰	۰
تروریسم	۰	۰
قتل	۰	۰

همچنین نتایج نشان داد که تلویزیون با ۴۴/۸ درصد، دوستان و آشنایان با ۳۸ درصد، و اینترنت با ۳۱/۲ درصد به ترتیب بیشترین تأثیر را در مورد القای نگرانی به گردشگران در مورد ناامنی در ایران به‌عهده داشتند. رادیو با ۴/۷ درصد و کتاب با ۳/۱ درصد کمترین تأثیر را در این زمینه داشتند. نتایج تحقیق در بخش منابع ایجاد احساس ناامنی از دیدگاه گردشگران ورزشی خارجی در طول حضور در ایران نشان داد که مردم عامه با فراوانی ۷۸ و ۲۰/۳ درصد و مسئولان برگزاری رویداد با فراوانی ۳۶ و ۹/۴ درصد مهم‌ترین منبع تأثیرگذار در ایجاد احساس ناامنی در این گروه بودند. کمترین احساس ناامنی نیز از سوی تبهکاران و مجرمان با فراوانی ۸ و ۲/۱ درصد به گردشگران ورزشی خارجی وارد می‌شد.



نتایج تحقیق در مورد اماکن و فضاهایی که گردشگران ورزشی در آنها احساس ناامنی کرده‌اند نشان داد که خیابان‌های شهر با فراوانی ۱۳۰ و ۳۳/۹ درصد و وسایل نقلیه با فراوانی ۸۸ و ۲۲/۹ درصد، مواردی بودند که بیشترین احساس ناامنی را برای گردشگران ورزشی ایجاد کردند. رستوران‌ها با ۸/۳ درصد و استادیوم‌ها با ۴/۷ درصد نیز اماکنی بودند که کمترین میزان احساس ناامنی در آنها وجود داشت.

نتایج تحقیق در بخش‌های ۱. آموزش مدیریت بحران برای گردشگران ورزشی، ۲. وجود فرهنگ توسعه امنیت در میان مردم، ۳. دادن آزادی به گردشگران ورزشی در حریم شخصی خود، ۴. استفاده از داوطلبان برای بهبود امنیت گردشگران ورزشی، ۵. آشنا کردن گردشگران ورزشی با فرهنگ ایرانیان، ۶. تسلط مسئولان حفظ امنیت به زبان‌های بین‌المللی، ۷. شایستگی مسئولان در مدیریت بحران و ۸. مهمان‌نوازی و برخورد خوب مردم و مسئولان با گردشگران ورزشی پاسخ به این پرسش تحقیق که نحوه عملکرد مدیران ورزشی از دیدگاه گردشگران ورزشی خارجی برای ارتقای امنیت در ایران در چه سطح بوده است؟ بررسی شد. ابتدا نرمال بودن داده‌ها از طریق آزمون کولموگروف-اسمیرنوف سنجیده شد. سطح معناداری به‌دست‌آمده از این آزمون ( $P=0/001$ ) نشان داد که توزیع داده‌ها نرمال نیست. بنابراین از آزمون ناپارامتریک دوجمله‌ای استفاده شد. سطح معناداری ( $P=0/001$ ) و نسبت به‌دست‌آمده از این آزمون در بخش‌های آموزش مدیریت بحران برای گردشگران ورزشی، تسلط مسئولان حفظ امنیت به زبان‌های بین‌المللی، و شایستگی مسئولان در مدیریت بحران نشان داد که از دیدگاه گردشگران ورزشی خارجی به‌طور معناداری عملکرد مدیران ورزش در این بخش در سطح نامطلوب بوده است. اما سطح معناداری و نسبت به‌دست‌آمده از آزمون دوجمله‌ای در بخش‌های دیگر به‌ترتیب وجود فرهنگ توسعه امنیت در میان مردم ۵۵/۰ به ۴۵/۰ ( $P=0/074$ )، دادن آزادی به گردشگران ورزشی در حریم شخصی خود ۴۸/۰ به ۵۲/۰ ( $P=0/575$ )، استفاده از داوطلبان برای بهبود امنیت گردشگران ورزشی ۴۹/۰ به ۵۱/۰ ( $P=0/721$ )، مهمان‌نوازی و برخورد خوب مسئولان و مردم ۵۵/۰ به ۴۵/۰ ( $P=0/074$ ) و آشنا کردن گردشگران ورزشی با فرهنگ ایرانیان ۴۵/۰ به ۵۵/۰ ( $P=0/074$ )، نشان داد که از دیدگاه گردشگران ورزشی خارجی، نامطلوب بودن عملکرد مدیران ورزش و دست‌اندرکاران توسعه گردشگری در بخش‌های مذکور معنادار نبوده است و به‌عبارت دیگر عملکرد مطلوبی داشته‌اند (جدول‌های ۳ و ۴).

