

## ارزیابی آماری مولفه‌های موثر بر طراحی فضاهای گردشگری، فرهنگی با رویکرد حفظ و نگهداری فضای سبز باغات شیراز

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۷/۰۶

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۷/۱۵

کد مقاله: ۴۶۶۶۲

همت زارعی<sup>۱</sup>، جاسم حسن زاده<sup>۲</sup>، احمد رحمانیان<sup>۳</sup>

### چکیده

امروزه نیاز به طراحی مجموعه‌های گردشگری فرهنگی به منظور جذب گردشگر، ارتقا پویایی و روحیه در افراد، افزایش تعاملات اجتماعی در جامعه و نیز بالا بردن سطح فرهنگی جامعه از اهمیت بالایی برخوردار است. توسعه گردشگری در کشورهای مختلف چه به لحاظ اقتصادی و چه از جنبه‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی مورد توجه همگان قرار گرفته است. در این پژوهش بررسی سه پارمتر اصلی شامل فرهنگ، مبانی گردشگری و همچنین توسعه و طراحی تفریح گاه و تفرج گاه با تاکید بر طراحی باغ ایرانی مورد ارزیابی قرار گرفته است. جامعه آماری، جمعی از مردم شهر شیراز در مجاورت خیابان بوستان در نظر گرفته شده و حجم اطلاعات به دست آمده از پرسشنامه از طریق نرم افزار SPSS تحلیل شده است. نمونه با توجه به فرمول کوکران ۳۵۹ نفر و ضریب آلفای کرونباخ نیز ۰/۷۷۶ به دست آمده است که نشان از پایایی بالای پرسشنامه است. اطلاعات به دست آمده به وسیله نرم افزار SPSS تحلیل شدند. هم چنین برای بررسی فرضیه‌ها از دو آزمون تی تست و فریدمن استفاده شده است. بر اساس رتبه‌های شاخص‌های مورد بررسی به ترتیب مولفه‌های باغ ایرانی (اصول باغ سازی و ارتباط با طبیعت)، مولفه‌های موثر در گردشگری (توسعه گردشگری و جذب توریسم) و مولفه‌های فرهنگ (جهت ارتقا تعامل اجتماعی و افزایش سطح فرهنگی جامعه) به عنوان عوامل موثر بر توسعه گردشگری شهری معرفی می‌گردند

واژگان کلیدی: باغ ایرانی، فضاهای گردشگری، فرهنگ، زیباشناسی، طراحی فرم

۱- کارشناس ارشد سنجش از دور و GIS، رئیس اداره معماری و شهرسازی شهرداری منطقه دو شیراز  
hemmatzareei9001@gmail.com

۲- کارشناس ارشد معماری، کارشناس معماری و شهرسازی شهرداری منطقه دو شیراز

۳- کارشناس ارشد سازه، معاون معماری و شهرسازی شهرداری منطقه دو شیراز

امروزه توسعه گردشگری در کشورهای مختلف چه به لحاظ اقتصادی و چه از جنبه های فرهنگی اجتماعی و سیاسی مورد توجه همگان قرار گرفته است. در کشور ما نیز از مدتها پیش، این مهم مورد توجه قرار گرفته بود. در مقابل نیز دیدگاههایی دال بر وجود مانع توسعه گردشگری به لحاظ شرایط فرهنگی- اجتماعی و سیاسی کشور وجود دارد (افجه، ۱۳۸۲). از این رو، گردشگری از نظر فرهنگی دارای اهمیت می باشد. این امر در کوتاه مدت موجب اتحاد و پیوند بیشتر اقوام، مذاهب و فرهنگ های مختلف شده است. گردشگری موجب افزایش آگاهی جوامع از شیوه های زندگی یکدیگر و در نتیجه نزدیکی فرهنگ های ملل مختلف شده و سبب می شود تا گردشگری فرهنگی به عنوان نزدیکترین گونه به عنصر فرهنگ، رشدی سریعتر از میزان رشد گردشگری را در دنیا کسب کند. امروزه ضرورت برنامه ریزی و طراحی فضاهای فرهنگی بیش از پیش نمایان گردیده است. از جمله عواملی که لزوم وجود این فضا را دو چندان می کند محور استراتژیک سیاست اجتماعی کشور بوده که در جهت رشد و گسترش فرهنگ و بعد اجتماعی و تکیه بر معیارها و ارزش های فرهنگی به پیش می رود. بدین معنی که مردم ایران، خاصه قشر جوان این کشور با فرهنگ اصیل شرق و متکی بر عقاید خاص و استوار خود، می بایست ایجاد فضاهای فرهنگی را در دل فضاهایی که دارای پتانسیل مثبت شهری هستند به عنوان رکنی شهری در نظر گرفته و در برنامه ریزی و طرح های آینده کشور روی این فضاها تاکید خاص داشته باشند. رشد روزافزون شهرنشینی و شتاب ناشی از پیشرفت های تکنولوژیک، علاوه بر پیامدهای مثبت موجبات افزایش تنش را در جوامع فراهم و نیاز به فضاهایی آرامشبخش را دوچندان کرده است. از این رو بررسی و تحلیل فضاهایی که پیش از این بدین منظور و برای پاسخگویی به نیازهای غیرمادی انسان طراحی شده تا در سایه ایجاد آرامش و آسایش زمینه را برای تفکر و حیات معنوی وی فراهم کند، ضروری به نظر میرسد. باغ های ایرانی با پیشینه اعتقادی و ظرافت های هوشمندانه طراحان آن، پاسخگویی این نیاز انسان بوده اند تا جایی که امروزه نیز با قرارگیری در محیط باغ ایرانی این احساس قابل لمس است. توجه در انتخاب عناصر متشکله در هم خوانی با طبیعت و استفاده از ابزار طبیعت به منظور تلطیف محیط و فراهم آوردن زمینه ی فضای آسایش یکی از مواردی است که به آن پرداخته شده است.

شناخت ادراکات بصری و حسی انسان از فرم ها و به کارگیری آنها، میزان تأثیر گذاری رنگ و بافت در برداشتهای شهودی انسان و سرعت انتقال آن، نحوه چیدمان و سلسله مراتب دستیابی به فضاها و رعایت توالی دسترسی به آن و نظام حاکم در شکل گیری فضا که یکی از مهمترین ابزارهای طراحی معماری در تفهیم و القای معانی نهفته در فضا محسوب میشود، همگی، عواملی است که در ایجاد بستری مناسب برای خلق فضایی جهت دستیابی به آرامش، آسایش و تفکر مؤثر قلمداد می شود. با توجه به مطالب ذکر شده میتوان گفت باغ سازی ایرانی خالق فضایی پاک، غرق آرامش و خالی از هر تنش و پدیدآورنده محیطی تفکر انگیز است (اردلان و بختیار، ۱۳۸۰، ص. ۶۸).

## ۲- ضرورت و پیشینه تحقیق

توسعه گردشگری در کشورهای مختلف چه به لحاظ اقتصادی و چه از جنبه های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی مورد توجه همگان قرار گرفته است. در کشور ما نیز از مدتها پیش، این مهم مورد توجه قرار گرفته بود. شهرهایی مانند شیراز با داشتن جاذبه های طبیعی، فرهنگی و تاریخی از مناطق بسیار مهم در زمینه گردشگری هستند (نیک بین، ۱۳۹۱). می توان از صنعت گردشگری به عنوان یکی از شگفت انگیز ترین پدیده های قرن بیستم یاد کرد که از یک فعالیت محدود در طول نیمه اول قرن گذشته، به یکی از منابع مهم ایجاد اشتغال برای نیروی کار فعال در بخش های مختلف جامعه تبدیل شده است و علاوه بر منافع اقتصادی حاصل از گردشگری، توسعه روز افزون این صنعت ممکن است مشکل ساز گردد. آسیب های ناشی از گردشگری، بایستی پیش بینی و با برنامه ریزی و نظارت های مناسب کارشناسان، تا فرایند گردشگری پایدار تر شود و مردم محلی، محیط زیست و محیط طبیعی از آسیب های آن در امان باشند (سلطانی، ۱۳۹۶). گردشگری به یکی از مهم ترین فعالیت های اقتصادی کشورها تبدیل گشته و بی تردید در قرن آینده یکی از مهم ترین شاخص های اقتصادی خواهد بود و در سال های آتی فرصت های بی شماری را برای سرمایه گذاری و اشتغال معرفی می نماید. در دنیای امروز که پا به هزاره جدید گذاشته است، بی تردید صنعت گردشگری به صورت یکی از پایه های استوار سیستم جهانی در خواهد آمد. امروزه گردشگری تنها مختص خانواده های مرفه و ثروتمند نیست بلکه میلیون ها نفر از مکان های تازه بازدید می کنند. در حالی که عصر جدیدی از توریسم آغاز شده است و سیر تکاملی خود را می پیماید، تعداد زیادی از عوامل برون زار بر آن تأثیر خواهند گذاشت. نادیده انگاری ارزش های اجتماعی، فرهنگی و هویتی نهفته در فضاهای عمومی (رفعیان و سیفایی، ۱۳۸۴) و بی توجهی به حفظ و ارتقای حیات جمعی در دهه های پیشین موجب شده که برخی فضاهای عمومی در مقیاس های مختلف شهری اهمیت و نقش خود را از دست بدهند (شجاعی، ۱۳۹۴). در حالیکه شهر و فضاهای شهری از تاثیرگذارترین عوامل بر شیوه و سبک زندگی بشری هستند (کارمونا، ۱۳۸۸). تمرکز بر عوامل تاثیرگذار بر میزان حضور فعال شهروندان از تمام اقشار جامعه، می توان به پویایی فضای شهری و ارتقای کمی و کیفی زندگی اجتماعی- فرهنگی

