



Research Paper

The Rhythm of Consumption Space in the Tourism of the Urban Peripheral Mountains (Gavazang and Amand Zanzan Mountains)

Alireza Daviran^a

^a. Department of Geography Education, Faculty of Geography, University of Farhangian, Tehran, Iran
Email: a.daviran@cfu.ac.ir

ARTICLE INFO

Keywords:
Rhythm,
Consumption space,
Mountain tourism,
Zanzan.



Received:
xx March 2022
Received in revised form:
xx June 2022
Accepted:
xx August 2022
pp.x-xx

ABSTRACT

The keywords used in studies of the harmony of different geographical dimensions are the type, method, and time of space. The study of this consumption in urban tourism with the scale of tourism in the urban peripheral mountains explains the horizontal complexity of how space is used. This research has investigated the rhythm of tourism in the mountains along the urban periphery of Zanzan city with a mixed qualitative method with comparative construction based on descriptive-analytical method and with exploratory nature and rhythm analysis method. The method of data collection was a library and non-continuous long-term field presence based on the tools of observation, interview, and questionnaire completion. Part of the collected data has been analyzed interpretatively, and the other part is analyzed through descriptive and inferential statistics in the rhythm system. According to the indicators of the time cycle, loyalty, services, and the type of tourism community, it was concluded that mountain group tourism has a stable rhythm compared to individual tourism and has a higher loyalty coefficient. At the same time, the results of the study showed that despite the location of the two studied mountains in the vicinity of the city, the mountains with more natural nature (Amand) have the coefficient of permanence and positive mental associations compared to the mountains with more manufactured services (Gavazang). Therefore, preserving the natural dimensions of the mountain for group tourists and minimal intervention of manufactured elements in the natural environment of the mountain creates a more stable rhythmic performance.

Citation:



Extended Abstract

Introduction

According to the definition of the World Tourism Organization, mountain tourism is a type of tourism activity in a specific and limited geographical space such as hills or mountains with distinctive features and characteristics of a landscape, topography, climate, biodiversity (plants and animals), and a specific local community. This tourism includes a wide range of activities related to human leisure, which need to be done in open spaces and in order to communicate with nature. This type of tourism is the backbone of natural and cultural heritage, creating a special tourist experience. The nearby mountains or city suburbs are always popular with citizens due to their easy access, and they spend part of their free time in various dimensions such as recreation, physical and mental health, sports, outdoor dining, etc. Mountains close to large and medium cities have always been of great interest in terms of tourism due to the large presence of citizens and have involved urban management; studying the rhythm of tourism in the Urban Peripheral mountains, which explains the horizontal complexity of the use of space by understanding the type and pattern of mountain space consumption by users (tourist citizens) and aims to plan the geographical management of mountain tourism in various environmental, economic and cultural dimensions. This research has done a comparative study of the rhythm of two mountain complexes, Kavazang and Amand, located in the north of Zanjan city, and has explained the horizontal complexity of space consumption. The background of the temporal and spatial cycle is related to various factors such as the type of use and presence of the tourist, time and climate, socio-occupational and economic class and class, mental inclination and tendencies, reasons and aspects, subjective and objective loyalty of the tourist, attitude environmental factors of tourists and many other factors are determined and investigated.

Methodology

The current research is a mixed qualitative-quantitative study with comparative construction based on a descriptive-analytical method, with an exploratory nature and rhythm analysis method. The statistical population studied was urban tourists in the mountains studied. The research variables are four indicators of the type of tourism (family, group, or individual), time cycle, available services, and the tourist's willingness, which includes 29 items.

Results and discussion

The coefficient of sustainability and repeatability of mountain tourism is higher in the group tourism community. It is estimated that the path coefficient (R²) of the studied rhythms is above 90% of the coverage level of the variables. The rhythm of tourism in the morning and evening scales of the summer and winter patterns in the studied mountains is relatively compatible with the time conditions of sunrise and sunset in different months of the year. The continuity and sustainability of non-family group tourists in all months of the year, especially the cold months of the studied mountains, is above 50%. With the change of seasons, the temporary movement of tourists from one mountain to another is formed, and the change of weather seasons leads to the movement of group tourists (especially non-family group tourists). The association and mental memory of the tourist community from the studied mountains are different but similar. Tourists disagree with the development of facilities and welfare services in the mountains, which have pristine natural scenery, and the preservation of natural attractions with minimal human intervention. Sports and health are the main reasons for non-family group tourists to use mountain space, and recreation and entertainment are the most important reasons for using mountain space from the perspective of family and casual tourists.