جدول ۳. آزمون دوجمله‌ای مربوط به تعیین نحوه عملکرد مدیران ورزشی از دیدگاه گردشگران ورزشی خارجی برای ارتقای امنیت در ایران

سطح معناداری دوسویه	نسبت آزمون	نسبت مشاهده‌شده	تعداد	طبقه	گروه	توضیح
۰/۰۰۱ <sup>a</sup>	۰/۵۰	۰/۳۹	۱۴۸	$\leq 3$	گروه ۱	آموزش مدیریت بحران به گردشگران
		۰/۶۱	۲۳۶	$> 3$	گروه ۲	
		۱/۰۰	۳۸۴		کل	
۰/۰۷۴ <sup>d</sup>	۰/۵۰	۰/۵۵	۲۱۰	$\leq 3$	گروه ۱	وجود فرهنگ توسعه امنیت در میان مردم
		۰/۴۵	۱۷۴	$> 3$	گروه ۲	
		۱/۰۰	۳۸۴		کل	
۰/۵۷۵ <sup>a</sup>	۰/۵۰	۰/۴۸	۱۸۶	$\leq 3$	گروه ۱	دادن آزادی به گردشگران ورزشی در حریم شخصی خود
		۰/۵۲	۱۹۸	$> 3$	گروه ۲	
		۱/۰۰	۳۸۴		کل	
۰/۷۲۱ <sup>a</sup>	۰/۵۰	۰/۴۹	۱۸۸	$\leq 3$	گروه ۱	استفاده از داوطلبان برای بهبود امنیت گردشگران ورزشی
		۰/۵۱	۱۹۶	$> 3$	گروه ۲	
		۱/۰۰	۳۸۴		کل	
۰/۰۷۴ <sup>d</sup>	۰/۵۰	۰/۴۵	۱۷۴	$\leq 3$	گروه ۱	آشنا کردن گردشگران ورزشی با فرهنگ ایرانیان
		۰/۵۵	۲۱۰	$> 3$	گروه ۲	
		۱/۰۰	۳۸۴		کل	
۰/۰۰۱ <sup>a</sup>	۰/۵۰	۰/۸۳۵	۳۲۲	$\leq 3$	گروه ۱	تسلط مسئولان حفظ امنیت به زبان‌های بین‌المللی
		۰/۱۶۵	۶۲	$> 3$	گروه ۲	
		۱/۰۰	۳۸۴		کل	
۰/۰۰۱ <sup>a</sup>	۰/۵۰	۰/۸۲۸	۳۱۸	$\leq 3$	گروه ۱	شایستگی مسئولان در مدیریت بحران
		۰/۱۷۱	۶۶	$> 3$	گروه ۲	
		۱/۰۰	۳۸۴		کل	
۰/۰۷۴ <sup>d</sup>	۰/۵۰	۰/۰۵۵	۲۱۰	$\leq 3$	گروه ۱	مهمان‌نوازی و برخورد خوب مردم و مسئولان
		۰/۴۵	۱۷۴	$> 3$	گروه ۲	
		۱/۰۰	۳۸۴		کل	

جدول ۴. میانگین و انحراف معیار مربوط تعیین نحوه عملکرد مدیران ورزشی از دیدگاه گردشگران ورزشی خارجی برای ارتقای امنیت در ایران

انحراف معیار	میانگین	عوامل مخل امنیت
۱/۳۱	۲/۰۸	آموزش مدیریت بحران به گردشگران ورزشی
۱/۲۱	۳/۳۳	وجود فرهنگ توسعه امنیت در میان مردم
۱/۰۹	۳/۵۶	دادن آزادی به گردشگران ورزشی در حریم شخصی خود
۱/۱۷	۳/۵۴	استفاده از داوطلبان برای بهبود امنیت گردشگران ورزشی
۱/۱۶	۳/۵۵	آشنا کردن گردشگران ورزشی با فرهنگ ایرانیان

