



علوم محیطی

علوم محیطی سال هشتم، شماره اول، پاییز ۱۳۸۹  
ENVIRONMENTAL SCIENCES Vol.8, No.1, Autumn 2011

۵۱-۶۸

## مدلسازی انگیزشی در توسعه تفرجگاه‌های پیرامون شهری راهبردی جهت ارتقاء کیفیت زندگی (نمونه موردی: پارک جنگلی عون ابن علی تبریز)

رسول قربانی<sup>۱\*</sup>، احد ابراهیم‌پور لنبران<sup>۲</sup>

۱- گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه تبریز

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه تبریز

### Motivational Modeling in Development of Urban Fringe Recreational Places, An Approach for Improving the Quality of Life – Case Study of the Recreational Area of Oun-Ebn-Ali, Tabriz

Rasul Ghorbani<sup>1\*</sup>, Ahad Ebrahimpour Lanbaran<sup>2</sup>

1- Department of Geography and Urban Planning, Faculty of Human and Social Science, University of Tabriz

2- M.Sc in Geography and Urban Planning, Faculty of Human and Social Science, University of Tabriz

#### Abstract

Most recreation areas in Iran been constructed on the basis of the fabric principle with less attention paid to the mental and behavioral needs of users, in spite of increasing demand for such facilities. In this paper we attempt to analyze the motivation of users with by employing seeking-escaping and Pull and Push theory. At first, we survey people's main motivation for using the natural and man-made attractions of Oun-Ebn-Ali recreation center, based on seeking-escaping theory and then, as a final reward to the users, the relationship between their perceptions and improved indices of the quality of place were evaluated. The results show that the users go to Oun-Ebn-Ali to escape from pressures of everyday life and achieve peace through observing nature, doing sport and meeting friends. Although some undesirable factors such as a shortage of trees for shade and street furniture, congestion and unsuitable accessibility have adversely affected the process of developing recreation place uses and restricted the number of users. According to the results, improving the natural attractions and recreational furniture, better accessibility and distribution of furniture around different parts of the site have increased the desirability of using Oun-Ebn-Ali recreation place.

**Keywords:** Qualities of life, Market segmentation, Seeking-Escaping Theory, Pull and Push Theory, Oun-Ebn-Ali recreation center.

#### چکیده

توسعه تفرجگاه‌ها تاکنون بیشتر معطوف به بخش کالبدی بوده و در آن به نیازهای روانی و رفتاری کاربران توجه کم‌تری شده است. در حالی که عدم پاسخگویی به این نیازها عامل تاثیرگذار در کاهش تعداد استفاده کنندگان از این گونه محیط‌ها می‌باشد. بدین منظور مقاله حاضر در صدد تبیین استفاده از تئوری‌های انگیزشی و روانشناسی اجتماعی بر اساس نظریه‌بخش بندی بازار توریسم در توسعه تفرجگاه‌های پیرامون کلان شهرها است. در این راستا ابتدا انگیزه افراد از حضور در طبیعت و جاذبه‌های تفرجگاه عون ابن علی در قالب نظریه انگیزه جاذبه مطالعه و گروه‌های متمایز انگیزشی کاربران بر اساس تئوری جستجو-گریز شناسایی گردیده‌اند. سپس رابطه بین احساس درک شده به عنوان واسطه و بهبود شاخص‌های منتخب کیفیت زندگی به عنوان پاداش نهایی مورد ارزیابی قرار گرفته‌اند. مطالعه نشان می‌دهد مردم جهت گریز از فشارهای زندگی روزمره و بهرمندی از مزایای حاصل از محیط که نقش ملموسی در ارتقاء کیفیت زندگی آنان دارد به دامن طبیعت پناه می‌برند. هم‌چنین برخی از عوامل مزاحم بر فرایند استفاده مردم و نتایج حاصله از آن تاثیر منفی دارند یا محدوده استفاده کاربران را محدود می‌سازند. در راهبردهای پیشنهادی، توسعه در سه بعد افزایش حضور مردم، گسترش محدوده مورد استفاده و تعمیق احساسات مثبت ناشی از بودن در طبیعت با حذف عوامل مزاحم جهت ارتقاء کیفیت زندگی شهری مدنظر قرار گرفته است.

**کلید واژه‌ها:** کیفیت زندگی، بخش بندی بازار، تئوری انگیزه-جاذبه، تئوری جستجو-گریز، پارک جنگلی عون ابن علی.

\* Corresponding author. E-mail Address: ????

## مقدمه

اجتماعی زندگی شهری نیز می‌باشد، که عبارت از رضایت، تجارب و ادراک مردم از کیفیت محیط زندگی روزانه است (Chiesura, 2004).

توسعه با اهداف خاص مانند توسعه در جهت افزایش بازده یک تفرجگاه کوهستانی در ارتقاء کیفیت زندگی ساکنان تفاوت ماهوی با توسعه یک مکان با اهداف تجاری یا توسعه‌هایی تحت عناوینی مانند ساماندهی که از روی ناچاری و در اثر گسترش استفاده برنامه‌ریزی نشده از محیط و صرفاً جهت کاهش اثرات مخرب زیست‌محیطی آن و تامین حداقل نیازهای رفاهی صورت می‌گیرد، دارد.

هدف پژوهش حاضر ضمن توجه به حفظ پایداری زیست‌محیطی در تفرجگاه کوهستانی عون بن علی تبریز، توسعه آن به عنوان راهبردی نوین جهت ارتقاء کیفیت زندگی شهری است و در این راستا سؤالات اساسی زیر مطرح گردیده‌اند:

تفرجگاه‌های پیرامون شهرها از چه نقشی در ارتقاء کیفیت زندگی شهروندان برخوردارند؟ و فرایند این تاثیر چگونه است؟

چه عواملی این نقش را محدود می‌سازند؟ و با چه راهکارهایی می‌توان این نقش را ضمن حفظ پایداری زیست‌محیطی بهبود بخشید؟

بر همین اساس ابتدا مفهوم کیفیت زندگی شهری و نقش تفرجگاه‌های شهری در آن بیان شده است و پس از انتخاب شاخص‌های مورد نظر و پرسشگری نتایج حاصل بر اساس نظریه بخش‌بندی بازار توریسم<sup>۱</sup> با استفاده از دو تئوری انگیزشی و روان‌شناسی اجتماعی انگیزه-جاذبه<sup>۲</sup> و جستجو-گریز<sup>۳</sup> مورد بررسی قرار گرفته و راهبردهای توسعه مبتنی بر دخالت در فرایند استفاده و حذف عوامل مزاحم ارائه گردیده است.

انباشت رو به تزاید جمعیت در شهرها، تغییر الگوی سکونت، وجود طیف وسیعی از مشکلات زیست‌محیطی و اجتماعی در شهرها و سهم نسبتاً قابل توجه اوقات فراغت در زندگی روزمره مردم از مواردی است که امر توجه به تفرج و طرح‌ریزی و برنامه‌ریزی آن را در محیط‌های شهری و فرا شهری به طور جدی مطرح می‌سازد (Nohorli and rezaei, 2002) و دو سؤال قدیمی را با ضرورتی نوین مطرح می‌کند: طبیعت چگونه می‌تواند در بهبود شرایط زیستی شهرنشینان و پایداری شهری موثر باشد؟ چگونه می‌توان از یک منبع طبیعی برای تفرج بدون آسیب رساندن به آن به شکل پایدار استفاده کرد؟ در این میان، در رابطه با مفهوم توسعه پایدار بیش از سه دهه بحث گردیده است. پایداری به عنوان وجه وصفی توسعه، وضعیتی است که در آن مطلوبیت و موجودیت امکانات در طول زمان کاهش پیدا نمی‌کند (Zahedi and Najafi, 2006). به طور کلی علاقه و تمایل نسبت به بحث پایداری به دو موضوعی مربوط می‌شود که محل تلاقی میان امیال انسانی و برتری طبیعت است: بوم‌محوری با تأکید اکولوژی جهانی و انسان‌محوری با تأکید بر رفاه و بهزیستی (Mohammadi et al., 2007 95). در کنار معیارهای محیطی (مانند صرفه‌جویی در آب و انرژی، بازیافت زباله و غیره)، مسأله کیفیت زندگی در مرکز تمامی تعاریف متعدد شهر پایدار قرار دارد. مفاهیمی مانند میزان سرانه فضای سبز عمومی، پارک‌های عمومی و تفرجگاه‌ها اغلب به عنوان عامل مهمی در ساخت شهر قابل زندگی، مطبوع و جذاب برای شهروندان مطرح بوده‌اند. این عقیده شدیداً وجود دارد که توسعه بیشتر شهرهای پایدار غیر از بهبود اجزای زنده و غیر زنده زندگی شهری شامل جوانب

## مبانی نظری

### مفهوم کیفیت زندگی

مفهوم کیفیت زندگی<sup>۴</sup> در تحقیقات اجتماعی مفهوم تازه‌ای است. اما توجهات و تلاش‌های بسیاری در دهه‌های اخیر در این زمینه صورت گرفته است. طی دو دهه اخیر، محققان بسیاری تلاش کرده‌اند تا تعریفی جامع و استاندارد از کیفیت زندگی ارائه دهند (Pasandideh, 2007). اما با توجه به این موضوع که کیفیت زندگی از یک ساختار بسیار پیچیده برخوردار است گویا شگفت‌انگیز نیست که نه تعریف معین و نه روش سنجش استاندارد برای آن وجود داشته باشد (Rapley, 2005).