شهروندان دست یافت. مروری بر نظریات محققان در بخش بازخوانی و بازاندیشی باغ ایرانی نشان می دهد، اغلب پژوهشگران و باغ شناسان علاوه بر معرفی ویژگی های کالبدی محیط باغ ایرانی، همواره بر نظام های معنایی و تأثیرات روانی محیط باغ بر انسان تأکید کرده اند و به تأثیر محیط باغ در ایجاد حس آرامش در انسان و نیز دعوت به تأمل و اندیشه، اشاره کرده اند (شاهچراغی، ۱۳۸۸).

بیان این نکته امروزه لازم و ضروری است که: اگر خوب بنگریم شاهد یک نقص کلی در تاریخ خویش هستیم و آن گسسته شدن رشته های تمدنی است. این امر در شهرسازی، معماری و باغ سازی کاملاً خودش را نشان می دهد. در گذشته برای هر کاری، فرهنگ، سنت و اصول خاص داشتیم. اما از زمانی که مدرنیسم در ایران باب شد، به جای اینکه شیوه های سنتی باب شوند، آن ها کنار گذاشته شده و الگوهای وارداتی باب شدند. این امر خلاً بزرگی در کشور بوجود آورد و باغ های ایرانی از این شمارند. جدیدترین باغ ایرانی را کنار گذاشته و پارک سازی با الگوهای غیر خودی بنا شد. کار اساسی این است که حلقه های گسسته شده را پیوند بزنیم. به این معنی که باید احداث باغ های جدید را با کارکرد های مناسب روز، در دستور کار قرار داد. اگر قرار است موزه ساخته شود، چرا باغ موزه ساخته نشود؟ و اگر قرار است منطقه ای برای گردشگری آماده شود، حتماً باید در آن باغ ساخته شود. باید سابقه ایرانی معماری و سلوک ایرانی ها را با طبیعت که بخش مهمی از آن در باغ ایرانی جلوه گر است، پیوند داد. هر خلایقیت و نو آوری باید در جهت تکامل باغ ایرانی باشد و طراحان امروزه متناسب با نیازها و دانش امروزی و با اتکا به این میراث غنی، طرح های خویش را اجرا کنند و با خلایقیت آنان به سمتی بروند که حلقه های تمدن ایرانی گسسته شود و شاهد تکامل باغ سازی ایرانی باشیم.

### ۳- مفاهیم و مبانی نظری

#### ۳-۱- مبانی نظری فرهنگ

واژه ی فرهنگ مربوط به راهکارهای شایع موجه در یک جامعه است. برای رفع هرگونه نیاز واقعی یا غیر واقعی. فرهنگ همواره نرم افزار است و تمدن شامل آن و سخت افزارهاست (رجایی، ۱۳۸۹، ص. ۲۳). به عبارت ساده تر فرهنگ آن چیزی است که مردم با آن زندگی می کنند. فرهنگ از آن مردم است. "ادوارد تایلور" فرهنگ را مجموعه ی پیچیده ای از دانش ها، باورها، هنرها، قوانین، اخلاقیات، عادات و هرچه که فرد به عنوان عضوی از جامعه از جامعه ی خویش فرا می گیرد، تعریف می کند. هر منطقه از هر کشوری می تواند فرهنگ متفاوتی با دیگر مناطق آن کشور داشته باشد. فرهنگ به وسیله ی آموزش، به نسل بعدی منتقل می شود؛ در حالی که، ژنتیک به وسیله ی وراثت منتقل می شود. مثلاً گفتگو به زبان فارسی یک راهکار است بر رفع نیاز رو در رو سخن گفتن و زبان چینی راهکاری دیگر برای مردمانی دیگر برای رفع همین نیاز. (لواکس، ۱۳۹۳، ص. ۴). یکی از مسائل اساسی بشر در بدو پیدایش، ایجاد سرپناه و مکانی که او را از جمله جانوران و از گزند گرما و سرما و باد و طوفان و ... محفوظ می دارد، بوده و ساختن برای بشر اولیه یک ضرورت تام و حتمی تلقی شده، که پس از گذراندن دوره غارنشینی این نیاز به خوبی احساس شده است. در ابتدا در ساختن از معیارهای سنتی و سپس با رشد فکری که نصیب نوع بشر شده با آگاهی شخص سازنده از روش درست انجام کار و اینکه نوع و شکل ساختن، فوائد بیشتری را نصیب او سازد، موضوع معماری بنا به وجود آمده و معماری با تصمیمات جهت دهنده سازنده بنا و با سنجش هایی که معمار پیش خود انجام داده شروع گردیده است.

در طول تاریخ، انسان متوجه شد که تصمیماتی که معمار یک ساختمان در طرح بنا اتخاذ می نماید، علاوه بر تامین حوایج زندگی، بین معمار و ساختمان رابطه ای ایجاد می کند، که زندگی را پر معنا می نماید از این جاست که گفته می شود: "هنر معماری به نوعی از سازندگی اطلاق می گردد که مردم به وسیله آن سازندگی به هویت خود پی می برند و به این هویت مفهوم می دهند. در ادامه مطالب فوق که به تعریف مختصری از انواع معماری می پردازیم، آن نوع معماری را که فرد جامعه به عنوان عضوی از آن، موجودیت و مفهوم پیدا می کند، "معماری مردمی" گویند. همانطور که "عرف و عادات اجتماعی" ویژگی اکثریت یک جامعه است و ذات طراحی در تار و پود هر جامعه بافته شده ولی معماری مردمی، طراحی است که توسط مردم و برای مردمی که تار و پود یک اجتماع را تشکیل می دهند به وجود می آید. از زمان های قدیم انسان ها به مظاهر طبیعی، احترام گذاشته و به آنها مفاهیم مذهبی داده اند، این نوع معماری رنگ معنوی دارد. در واقع معماری مذهبی بازتابی از نیاز دینی مردم می باشد. معماری بومی در حقیقت برخاسته از معماری مردمی و متکی بر سنت ها و آب و هوای آن مرز و بوم و با خوی ساکنین آن دیار سازگار است. معماری بومی، مهارت های طراحی معماران را برای بسط معماری مردمی به کار می گیرد (ضیائی، ۱۳۹۵، ص. ۳۱).

#### ۳-۱-۱- روابط فرهنگی

فرهنگ نظام قواعد رفتار یا به عبارت دیگر نظام هنجارهاست. هنجارها از قانون گرفته تا آداب و رسوم را شامل می شود. فرهنگ شامل ارزش ها نیز هست پس مجموعه ارزش ها و هنجارها، فرهنگ خوانده می شود که در قالب اعتقادات، هنر، اخلاق،

قانون، آداب و رسوم و سمبل‌های مشترک ظاهر می‌شود. اعمالی که در محیط فیزیکی اتفاق می‌افتد، معمولاً فرهنگ مادی خوانده می‌شود که در اینجا منظور ما از فرهنگ همین بعد مادی آنست که آشکار و قابل مشاهده است و دو جنبه دارد:

الف - دست ساخته‌ها و ب - نظام آداب و رسوم

مردم و به خصوص قشر جوان به الگوهای فرهنگی نیاز دارند؛ زیرا اولاً "اگر بخواهند زندگی اجتماعی داشته باشند، ناچار از داشتن الگو هستند، ثانیاً از این طریق می‌خواهند انسجام خود را با جامعه حفظ کنند. عناصر فرهنگی به چهار دسته تقسیم می‌شوند: عناصر فرهنگی که میان افراد جامعه مشترک است.

- عناصر فرهنگی که فقط توسط گروهی از افراد بکار گرفته می‌شود، عناصری که برای همه شناخته شده است اما افراد در انتخاب آن آزادند و عناصری که به وسیله افراد خاصی به کار می‌رود و برای همه جامعه نیست.