ادامه جدول ۴. میانگین و انحراف معیار مربوط تعیین نحوه عملکرد مدیران ورزشی از دیدگاه گردشگران ورزشی خارجی برای ارتقای امنیت در ایران

عوامل مخل امنیت	میانگین	انحراف معیار
تسلط مسئولان حفظ امنیت به زبان‌های بین‌المللی	۲/۱۲	۱/۳۴
شایستگی مسئولان در مدیریت بحران	۲/۲۲	۱/۳۴
مهمان‌نوازی و برخورد خوب مردم و مسئولان	۳/۴۶	۱/۲۱

### بحث و نتیجه‌گیری

نتایج تحقیق در بخش تعیین و اولویت‌بندی عوامل مخل امنیت قبل از حضور گردشگران ورزشی خارجی در ایران نشان داد که گردشگران ورزشی، ایران را به‌عنوان منطقه بی‌خطر نمی‌شناسند و در موارد اشاره‌شده احساس ناامنی می‌کنند. با توجه به سوء تبلیغات از طرف رسانه‌های خارجی در مورد وضعیت امنیت در ایران وجود این احساس در گردشگران طبیعی به‌نظر می‌رسد و برطرف کردن آن مستلزم فعالیت‌های فرهنگی و جلب رضایت گردشگران ورزشی در حین حضور در ایران است. نتایج تحقیق در این بخش با یافته‌های تیچاوا (۲۰۰۹) همسوست (۱۵)، اما با نتایج تحقیق آقاسی (۱۳۸۸) مغایر است. اما از این حیث که در مورد برخی از عوامل مخل امنیت احساس ناامنی وجود دارد در هر دو تحقیق شایان ملاحظه است (۱۵). شاید دلیل اصلی این امر سوء تبلیغات رسانه‌ها از وضعیت امنیت در ایران و نسبت دادن غیرواقعی اتفاقات و حوادث منطقه خاورمیانه در مورد ایران و وضعیت خاص سیاسی اجتماعی این منطقه باشد (۱).

نتایج تحقیق در بخش تعیین و اولویت‌بندی عوامل مخل امنیت حین حضور گردشگران ورزشی خارجی در ایران نشان داد که بیشتر گردشگران ورزشی در طول حضور در رویداد عامل مخل امنیتی را مشاهده نکردند. اما برخی گردشگران ورزشی عوامل مخل امنیتی مانند احساس ناامنی در حریم شخصی، پرخاشگری اجتماعی، و ناامنی روانی را مشاهده کردند. هرچند تفاوت درصد مشاهده این عوامل مخل امنیت به‌طور محسوسی نسبت به قبل از سفر کاهش پیدا کرده بود، به‌نظر می‌رسید نگرش اولیه موجود در گردشگران ورزشی در مورد احساس ناامنی در ایران قبل از سفر، در حین حضور در ایران نیز از نظر روانی برخی از آنان را تحت تأثیر قرار داده بود. مقایسه نتایج تحقیقات دایی (۱۳۸۸) و تیچاوا (۲۰۰۹) با تحقیق حاضر نشان داد که با وجود احساس ناامنی قبل از حضور در کشور مقصد،

گردشگران ورزشی حین حضور در این کشورها در حد بسیار پایینی شاهد عوامل مخل امنیت بودند و بیشترین میزان احساس ناامنی در گردشگران ورزشی ذهنی بود و مصادیق عینی ناامنی به ندرت در طول حضور گردشگران ورزشی در ایران اتفاق افتاده است (۱۵،۵). بنابراین از طریق اقداماتی مانند استفاده از پلیس ویژه گردشگری، ارتقای خدمات رفاهی ارائه شده به گردشگران ورزشی، تبلیغات در کشورهای خارجی برای جذب گردشگر ورزشی توسط رسانه‌ها و مقابله با سوء تبلیغات رسانه‌های خارجی توسط رسانه‌های داخلی می‌توان ذهنیت موجود در میان گردشگران خارج از امنیت در ایران را بهبود بخشید.