تا مدت‌ها، کیفیت زندگی بیشتر در حوزه طب و پزشکی مورد توجه بود، اما طی سالیان اخیر محققان دیگر رشته‌ها همچون: روانشناسی، اقتصاد، جامعه‌شناسی و حتی جغرافیا به این مفهوم توجه نشان داده و سعی کرده‌اند تا آن را باز تعریف کنند (Pasandideh, 2007). رویکرد صرف شهرسازی به ابعاد کالبدی - کارکردی شهر بدون توجه به ارزش‌ها و اهداف اجتماعی و اقتصادی مترتب بر آن، فلسفه وجودی شهرها به عنوان محلی برای زندگی را با تردید جدی مواجه کرد، به گونه‌ای که عمده انتقادات علیه این نوع برنامه‌ریزی متوجه اهداف و ارزش‌های اجتماعی و کیفی و به عبارتی «قابل زیست بودن شهرها» متمرکز شده است (Kokabi, 2005). چنانچه از میانه دهه ۸۰ میلادی سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان در آمریکای شمالی و اروپا توجه زیادی به ساخت معیارهایی جهت توسعه پایدار و بهبود کیفیت زندگی در نواحی شهری داشته‌اند (De Sousa and Christopher, 2003). براین مبنی امروزه برنامه‌ریزی بر مبنای انگاشت کیفیت زندگی یکی از مهم‌ترین دیدگاه‌ها در زمینه برنامه‌ریزی شهری در کشورهای توسعه یافته می‌باشد و برنامه‌ریزی شهری در کشورهای توسعه یافته بر

اساس "تدارک محیط مناسب برای زندگی" و در پی آن "برنامه‌ریزی برای ارتقاء کیفیت زندگی" پایه‌گذاری شده است (Moradi, 2006).

از منظر تاریخی، گرایش به کیفیت زندگی از سه منبع بوجود آمده است:

الف- تغییر عقیده افراد از این باور که تنها پیشرفت علمی، پزشکی و تکنولوژی می‌تواند منجر به بهبود زندگی شود، به این باور که بهزیستی فردی، خانوادگی، اجتماعی از ترکیب این پیشرفت‌ها به همراه ارزش‌ها و ادراکات فرد از به‌زیستی و شرایط محیطی به وجود می‌آید (جدول ۱).

ب- کیفیت زندگی گام منطقی بعد از جنبش عمومی سازی می‌باشد که بر خدمات جامعه محور به منظور ارزیابی پیامدهای زندگی فردی در جامعه تاکید دارد.

ج- افزایش توانمندی مصرف‌کننده خدمات، به علت حرکت‌های حقوق مدنی و تاکید بر برنامه‌های فرد محور (Pasandideh, 2007).

کیفیت زندگی مفهومی متنوع و غنی است که در منابع علمی و فنی مرسوم شده است و نه تنها بر داده‌های خام حاصل از تحقیق بلکه هم‌چنین بر شاخص‌های گوناگون سازگار با شخصیت، تعلقات و تحول فردی اشاره می‌کند. از این رو است که بیشتر عقاید در زمینه کیفیت زندگی در مورد ویژگی‌های زیر اشتراک نظر دارند: احساس عمومی خوشبختی، حس مثبت از روابط اجتماعی و فرصت‌های بروز توانایی‌های فردی (SIRG on QOL, 2000). در واقع مفهوم کیفیت زندگی یک متغیر مرکب می‌باشد که از چندین متغیر متاثر می‌گردد. تغییر در سطح درآمد مردم، شرایط زندگی، وضع سلامت، محیط، فشار روحی روانی، فراغت، شادمانی خانوادگی، روابط اجتماعی و چندین متغیر

مناطق نه تنها پایداری محیط با خطر مواجه می شود، بلکه امنیت اجتماعی و نقش روانی آن دچار چالش می گردد (Kadivar and Saggaei, 2006). پارک ها و تفرجگاه ها به دلایل متعدد تاثیر به سزایی در سلامت اقتصادی شهرهای ما و نیز در کیفیت زندگی شهروندان دارند. اولاً پارک ها و برنامه های تفریحی در نواحی شهری می توانند در ارتقاء بهداشت و سلامت عمومی بوسیله تشویق فعالیت های جسمانی و روانی و نیز بوسیله مهیا کردن پادزهرهایی علیه استرس های شهری یاری رسانند. هم چنین احساسات و هیجانات برانگیخته شده در تفرجگاه ها که توسط مردم درک می شوند نقش مهمی در بهزیستی آنان دارد. ثانیاً پارک ها ارزش مهمی جهت سازگاری جمعیت شهری دارند و می توان به آن ها در کاهش تاثیر بصری محیط که قیر و بتن بر آن مسلط شده اند کمک کند. ثالثاً پارک ها بخصوص آن هایی که درختان بسیاری در آن ها وجود دارد، بوسیله رفع یا کاهش آلودگی های جوی نقش عمده ای در سلامت عمومی دارند (Salazar and Menendez, 2007).

در این میان کوهستان ها ارزشمندترین و زیباترین نمودهای طبیعت هستند که از نظر تنوع زیستی بسیار غنی اند. و هم چنین از جمله سیستم های انسانی - طبیعی هستند که دارای هویت در ابعاد اکولوژیک، اقتصادی و اجتماعی است (Behbahani and Shafyei, 2007). یافته ها نشان می دهد احساسات و هیجانات بوجود آمده در تفرجگاه ها که توسط مردم دریافت می شوند به عنوان عامل بسیار مهم در بهزیستی آن ها شناخته شده اند. همه این منافع احساسی و روانی به شدت در کیفیت زندگی بشری که از اجزاء کلیدی توسعه پایدار است، نقش دارند (Chiesura, 2004) (شکل ۱).

دیگر (Jajarmi and Kalkateh, 2006). در واقع امروزه ادراکات و ارزش ها - جنبه های درونی فرد - به عنوان شاخص اصلی کیفیت زندگی توسط محققین شناخته شده است (جدول ۱). البته این بدان معنی نیست که شاخص های بیرونی (مانند: وضعیت اقتصادی) دارای اهمیت نیستند اما ارتباط بین این گونه شاخص ها و احساس خوشبختی فردی نسبتاً اندک است (SIRG on QOL, 2000).