The method of using space for non-family and individual group tourists is mainly on foot, respecting the health of the mountain environment. For non-family groups and occasional tourists, it is a combination of riding (vehicle) and walking, with the possibility of developing infrastructure services. Non-human and natural elements such as rivers, springs, trees, plants, medicinal vehicles, snow, snow tubing, natural paths, and fresh air are the most interesting mental associations of Amand mountain tourists, and natural elements of slopes, stones, along with manufactured elements such as amusement parks, graves, amusement park, restaurant, asphalt road, city view, tea house, and dam are the most important mental associations of Gavzang Mountain. Despite the proximity of the Gavazang and Amand mountains, the tourism coordinates of the mentioned mountains are different due to manufactured and natural attractions, and the type of tourism and the dominant tourism community are also different.

Conclusion

Mountain tourism is one of the types of tourism based on the structure of health, sports, recreation, and travel, and it has a rhythmic pattern. This type of tourism has a horizontal rhythm system due to its

dominant dependence on the daily time structure, in which different tourism communities have their structural rhythm. This is important in the urban Peripheral mountains due to the type of reception of tourists within the city and the local-regional performance; it provides different interpretation results. The results of this research on the tourism of two peripheral mountains to Zanjan city showed that mountain tourism has a stable rhythm and mountain tourists gradually develop a sense of spatial belonging to the mountains due to the weather conditions and the way of using its space (walking, climbing and breathing, etc.) and find a positive mental association of the touristic space.

Funding

There is no funding support.

Authors' Contribution

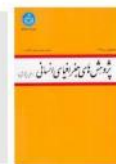
Authors contributed equally to the conceptualization and writing of the article. All of the authors approved the content of the manuscript and agreed on all aspects of the work declaration of competing interest none.

Conflict of Interest

Authors declared no conflict of interest.

Acknowledgments

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



ضربانگ مصرف فضا در گردشگری کوهستان‌های پیراشهری (کوهستان گاوازنک و امند زنجان)

علیرضا دویران^۱، گروه آموزش جغرافیا، دانشگاه فرهنگیان، تهران، ایران

چکیده

اطلاعات مقاله

نوع، شیوه و زمان مصرف فضا واژه‌های کلیدی مطالعات ضربانگی در ابعاد مختلف جغرافیایی می‌باشند. مطالعه این مصرف در گردشگری با مقیاس گردشگری کوهستان‌های پیراشهری، پیچیدگی افقی نحوه مصرف فضا را تبیین می‌نماید. این پژوهش با روش ترکیبی کیفی و کمی با ساخت تطبیقی مبتنی بر شیوه توصیفی - تحلیلی و با ماهیت اکتشافی و روش تحلیل ریتم به بررسی ضربانگ گردشگری کوهستان‌های پیراشهری شهر زنجان پرداخته است. روش گردآوری داده‌ها به صورت کتابخانه‌ای و حضور میدانی طولانی مدت غیرمستمر و مبتنی بر ابزار مشاهده، مصاحبه و تکمیل پرسش‌نامه بوده است. بخشی از داده‌های گردآوری شده به صورت کیفی تفسیری و بخش دیگر از طریق آمارهای کمی نظام ضربانگ تجزیه و تحلیل شده است. با توجه به شاخص‌های چرخه زمانی، وفاداری، خدمات و نوع جامعه گردشگری این نتیجه حاصل شد که گردشگری گروهی کوهستان ضربانگ پایداری نسبت به گردشگری فردی داشته و ضریب ملندگاری، وفاداری بالاتری را دارد. در عین حال نتایج مطالعه نشان داد که علی‌رغم قرارگیری دو کوهستان مورد مطالعه در مجاورت شهر، کوهستان‌های با ماهیت طبیعی بیشتر (امند، ضریب ماندگاری و تداعی ذهنی مثبت را در مقایسه با کوهستان‌های با خدمات انسان‌ساختی بیشتر (گاوازنک) دارد. لذا حفظ ابعاد طبیعی کوهستان برای گردشگران گروهی و دخالت حداقلی عناصر انسان‌ساخت در محیط طبیعی کوهستان عملکرد ضربانگی پایداری به وجود می‌آورد.

واژگان کلیدی:

ریتم، زنجان، فضای مصرف کوهستان، گردشگری

تاریخ دریافت:

تاریخ بازنگری:

تاریخ پذیرش:

صص.