این پروژه با آن عناصر فرهنگی سروکار دارد که میان همه و گروهی از افراد جامعه (قشر دانش آموز) مشترک است. آداب و رسوم از این دسته اند که برای انسجام اجتماعی بسیار اهمیت داشته است و عناصر ارزش و مشترک را تقویت می‌کند و همچنین از مکانیسم‌های دفاعی اصلی جامعه در مقابل گرایش به ناهنجاری‌ها. "سمبل‌های مشترک" نیز عناصر غیر لفظی فرهنگ هستند که عبارتند از: "یک شی که به چیزی بیش از معنای آشکار و مستقیم خود دلالت کند و فایده فرهنگی آنها نیز همین است. در غیر این صورت علائم تفاوتی ندارد. "فرهنگ در زمان و فضا بسیار متغیر است. اما حفظ هویت فرهنگی و بقای فرهنگ‌ها در حفظ دست ساخته‌های سنتی و نیز آداب و رسوم نهفته است (حسینی اردکانی، ۱۳۸۲، ص. ۱۴-۱۸). انسان همواره در اجتماع و با وجه اشتراک هم نوع خودش زندگی می‌کند. این کیفیت مستلزم وجود قوانین و مقرراتی است که روابط بین افراد را تعیین و مشخص می‌سازد و هر فردی باید از این مقررات آگاهی داشته باشد و به آنها احترام گذارد. به عبارت دیگر انسان به مناسبت زندگی کردن در اجتماع محیطی به وجود آورده است که خود در آن به دنیا آمده است و باید خود را با آن تطبیق دهد. این کیفیت تطبیق که به هنگام تولد آغاز می‌گردد، همان کیفیت اجتماعی شدن است. مشاهده می‌شود که قوانین و مقررات با هم یک محیط اجتماعی و با فرهنگ را تشکیل می‌دهد، همچنین باید دانست که معنی فرهنگ برای درک چگونگی جامعه بسیار حیاتی است (ضیائی، ۱۳۹۵، ص. ۲۹).

### ۳-۲- باغ ایرانی

باغ ایرانی پدیده‌ای فرهنگی، تاریخی، کالبدی در سرزمین ایران است و معمولاً به صورت محدودهای محصور که در آن گیاه، آب و ابنیه در نظام معماری مشخص با هم تلفیق می‌شوند و محیطی مطلوب، ایمن و آسوده برای انسان به وجود می‌آورد، ساخته می‌شود (شاهچراغی، ۱۳۸۸، ص. ۷۲) و با شرایطی که در داخل آن ایجاد می‌کند، موجب ارتباط میان افراد مختلف و وحدت و همبستگی آنان می‌شود. باغ ایرانی که از ترکیب آب جاری و پوشش درخت، واحه‌ای در دل طبیعت خشک ایجاد می‌کنند که با توجه به تضاد محیط کویری و باغ، تمثیلی از مناظر با طراوت باغ‌های بهشتی است (انصاری، ۱۳۸۲، ص. ۴۸) باغ در نواحی گرم و خشک سرزمین ایران به عنوان عالی‌ترین، بهترین و آرمانی‌ترین فضای معماری همواره مورد توجه مردم بوده است، و به همین سبب، نسبت به سایر فضاهای معماری و شهری بیشترین واژه نام‌ها به آن اختصاص یافته است که؛ از این میان می‌توان به واژه فارسی باغ، بوستان، گلستان، سروستان، تاکستان، چنارستان، گلزار، لاله زار، چمنزار، پالیز و ... و نیز واژه عربی روضه، حدیقه، جنت و فردوس اشاره کرد (سلطان زاده، ۱۳۸۲). فلامکی باغ ایرانی را چنین تعریف می‌کند: "باغ ایرانی در طول عمر تجربی اش تمام ویژگی‌های یک پدیده را داراست؛ دگرگونی می‌پذیرد. تحول می‌پذیرد. از درون خود تجربه می‌زاید و جز این که او بر محیط (برمحیط جامع انسانی) اثر گذاری می‌کند" (فلامکی، ۱۳۸۹، ص. ۶۶۲). در بعضی واژه‌ها به چگونگی بعضی از جنبه‌های کالبد باغ اشاره شده است. چنان که گفته شده در فارسی دری و میانه "باغ" به معنی پاره یا بخشی از زمین بوده و از ریشه ی باستانی "بگ" به معنی بخش کردن گرفته شده است و مصدر بختن در فارسی میانه و بخشیدن در فارسی نو از آن گرفته شده است (پروشان، ۱۳۷۳). این واژه در دوره معاصر به معنی فضای سبز و محصور است که توسط انسان ساخته و فراهم شده باشد و به انواع گوناگونی از فضاهای سبز محصور از جمله فضایی که تنها درختان میوه در آن قرار دارد اشاره دارد. در ایران باستان از واژه ی "پایریدازا" برای نامیدن باغ استفاده شده است که از دو جزء "پایری" به معنی پیرامون و "دیز" به معنی عدد کردن تشکیل می‌شود. این واژه سپس به صورت "پارادایزوس" به زبان یونانی و بعد از آن به بعضی از زبان‌های اروپایی مثل فرانسه و انگلیسی راه یافت. همین واژه در حال حاضر به صورت پردیس در زبان فارسی به کار می‌رود و گفته اند که فردوس، معرب آن است (ورجواند، ۱۳۷۳). در نام گذاری واژه "باغ" و دیگر کلمه‌های مشابه آن بیشتر به نوع فضای سبز آن توجه شده و کارکرد کلی باغ و فضاهای

1- bag  
2- paridaeza  
3- paiiri  
4- diz  
5- Paraadaisos

ساخته شده و ساختمان های آن کمتر در نظر گرفته شده و برای جبران این موضوع در بسیاری از موارد از یک کلمه پسوند استفاده می شده است، مانند باغ میوه، باغ دیوان خانه، باغ حرم، باغ اندرونی، باغ مزار (سلطان زاده، ۱۳۸۲).

در دائره المعارف اسلامی در توضیح واژه باغ آمده: "محوطه ای غالباً محصور، ساخته ی انسان با بهره گیری از گل و گیاه و درخت و آب و بناهای ویژه که بر قواعد هندسی و باورهای مبتنی است (چگینی، ۱۳۸۱). باغ ایرانی میان کنش، میان شکل و سطح است و فضایی پاک، غرق آرامش و خالی از هر تنش و (محیطی) تفکر انگیز پدید می آورد (اردلان و بختیار، ۱۳۸۳) و می توان گفت کیفیت آرامش، آسایش و محیطی برای غور، اندیشه، تفکر، تأمل و تخیل خلاق به وسیله عدد، هندسه، رنگ و ماده یعنی عناصر کالبدی حیطه ی حواس انسانی در آمده است، چرا که تمامی این کیفیات در فرایند استنباط ذهنیات از عینیات قرار می گیرد و زمینه ی درک و فهم باغ ایرانی فراهم می شود. در باغ ایرانی نهایت مادی و بی نهایت معنوی ارتقاء می یابد. باغ تا آنجا که ممکن است ساده و روشن شکل می گیرد و ابهامی "مادی" در رابطه ی انسان و فضا باقی نمی گذارد (میر فندرسکی، ۱۳۸۳).

باغ ایرانی هم تجربه ای جسمانی و هم تجربه ای روحانی است. در آن رایحه گیاهان شاداب، نوای آب و پرندگان، بافت کاشی صاف و زمین مرطوب و مزه ی میوه های آفتاب پرورده، منظره گل ها و موزائیک های رنگارنگی را که در آینه ی حوض های آرام انعکاس یافته اند، برجسته است. این ویژگی ها هم زمان در نمادین ترین و انتزاعترین سطح و در مستقیم ترین سطح تجربه وجود دارد (هردگ، ۱۳۷۶). محیط باغ ایرانی به طور هم زمان به همه حواس پنجگانه انسان می پردازد، هم به تجربه مستقیم انسان در می آید و هم به طور هم زمان باشنده در باغ را به سطحی انتزاعی و نمادین از مفاهیم و معانی هدایت می کند. اما در حقیقت این خود انسان است که در شکل دادن به محیط مساعد و مطلوب، دخالت دارد. در واقع طبیعت بکر بر اساس تفکر قانون طبیعت شکل می گیرد اما محیط باغ بر اساس "خواست" انسان انتظام می یابد و "خواست" رویدادی تاریخی، متغیر، هدفمند و قابل کنترل است. خواست به مثابه ی اداره ی آگاه با هدف دگرگون کردن محیط نا مساعد در ایجاد باغ، متکی به قدرت و تصمیم، مهارت، دانش و پاکی روان سازندگانش است که به طور هدفمند و تابع وضعیت طبیعی عمل می کند (میر فندرسکی، ۱۳۸۳).