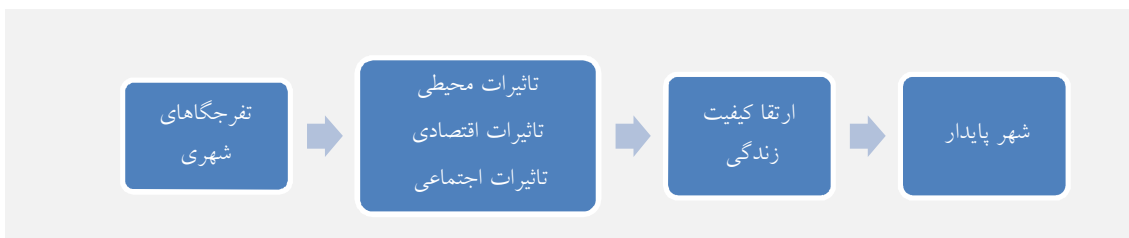
جدول ۱- ابعاد بهزیستی درونی و بیرونی

شرایط بیرونی	بهزیستی درونی	
	خوب	بد
خوب	خوشبختی	ناهنجاری
بد	سازگاری	محرومیت

ماخذ: (Mark Raply, 2003)

### نقش تفرجگاه های شهری در کیفیت زندگی

یک منبع طبیعی برای تفرج عبارت است از هر گونه سیستم طبیعی اعم از آب یا خشکی (همراه درخت یا بدون درخت) که برای استفاده تفرجگاهی کنار گذارده می شود (Majnoonian, 1995). علاوه بر خدمات محیط زیستی مانند پالایش هوا و آب، کنترل صدا و باد یا تثبیت اقلیم خرد، مناطق طبیعی خدمات اجتماعی و روانی فراهم می سازند که قطعاً برای زیست پذیری شهرهای مدرن و بهزیستی ساکنان شهر مهم می باشد (Chiesura, 2004). تفرجگاه های پیرامون کلان شهرها که به طور خودجوش توسط مردم و خارج از هدایت رسمی از سوی برنامه ریزان و دولت به عنوان مکانی برای گذران اوقات فراغت در نظر گرفته می شوند. یکی از این حوزه ها است که نیازمند ساماندهی از سوی مسئولان محلی و فرا محلی است. در صورت عدم ساماندهی این



شکل ۱- تفرجگاه‌های شهری و شهر پایدار (ماخذ: Chiesura, 2004)

سایر محققان نیز تلاش‌هایی در این زمینه صورت دادند و سیستم‌هایی مبتنی بر ارزش‌ها و نگرش‌ها و یا سلسله مراتب انگیزه سفر بر اساس سلسله مراتب نیازهای مازلو بنیان نهادند.

**گوسنس (2000)**<sup>۵</sup> هیجان‌ات را به عنوان عوامل روانشناختی عامل انگیزش و جذب مطرح ساخت. وی معتقد بود گردشگران بوسیله نیازهای هیجانی برانگیخته و توسط منافع هیجانی جذب می‌شوند. نیازهای کاربران (عوامل انگیزشی) شامل گریز، آرامش، اجتماع‌گرایی و نوگرایی، در حالی که منافع هیجانی (عوامل جذب) توسط تبلیغات یا آگاهی از مقصد و خدمات تصدیق شده‌اند (Amirtahmaseb, 2007). مقصود از عوامل انگیزشی نیروهایی است که در درون فرد و در محتوای اجتماعی شخص موجب حرکت وی می‌شود. در واقع این‌ها نیروهای انگیزشی هستند. بر عکس عوامل جذب عبارت‌اند از ویژگی‌های مقصد که یک بازدیدکننده تصور می‌کند (Gee, 1385).

ب- ایسو-اهولا (1982)<sup>۶</sup> تئوری انگیزشی توریسم جستجو-گریز را از دیدگاه روانشناسی توسعه داد. روانشناسان اشاره می‌کنند که انگیزه یک عامل درونی است که بر رفتار فرد تاثیر می‌گذارد. این عامل می‌تواند به رضایت باطنی پیوند یابد. بنابراین، به طور ویژه در فعالیت‌های تفریحی جهت کسب رضایت با جستجو و گریز دخالت می‌کند. (Amirtahmaseb, 2007). منظور

### تئوری‌های انگیزشی در توسعه تفرجگاه‌ها

توسعه تفرجگاه‌ها تاکنون بیشتر معطوف به بخش کالبدی بوده است. فرایند استفاده مردم از تفرجگاه‌ها به دلیل پیچیدگی‌های روانی و رفتاری افراد بسیار مغایر با آن چیزی است که برخی تصور می‌کنند: اگر محل مناسبی برای تفریح ساخته شود مردم از آن استقبال خواهند کرد. اینکه مردم چرا به مسافرت می‌روند و چرا از مکان‌های خاصی استقبال می‌کنند در این زمینه از اهمیت بسیاری برخوردار است؛ تفاوتی ندارد که این مقصد یک کشور خارجی باشد یا یک پارک محلی. «در پرسش نخست درک روانی کاربر مطرح است، در حالی که در پرسش دوم باید به جنبه‌های جذابیت و کشش مقصد توجه کرد» (Gee, 2006).

تئوری‌های انگیزشی تلاش می‌کنند تا آن دسته از عوامل درونی را که باعث تقویت نیازهای رفتاری می‌شوند، نشان دهند. این نیازهای شامل کمبودهای فیزیکی یا روانی در حد قوی یا ضعیف می‌باشند که موجب تحریک و بروز یک رفتار شده و در نهایت تحت تاثیر عوامل محیطی قرار می‌گیرند (Kreitner and Kinicki, 2005). تاکنون تئوری‌های زیادی برای توجیه انگیزه سفر و الگوهای رفتاری ارائه شده است. نخستین این تلاش‌ها را می‌توان کارهای استنلی پلاگک دانست که کوشید الگوهای رفتاری و انگیزشی افراد را در قالب طیفی از افراد درون‌گرا تا برون‌گرا تفسیر کند. پس از او

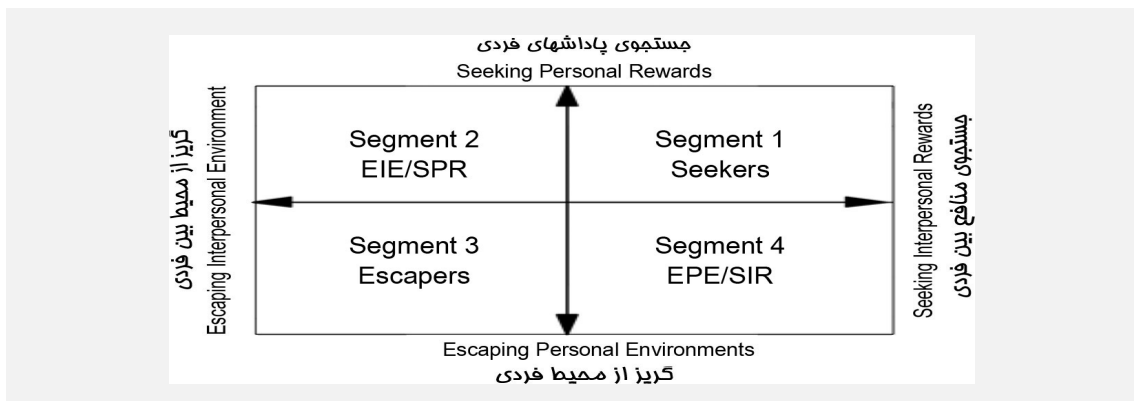
خاصی از عملکرد است که این دو در تئوری، **انتظار** و **واسطه** نامیده می‌شوند (Kreitner and Kinicki, 1384). بنابراین انگیزش، نتیجه ادراکی است که با مقایسه آن‌چه افراد انتظار کسب آن را دارند و آن‌چه واقعا بدست می‌آورند، برایشان حاصل می‌شود. طبق این نظریه افراد هنگامی دست به فعالیتی می‌زنند که هم احتمال دستیابی به نتیجه مطلوب وجود داشته باشد و هم نتیجه مذکور به اندازه کافی برانگیزاننده و مشوق آن‌ها باشد (Asghari, 2007). بنابراین اگر انتظار اولیه حاصل نشود احتمال تکرار آن تجربه کاهش پیدا می‌کند. هم‌چنین بر اساس نظریه تقویت رفتار هر نوع رفتاری که واکنش یا پاسخی عالی در پی داشته باشد به احتمال زیاد تکرار می‌شود. یعنی رفتار تابع نتایجی است که به دست می‌آید (Asghari, 1386)

### مواد و روش‌ها محدوده مطالعه

تفرجگاه کوهستانی عینالی (عون بن علی) با وسعت حدود ۴۸۰ هکتار در شمال شرقی شهر تبریز واقع شده است؛ این تفرجگاه که در واقع حوزه طرح جنگل کاری عون بن علی می‌باشد از شمال به رودخانه آجی چای، از جنوب و غرب به محدوده ساخته شده شهر و از شرق به جاده قدیم اهر (جاده پایان) محدود می‌شود (شکل ۳).