استناد:



مقدمه

نظام اجتماعی شهرها در جهت زیست‌پذیر کردن شهرهای خود، همواره نیازمند انسجام و یکپارچگی هستند (دویران ۱۳۹۹: ۲۲۴). بستر زمین سطحی صاف و هموار نیست بلکه دارای منحنی میزان‌های متفاوتی است که نمود ایجاد اشکال مختلف از جمله کوه‌ها است. جایی که از ارتفاع صفر زمین بالاتر بوده و حداقل دارای ۳۰۰ متر ارتفاع باشد (UNEP, 2007). در حال حاضر در ۱۳۹ کشور جهان کوهستان وجود داشته و حدود یک‌چهارم مساحت زمین را کوهستان شامل می‌شود (Rio-Rama et al, 2019: 131). کوه‌ها دارای تنوع زیادی از منابع گردشگری هستند. اولاً، تغییرات ارتفاع، زمین‌های چشمگیر مختلفی مانند قله‌های قله، صخره‌ها و برآمدگی‌های کوه‌های بلند را ایجاد می‌کند (Migon, & Pijet, 2017: 511). دوم زیست‌بوم‌ها و مناظر با افزایش ارتفاع تغییر یافته و پدیده‌های جدیدی را به وجود می‌آورد و سوم اینکه کوهستان ذخیره طبیعی برای حفاظت از گیاهان و جانوران و اکوسیستم‌های بارز می‌باشد (Cox et al, 2016: 110). از آنجایی که گردشگری یکی از سریع‌ترین صنایع در حال توسعه اقتصاد جهانی است (دویران ۱۳۹۹: ۸۱). گردشگری مقاصد کوهستانی نیز به طور قابل توجهی افزایش یافته و این موضوع منجر گردیده که مباحث گسترده‌ای در مورد مزایا و خطرات آن برای محیط‌های کوهستانی، فرهنگ‌ها و جوامع ارائه شود (Mutana & Mukwada, 2018: 59). با این حال قبل از سال ۲۰۰۳ مفهوم گردشگری کوهستان به‌عنوان یک اصطلاح کلی بکار رفته و پژوهشگران از دید خود آن را تفسیر می‌کردند (RioRama, 2019: 131). اما از سال ۲۰۰۳ به بعد گردشگری کوهستان به‌عنوان یک مدخل جداگانه در دایره المعارف گردشگری گنجانده شده و معنای منحصر به فرد خود را پیدا می‌کند (Jafari, 2003). طبق تعریف سازمان جهانی گردشگری، گردشگری کوهستان نوعی فعالیت گردشگری در یک فضای جغرافیایی مشخص و محدود مانند تپه‌ها یا کوه‌ها یا ویژگی‌ها و ویژگی‌های متمایز از یک چشم‌انداز، توپوگرافی، اقلیم، تنوع زیستی (گیاه و جانوران) و جامعه محلی خاص است. این گردشگری دربرگیرنده طیف گسترده‌ای از فعالیت‌های مرتبط به نیاز فراغتی انسان به حضور در فضاهای آزاد و ارتباط با طبیعت است (Romeo, 2021: 8). این نوع گردشگری ستون فقرات میراث طبیعی و فرهنگی است که تجربه ویژه‌ای را برای گردشگر ایجاد می‌کند (Li, 2018). کوهستان‌های مجاور یا حومه شهری به دلیل دسترسی آسان همواره مورد توجه شهروندان بوده و بخشی از اوقات فراغت در ابعاد مختلف مانند تفریح، سلامت جسمی و روحی، ورزش، هواخوری و غیره را با حضور در آن سپری می‌کنند. کوهستان‌های نزدیک به شهرهای بزرگ و متوسط به دلیل گستردگی حضور شهروندان همواره در بعد گردشگری بسیار مورد توجه بوده و مدیریت شهری درگیر کرده است. در این بین توجه به ابعاد مختلف زیست‌محیطی و حفظ ساختار طبیعت با توجه به نوع حضور شهروندان موضوعی است که کمتر به آن توجه شده و اقدامات مدیریتی همواره سعی بر دست‌اندازی و ارائه خدمات گردشگری با توجه کمتر به مسائل زیست‌محیطی بوده که نتیجه آن تخریب تدریجی ساختار طبیعی کوه بوده است. توجه به خواسته شهروندان به‌عنوان بهره‌وران اصلی در کنار رعایت ابعاد زیست‌محیطی می‌تواند در مدیریت بهینه کوهستان اثر سازنده‌ای داشته باشد. یکی از ابعاد لازم برای درک این موضوع مطالعه ضرباهنگ گردشگری کوهستان‌های پیراشهری است. ضرباهنگ کاوی بررسی اثر ریتمیک مصرف فضاهای عمومی شهری می‌باشد (دویران، ۱۴۰۲: ۱۷). ضرباهنگ کاوی اصطلاحی است که ریشه طرح آن در فضای شهری آن به هانری لوفور برمی‌گردد (حبیبی و محمودی کردستانی، ۱۴۰۱: ۲). ضرباهنگ کاوی روشی است برای تبیین الگوی حرکت، تناوب، ماندگاری، علت، تکرارپذیری، تداوم در دو نوع خطی و چرخه‌ای که تجربه زیسته افراد در فضاهای مختلف را نشان می‌دهد. مطالعه ضرباهنگ در رشته‌هایی از قبیل فلسفه، هنر، جامعه‌شناسی، جغرافیای انسانی و شهری، طراحی شهری و معماری، نشان از ماهیت میان‌رشته‌ای و اهمیت آن در زندگی انسان‌ها دارد. ضرباهنگ کاوی با درک نوع و الگوی مصرف فضای کوهستان توسط بهره‌وران (شهروندان گردشگر) پیچیدگی افقی مصرف فضا را تبیین و برنامه‌ریزی مدیریت جغرافیایی گردشگری کوهستان در ابعاد مختلف زیست‌محیطی، اقتصادی و فرهنگی هدفمند می‌نماید.