### ۳-۲-۱- جایگاه باغ در اندیشه و فرهنگ ایرانی

هر ملت بر اساس جهان بینی خویش برای طبیعت ارزش و جایگاهی خاص قائل بوده و ارتباطش را با طبیعت و عناصر طبیعی بر اساس اصول و ارزش های منبعث از جهان بینی خود شکل داده است. به این ترتیب جایگاه عناصر طبیعی در اعتقادات و فرهنگ هر جامعه از اهمیتی بالا برخوردار است و هرچه شناخت و درک مفهومی مردم جامعه نسبت به طبیعت و عناصر طبیعی بیشتر باشد، این جایگاه ارزشمند تر خواهد بود. به تبعیت از جهان بینی دیرینه و فرهنگ ایرانی - اسلامی ایرانیان، رابطه مردم این سرزمین با طبیعت و عناصر طبیعی رابطه ای بر اساس احترام به طبیعت و هم زیستی با آن است. این تفکر زمین را "ملک خدا" می داند در این فرهنگ عناصر طبیعی مانند آب و گیاه به نشانه و آیه الهی محسوب می شوند و از چنان اهمیتی برخوردارند که بارها در متون اسلامی به آنها اشاره شده است. زیبا ترین ترکیب آب و گیاه در هنر باغ سازی ایرانی نمایان می شود هنر باغ سازی یکی از کهن ترین هنر های ایرانیان است که دارای سنت های ارزشمند و قدرت معنوی است (زمانی و همکاران، ۱۳۸۸).

درباره ی اندیشه و فرهنگ ایلامی ها در مورد جهان آخرت، اسناد و اطلاعات کافی و روشن در دسترس نیست، اما براساس متون و برخی از نگاره های باقی مانده از آن ها، آشکار است که به باغ و فضای سبز بسیار اهمیت می دادند. چنانچه در مجموعه ی عرصه های مقدس و معبد شهر شوش، باغی نیز قرار داشته است (هیئتس، ۱۳۷۳). چگونگی اندیشه مهرپرستان نیز درباره جهان دیگر چندان روشن نیست و آن چه از برخی متون زرتشتی آشکار است، نشان می دهد که آنها بهشت را بصورت عرصه ها یا طبقه هایی در بالای زمین یا به عبارت دیگر در آسمان تصور می کردند، که ماهیت وجودی آن بیشتر نورانی بوده (سلطان زاده، ۱۳۸۲ به نقل از بهار، ۱۳۸۱). اما به صورتی روشن به فضای سبز و باغ در بهشت اشاره نشده است. یکی از قدیمی ترین نقشه های کشف شده در سامره که نشانگر ایده باغ ایرانی است، کاسه ای با طرح هایی از جوی های متقاطع است که چهار قطعه باغ را نشان می دهد و در هر قطعه یک درخت و یک پرند وجود دارد (انصاری، ۱۳۷۸).

### ۳-۲-۳- مبانی نظری گردشگری

#### ۳-۳-۱- گردشگر (توریست) و گردشگری

گردشگر، کسی است که به محلی غیر از محل زندگی خود برای مدتی کمتر از ۱۲ ماه مسافرت کند و هدف از ماندنش کسب درآمد، در آن محل سفر کرده، نباشد. واژه توریست برای نخستین بار در قرن شانزدهم و در فرانسه مطرح شد. در ابتدا توریست به اشراف زادگانی گفته می شد که برای تکمیل تحصیلات و کسب تجربه های لازم زندگی اقدام به مسافرت می نمودند. بعدها در فرانسه این اصطلاح درباره ی کسانی به کار می رفت که برای سرگرمی و وقت گذرانی و گردش به فرانسه سفر می کردند و بعدها

با تعمیم بیشتر به کسانی اطلاق می‌شد که اصولاً به این منظور به سفر می‌رفتند (ابراهیم نژاد، ۱۳۹۶). گردشگری یا توریسم به انگلیسی (tourism) به‌طور کلی به عنوان مسافرت) تفریحی در نظر گرفته می‌شود. هر چند که در سال‌های اخیر شامل هرگونه مسافرتی می‌شود که شخص به واسطه آن از محیط کار یا زندگی خود خارج شود. به کسی که گردشگری می‌کند گردشگر یا توریست<sup>۱</sup> گفته می‌شود. واژه گردشگر از زمانی پدید آمد که افراد طبقه می‌توسط اقدام به مسافرت کردن نمودند. از زمانی که مردم توانایی مالی بیشتری پیدا کردند و عمرشان طولانی‌تر شد، این امر ممکن شد. اغلب گردشگرها بیش از هر چیز به آب و هوا، فرهنگ یا طبیعت مقصد خود علاقه‌مند هستند. ثروتمندان همیشه به مناطق دوردست سفر کرده‌اند، البته نه به صورت اتفاقی، بلکه در نهایت به یک منظور خاص. به‌طور مثال برای دیدن ساختمان‌های معروف و آثار هنری، آموختن زبان‌های جدید و چشیدن غذاهای متفاوت. گردشگری سازمان‌یافته امروزه یک صنعت بسیار مهم در تمام جهان است (زاهدی، ۱۳۸۲).

### جدول ۱- تعاریف و اصطلاحات گردشگری (منبع: نگارنده)

تعاریف و مفاهیم واژه‌ها و اصطلاحات گردشگری
گردشگری (Tourism): به کلیه فعالیت‌های یک بازدید کننده (Visitor) از زمانی که تصمیم به سفر می‌گیرد تا خاتمه سفر اطلاق می‌گردد.
مسافر (Traveler): به شخصی اطلاق می‌گردد که بین دو یا چند محل سفر کند.
بازدید کننده (Visitor): شخصی که به خارج از محیط معمولیش به مدت کمتر از ۱۲ ماه سفر کند و هدف شخص انجام فعالیت‌هایی به منظور کسب درآمد در مکان بازدیدش نباشد.
-بازدیدکنندگان به دو دسته تقسیم می‌شوند: الف) بازدید کننده‌ی یک روزه (someday visitor): بازدید کنندگانی که شب را در تاسیسات اقامتی مکان دیدارشان اقامت نکرده باشند" بازدید کننده‌ی یک روزه" می‌نامند. ب) گردشگر (tourist): دیدار کننده‌ای که بیش از یک شب در مکانی اقامت کند و یا جزء بازدید کنندگان روزانه (someday visitor) نباشد. به عبارت دیگر شخصی که به کشور یا شهری غیر از محیط زیست عادی خود برای مدتی که کمتر از ۲۴ ساعت و بیشتر از یک سال نباشد، سفر کند و منظور از سفرش تفریح، استراحت، ورزش، دیدار اقوام و دوستان، کسب و کار، ماموریت، شرکت در سمینار، کنفرانس یا اجلاس، معالجه، مطالعه و همچنین تحقیق یا فعالیت‌های مذهبی باشد

### ۳-۲- تنوری های جهانگردی

در شهر فرهنگ جدیدی ظهور کرده است فرهنگ زندگی آپارتمان نشینی، واگذاری برخی از کارکردهای خانه و خانواده در این نوع زندگی به پاره‌ای از خدمات اجتماعی همانند مهد کودک، فضای باز کودکان در خارج از خانه و در فضای سبز، تغییر کارکرد باغچه خانه به فضای سبز و پارک‌ها و بیلاقات، خیابانگردی، گردشگری و مسافرت، کاهش رفت و آمدهای خانوادگی، سپردن سالخورده‌گان به خانه سالمندان و نظایر آن. این نوع فرهنگ مسئله‌ی گریز ناپذیر شهر می‌باشد برخاسته از شرایط خاص زمین و مسکن و حمل و نقل شهری و مسائل مشابه می‌باشد که اقشار وسیعی را وامی‌دارد تا به دارندگان فرهنگ جدید آپارتمان نشینی و زندگی در شهرهای جدید بپیوندند. اکنون آنها می‌بایست ساعات زیادی از اوقات فراغت خود را در بیرون از خانه سپری کنند تا آرامش روحی و خروج از افسردگی را به دست آورند. از سوی دیگر شهرها با ایجاد نظم جدید و زمان بندی کار و از سوی دیگر افزایش سطح درآمد و داشتن وسایل نقلیه شخصی شرایط را به وجود می‌آورند که ساکنان آن در مقابل اوقات آزاد شده، امکانات رفت و آمد و فاصله‌های دورتر با ماشین را بدست می‌آورد و این نکته است که موجب می‌گردد مناطق پیرامون شهرها که دارای طبیعت زیبا و ویژگیهای بکر و مثبتی هستند و امکانات زیربنایی اولیه را دارا می‌باشند مورد توجه اقشار صاحب این فرهنگ قرار گرفته و توسعه فرهنگ جدیدی را در آنها نوید می‌دهد. و آن بوجود آمدن تاسیسات و امکاناتی است که می‌تواند پاسخگوی این خواست فرهنگ جدید باشد:

- ۱- جهانگردی پایدار و اهداف آن
- ۲- بهبود کیفیت زندگی جامعه میزبان
- ۳- رعایت برابری یا مساوات بین دو نسل و درون یک نسل
- ۴- حفظ کیفیت محیط زیست از طریق حفظ سیستم زیست محیطی
- ۵- حفظ یکپارچگی و انسجام فرهنگی و همبستگی بین جوامع
- ۶- ایجاد تسهیلات و امکانات به گونه‌ای که دیدار کنندگان بتوانند تجربه‌های ارزشمندی کسب کنند (الوانی و دهدشتی، ۱۳۷۳، ص. ۱۸).