از جستجو در این تئوری رسیدن به پاداش‌های شخصی در دو بعد فردی و بین فردی و منظور از گریز دوری از عوامل و احساسات فردی و بین فردی است. در نتیجه رفتار کاربر اثر متقابل نیروهای اجتناب از محیط یکنواخت و استرس زا و جستجوی مکان تفریحی برای کسب پاداش‌های روانی است. در این فرایند تماس‌های فردی و بین فردی جهت رسیدن به سطح و الگوی مطلوبی از کنش اجتماعی تنظیم می‌شود (Norman and Carlson, 2000). نورمن و کارلسن (2000)<sup>۷</sup> تحقق‌پذیری این تئوری را در بخش‌بندی بازار توریسم مورد ارزیابی قرار داده و در نتیجه به چهار بخش مجزا از توریست‌ها در قالب تئوری دست یافته‌اند بر این اساس دسته اول جهت جستجوی منافع فردی و بین فردی، دسته دوم جهت گریز از محیط بین فردی و جستجوی پاداش‌های فردی، دسته سوم جهت گریز از محیط فردی و بین فردی و دسته چهارم جهت گریز از محیط فردی و جستجوی پاداش‌های بین فردی مسافرت می‌کنند (شکل ۲).

**ج- بر اساس نظریه انتظار وروم<sup>۸</sup> شدت تمایل** افراد به انجام کاری بر اساس توالی دو مرحله‌ای (تلاش ← عملکرد و عملکرد ← نتیجه) قرار دارد. در ابتدا انگیزه تحت تاثیر این موضوع است که سطح خاصی از تلاش به سطح خاصی از عملکرد می‌انجامد سپس اعتقاد فرد به این موضوع است که نتیجه نهایی پیامد سطح



شکل ۲- نتایج حاصل از کاربرد تئوری جستجو-گریز در بخش‌بندی بازار توریسم (ماخذ: Norman and Carlson, 2000)

چند بعدی بودن کیفیت زندگی پذیرفته شده است و این ابعاد بیشتر شامل ابعاد جسمانی، روحی-روانی و اجتماعی می شود (Pasandideh, 1386). در این زمینه چند گروه از شاخص‌های مورد استفاده در سنجش کیفیت زندگی مانند شاخص‌های کیفیت زندگی مبتنی بر سلامت، شاخص‌های کیفیت زندگی و بهزیستی اجتماعی-فرهنگی شهری مورد استفاده در نیوزلند، استرالیا، کانادا و آمریکا، شاخص کیفیت زندگی جانستون (۱۹۸۸)، شاخص بهزیستی اقتصادی، شاخص سلامت اجتماعی (۱۹۹۸) و شاخص کیفیت زندگی ویرجینیا (۱۹۹۸)<sup>۱۰</sup> بررسی و ۹ شاخص که ارتباط بیشتری با موضوع مطالعه داشت انتخاب شدند. در انتخاب سایر شاخص‌ها مانند انگیزه و جاذبه و دلایل مردم از حضور در بخش خاصی از تفرجگاه از مطالعات کتابخانه‌ای و مصاحبه‌های اولیه با کاربران استفاده شده است.

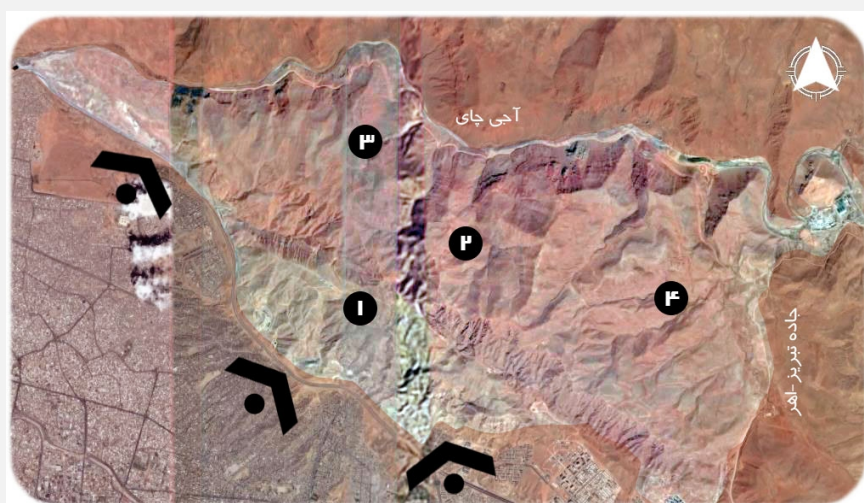
### مواد پژوهش

داده‌های اولیه طی مراحل مختلف مطالعات میدانی بین بازدیدکنندگان تفرجگاه عینالی جمع آوری شده‌اند.

ارتفاعات عینالی که منظر اصلی طبیعی شمال و شرق تبریز را تشکیل می‌دهد. این محدوده با داشتن محورهای پیاده روی، کوه پیمایی، زیارتگاه عون بن علی و مقبره شهدای گمنام، فضاهای خدماتی و فضای سبز نسبتاً متنوع در طول سال بخصوص تعطیلات آخر هفته مورد استفاده جمع کثیری از شهروندان قرار می‌گیرد.

### انتخاب شاخص‌ها

با توجه به موضوع و اهداف، ابتدا منابع کتابخانه‌ای درباره نقش تفرجگاه‌های شهری در پایداری شهری و بالاخص مقوله کیفیت زندگی مورد بررسی قرار گرفت و ضمن تدوین مبانی نظری، شاخص‌هایی که می‌توانند برای ارزیابی نقش یک تفرجگاه در ارتقا کیفیت زندگی و پایداری شهری مورد استفاده قرار گیرند، انتخاب شدند. چنان‌که پیشتر در مبانی نظری اشاره شد با توجه به چند بعدی بودن مفهوم کیفیت زندگی تعریف واضح و شاخص‌های استاندارد برای سنجش آن وجود ندارد و در هر حوزه محققین بر اساس اهداف تحقیق خود آن را تعریف و مورد استفاده قرار داده‌اند. «به هر حال واقعیت



شکل ۳- محدوده پارک جنگلی عون ابن علی، ورودی‌های اصلی و مکان‌های پرسشگری

بر اساس تئوری‌های انگیزشی سوالات زیر مطرح شده است:

انگیزه مردم از حضور در طبیعت چیست؟ چه جاذبه‌هایی مردم را به طبیعت می‌کشاند؟ آنان چرا مکان‌های خاصی را انتخاب می‌کنند؟ (انگیزه-جاذبه)  
حضور در طبیعت چه پاداش‌های نهایی برای استفاده‌کنندگان دارد؟ واسطه دستیابی به این پاداش‌ها چیست؟ (انتظار)

انگیزه‌های افراد از حضور در طبیعت چه تفاوت‌هایی دارد؟ این انگیزه‌های متفاوت چه نیازها و رفتارهای متفاوتی را ایجاد می‌نماید؟ (بخش بندی کاربران)  
برای ارائه رهنمودهای توسعه، براساس فرایند استفاده، بهبود شرایط عمومی محیط جهت تشویق به حضور مردم در تفرجگاه، حذف عوامل منفی تاثیرگذار در عدم استفاده افراد از کل گستره پارک جهت افزایش ظرفیت برد و حذف یا تقلیل عوامل مزاحم جهت تعمیق احساسات مثبت درک شده توسط کاربران، مد نظر قرار گرفته است. (شکل ۴).

#### نتایج

در راستای چارچوب تحلیلی تحقیق در پاسخ به سوال اول ابتدا انگیزه حضور در طبیعت بر اساس تئوری جستجو-گریز شناسایی و بخش بندی بازار بر مبنی تفاوت‌های انگیزشی موجود در چهار گروه صورت گرفته است. سپس با توجه به اختلاف چشمگیر بین استفاده از محدوده آرامگاه و مسیرهای منتهی به آن با سایر نواحی پارک دلایل عدم استفاده از سایر مکان‌ها بررسی شده است.