آنچه در گردشگری کوهستان نیاز به بررسی دارد تبیین نحوه مصرف فضا در ابعاد زمانی و مکانی است که بتوان الگوی زمانی و مکانی نوع و نحوه مصرف فضاهای کوهستان توسط گردشگران را درک نمود. این پژوهش باهدف شناخت ضرباهنگ شیوه مصرف فضای کوهستان توسط گردشگران، به بررسی تطبیقی ضرباهنگ دو مجموعه کوهستان کاوازانگ و امند واقع در شمال شهر زنجان پرداخته و پیچیدگی افقی ضرباهنگ مصرف فضا را تبیین نموده است. با توجه به عدم مطالعه موضوع ضرباهنگ در گردشگری به طور عام و گردشگری کوهستان به طور خاص، نوآوری پژوهش در مطالعه ضرباهنگی و تطبیقی گردشگری

کوهستان‌های پیراشهری است. با این توصیف مسئله اصلی پژوهش این است که: ضرباهنگ گردشگری کوهستان پیراشهری در زمان‌های مختلف چگونه است و ارتباط نوع ضرباهنگ مصرف فضای گردشگری (گروهی، خانوادگی یا فردی) در کوهستان‌ها چگونه می‌باشد؟

بررسی پیشینه پژوهش در موضوع ضرباهنگ گردشگری در مقیاس عام و ضرباهنگ کاوی گردشگری کوهستان در مقیاس خاص نشان می‌دهد پژوهش‌های بسیار محدودی در موضوع ضرباهنگ کاوی فضاهای شهری صورت پذیرفته است که این مهم در گردشگری کوهستان مغفول مانده است. با این حال به لحاظ مفهومی در حوزه گردشگری کوهستان پژوهش‌های متعددی صورت گرفته است که از جمله آن‌ها می‌توان به پژوهش موتانا و موکوادا (۲۰۱۸) با موضوع ایجاد مسیرهای گردشگری مشخص با فعالیت‌های کارآفرینانه برای فقرزدایی اشاره کرد که در آن به لزوم در نظر گرفتن تفاوت و تنوع جامعه محلی کوهستان، مشارکت ذی‌نفعان در فرایند گردشگری پایدار، کاهش اثرات مخرب زیست محیط کوهستان و مشارکت جامعه محلی را مهم‌ترین عوامل توسعه پایداری گردشگری کوهستان می‌دانند (Mutana & Mukwada, 2018). اسگوری^۱ در بررسی تاب‌آوری مناطق جنگلی و گردشگری پایدار با توجه به چشم‌انداز کوهستان‌ها، ایجاد ارتباط بین منابع طبیعی مشترک و گردشگری را شرط لازم برای توسعه پایدار گردشگری می‌داند (Sgori, 2020: 3). گیل و ویلایمز در بررسی کوهستان‌های اسپین امریکا و ویستلر کانادا مدیریت جامعه گردشگری در کوهستان را مهم دانسته و شناسایی جامعه گردشگری حاضر در کوهستان را برای رفع مشکلات گردشگری در کوهستان را اولویت اصلی گردشگری می‌دانند (Gill and Williams, 1994). اسماعیل‌زاده در بررسی گردشگری کوهستان‌های ولنجک و درکه با متغیرهای مانند مشارکت، ایمنی، خدمات رفاهی، کالاهای محلی، حمل‌ونقل و دسترسی و غیره به این نتیجه رسیدند که شاخص‌های اقتصادی - نهادی از کمترین میزان پایداری برخوردار می‌باشند که نیازمند به‌کارگیری راهبردهای مشارکت و نهادسازی محلی، زیرساخت اطلاع‌رسانی، ایجاد اشتغال و درآمد است (اسماعیل‌زاده، ۱۳۹۳). صادقی چهارده در تعیین ظرفیت برد گردشگری طبیعت در مناطق کوهستانی در سه سطح ظرفیت تحمل فیزیکی، واقعی و مؤثر در کوهستان دیلمان گیلان کیفیت محیطی منطقه مذکور نقش اساسی را در میزان ظرفیت پذیرش منطقه ایفا نموده، و به دلیل عدم وجود امکانات، خدمات و زیرساخت‌ها و هم‌چنین نیروی انسانی مناسب جهت مدیریت و ارائه خدمات گردشگری به گردشگران، ظرفیت پذیرش مؤثر در سطح پایینی قرار گرفته است (صادقی و همکاران، ۱۳۹۴). حقی و حیدرزاده در تحقق توسعه پایدار گردشگری مناطق کوهستانی در بررسی گردشگری شهر کوهستانی خوانسار از مولفه‌های زیست‌محیطی، اجتماعی و فرهنگی، مالی، خدمات زیربنایی و ۳۹ متغیر دیگر استفاده نموده است و به این نتیجه رسیده است عوامل گردشگری پایدار در شهرهای مناطق کوهستانی به ترتیب شامل خدمات شهری، نیازمندی‌های اولیه، جذابیت‌های تفریحی، فرهنگ جامعه میزبان، اقتصادی و زیست‌بوم طبیعی، جذابیت‌های فرهنگی و پایداری است (حقی و حیدرزاده، ۱۴۰۰). در کلیت سوابق پژوهش با محور گردشگری کوهستان نشان می‌دهد که مباحث بیشتر بر محور ابعاد زیست محیطی گردشگری توجه داشته و بر لزوم پایداری زیست بوم کوهستان‌ها تعمیق یافته است.