1- Tourism

### ۳-۳-۳- انواع گردشگری

**گردشگری طبیعت محور:** گردشگری طبیعت محور یکی از بازارها و اماکنی است که در این سال ها بسیار جلب توجه کرده است. اگرچه تعاریف زیادی از این اصطلاح ارائه شده است، اما این اتفاق نظر وجود دارد که چنین مسافری قصد دیدار یا بازدید از محیط طبیعی را دارد و به قصد لذت جوئی و تماشا بدان محل می رود. بنابراین می توان انتظار داشت که: "این نوع از گردشگری تجربه دست اول از مکان را بدست می دهد." گردشگرانی که به این گونه از گردش ها می روند، اهداف یادگیری داشته و می خواهند از مکان مورد بازدید آگاهی بیشتری کسب نمایند و به رفتارهای مناسب و رعایت اصول اخلاقی در آن مکان ارج نهند. چنین گردشگرانی به محیط توجه ویژه داشته و برای کاهش یا از بین بردن اثرات منفی این گردش، از روش های گوناگونی استفاده می کنند. این گردش ها از نظر اقتصاد محلی، دارای بیشترین بازده می باشند (پریس، ۱۹۹۷، ص. ۳).

**گردشگری فرهنگی:** گردشگری فرهنگی عموماً به جذابیت های فرهنگی دارای توجه خاصی است. این جنبه های جذاب متفاوتند و مباحث فرهنگی و نیز جلوه های خاص آن نظیر موزه ها، صنایع دستی و کوچ و زندگی عشایر، بازیهای محلی و موسیقی بومی را دربر می گیرد. گردشگری های فرهنگی و بومی رابطه ای تنگاتنگ با یکدیگر دارند و در هر یک از آنها می توان آثاری از دیگری را مشاهده کرد. در این نوع از گردشگری، گردشگران بیشتر، به آثار فرهنگی و تمدنی (مکتوب و شفاهی) علاقه نشان می دهند. در جستجوی فرهنگ بومی بوده و به آن ارج می نهند (قره نژاد، ۱۳۸۶).

**گردشگری روستائی:** صولاً بازار گردشگاهها در مناطق شهری نسبت به مناطق روستائی توسعه یافته تر می باشد. بسیاری از ساکنان شهرها علاقمند هستند که از محیط های خسته کننده شهری و محیط های تصنعی و متجدد فرار کرده و به مناطق کمتر توسعه یافته و بی آلاش پناه ببرند که به عبارتی دیگر به گردشگری روستائی بروند. این نوع گردشگری مشابه گردشگری بومی است که علاقمندان آن به مناطق روستائی و کشاورزی رفته و چند صباحی از آن محیط استفاده می کنند.

**گردشگری ماجراجویانه:** بسیاری از افراد خصوصاً جوانان در سفر و گردش دست به کارهایی می زنند که مخاطبه آمیز است و می خواهند در این زمینه تجاربی بدست آورند. برخی گردشگرانی که به سفر می روند می خواهند در مسیرهای جدید یا غیر عادی، مهارت و توانائی های جسمی و روحی خود را بیازمایند و به همین منظور به کوهنوردی، قایقرانی یا صخره نوردی می پردازند برخی هم علاقمند هستند که بدون استفاده از ابزار و وسایل کمکی با طبیعت روبرو شوند و از این کار لذت ببرند. انگیزه هرچه باشد، این گردشگران درصدد رفتن به مکان هایی هستند که بتوانند تجربه های مخاطبه آمیزی کسب کنند (صباغ کرمانی، ۱۳۸۵).

**گردشگری مذهبی:** تعداد زیادی از شهرها و روستاهای کشور به دلیل وجود یکی از عناصر بارگاه مقدس و ملکوتی امامان، امامزاده، بقعه، مساجد تاریخی و... دارای بعد دینی داشته و بخشی از گردشگری آن تحت عنوان گردشگری مذهبی یا دینی شناخته می شود. این بعد از گردشگری و اکوتوریسم (طبیعت گردی) طرفداران بسیاری داشته است و خانواده ها را از اقصی نقاط کشور و استانها به سوی خود جذب می کند. از دیگر عناصر مورد توجه در گردشگری مذهبی، می توان به قبرستانها به خصوص قبرستانهای تاریخی و یا قبرستانهایی که در آن یکی از مشاهیر زمانه یا از بزرگان منطقه در آن آرامیده باشد، اشاره نمود. لذا در گردشگری مذهبی موارد ذیل توسط گردشگران دنبال می شود:

- وجود عنصر یا عناصر مذهبی و یا شبه مذهبی در منطقه
- داشتن بار تقدسی عنصر یا عناصر مذهبی منطقه
- قدمت تاریخی و باستانی عنصر یا عناصر مذهبی منطقه
- توسل به امامزاده ها و یا بزرگانی که مورد عنایت خداوند در زمان خویش بوده است
- کسب آرامش روحی و روانی از طریق زیارت عناصر مذهبی و تقدسی (قره نژاد، ۱۳۸۶).

**گردشگری آبی (پهنه های آب):** به طور کلی گردشگاههایی که در مناطق آبی یا در کنار رودخانه ها و تالاب ها شکل می گیرند، از جذاب ترین نوع گردشگری محسوب می گردند. بسیاری از ساکنان شهرها علاقمندند که از محیطهای پر ازدحام شهری و محیطهای تصنعی فرار کرده و به مناطق آبی بروند، یا به عبارتی دیگر، به گردشگری آبی بروند. این نوع گردشگری به علت داشتن تنوع (ماهگیری، قایق سواری، آب تنی و...) مورد استقبال بیشتر گردشگران قرار گرفته و اهمیت دو چندان می یابد. گردش و تفریح در مناطق آبی، به گردشگران این امکان را فراهم می کند که علاوه بر گردش و تفریح از منافع این آنها نظیر ماهی نیز بهره مند شوند. لذا می توان انتظار داشت که گردشگران مناطق آبی:

- در کنار گردشگاه های آبی می توان به تمدد اعصاب (روح و روان) رسید
- این نوع گردشگاه ها مورد پسند همه اقشار جامعه بوده و تمامی گروه های گردشگری (از کوچک و بزرگ) از آن لذت می برند، نمونه گردشگاه های آبی در ایران در کنار رودخانه ها، تالابها و دریاچه های پشت سد ها شکل گرفته اند (پارسایی، ۱۳۹۸).

**گردشگری آموزشی:** اگرچه هر گردشگری در حین سفر و یا پس از رفتن به یک مکان می‌تواند درباره فرهنگ، جامعه و جنبه‌های دیگر آن مکان مطالبی را بیاموزد و از این نظر هر نوع سفری را می‌توان گردشگری آموزشی نامید ولی معمولاً اصطلاح گردشگری آموزشی به سفرهایی اطلاق می‌گردد که گردشگران از طریق یک برنامه رسمی و منظم مطالبی را می‌آموزند که نمونه‌ی آشنا و شناخته شده گردشگری آموزشی، برنامه‌هایست که گروه‌ها (عموماً دانش‌آموزان در قالب "اردو" و دانش‌جویان تحت عنوان "سفرهای علمی" و خانواده‌ها نیز تحت عنوان "کاروان زیارتی" با رفتن به خارج از محیط زندگی خود به اجرا در می‌آورند. لذا انتظار بر این است که در قالب گردشگری آموزشی به موارد ذیل دست یابند:

- یادگیری گروهی با استفاده از راهنمای گروه و یا بلد محلی، تمرین مشارکت اجتماعی و پویایی فرد در گروه، کسب استقلال فردی و اعتماد به نفس به خصوص در بین نوجوانان، یادگیری خارج از برنامه آموزش کلاسیک و عمدتاً با روش‌های دیداری مستقیم (ابراهیم نژاد، ۱۳۹۶).