احساس حاصل از حضور در طبیعت به عنوان واسطه و ارتقاء کیفیت زندگی بر اساس شاخص‌های تعیین شده به عنوان پاداش نهایی مورد انتظار در پاسخ به سوال دوم

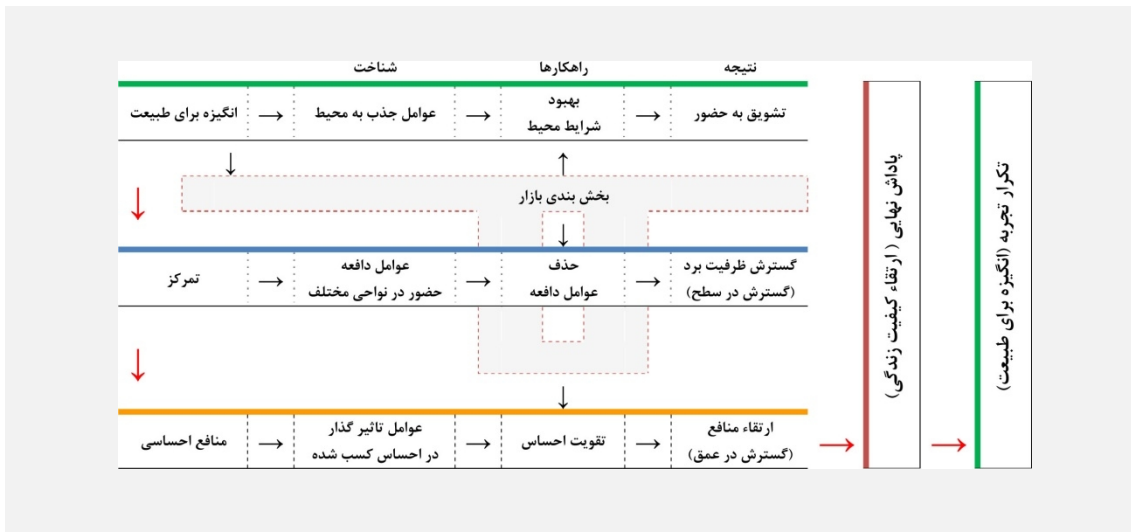
پرسشنامه اولیه بعد از آزمون بر روی نمونه اندکی از بازدیدکنندگان تصحیح شد و پرسشگری نهایی در چند مرحله در روزهای تعطیل و غیر تعطیل، صبح و عصر، در چهار نقطه شناسایی شده از تفرجگاه صورت گرفت. نقاط شناسایی شده که مراکز اصلی تجمع بازدیدکنندگان محسوب می‌شوند بدلیل دسترسی از نواحی متفاوت شهر و خصوصیات دید و منظر و امکانات متفاوت، پذیرای گروه‌های متفاوتی از شهروندان می‌باشند. نمونه‌گیری به شکل تصادفی از بین بازدیدکنندگان بالای ۱۵ سال انجام گرفته و تلاش شده است نسبت تقریبی بین زنان و مردان رعایت شود. بعد از حذف پرسشنامه‌های ناقص و آن دسته از پرسشنامه‌هایی که در آن‌ها از گزینه‌های یکسان (موافق یا مخالف) برای پاسخ به اکثر بندها استفاده شده بود، در نهایت تعداد ۱۰۰ پرسشنامه انتخاب و در ارزیابی نهایی مورد استفاده قرار گرفته‌اند.

برای تکمیل نتایج کمی حاصل از پرسش‌های بسته تعدادی پرسش باز با فضای خالی در پرسشنامه گنجانده شده بود که پاسخ دهندگان می‌توانستند نظرات خود را در آن بیان کنند. هم‌چنین از آن‌جایی که پرسشگری به شکل حضوری انجام می‌گرفت در برخی موارد از پاسخ‌دهندگان خواسته می‌شد پاسخ خود را مستدل نمایند که این امر در تحلیل نهایی نتایج بسیار موثر بوده است.  
در عین حال از روش مشاهده نیز برای بررسی ویژگی‌های مناطق مختلف تفرجگاه از قبیل دید و منظر، امکانات و جاذبه‌ها، میزان تخریب چشم‌اندازهای طبیعی و ثبت الگوهای متفاوت رفتاری کاربران و حوزه عملکرد یا نفوذ آن‌ها بهره گرفته شده است.

#### چارچوب تحلیلی تحقیق

پس از جمع‌آوری داده‌های اولیه جهت توسعه تفرجگاه





شکل ۴- چارچوب تحلیلی تحقیق بر اساس تئوری‌های انگیزشی (Source: Researchers Accounts)

مورد ارزیابی واقع شده است. شناسایی عوامل مزاحم و موانع استفاده بر اساس نظرات کاربران جهت ارائه راهکارهای توسعه در سه بعد، بخش پایانی مطالعه را تشکیل می‌دهد.

### توجیحات مردمی در استفاده از تفرجگاه عون بن علی

خصوصیات کلی و نحوه استفاده از سایت به شرح زیر می‌باشد، داده‌های اولیه نشان دهنده تفاوت‌های رفتاری بین زنان و مردان است:

- ۵۴ درصد از بازدیدکنندگان به اتفاق دوستان و ۴۰ درصد با اتفاق خانواده از کوه استفاده می‌کنند. این نسبت در مورد زنان متفاوت است (۶۰ درصد با خانواده، ۴۰ درصد با دوستان)؛ ۶ درصد از بازدیدکنندگان نیز به تنهایی به کوه آمده بودند که همگی در گروه جنسی مردان قرار دارند؛

- ۶۰ درصد مردان و ۵۰ درصد زنان هر هفته به کوه می‌آیند. در بین هفته استفاده زنان از کوه بسیار محدود و نزدیک به صفر است. در کل زمان تکرار

تجربه در مردان کوتاه‌تر از زنان است؛  
 - مردان معمولاً یک تا چهار ساعت را در کوه می‌مانند. (یک ساعت ۲۷.۵ درصد، دو ساعت ۲۵ درصد و سه تا چهار ساعت ۴۰ درصد) ولی اکثریت زنان (۷۰ درصد) تنها یک ساعت در کوه می‌مانند.  
 - استفاده از کوه به ترتیب در فصول تابستان و بهار رایج‌تر است. استفاده در فصل پاییز کاهش یافته و در زمستان به پایین‌ترین حد می‌رسد.  
 - آرامگاه عون بن علی و اطراف آن (شماره ۱ در شکل ۳) با ۸۵ درصد در میان مردان و ۱۰۰ درصد در میان زنان بیشترین تعداد بازدیدکنندگان را به خود اختصاص می‌دهد. اطراف چشمه‌های پشت کوه با ۳۴ درصد در رتبه بعدی قرار دارد. این نسبت برای مردان ۴۰ و زنان تنها ۱۰ درصد است.

### انگیزه حضور در طبیعت

بر اساس نتایج حاصل از پرسشگری عوامل انگیزشی<sup>۱۱</sup> اصلی مردم برای حضور در طبیعت را می‌توان در چهار گزینه تماشای منظر طبیعی، بودن با خانواده و دوستان،

می گیرند.

افرادی که از محیط‌های بین فردی گریزانند (بخش دوم) بیشتر از سایرین تنها به کوه می آیند. هم چنین افراد گریزان از محیط‌های فردی و بین فردی (بخش سوم) بیشتر از سایرین در کوه می مانند. استفاده از کوه در فصول پاییز و زمستان نیز در میان این گروه رایج تر است.

### جاذبه‌های کوهستان نسبت به سایر تفرجگاه‌ها

طبق تئوری انگیزه-جاذبه مردم به دلایل خاصی به حضور در طبیعت برانگیخته می شوند ولی عوامل جذب<sup>۱۲</sup> خاص هر مکان آنان را به سوی خود می کشد. آب و هوای مناسب تر نسبت به پارک‌های شهری، امکان استفاده از کوه برای کوهپیمایی و ارجحیت مناظر طبیعی به مناظر انسان ساخت سایر پارک‌ها سه دلیل عمده جذب کننده مردم به پارک جنگلی می باشد (جدول ۲). هم چنین سرمای هوا در زمستان توسط هر دو گروه جنسی، نبود سایه و درخت در تابستان و تخریب مناظر طبیعی توسط مردان و مخاطرات طبیعی و احساس ناامنی توسط زنان به عنوان موانع حضور در طبیعت عنوان شده است (جدول ۲). در بین بخش‌های چهارگانه در زمینه جاذبه‌ها اختلاف معنی دار چندانی با توجه به تعداد نمونه‌ها وجود نداشت تنها نکته قابل توجه انتخاب کوه توسط افراد بخش چهارم که از محیط فردی گریزانند به دلیل ازدحام پارک‌های شهری می باشد. هم چنین تخریب چشم اندازهای طبیعی برای افراد گروه سوم که با گریز از محیط فردی و بین فردی به دامان طبیعت پناه می برند بیشتر از سایر گروه‌ها حائز اهمیت می باشد چنان که نبود سایه در تابستان، سرمای هوا در زمستان و مخاطرات طبیعی برای اعضای این بخش کم تر از بقیه اهمیت دارد.