مبانی نظری

گردشگری رفتار مشترک گروه‌های انسانی است که از ابعاد جغرافیایی و فضایی برخوردار بوده و بازتاب آن نیز فضا و ویژگی‌های محیط جغرافیایی را متأثر می‌نماید. این رفتار در قالب ساختارهای اجتماعی و فرهنگی شکل می‌گیرد و به‌وسیله ساختاری اداری - سیاسی کنترل می‌شود. این رفتار با توجه به نوع و ماهیت گردشگر و فضای مورد نظر گردشگر به اشکال مختلف بروز نموده و فرهنگ رفتاری متناظر با آن را به وجود می‌آورد (مشکینی و دوبران، ۱۳۹۲: ۳۴). یکی از رفتارهای ساختار اجتماعی و فرهنگی در فضای کوهستان شکل گرفته که به لحاظ ابعاد گردشگری با نام گردشگری کوهستان شناخته می‌شود. اگرچه گردشگری کوهستان در دهه‌های اخیر به سرعت در حال توسعه بوده است، اما با توجه به نوین بودن آن هنوز پژوهش‌ها در مورد توسعه آن اندک است (Ng, 2022: 1). در چند دهه اخیر کوهستان‌ها شاهد رشد انفجاری حضور گردشگر بودند. به‌عنوان مثال در اروپا در سال ۲۰۲۱ بیش از ۱۲۰ میلیون نفر از کوهستان‌های آلپ بازدید کرده‌اند (Richins and Hull, 2016: 1). یا در سال ۲۰۱۹ کوهستان راکی