<ul style="list-style-type: none"> <li>• گردشگری به عنوان یکی از بخش‌های کلیدی و اصلی، برای توسعه و پیشرفت اقتصادی می‌باشد</li> <li>• ماهیت تقاضای گردشگری در نقاط مختلف ایران از مناطق کوهستانی سرد تا مناطق گرم و خشک جنوبی و از غرب به شرق تفاوت ماهوی دارد</li> </ul>	گردشگری
<ul style="list-style-type: none"> <li>• شهر به مثابه دستگاه، وسیله یا مرکبی برای نیل به شادی، نشاط و سرزندگی باید باشد</li> <li>• گذراندن اوقات فراغت با وضعیت محل سکونت، وضع اقتصادی و سطح سواد جامعه رابطه بسیار نزدیکی دارد و گذراندن اوقات فراغت در گروه‌های سنی، جنسی، اجتماعی و شغلی در مناطق مختلف شهری و روستایی</li> </ul>	تفریح
<ul style="list-style-type: none"> <li>• مجموعه‌های گردشگری رابطه تنگاتنگی با هویت فرهنگی و اجتماعی دارند تا به نوعی نیازهای مادی و معنوی شهروندان در جهت ارتقاء سطح کیفی زندگیشان صورت گیرد</li> <li>• امروزه مراکز گردشگری تفریحی به جهت پر کردن اوقات فراغت از مهمترین کاربری‌های بافت فیزیکی شهر می‌باشند</li> <li>• این فضاها در ایجاد حس اعتماد و اطمینان به مردم کمک کرده و باعث افزایش حس همبستگی و تعامل در مردم می‌گردد</li> <li>• یک مرکز فرهنگی و تفریحی در یک مجموعه شهری یا بین شهری، بازتابی از رشد فیزیکی و اجتماعی است</li> </ul>	مجموعه گردشگری فرهنگی

#### نمودار ۱- خلاصه سخن گردشگری، نگارنده

#### ۴- روش تحقیق

با توجه به داده‌های استخراج شده از پرسشنامه‌های تکمیل شده توسط نمونه آماری، نتایج حاصل به صورت توصیفی و تحلیلی آورده شده است. هدف از تحلیل توصیفی در این تحقیق معرفی مشخصات پاسخگویان می‌باشد که در این قسمت به بررسی آنها پرداخته شدو در بخش تحلیلی نیز نتایج آزمون فرضیه‌های تحقیق ارائه گردید. پژوهش حاضر، توصیفی-تحلیلی و پیمایشی می‌باشد. بدین نحو که روش تحقیق، کیفی و با رویکردی تحلیلی به بررسی نظریات و آراء معتبر پژوهشگران و یافتن ارتباط میان آنها پرداخته است. روش تحقیق به عنوان یک فرآیند نظام مند برای یافتن پاسخ یک پرسش یا راه حل یک مساله است (خاکی، ۱۳۷۸). اطلاعات از طریق پرسشنامه که در بین جامعه‌ی آماری قرار می‌گیرد به دست می‌آید. حجم نمونه‌ی آماری طبق "فرمول کوکران" محاسبه می‌شود. پس از پخش و جمع‌آوری پرسشنامه، داده‌های به دست آمده در نرم افزار "spss" وارد می‌شوند.

#### ۴-۱- جامعه آماری

مطالعه‌ای که بر روی تعداد مشخصی از جمعیت صورت می‌گیرد. (که در این صورت دقت داده‌های بدست آمده به مراتب بیشتر از زمانی است که کل جامعه مطالعه شود). جامعه آماری به مجموعه افراد، اشیاء و یا به طور کلی پدیده‌هایی اطلاق می‌شود که، محقق می‌تواند نتیجه مطالعه‌ی خود را به کلیه‌ی آنها تعمیم دهد. در این تحقیق جامعه‌ی آماری، جمعی از افراد منطقه‌ی خیابان بوستان در هم جواری باغ دلگشا، در شیراز هستند.



#### ۴-۱-۱- نمونه گیری و حجم نمونه

هدف از تمام نمونه برداری ها در پژوهش های علمی، تهیه ی بیانیه های دقیق و با معنا درباره یک گروه بر پایه ی مطالعه ی زیرمجموعه ای از آن گروه است. این گروه ممکن است مجموعه ای از افراد باشد. نمونه برداری با دلایل زیر صورت می گیرد:

- قوانین علمی را باید بتوان در همه مواردی که موضوع پژوهش در آن ها مصداق پیدا می کند به کار برد.
- نمونه برداری موجب تسهیل و تسریع کار پژوهش می شود
- در جامعه روابط ضعیف بین متغیرها مشاهده می شود لذا باید نمونه گیری کرد. فرمول کوکران یکی از پرکاربردترین روش ها برای محاسبه حجم نمونه آماری است.

$$n = \frac{z^2 pq}{1 + \frac{1}{N} \left( \frac{z^2 pq}{d^2} - 1 \right)}$$

$$n = \frac{z^2 pq}{1 + \frac{1}{N} \left( \frac{z^2 pq}{d^2} - 1 \right)} = 359.14$$

$n$  = حجم نمونه  
 $N$  = حجم جمعیت آماری (۵۵۰۰)  
 $Z$  = درصد خطای معیار ضریب اطمینان قابل قبول (۱/۹۶)  
 $p$  = نسبتی از جمعیت فاقد صفت معین (۰/۵)  
 $q$  = (1-p) = نسبتی از جمعیت فاقد صفت معین (۰/۵)  
 $d$  = درجه اطمینان یا دقت احتمالی مطلوب (۰/۰۵)  
 $P$  یا  $q$  مساوی با ۰/۵ یعنی نیمی از جمعیت حایز صفتی معین باشند و نیمی دیگر فاقد آن هستند. دقت احتمالی در تحقیقات علوم اجتماعی برابر با ۰/۰۵ می باشد.

بنابراین حجم نمونه ۳۵۹ نفر محاسبه شد. در نهایت ۳۵۹ پرسشنامه توزیع و برگشت داده شد و تحلیل از بین آن ها صورت گرفت.

#### ۴-۱-۲- ابزار گردآوری داده ها

فرضیه ها به عنوان پاسخ های احتمالی پیرامون مساله ی تحقیق مطرح می شوند. پژوهشگر باید با ابزارهایی داده های لازم را از نمونه ی آماری جمع آوری نماید و با پردازش و تبدیل آن ها به اطلاعات به آزمون فرضیه ها بپردازد. " پرسشنامه " به عنوان یکی از متداول ترین ابزار جمع آوری اطلاعات در تحقیقات پیمایشی مورد استفاده قرار می گیرد و عبارت است از مجموعه ای از پرسش های هدف دار که با بهره گیری از مقیاس های گوناگون نظر، دیدگاه و بینش یک فرد پاسخگو را مورد سنجش قرار می دهد. نحوه تهیه و تنظیم پرسشنامه به عنوان ابزاری برای گردآوری اطلاعات و داده های مورد نیاز در تحقیق یا پایان نامه و غیره نیاز به دانستن مراحل مختلف تحقیق با توجه به نوع روش بکار رفته است.

#### ۴-۱-۳- روایی و پایایی

روایی به معنای صحیح و درست بودن است. مقصود از روایی آن است که وسیله اندازه گیری، بتواند خصیصه و ویژگی مورد نظر را اندازه بگیرد. اهمیت روایی از آن جهت است که اندازه گیری های نامناسب و ناکافی می تواند هر پژوهش علمی را بی ارزش و ناروا سازد. برای رسیدن به این هدف از نظرات کارشناسان، خبرگان و استاد راهنما در طرح پرسشنامه بهره گرفته شده تا میزان روایی در سطح مطلوبی قرار داشته باشد.

یک معیار یا آزمون بایستی دارای پایایی باشد. پایایی عبارت است از درجه توافق دو اندازه گیری مستقل و جدا از هم از یک چیز. این توافق معمولاً به صورت ضریب همبستگی بین آن دو اندازه گیری می شود. به کمک پایایی می توان به میزان خطای پی برد. هرچه ضریب همبستگی بزرگتر باشد، خطای اندازه گیری کمتر و دقت و صحت نتایج به دست آمده بیشتر خواهد بود. یکی از روشهای محاسبه قابلیت اعتماد استفاده از " فرمول کرونباخ " است. در واقع می خواهیم ببینیم تا چه حد برداشت پاسخگویان از سوالات یکسان بوده است. برای محاسبه ی ضریب آلفای کرونباخ ابتدا باید واریانس نمره های هر زیر مجموعه ی سوالات پرسشنامه (یا زیر آزمون) و واریانس کل و سپس با استفاده از فرمول زیر مقدار ضریب آلفا را محاسبه کرد.

$$r_a = \frac{j}{j-1} \left( 1 - \frac{\sum S_j^2}{S^2} \right)$$

$J$  = تعداد سوالات  
 $S_j^2$  = واریانس هر سوال  
 $S^2$  = واریانس کل سوالات می باشد.

یک نمونه ی اولیه شامل ۳۱ پرسشنامه تهیه می گردد و با استفاده از داده های به دست آمده و نرم افزار آماری SPSS میزان ضریب اعتماد با روش آلفای کرونباخ محاسبه شده است. اگر ضریب آلفا بیشتر از ۰/۷ باشد، آزمون از پایایی قابل قبولی برخوردار است. ضریب آلفای کرونباخ ۰/۷۷۶ به دست آمده است که نشان از پایایی مطلوب پرسشنامه است.

#### ۴-۱-۴- روند طراحی پرسشنامه

در اینجا به تجزیه و تحلیل سوالات پرسشنامه پرداخته می شود. لذا نیاز است تطابق هدف ها، معیارها و فاکتورهایی که سبب طراحی سوالات پرسشنامه گردیده است، بیان گردد. در جدول زیر مشخص می شود که سوال مطابق با کدام فاکتور (فاکتورهای به دست آمده در فصل دوم و سوم) می باشد.