فرار از یکنواختی زندگی و پیاده روی خلاصه کرد به گونه‌ای که تمام پاسخگویان حداقل یکی از چهار دلیل را به عنوان دلیل حضور در طبیعت بیان داشته‌اند (جدول ۲). با توجه به اینکه هر نفر می توانست سه مورد از گزینه‌ها را به عنوان انگیزه خود ذکر نماید، بخش بندی کاربران با استفاده از تئوری جستجو-گریز انجام گرفت. بخش اول را افرادی تشکیل می دهند که برای جستجوی منافع و پاداش‌های فردی و بین فردی به کوه می آیند، بخش دوم جستجوی پاداش‌های فردی و گریز از محیط بین فردی، بخش سوم گریز از محیط فردی و بین فردی و بخش چهارم گریز از دغدغه‌های فردی و جستجوی پاداش‌های بین فردی را مد نظر دارند (شکل ۵).

بخش اول Seekers حدود ۳۰ درصد کاربران	بخش دوم EIE/SPR حدود ۱۸ درصد کاربران
بخش چهارم EPE/SIR حدود ۳۰ درصد کاربران	بخش سوم Escapers حدود ۲۲ درصد کاربران

شکل ۵- درصدهای حاصل از بخش بندی کاربران سایت

(Source: Researchers Accounts)

نتایج حاصل از مقایسه بخش‌های مختلف نشان دهنده تفاوت‌های آشکار بین بخش‌های مختلف می باشد: در حالی که ترکیب کلی مردان و زنان ۴ به ۱ می باشد بخش سه یعنی افراد گریزان از محیط‌های فردی و بین فردی، دارای نسبت جنسی کامل مردانه‌اند (۱۰۰ درصد مرد). در بخش چهارم نیز نسبت زنان تا ۴۰ درصد افزایش یافته است که نشان می دهد زنان بیشتر از مردان در جستجوی پاداش‌های بین فردی و ارتباطی می باشند. هم چنین جوانان نیز بیشتر در این گروه (بخش چهارم) قرار

## دلایل تمرکز استفاده در مکان‌های خاص

### تفرجگاه

با توجه به وجود تمرکز استفاده از نواحی اطراف آرامگاه عون ابن علی و یادمان شهدا از کاربران پرسیده شد که چه عواملی باعث می‌شود که افراد از سایر نواحی تفرجگاه استقبال نکنند. بی‌شک پاسخ‌ها حالت مقایسه‌ای دارد یعنی کمبود امکانات رفاهی سایر نواحی، امکانات رفاهی بالنسبه مناسب در مکان تمرکز را می‌رساند. بر اساس نتایج حاصل از پرسشگری دوری مسافت دلیل اصلی عدم تمایل مردم به استفاده از سایر نواحی پارک می‌باشد. در شکل (۳) مکان اصلی استفاده با شماره (۱) نشان داده شده است که دارای فاصله دسترسی حدود ۲۵ (مسیر میانبر) تا حدود ۴۵ دقیقه (مسیر اصلی) از ورودی اصلی پارک می‌باشد سایر نواحی تمرکز کاربران از نقطه (۱) به ترتیب دارای فاصله دسترسی ۴۵ دقیقه، یک ساعت و حدود یک ساعت و نیم می‌باشند (نقاط ۲، ۳ و ۴). نبود شناخت از سایر نواحی تفرجگاه بدلیل عدم اطلاع رسانی و نبود تابلوها راهنما و نیز نبود امکانات رفاهی در سایر نواحی کوه از دیگر علل عدم استقبال افراد می‌باشند. در میان زنان نیز عدم احساس امنیت اجتماعی، دلیل اصلی عدم استقبال از سایر مکان‌ها ذکر شده است (جدول ۲).

### احساس تجربه شده به لحاظ حضور در طبیعت

چنان که گفته شد بر اساس تئوری انتظار پاداش نهایی حضور مردم در طبیعت ارتقاء کیفیت زندگی فرض شده است که اگر نتیجه مورد انتظار حاصل شود رفتار تقویت و در غیر این صورت تضعیف می‌شود ولی خود این پاداش نهایی مستقیماً بدست نمی‌آید بلکه دستیابی به پاداش نهایی از طریق واسطه‌ای که در این مورد احساس

تجربه شده در طبیعت است، صورت می‌گیرد. لذا با سوالاتی از کاربران احساس تجربه شده از حضور در طبیعت (جدول ۲) و تاثیر آن در شاخص‌های منتخب زندگی روزمره مورد پرسش قرار گرفته است و سپس با استانداردسازی داده‌های مربوط به شاخص کیفیت زندگی بر اساس احساس تجربه شده تلاش شده است روابط موجود بین هر یک از احساسات با شاخص‌های کیفیت زندگی مورد ارزیابی قرار گیرد. حضور در طبیعت تقریباً بر روی هر ۹ شاخص انتخابی کیفیت زندگی تاثیر مثبت دارد در این میان سلامتی، کامیابی و لذت از زندگی اجتماعی نمره بالاتری اخذ کرده‌اند.

جهت شناخت تاثیر احساسات تجربه شده بر هر یک از شاخص‌ها هم‌چنین از روش مصاحبه گزینشی و اختیاری با تعداد حدود ۲۵ نفر از کاربران پارک استفاده شده است. در جدول ۳ رابطه‌مندی آماری بین شاخص‌های منتخب کیفیت زندگی و احساس تجربه شده با نتایج منطقی حاصل از مصاحبه‌ها مقایسه شده است. بی‌شک برای تعمیق احساسات مثبت ناشی از حضور در طبیعت باید عوامل مزاحم دخیل در کاهش آن‌ها را به حداقل رساند به‌همین منظور عوامل مزاحم نیز شناسایی شده‌اند حذف یا کاهش این دسته از عوامل به تقویت احساس تجربه شده و در نهایت به ارتقاء نقش پارک در کیفیت زندگی کاربران می‌انجامد. چهار دسته از عوامل مزاحم اصلی شامل ازدحام و شلوغی محیط، عدم تفکیک و جداسازی فعالیت‌ها و عملکردها، تخریب مناظر طبیعی و عدم رعایت اصول طراحی اکولوژیک و همسو با طبیعت آسیب‌پذیر کوهستان و فقدان برخی از امکانات اولیه و عدم مناسب‌سازی محیط جهت استفاده اقشار مختلف می‌باشند.

جدول ۲. نتایج مطالعات میدانی		
مردان	زنان	درصد
۷۰	۶۰	۶۸
۵۵	۷۰	۵۸
۴۲.۵	۷۰	۴۸
۳۷.۵	۸۰	۴۶
۱۷.۵	۲۰	۱۸
۱۷.۵	۱۰	۱۶
۱۵	۲۰	۱۶
۱۰	۲۰	۱۲
۱۷.۵	۰	۱۴
۲.۵	۰	۲
۷۴	۱۰۰	۷۹
۵۶	۸۰	۶۱
۳۹	۱۰۰	۵۰
۳۹	۰	۳۲
۲۲	۲۰	۲۱
۴	۰	۳
۳۲.۵	۹۰	۴۴
۳۷.۵	۲۰	۳۴
۳۲.۵	۱۰	۲۸
۲۵	۰	۲۰
۱۰	۴۰	۱۶
۷.۵	۳۰	۱۲
۱۲.۵	۰	۱۰
۵	۰	۴
۴۲.۵	۴۰	۴۲
۳۰	۵۰	۳۴
۳۲.۵	۲۰	۳۰
۱۵	۶۰	۲۴
۲۵	۱۰	۲۲
۱۵	۱۰	۱۴
۱۵	۱۰	۱۴
۱۰	۱۰	۱۰
۵۰	۴۰	۴۸
۴۵	۵۰	۴۶
۴۲.۵	۴۰	۴۲
۳۵	۷۰	۴۲
۴۰	۳۰	۳۸
۳۰	۲۰	۲۸
۱۲.۵	۲۰	۱۴

انگیزه‌های افراد از حضور در طبیعت

دلایل انتخاب کوه به جای پارک

دلایل کاهش استقبال مردم از آمدن به کوه

دلایل عدم تمایل استفاده از نواحی مختلف کوه

احساس تجربه شده از حضور در طبیعت

Source: Researchers Accounts

جدول ۳- رابطه منافع کسب شده توسط مردم بر اساس احساس تجربه شده از حضور در طبیعت

تجدید توان	تجربه روانی	طبیعت	وجدان و سرور	آزادی	اعتماد به نفس	سلامتی جسمی و روانی	منافع کسب شده
SL	SL	-	SL	-	SL	-	سلامتی جسمی و روانی و کاهش بیماریهای
-	-	-	L	-	-	-	افزایش کامیابی و لذت بردن از زندگی
-	SL	-	-	-	SL	SL	افزایش لذت از زندگی جمعی و با کنار مردم
-	SL	-	-	-	SL	SL	افزایش کارایی شغلی، تحصیلی یا خانوادگی
-	-	SL	L	SL	SL	-	فراغت فکری و کاهش افکار ناخوشایند
-	-	L	-	L	-	-	افزایش حس هویت، شهروندی و همبستگی
SL	-	-	S	-	-	-	افزایش آگاهیها بخصوص برای کودکان

Source: Researchers Accounts

توضیح: (S) به معنی وجود رابطه مندی آماری بین پارامترها و (L) به معنی وجود رابطه مندی منطقی بین پارامترها می باشد.