^۱ . Sgori

آمریکای شمالی بیش از ۴/۶ میلیون نفر (Rocky Mountain National Park, 2021) در کوه‌های اسنوی استرالیا در سال ۲۰۱۹ بیش از ۱/۶۸ میلیون نفر (NSWG, 2022)، در کوه‌های هانگشان چین در سال ۲۰۲۱ بیش از ۶۳ میلیون نفر گردشگر پذیرایی شده‌اند (Daily, 2022). این داده‌ها نشان می‌دهد یکی از انواع جاذبه‌های طبیعت‌گردی گردشگری مبتنی بر کوهستان است. تاریخچه این نوع گردشگری را می‌توان به مربوط به زمانی دانست که کاشفان اولیه مسیرهایی را به سمت کوه‌های دورافتاده باز کرده و مقاصدی برای سفر و گردشگری ایجاد می‌کردند (Vincent & Michalkiewicz, 2017: 76). کوهستان دارای جذابیت‌های بسیاری است که متأسفانه ناشناخته مانده است و در صورت شناساندن آنها، باعث توسعه گردشگری در مناطق کوهستانی برای عموم اقشار خواهد شد چرا که هر یک از این زمینه‌ها خاص قشر خاصی می‌باشد و انواع گردشگر را با انگیزه‌های گوناگون باستانی، تاریخی، مذهبی، علمی، اقلیمی، ورزشی تفریحی، فرهنگی، هنری و اجتماعی را شیفته گردشگری در کوهستان می‌سازد. ضمن اینکه کاربرد هر یک از زمینه‌ها در صنعت گردشگری سبب رونق اقتصادی مناطق کوهستانی خواهد شد (صالحی، ۱۳۹۶: ۲). به عقیده ریچینز و هال گردشگری کوهستان شامل ۵ بعد تجربه گردشگری، مردم و جوامع کوهستان، محیط طبیعی کوهستان، مسائل و راه‌حل‌های گردشگری کوهستان و توسعه و برنامه‌ریزی مدیریت گردشگری کوهستان را شامل می‌شود (Richins & Hull, 2016:4). ژنگ ۱ گردشگری کوهستان را محدود به توسعه اقتصادی دانسته و عقیده دارد که ابعاد اقتصادی این نوع گردشگری اهمیت فراوانی در مقایسه با سایر ابعاد توسعه دارد (Zeng, 2022:562). از نظر اندونفسکی ۲ این نوع گردشگری احترام بیشتری نسبت به حفظ منابع طبیعی و به افزایش آگاهی در مورد ارزش عظیم مناطق کوهستانی کمک کرده است. پویایی اکوتوریسم نیز بر اقتصادهای کوهستانی اثر گذاشته است، به ویژه برای ایجاد مجموعه‌های از ساختارهای ریز مانند تعطیلات مزرعه شده است (Andonovski, 2014). توسعه گردشگری در این مناطق بدلیل ساختار اکوسیستمی حساس و شکننده همواره نیازمند احتیاط و توجه بیشتری است چه بسا توسعه بدون برنامه ریزانه منجر به بروز اثرات منفی به ویژه تغییرات در محیط زیست، ناسازگاری جامعه، تخریب محیط طبیعی و از بین رفتن ساختار اکولوژیک کوهستان می‌گردد. در این بین کوهستان های پیراشهری با مجاورت و ارتباط مداوم با فضای شهری و سهولت دسترسی ساکنان شهر به آن، بیشتر در معرض تهدیدهای انسانی قرار می‌گیرد. بنابراین با توجه به حساسیت اکوسیستم های کوهستانی نسبت به دخالت های انسانی، باید یک برنامه کلان و جامع راه بردی را با لحاظ نمودن دیگر نقش های خدماتی کوهستان و شناخت بهتر شرایط محیط زیستی آن و تاکید بر نقش عوامل خارجی تدوین نمود تا بتوان توسعه گردشگری در این مناطق را توأم با الگوهای توسعه پایدار و همکاری گروه های ذینفع محقق نمود (مطهری و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۵۵).

در سوی دیگر وفاداری به فضای گردشگری مطرح می‌شود که تابع وابستگی، انگیزه، کیفیت تجربه، ارزش و کیفیت درک شده می‌باشد (wang & li, 2023). گرچه در مطالعه ونگ و لی پنج عمل موثر بر وفاداری گردشگران به ترتیب در حس رضایت، کیفیت تجربه، ارزش ادراکی، کیفیت ادراک شده و انگیزه مطرح شده است ولی تفاوت فضای گردشگری در مقیاس های جغرافیایی منجر به جایجایی اولویت های وفاداری می‌شود. نوع خاطره ذهنی گردشگر از محیط و محصول محلی تعیین کننده میزان وابستگی و تعامل گردشگر با فضای گردشگری بوده، در نتیجه میزان وفاداری آن برای تبلیغات به دیگران و بازگشت مجدد به محیط را دارد (Bayoumi Et al, 2016:16). در گردشگری کوهستان حس تعلق به فضای گردشگری تکمیل کننده، تداوم دهنده و توسعه دهنده وفاداری گردشگران می‌باشد که در آن وابستگی ذهنی به محیط گردشگری ایجاد شده و انگیزه حضور با درک ارزش های محیط کوهستان افزایش می‌یابد. تجربه و حس مثبت گردشگر از فضای کوهستان در چنین شرایطی وابستگی به فضا را ایجاد نموده و گردشگر از بودن در محیط احساس لذت و خوشایندی پیدا می‌کند. خدمات فضای گردشگری نیز در ایجاد حس رضایت و تعلق گردشگری بی‌تاثیر نیست چرا که در فضای گردشگری ارائه خدمات پایه مورد نیاز