در زیر جدول هدف محتوا براساس متغیر وابسته و متغیر مستقل تهیه شده است.  
متغیر مستقل: توسعه صنعت گردشگری، نگرش به باغ ایرانی، باغ سازی  
متغیر وابسته: طراحی مجموعه فضاهای گردشگری فرهنگی

جدول ۲- جدول هدف محتوا (منبع: نگارنده)

متغیر مستقل: طراحی مجموعه فضاهای گردشگری فرهنگی		متغیر وابسته: توسعه صنعت گردشگری
گردشگری	فضاهای تفریحی	
	توسعه گردشگری	
	ایجاد سرزندگی شهری	
فرهنگ	پویایی و نشاط در افراد جامعه	
	فضاهای آموزشی ابعاد فرهنگ	
	تقویت ابعاد فرهنگی جامعه	
	ایجاد تعاملات اجتماعی و گفتگو میان افراد	
باغ سازی	ارتقا روابط فرهنگی	
	وجود طبیعت	
	بهره گیری از اصول باغ ایرانی	
	توجه به پوشش گیاهی مطابق با اقلیم منطقه	
	ایجاد دید و منظر مناسب	

پس از بررسی مبانی نظری و مقالات موجود و بررسی نظرات اساتید و کارشناسان در ارتباط با فضاهای گردشگری فرهنگی و نیز باغ ایرانی مولفه های فوق مورد بررسی قرار گرفتند. همچنین برای هر مولفه مناسب با ویژگی های آن سوالات پرسشنامه تدوین گشته است. لذا بررسی پایایی و روایی نیز در این مرحله از روش تحقیق حائز اهمیت می باشد؛

#### گردشگری:

- ۱- تا چه حد ایجاد فضاهای تفریحی در مجموعه گردشگری اهمیت دارد؟
- ۲- چقدر ساخت فضاهای گردشگری در توسعه گردشگری شهری تاثیر خواهد داشت؟
- ۳- آیا با طراحی فضاهای گردشگری، سرزندگی شهری ارتقا می یابد؟
- ۴- تا چه میزان پویایی و نشاط در افراد جامعه با ایجاد فضاهای گردشگری برای جامعه ارتباط دارد؟

#### فرهنگ:

- ۱- چقدر ایجاد فضاهای آموزشی ابعاد فرهنگ، بر سطح فرهنگی جامعه تاثیرگذار است؟
- ۲- آیا تقویت ابعاد فرهنگی جامعه با طراحی مجموعه فضاهای فرهنگی ایجاد می گردد؟
- ۳- تا چه میزان ایجاد تعاملات اجتماعی و گفتگو میان افراد بر تقویت سطح فرهنگ افراد اثر دارد؟
- ۴- تا چه حد ارتقا روابط فرهنگی در جامعه اهمیت دارد؟

#### باغ ایرانی:

- ۱- آیا وجود طبیعت در طراحی معماری و جذب گردشگر تاثیر دارد؟
- ۲- تا چه میزان بهره گیری از اصول باغ ایرانی در طراحی مجموعه گردشگری فرهنگی موثر واقع می گردد؟
- ۳- چقدر توجه به پوشش گیاهی مطابق با اقلیم منطقه ایده باغ ایرانی را ارتقا می بخشد؟
- ۴- تا چه حد برای طراحی باغ در ایجاد دید و منظر مناسب تاثیرگذار است؟

## ۲-۴- روش تجزیه و تحلیل داده ها و آزمون فرض ها

### ۲-۴-۱- آزمون تی تک نمونه ای

جهت مقایسه هر کدام از عوامل داخلی سازمان با مقدار متوسط از آزمون تی تک نمونه ای استفاده می کنیم. آزمون های آماری پارامتری برای یک گروه، زمانی به کار می روند که قصد داشته باشیم میانگین یک نمونه را با یک میانگین مفروض و نظری مقایسه کنیم. این میانگین مفروض می تواند یک مقدار استاندارد یا معمول داشته باشد. به عبارتی، زمانی که قصد داشته باشیم میانگین یک متغیر در پژوهش را با یک میانگین تعیین شده مقایسه کنیم از آزمون تی تک نمونه ای بهره می گیریم. با توجه به "طیف لیکرت ۵ تایی" در نتیجه میانگین ملاک برابر ۳ می توان در نظر گرفت. برای انجام این آزمون از نرم افزار SPSS استفاده شده است.

### ۲-۴-۲- آزمون فریدمن

آزمون فریدمن این است که در مواردی که در آن آزمودنی ها همتا هستند یا گروه واحدی از آزمودنی ها بیش از یک بار مشاهده می شوند، می توان شکلی از تحلیل واریانس رتبه ای را که نخستین بار توسط فریدمن طراحی شده به کار بست. این آزمون زمانی کاربرد پیدا می کند که نظرات یک گروه را در چند زمینه مورد بررسی قرار می دهیم و براساس نظرات افراد این گروه، اولویت هر کدام از موارد را براساس رتبه بندی معنی دار مشخص نماییم. برای انجام این آزمون از نرم افزار SPSS استفاده می شود.

## ۵- جمع بندی

در این پژوهش جامعه ی آماری، جمعی از مردم شهر شیراز در مجاورت خیابان بوستان در نظر گرفته و حجم اطلاعات به دست آمده از پرسشنامه از طریق نرم افزار SPSS تحلیل شده است. نمونه با توجه به فرمول کوکران ۳۵۹ نفر و ضریب آلفای کرونباخ نیز ۰/۷۷۶ به دست آمده است که نشان از پایایی بالای پرسشنامه است. اطلاعات به دست آمده به وسیله نرم افزار SPSS تحلیل شدند. هم چنین برای بررسی فرضیه ها از دو آزمون تی تست و فریدمن استفاده شده است که در به بررسی نتایج آن پرداخته می شود.

- فرضیه ی اول؛ به نظر می رسد که عوامل فرهنگی و همچنین توسعه گردشگری در طراحی مجموعه در شیراز تاثیر گذار می باشد.

### جدول ۳- نتایج آزمون تی تک نمونه ای برای بررسی فرضیه ی اول، میانگین ملاک=۳ (منبع: نگارنده)

آماره t	درجه آزادی df	سطح معنی داری	تفاوت میانگین ها	فاصله اطمینان ۹۵ درصد	
				بالایی	پایینی
-۵۰,۰۹۴	۳۵۸	۰/۰۰۰	-۱,۵۳	-۱,۴۸	-۱/۵۸

با توجه به نتایج به دست آمده از بررسی سوالات مربوط به این فرضیه، مقدار آمار t برابر ۵۰,۰۹۴- و مقدار سطح معنی داری برابر ۰۰۰/۰ است که با توجه به کوچکتر بودن این مقدار از ۰,۰۵ در نتیجه اختلاف صحیحی بین میانگین جواب های مربوط به این فرضیه با میانگین ملاک وجود دارد. با توجه به فاصله اطمینان و منفی بودن هر دو حد بالا و حد پایین به این نتیجه می رسیم که میانگین پاسخ افراد کوچکتر از میانگین مورد نظر یعنی عدد ۳ می باشد و این بدین معناست که بیشتر افراد گزینه های کوچکتر از ۳ یعنی موارد خیلی زیاد و زیاد را در نظر گرفته اند. منفی بودن تفاوت میانگین نیز به معنای کمتر بودن میانگین پاسخ سوالات از میانگین ملاک است که همان نتیجه قبل را ثابت می کند و نشان دهنده ی این است که نظرات افراد نمونه مطابق با این فرضیه است.

- فرضیه ی دوم؛ به نظر می رسد می توان با شناخت عوامل موثر بر باغ ایرانی به طراحی ایده آل مجموعه فضاهای گردشگری فرهنگی رسید.

### جدول ۴- نتایج آزمون تی تک نمونه ای برای بررسی فرضیه دوم، میانگین ملاک=۳، (منبع: نگارنده)

آماره t	درجه آزادی df	سطح معنی داری	تفاوت میانگین ها	فاصله اطمینان ۹۵ درصد	
				بالایی	پایینی
-۶۱,۳۵۴	۳۵۸	۰/۰۰۰	-۱/۷۱	-۱/۶۵	-۱/۷۶

با توجه به نتایج به دست آمده از بررسی سوالات مربوط به این فرضیه، مقدار آمار  $t$  برابر  $۶۱,۳۵۴-$  و مقدار سطح معنی داری برابر  $۰۰۰/۰$  است که با توجه به کوچکتر بودن این مقدار از  $۰,۰۵$  در نتیجه اختلاف صحیحی بین میانگین جواب‌های مربوط به این فرضیه با میانگین ملاک وجود دارد و با توجه به فاصله اطمینان و منفی بودن هر دو حد بالا و حد پایین به این نتیجه می‌رسیم که میانگین پاسخ افراد کوچکتر از میانگین مورد نظر یعنی عدد ۳ می‌باشد که به این معناست که بیشتر افراد گزینه‌های کوچکتر از ۳ یعنی موارد خیلی زیاد و زیاد را در نظر گرفته‌اند. منفی بودن تفاوت میانگین نیز به معنای کمتر بودن میانگین پاسخ سوالات از میانگین ملاک است که همان نتیجه قبل را ثابت می‌کند و نشان دهنده این است که نظرات افراد نمونه مطابق با این فرضیه است.