در بخش تعیین و اولویت‌بندی کانال‌های ارتباطی که از دیدگاه گردشگران ورزشی خارجی در انعکاس ناامنی در ایران نقش دارند، نتایج نشان داد که با توجه به پرمخاطب بودن تلویزیون و اینترنت نسبت به سایر رسانه‌های ارتباط و نشان دادن چهره غیرواقعی از امنیت در ایران توسط آنها، طبیعی به نظر می‌رسد که گردشگران ورزشی و دوستان و آشنایان آنها تحت تأثیر این سوء تبلیغات قرار گرفته و احساس نگرانی در مورد امنیت ایران داشته باشند. همچنین با مقایسه این تحقیق با تحقیق حاضر نقش بارز تلویزیون، اینترنت و دوستان و آشنایان در مورد تأثیرگذاری بر اذهان گردشگران را به وضوح درمی‌یابیم.

نتایج تحقیق در بخش منابع ایجاد احساس ناامنی از دیدگاه گردشگران ورزشی خارجی در طول حضور در ایران نشان داد که شاید رفتار مسئولان برگزاری رویداد و مردم عامه به نحوی بود که موجب ایجاد احساس ناامنی در آنها می‌شد و این نتایج خود نشان‌دهنده لزوم برگزاری کلاس‌های آموزشی برای مسئولان برگزاری رویداد و مردم عامه در برخورد با گردشگران بود.

نتایج تحقیق در مورد اماکن و فضاهایی که گردشگران ورزشی در آنها احساس ناامنی کرده‌اند نشان داد که انتخاب رانندگان و آموزش آنان و استفاده از وسایل نقلیه استاندارد و ایمن از اصلی‌ترین اقداماتی است که برای افزایش احساس امنیت گردشگران ورزشی خارجی می‌توان انجام داد.

سطح معناداری ( $P=0/001$ ) و نسبت به دست‌آمده از آزمون دوجمله‌ای در بخش‌های آموزش مدیریت بحران برای گردشگران ورزشی، تسلط مسئولان حفظ امنیت به زبان‌های بین‌المللی، و شایستگی مسئولان در مدیریت بحران نشان داد که از دیدگاه گردشگران ورزشی خارجی به‌طور معناداری عملکرد مدیران ورزش در این بخش در سطح نامطلوب بوده است. در واقع به نظر می‌رسد هیچ‌گونه آموزشی به گردشگران ورزشی در زمینه نحوه برخورد با بحران داده نشده است. این امر در

صورت بروز بحران موجب ایجاد مشکلاتی مانند هرج و مرج و افزایش تلفات و خسارات احتمالی و عدم مدیریت به‌موقع بحران خواهد شد که این امر تبلیغی سوء علیه امنیت در کشور خواهد بود. همچنین در صورت عدم تسلط نیروهای تأمین امنیتی به زبان‌های بین‌المللی، آنان نمی‌توانند به‌نحو مطلوب و مؤثر با گردشگران ورزشی ارتباط برقرار کرده و در مواقع بحران آنها را به‌درستی هدایت کنند. با توجه به حضور دائم نیروهای امنیتی در کنار گردشگران ورزشی در صورت تسلط آنان به زبان‌های بین‌المللی ارتباط عمیق‌تر و بهتری بین آنان ایجاد خواهد شد که در ایجاد احساس امنیت در گردشگران ورزشی نقش مضاعفی خواهد داشت. نتایج به‌دست‌آمده از تحقیق در این بخش‌ها با نتایج تحقیق صابر (۱۳۸۸)، صمدیان (۱۳۸۸) و هال (۲۰۱۰) همسو بود (۱۰،۷،۶). نتایج تحقیقات مذکور و تحقیق حاضر نشان می‌دهد که در صورت توجه به بخش‌های یادشده افزایش احساس امنیت در گردشگران ورزشی اتفاق خواهد افتاد و این امر به افزایش تعداد گردشگران ورزشی خارجی به کشور منجر خواهد شد. از این‌رو باید به ابعاد فرهنگی امنیت در گردشگری از طریق آموزش‌های لازم در میان مردم و ارتقای فرهنگ مهمان‌نوازی و برخورد خوب با گردشگران ورزشی، و آزاد گذاشتن گردشگران در حریم شخصی آنان توجه کرد.