1 . Zeng

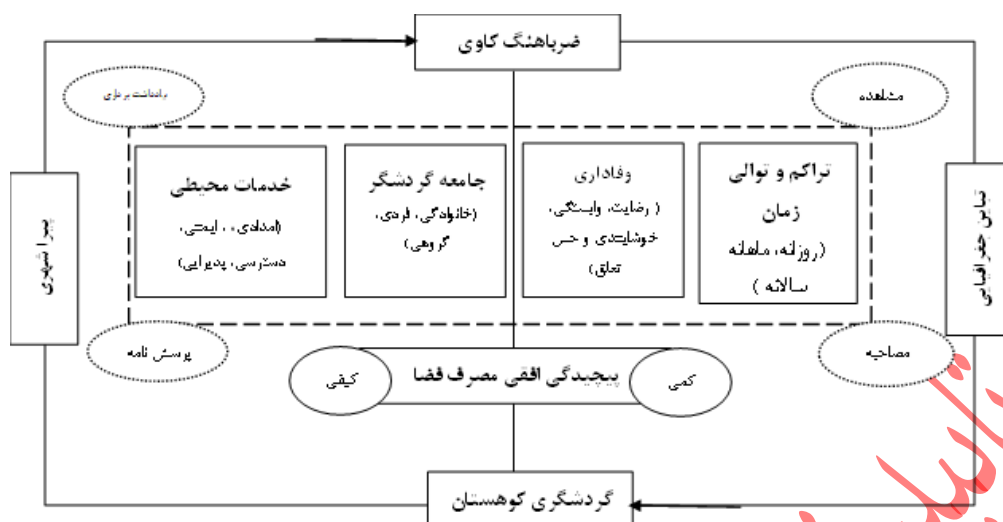
2 . Andonovski

گردشگران مانند دسترسی به خدمات امداد و نجات، بهداشتی، تجهیزات ترابری، ایمنی، شبکه فناوری، خدمات تغذیه ای ضرورتی اجتناب ناپذیر است. مقیاس و سطح این خدمات در گردشگری کوهستان با در نظر گرفتن شرایط زیست محیطی و اکولوژیکی محیط طبیعی کوهستان می باشد. چه بسا ارائه خدمات بیش از سطح ظرفیت اکولوژیکی فضای گردشگری (کوهستان) ممکن است تهدیدی بر محیط زیست کوهستان باشد.

در پژوهش‌های شهری بررسی اثر ریتمیک مصرف فضاهای عمومی شهری با نام ضرباهنگ کاوی مطرح است (دوپران، ۲۰۲۳). کوهستان‌های پیراشهری به‌عنوان یکی از فضاهای عمومی ساکنان شهری است که همواره فضای مصرف گردشگری دارای نگرش فراغتی تفریحی، ورزش و سلامت، پیاده‌روی را برای شهروندان دارد. بررسی ابعاد ریتمی این فضا اهمی برای تبیین بهتر گردشگری و برنامه‌ریزی و مدیریت بهتر آنها است. مفهوم ضرباهنگ متأثر از دیدگاه‌های لوفور در کتاب فضا، زمان و زندگی روزمره آمده است (Lefebvre, 1992). کاربست مفهوم ضرب‌آهنگ در مباحث معاصر شهری را باید در دهه ۱۹۶۰ میلادی و با تلاش‌های لینچ و گوروپچ هم زمان دانست. در این دیدگاه ضرباهنگ تولید شده نتیجه تغییراتی است که بر اساس پراکتیس‌های اجتماعی مختلفی تعریف می‌شود (جمشیدی و حبیبی، ۱۳۹۹: ۴۶).