برای مقایسه شاخص‌های مورد بررسی و رتبه بندی آن‌ها از آزمون فریدمن استفاده شده است که نتایج آن در ادامه در جدول ۵ آورده شده است.

جدول ۵- نتایج آزمون فریدمن برای رتبه بندی شاخص‌های مورد بررسی (منبع: نگارنده)

رتبه	میانگین رتبه‌ها	
۱	۱	مولفه‌های باغ ایرانی
۲	۲	مولفه‌های موثر در گردشگری
۳	۳	مولفه‌های فرهنگ
درجه آزادی = ۳		کای دو = ۵۱۷
		سطح معنی داری = ۰۰۰/۰

بر اساس نتایج به دست آمده مقدار آمار کای، دو برابر ۵۱۷ و مقدار سطح معناداری، برابر  $۰۰۰/۰$  است که نشان دهنده وجود تفاوت معنی دار بین میانگین رتبه‌هاست که بر این اساس رتبه‌های شاخص‌های مورد بررسی به ترتیب عبارتند از: مولفه‌های باغ ایرانی (اصول باغ سازی و ارتباط با طبیعت) - مولفه‌های موثر در گردشگری (توسعه گردشگری و جذب توریسم) - مولفه‌های فرهنگ (جهت ارتقا تعامل اجتماعی و افزایش سطح فرهنگی جامعه). زیرا هرچه قدر میانگین رتبه‌ها کوچکتر باشد اهمیت آن متغیر بیشتر است.

## منابع

۱. افجه، علی اکبر (۱۳۸۲). توسعه جهانگردی از دیدگاه فرهنگی. اجتماعی و سیاسی. مجموعه مقالات سمینار بررسی سیاست‌ها و برنامه‌های توسعه جهانگردی در جمهوری اسلامی ایران تهران: دانشکده حسابداری و مدیریت دانشگاه علامه طباطبایی.
۲. اردلان، نادر، بختیار، لاله (۱۳۸۰). حس وحدت: سنت عرفانی در معماری ایرانی. چاپ اول. اصفهان: نشر خاک.
۳. نیک بین، مهنا (۱۳۹۱). بررسی پایداری اجتماعی فرهنگی توسعه گردشگری؛ مطالعه موردی جزیره کیش. فصلنامه تحقیقات فرهنگی. دوره پنجم. (۲) تابستان ۱۳۹۱.
۴. سلطانی، منصوره (۱۳۹۶). دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروزکوه. فیروزکوه. ایران.
۵. شجاعی، دلارام و پرتویی، پروین (۱۳۹۴). عوامل موثر بر ایجاد و ارتقا اجتماع پذیری در فضاهای عمومی با مقیاس‌های مختلف شهر تهران. ماهنامه باغ نظر. (۳۴) (۲۸-۲۵)
۶. کارمونا، متیو (۱۳۸۸). مکان‌های عمومی - فضاهای شهری. ابعاد گوناگون طراحی شهری. ترجمه دکتر فریبا قرایی و دیگران. انتشارات دانشگاه هنر.
۷. شاهچراغی، آزاده (۱۳۸۸). پارادایم‌های پردیس. ۱۰۱. انتشارات جهاد دانشگاهی. تهران.
۸. شاهچراغی، آزاده (۱۳۸۸). تحلیل فرآیند ادراک محیط باغ ایرانی بر اساس نظریه روانشناسی بوم‌شناختی. نشریه هویت شهر. (۳) (۱۲-۲۵).
۹. رجایی، حمید (۱۳۸۹). آفرینندگی تفکر جانبی و باور دینی. اصفهان. نشر شهر من.
۱۰. لوکس، هنری (۱۳۹۳). تاریخ تمدن. ترجمه عبدالحسین آذرنگ. نشر سخن. تهران.
۱۱. ضیائی، آزاده (۱۳۹۵). طراحی مجموعه فرهنگی مذهبی با رویکرد بازشناسی کهن‌الگوها در شیراز. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشکده معماری. دانشگاه آزاد اسلامی. واحد علوم تحقیقات تهران فارس.

۱۲. حسینی اردکانی، سیدرضا (۱۳۸۲). مجموعه فرهنگی سپیدان. پایان نامه ارشد. دانشکده معماری. دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیراز.
۱۳. انصاری، مجتبی (۱۳۷۸). ارزش باغ های ایرانی صفوی - اصفهان. پایان نامه دکتری معماری. دانشکده هنر های زیبا. دانشگاه تهران.
۱۴. سلطان زاده، حسین (۱۳۸۲). از باغ تا پارک. نامه انسان شناسی. دوره ۱. (۴) (۲-۵)
۱۵. پارسایی، پیمان (۱۳۹۸). طراحی مجموعه گردشگری \_ تفریحی جزیره کیش با رویکرد حفظ و بقاء محیط زیست. دانشکده معماری. دانشگاه آزاد مرودشت.
۱۶. فالامکی، محمد منصور (۱۳۸۹). باغ ایرانی عکس رخ بام در گستره های معماری. تهران نشر فضا.
۱۷. پروشانی، ایرج (۱۳۷۳). دانشمند جهان اسلام. تهران: بنیاد دائرة المعارف اسلامی.
۱۸. ورجاوند، پرویز (۱۳۷۳). باغ در ایران در دانشنامه جهان اسلام. تهران بنیاد دایره المعارف اسلامی.
۱۹. چگینی، ناصر (۱۳۸۱). دائرة المعارف بزرگ اسلامی. باغ. مرکز دائرة المعارف بزرگ اسلامی. سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی. جلد ۱۱.
۲۰. میرفندرسکی، محمد امین (۱۳۸۳). باغ ایرانی چیست؟ باغ ایرانی در کجاست؟ خلاصه مقالات نخستین همایش باغ ایرانی. سازمان میراث فرهنگی و گردشگری کشور.
۲۱. دادابه، اصغر (۱۳۸۳). مکتب های باغ آرایبی. ماه نامه موزه ها. (۴۱) (۵۵-۵۷) سازمان میراث فرهنگی و گردشگری.
۲۲. هردگ، کالدیوس (۱۳۷۶). ۱۹۹۰ میلادی. ساختار شکل در معماری اسلامی ایران و ترکستان. ترجمه واحد پژوهش و ترجمه مهندسان مشاور بانیان. محمد تقی زاده مطلق. ویرایش محمد رضا نسربین. چاپ اول. انتشارات بوم. تهران.
۲۳. زمانی، احسان، لیلیان، محمد رضا، امیرخانی، آرین، اخوت، هانیبه (۱۳۸۸). بازشناسی و تحلیل جایگاه عناصر موجود در باغ ایرانی با تاکید بر اصول دینی - آیینی. باغ نظر. دوره ۱۱. (۴) (۳۴-۳۶)
۲۴. هیتس، والتر (۱۳۷۳). دنیای گمشده عیلام. ترجمه فیروز فیروز. تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
۲۵. ابراهیم نژاد، رامین (۱۳۹۶). طراحی مجموعه تجاری تفریحی اوز با رویکرد توسعه پایدار گردشگری. پایان نامه کارشناسی ارشد. گروه معماری دانشکده معماری. دانشگاه آزاد اسلامی لارستان
۲۶. زاهدی، شمس السادات (۱۳۸۲). تحلیلی بر انواع توریسم و ارتباط آنها با یکدیگر. فصلنامه مطالعات جهانگردی. انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی. (۱) (۱۵-۱۷)
۲۷. صالحی زاده، پریسا (۱۳۹۵). طراحی باغ موزه مشاهیر در شیراز. راهنما دکتر علی بامداد. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشکده معماری. دانشگاه آزاد اسلامی. واحد لارستان.
۲۸. قره نژاد، حسن (۱۳۸۶). مقدمه ای بر توسعه گردشگری و مهمان پذیری. انتشارات دانشگاه اسلامی واحد نجف آباد.
۲۹. صباغ کرمانی، مجید، پاییز (۱۳۷۵). بررسی وضعیت صنعت توریسم و تخمین توابع تقاضا و عرضه ی توریسم خارجی در ایران. مرکز پژوهش های بنیادی. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی. تهران.
۳۰. خاکی، غلامرضا (۱۳۷۸). روش تحقیق با رویکردی به پایان نامه نویسی. وزارت فرهنگ و آموزش عالی. مرکز تحقیقات علمی کشور: کانون فرهنگی انتشاراتی درایت. تهران.
۳۱. خاکی، غلامرضا (۱۳۷۸). روش تحقیق با رویکردی به پایان نامه نویسی. وزارت فرهنگ و آموزش عالی. مرکز تحقیقات علمی کشور: کانون فرهنگی انتشاراتی درایت. تهران.