## بحث

مناطق دست نخورده تر کوه پناه می برند.  
 - مدت حضور زنان در کوه و میزان مسافتی که آنان با پای پیاده می پیمایند محدودتر است لذا عمق دسترسی آنها به جاذبه های طبیعی تفرجگاه کم تر می باشد.  
 - استفاده از کوه در فصول پاییز و زمستان بسیار محدود است کمبود امکانات رفاهی، بهداشتی و درمانی اولیه مانند فقدان محیط های سرپوشیده دلیل اصلی کاهش استقبال در طول فصول سرد سال می باشد تا جایی که برخی اقدام به ساخت اتاقک های کوچک با مصالح طبیعی جهت استفاده در فصول مختلف کرده اند.  
 - امکانات طبیعی و انسان ساخت بسیار محدود، خارج از نظارت و برنامه ریزی رسمی، باعث ایجاد نقاط تمرکز در تفرجگاه شده است امکانات موجود در کهلیک بلاغی (نقطه ۲ در شکل ۳) شامل دو یا سه اصله درخت و یک چشمه، امکانات موجود در نقطه ۳ شامل یک چایخانه (بوفه) و چشمه و امکانات موجود در نقطه ۴ تنها شامل چند درخت تازه کاشته شده می باشد.  
 راهبردهای توسعه بر اساس دخالت در فرایند تاثیر

برخی ویژگی های اساسی در فرایند استفاده از تفرجگاه کوهستانی عون ابن علی که در توسعه های آتی می باید مد نظر قرار گیرند به شرح زیر می باشند:  
 - گروه های انگیزشی مختلف به فعالیت های خاصی گرایش پیدا می کنند؛ در حالی که در شرایط فعلی اختلاط کارکردهای مختلف به عنوان یکی از عوامل مزاحم اصلی در احساس درک شده، توسط کاربران بیان شده است.  
 - میزان رضامندی از محیط در میان افرادی که اولین حضور را تجربه می کنند بیشتر است، با افزایش تعداد استفاده ظرفیت برد ادراکی<sup>۱۳</sup> کاهش پیدا کرده و متعاقب نارضایتی از محیط، جستجو برای یافتن گزینه های مکانی دیگر آغاز می گردد.  
 - احداث مسیرهای دسترسی، طرح های جنگل کاری و ساخت تاسیسات رفاهی بدون توجه به هماهنگی با طبیعت بر احساس یکی شدن و ادغام در طبیعت اثر منفی داشته است؛ افراد گریزان از محیط های ارتباطی بین فردی (گروه دو و سه) جهت دوری از این عوامل به

م تفاوت کوهستان و رفتار فعلی بازدیدکنندگان بر اساس آن می‌تواند بهترین راهنما در تفکیک عملکردها و فعالیت‌ها باشد.

- انتقال بازدیدکنندگان به شکل پلکانی به سایر نواحی پارک راهکار سوم در این زمینه است بدین شکل که بازدیدکنندگان در مراجعات بعدی با توجه به کاهش جذابیت و تازگی محل تمرکز اولیه به سمت جاذبه‌های پیرامون هدایت می‌شوند.

#### **تقویت احساسات مثبت تجربه شده در**

**طبیعت:** تقویت منافع احساسی طبیعت از طریق حذف یا کاهش عوامل مزاحم در درک هر یک از آن احساسات صورت می‌پذیرد، بر اساس یافته‌های پژوهش چهار دسته از عوامل در کاهش منافع احساسی محیط نقش اساسی را دارند. غیر از ازدحام، تفکیک فعالیت‌ها و عملکردها و مناسب‌سازی محیط در بندهای الف و ب به آن‌ها پرداخته شد، تخریب مناظر و ویژگی‌های محیط طبیعی اصلی‌ترین عامل در این زمینه می‌باشد. هر چند در طرح اولیه استفاده از الگوهای طبیعی در طراحی محیط مدنظر قرار گرفته بود ولی در طرح‌های بعدی اصول طراحی منظر طبیعی مخصوصاً در مرحله اجرا رعایت نشده است. کاشت درختان با الهام از جنگل طبیعی به همراه اختلاط گونه‌ها، رعایت الگوی آفتاب و سایه، استفاده از مصالح بومی و رعایت سایر اصول طراحی منظر اکولوژیک در تقویت احساس ادغام با طبیعت بسیار موثر است در این راستا به نظر می‌رسد بهتر است بخشی از طبیعت بکر کوهستان در شیب مخالف کوه حفظ شود. در الگوی پیشنهادی مراکز اصلی خدماتی با دسترسی سواره در حاشیه پارک در نظر گرفته شده‌اند که به عنوان مراکز خوشه‌ها عمل کرده و خدمات اولیه مسافری داخل سایت را تامین می‌کنند.

محیط در ارتقاء کیفیت زندگی کاربران پارک و در سه سطح بهبود شرایط عمومی محیط به عنوان عامل جذب، حذف عوامل دافعه مناطق کم استفاده جهت گسترش در سطح و حذف یا تقلیل عوامل مزاحم در احساس تجربه شده پیشنهاد شده‌اند که در نهایت از طریق پاداش‌های تقویتی خود به عنوان انگیزه جهت حضور مجدد در طبیعت عمل می‌کنند.

#### **تشویق به حضور در طبیعت: مناسب‌سازی**

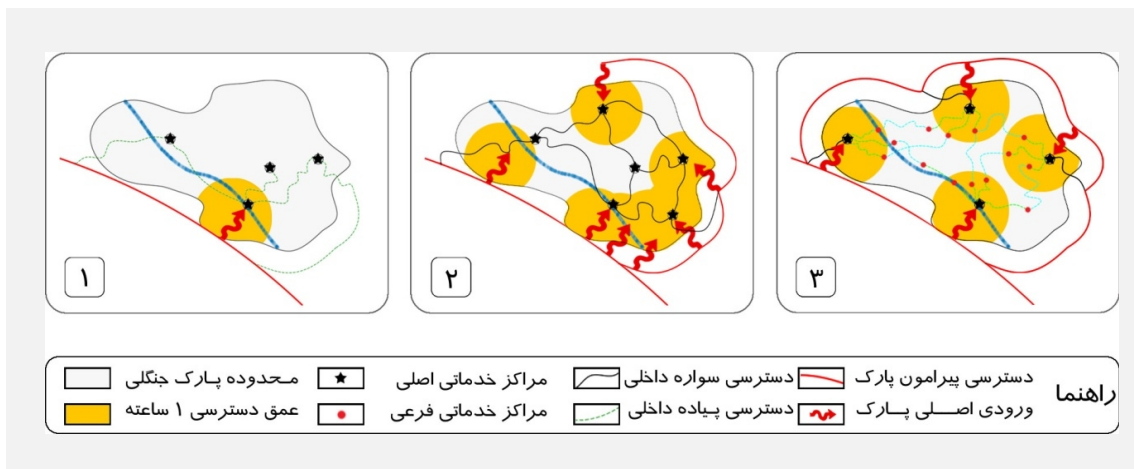
محیط جهت استفاده اقشار مختلف مردم در تمام گروه‌های سنی و جنسی و در طول فصول مختلف با توجه به نظرات استفاده‌کنندگان در بعد کالبدی در کنار ارائه برنامه‌های تبلیغی مناسب جهت معرفی تفرجگاه که منجر به بهبود شرایط عمومی محیط و شناساندن آن به مشتریان بالقوه می‌شود. هم‌چنین نباید از نظر دور داشت که ارتقاء کیفیت زندگی به عنوان پاداش نهایی خود می‌تواند نقش عامل تشویقی را برای حضور مجدد در محیط بازی کند.