## منابع و مآخذ

۱. آقاسی، عبدالله؛ ابراهیم‌زاده، عیسی و هادیانی، زهره. (۱۳۸۸). "نقش امنیت در توسعه گردشگری پایدار، مطالعه موردی: شهرستان چابهار". اصفهان: دفتر تحقیقات کاربردی فرماندهی انتظامی استان اصفهان، ویژه‌نامه مقالات برگزیده، صص ۹۷-۱۱۶.
۲. اصفهانی، نوشین. (۱۳۸۷). "تحلیل عوامل مؤثر بر جهانگردی ورزشی ایران و ارائه مدل برنامه‌ریزی استراتژیک". رساله دکتری در رشته مدیریت ورزشی دانشگاه تهران، صص ۱۲۵-۵۴.
۳. حاجی مرادی، الهام. (۱۳۸۸). "بررسی اکوتوریسم پایدار و نقش امنیت در توسعه آن". اصفهان: دفتر تحقیقات کاربردی فرماندهی انتظامی استان اصفهان، ویژه‌نامه مقالات برگزیده، صص ۲۰۱-۲۱۹.
۴. خسروی، عزت‌الله. (۱۳۸۸). "امنیت مهم‌ترین مؤلفه در جذب توریست. نخستین همایش ملی امنیت و توسعه پایدار گردشگری". اصفهان: دفتر تحقیقات کاربردی فرماندهی انتظامی استان اصفهان، ویژه‌نامه، صص ۷۸-۷۳.

۵. دابی، نگار، گندمکار، امیر و حاتمی، مجتبی. (۱۳۸۸). "تحلیلی بر امنیت و ابعاد فرهنگی گردشگری شهر اصفهان". اصفهان: دفتر تحقیقات کاربردی فرماندهی انتظامی استان اصفهان، ویژه‌نامه مقالات برگزیده، صص ۴۱-۵۲.
۶. صابر، الهه. (۱۳۸۸). "امنیت فرهنگی و گردشگری پایدار". اصفهان: دفتر تحقیقات کاربردی فرماندهی انتظامی استان اصفهان، ویژه‌نامه مقالات برگزیده، صص ۳۸۴-۳۶۳.
۷. صمدیان، منیرالسادات و زمانی، طوبی. (۱۳۸۸). "بررسی تأثیر ابعاد اجتماعی گردشگری بر امنیت". اصفهان: دفتر تحقیقات کاربردی فرماندهی انتظامی استان اصفهان، ویژه‌نامه مقالات برگزیده، صص ۱۶-۴۰.
۸. کلاهچیان، محمود. (۱۳۸۲). "راهکارهای تحقیق امنیت اجتماعی". مجموعه مقالات همایش امنیت اجتماعی. جلد ۱. تهران: معاونت اجتماعی ناجا، صص ۲۲۸-۲۳۱.
9. Emery, P. R. (2002). "Bidding to host a major sports event: the local organizing committee perspective". *The International Journal of Public Sector Management*, 15(4), pp: 316-335.
10. Hall, S. (2010). "An examination of British sport security strategies, legislation, and risk management practices: Lessons learned from the English football league". *The Sport Journal*, 13(2), pp: 1-7.
11. Hall, S. (2010). "Effective security management of university sport venues". *United States Sports Academy*, 13(3), pp: 24-36.
12. Hurst, R., Zoubek, P., Pratsinakis, C. (2007). "American sports as a target of terrorism: The duty of care after September 11th". Available from: [www.mmwr.com/\\_uploads/UploadDocs/publications/AmericanportsAsATargetOfTerrorism.pdf](http://www.mmwr.com/_uploads/UploadDocs/publications/AmericanportsAsATargetOfTerrorism.pdf).
13. Kotze, N. (2007). "Farm workers' perception concerning poverty and crime: A supporting literature review". *Acta Criminological journal*, 20(2), pp: 102-118.
14. Mansfeld, Y., Pizam, A. (2007). "Tourism, security, and safety: from theory to practice". London: Kindle Edition, Kindle Book, pp: 28- 48.
15. Tichaava, T. M. (2009). "Visitors perceptions of crime and its projected impact on the 2010 FIFA World Cup: A case study of Cape Town". Walter Sisulu University for Technology and Science, East London, South Africa, pp: 2-14.

16. Wolfers, A. (1963). "National security as an ambiguous symbol". *Political Science Quarterly*, 67(4), pp: 481-502.
17. World Tourism Organization. (2001). "Concepts, definitions, and classifications for tourism statistics". Available from from: <http://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/Products/1033/1033-1.pdf>. p. 7.
18. Xueqing, C., Heather, J., Gibson, J., Zhang, J. (2009). "Perceptions of risk and travel intentions: The case of China and the Beijing Olympic games". *Journal of Sport Tourism*, 14(1), pp: 43-67.