#### **کاهش تمرکز: چنان‌که در شکل ۴ نیز مطرح شد؛**

راهکارهای کاهش تمرکز از طریق حذف عوامل دافعه سایر مناطق غیر از محل تمرکز بدست می‌آید. در این راستا پیشنهادات زیر قابل تامل می‌باشند:

- افزایش تعداد ورودی‌ها با توجه به عمق استفاده اقشار مختلف باعث دسترسی بیشتر به نقاط مختلف پارک شده و در نهایت ظرفیت برد تفرجگاه را افزایش می‌دهد.

- ایجاد نقاط تمرکز جدید با امکانات محدود در قالب خوشه‌های فعالیتی مجزا شده بر اساس نیازهای متفاوت بخش‌های بازار استفاده‌کنندگان راهکار دوم در این زمینه است که غیر از کاهش تمرکز باعث صیانت از محیط کوهستان و جلوگیری از اختلاط کاربری‌های خواهد شد. خصوصیات دید و منظر



شکل ۶- الگوی توسعه پیشنهادی

بطور کلی نتایج حاصل از این مطالعه نشان می‌دهد افراد با نیازهای متفاوتی برانگیخته می‌شوند؛ تعداد جستجوگران پاداش‌های ارتباطی (گروه‌های یک و چهار) بیشتر از افرادی است که از محیط‌های ارتباطی بین فردی گریزانند (گروه‌های دو و سه). هر یک از گروه‌های چهارگانه کاربران دارای رفتارهایی نسبتاً متفاوتند. افراد گروه سوم که از محیط‌های فردی و بین فردی فرار می‌کنند بیشتر از سایرین در کوه می‌مانند و استفاده از کوه در فصول سرد سال نیز در میان آنان بسیار شایع تر است. برای این افراد بیشتر از سایرین به تخریب مناظر طبیعی اهمیت می‌دهند. افراد گروه دوم که از محیط‌های ارتباطی بین فردی گریزان و در جستجوی پاداش‌های فردی هستند بیشتر از سایر گروه‌ها تنها به کوه می‌آیند و بیشتر از سایرین از مکان‌های دیگری غیر از اطراف مقبره بازدید می‌کنند و حس ادغام در طبیعت نیز در میان آنان بیشتر است. افراد گروه چهار را که گریزان از محیط فردی و در جستجوی پاداش‌های ارتباطی هستند را بیشتر جوانان و زنان تشکیل می‌دهند اعضای این گروه بدون استثنا از محیط اطراف مقبره استفاده کرده و کم‌تر از بقیه به سایر نواحی کوه می‌روند و احساس شادی به سایر منافع احساسی غلبه دارد. لذا در توسعه تفرجگاه‌ها

۱. وضع موجود استفاده: وجود یک ورودی اصلی با مسیر منتهی به نقطه تمرکز، دسترسی به سایر نقاط اغلب از مسیر اصلی انجام می‌گیرد با توجه به عمق دسترسی محدود برخی گروه‌های جنسی و سنی عملاً قادر به دسترسی به سایر نواحی نمی‌باشند.

۲. الگوی پیشنهادی طرح توسعه عون ابن علی: تعداد دروازه‌های اصلی ورودی به ۷ افزایش یافته است، تفکیک فعالیت‌ها و گسترش سطح دسترسی رعایت شده است. مشکل اصلی تخریب چشم انداز طبیعی به خصوص در فاز اجرا با عدم توجه به اصول منظرسازی طبیعی، عدم توجه به نیازهای گروه‌های متفاوت انگیزشی و پراکنندگی مراکز خدماتی در درون پارک می‌باشد.

۳. الگوی پیشنهادی نگارندگان: دسترسی به گستره نسبتاً وسیعی از پارک ضمن توجه به حفظ بخش‌هایی از پارک به شکل بکر برای گروه‌های انگیزشی متفاوت، ایجاد مراکز خدماتی حدامقدور در حاشیه پارک با دسترسی سواره و ایجاد مراکز تمرکز فرعی در درون پارک با الگوی خوشه‌ای و توجه به نیازهای گروه‌های متفاوت انگیزشی و رفتاری با تخصصی کردن هر خوشه برای فعالیت خاص با ورودی تفکیک شده.

منابع

- Amirtahmaseb, S. (2007). The Typology of Inbound Tourism Visiting Iran, Master Thesis, Continuation Courses, Iulea University of Technology.
- Asghari, J. (2007). Principal of Organization and Management. Tehran: Saffar Publisher.
- Behbahani, H. and B. Shafyei (2007). Mountain Landscape design With using of native vegetable. Environmentalogy Magzin, 42:109-124.
- Chiesura, A. (2004). The role of urban parks for the sustainable city. Landscape and Urban Planning, 68: 129-138.
- Salazar, D.S. and G. Menendez (2007). Estimating the non-market benefits of an urban park: Does proximity matter? Land Use Policy, 24: 296-305.
- Sousa, D. and A. Christopher (2003). Turning brownfields into green space in the City of Toronto. Landscape and Urban Planning, 62: 181-198.
- Jajarmi, K. and E. Kalkateh (2006). Evaluation of Urban Life Quality;Citizenship Revie,Geography and Development Magzin, Autem &Winter: 5-18.
- Kadivar,A. and M. Saggaei (2006). Tourism Management in Urban around Recreational Placese.Geographic Researches, 83:111-134.

شناسایی گروه‌های متمایز انگیزشی و رفتاری یا همان بخش‌بندی بازار جهت تامین نیازهای هر یک از گروه‌ها بسیار مفید می‌باشد. هم‌چنین احساسات درک شده و منافع حاصل از آن به صورت عامل تقویت یا تضعیف‌کننده رفتار، مردم را به حضور مجدد در محیط تشویق کرده یا از حضور مجدد باز می‌دارد. در این راستا می‌توان با به کار بستن راهکارهای مناسب بدون نیاز به سرمایه‌گذاری‌های سنگین مطلوبیت محیط را برای شهروندان افزایش داده و با تامین نیازهای تفریحی، به ارتقا کیفیت زندگی آنان کمک نمود.

پی‌نوشت‌ها

- 1-Tourism Market Segmentation
  - 2-Pull & Push
  - 3-Seeking Escaping
  - 4-Quality of life (QOL)
  - 5-Gossens
  - 6-Iso-Ahola
  - 7-William C. Norman & Mandy Noelle Carlson
  - 8-Victor M. Vroom
  - 9-WHOQOL-BREF
  - 10-نگاه‌کننده به Quality of Life Research, A Critical Introduction ، صفحات ۴۰ و ۴۱.
  - 11-Push factors
  - 12-Pull factors
- ۱۳- ظرفیت برد روانی یا ادراکی کمترین حد مطلوبیت یک مکان قبل از آغاز جستجو برای یافتن گزینه‌های جدید است.



- SIRG on QOL (2000). QUALITY OF LIFE: ITS CONCEPTUALIZATION, MEASUREMENT, AND APPLICATION. Draft.
- Norman W.C. and M.N Carlson (2000). An Investigation of the Seeking Escaping Theory as a Segmentation Tool in Tourism Marketing. *Journal of travel research*, 38 (3): 270-279.
- Gee, C.Y. (2006). International Tourism, a Global perspective, Transilate by Parsayan, A. Arabi, Mohamad, Cultural Reseaches Bureio. Tehran .
- Zahedi, S. and G. Najafi (2006). Conceptual description of Sustainable development, *Modarres Humanity Science*, 10(4): 43-76.
- Kokabi, A. (2005). Planning for Life Quality Improvement in City center, M.A Theases, University of Tarbiat modarres, Tehran.
- Kreitner, R. and K. Anjelo (2005). *Organizational Behavior Management*, Transelate by Farhangi.A.A,&Safarzadeh.H. Tehran: Poyesh Publisher.
- Nohorli, D. and S. Rezaei (2002). Description and Survey of Recreational Capability, *Environmentalogy*, 29: 101-112.
- Majnoonian, H. (1374). *Parks, Green Space & Outdoor Recreations, Urban services Deputy.*, Tehran: Tehran Park & Green Space Organization.
- Mohamadi, J. and M. Abafat and M. Yeganeh (2007). Quality Evaluation of Green Space Function and Its Improvement of Citizen Uses in Shar-e-Kord. *Environmentalogy*, 44: 95-104
- Moradi, D. (2006). Using Reporting System of Life Quality in Urban Planning, M.A Theases. University of Shihid behesthi, Tehran.
- Pasandideh, Y. (2007). Survey of Relationship between Social Capital and Adult Life Quality, M.A Theases ,University of Shiraz, Shiraz.
- Rapley, M. (2003). *Quality of Life Research, A Critical Introduction*, SAGE Publications Ltd, London.