فضا برای لوفور انتزاع انضمامی است (stank, 2011: 133)، که تولید آن امری اجتماعی می باشد. این مفهوم از نظر وی بر سه وجه فیزیکی (فضای واقعی)، فضای دانش رسمی و منطق و فضای استفاده، تولید شده، تغییر کرده در طول زمان استوار می باشد (برغمندی و مشکینی، ۱۴۰۰: ۹۶). ضرباهنگ حاصل جریان زمان در فضا می‌باشد. برخی از آنها از امر چرخه‌ای سرچشمه می‌گیرند و دوره‌ی تناوب مشخصی دارند (Henriques et al, 2014: 5) و برخی دیگر، حاصل امر خطی‌اند و از طریق توالی و بازتولید پدیده‌ای یکسان صورت می‌گیرند (پررگر و حبیبی، ۱۳۹۹: ۲۳). ضرباهنگ‌های چرخه‌ای و خطی آشکارا با یکدیگر تفاوت دارند ولی با یکدیگر مرتبط می‌باشند (Lefebvre, 1990: 92). این فضا تابع عوامل اجتماعی، فرهنگی، طبیعی، احساسی است (Wunderlich, 2008). ضرباهنگ گردشگری کوهستان ریتم جریان گردشگری در زمان و فضا است که در آن نوع اشغال و مصرف فضا توسط گردشگران با تنوع گروه‌های مختلف در بستر چرخه زمانی و مکانی همراه است که باتوجه به عوامل مختلف مانند نوع استفاده و حضور گردشگر، زمان و اقلیم، قشر و طبقه اجتماعی - شغلی و اقتصادی، تمایل و گرایش‌ها ذهنی، دلایل و جنبه‌ها، وفاداری ذهنی و عینی گردشگر، نگرش‌های زیست‌محیطی گردشگر و بسیاری عوامل دیگر تعیین و مورد بررسی قرار می‌گیرد. در نظر لوفور چرخه زمان همان دوره‌های زمانی مصرف فضا است که ممکن است بصورت تناوبی و پیوسته باشد و یا با بصورت مقطعی یا سینوسی حرکت نماید. به تناوب نوع مصرف و تنوع فضا، الگوی زمانی در دوره‌های روزانه، ماهانه، سالانه و حتی دوره‌های طولانی‌تر می‌تواند مورد کاوش قرار گیرد. در واقع چرخه زمانی تبیین‌کننده زمان‌های مصرف فضا توسط مصرف‌کنندگان است که تابع الگوهای مختلف می‌باشد. باتوجه به مبانی نظری مدل مفهومی - عملیاتی ضرباهنگ گردشگری کوهستان در شکل ۱ آمده است.

در ویدیو



شکل ۱. مدل مفهومی ضرباهنگ گردشگری کوهستان های حومه شهری

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نوع ترکیبی (کیفی - کمی) با ساخت تطبیقی مبتنی بر شیوه توصیفی - تحلیلی، با ماهیت اکتشافی و روش تحلیل ریتیم (ضرباهنگ) تدوین یافته است. در این پژوهش محقق با حضور مداوم در کوهستان های مورد مطالعه، داده ها را با استفاده از حضور مداوم غیرمستمر و بکارگیری ابزار مشاهده، مصاحبه و پرسش نامه در دو مجموعه کوهستان پیراشهری شمال شهر زنجان (امند و گاوازنگ) جمع آوری نموده است. جامعه آماری مورد مطالعه گردشگران شهری کوهستان های مورد مطالعه بوده اند که باتوجه به مشخص نبودن تعداد دقیق گردشگران، حجم نمونه متناسب با تغییرات زمانی و مکانی و تنوع گروه های گردشگری از روش نمونه گیری غیراحتمالی مبتنی بر نمونه در دسترس و گروهی بدون سوگیری به دست آمده است (Boswell & Cannon, 2012). حجم نمونه برای کوهستان گاوازنگ ۸۷ و برای کوهستان امند ۱۰۳ گردشگر می باشد. متغیرهای پژوهش در قالب چهار شاخص: نوع گردشگری (خانوادگی، گروهی یا فردی)، چرخه زمانی، خدمات در دسترس، و وفاداری (رضایت، وابستگی، خوشایندی و حس تعلق) گردشگر بوده که دربرگیرنده ۲۹ گویه می باشد. باتوجه به اینکه ضرباهنگ گاوی گردشگری نوآوری پژوهش حاضر می باشد تجزیه و تحلیل داده های در غالب خلاصه جداول کیفی و تفسیر آن، نمودار کمی آنالیز ریتیم با مقدار مسیر (R2) انجام یافته است. در تحلیل ریتیم زمان های حضور گردشگران در محیط گردشگری مورد برداشت قرار گرفته و به تناسب فضای گردشگری، نوع گردشگران طبقه بندی شده و روند حضور زمانی آنان در فضا مورد بررسی قرار می گیرد. نتایج حاصل بصورت نمودار های ریتیمیک (متناسب با طبقه بندی زمانی) نشان داده می شود. ضریب مسیر (R2) منحنی های ریتیم نشان دهنده مقدار پاسخگویی متغیرهای مورد بررسی در زمان مصرف بوده است که هر چه این مقدار به عدد ۱۰۰ نزدیک تر باشد نشان دهنده پوشش حداکثری متغیرها در آنالیز ریتیم می باشد. لذا جهت رواسازی شاخص های پژوهش از نظرات متخصصان دانشگاهی و کارشناسان حوزه گردشگری در تخصص های جغرافیا، محیط زیست، گردشگری، برنامه ریزی شهری، مدیریت شهری، کارشناس سازمان میراث و گردشگری، جامعه شناسی، تربیت بدنی به تعداد ۳۵ مورد استفاده شد که با ارائه نظر نهایی ۲۳ نفر از متخصصان اشاره شده، چهار شاخص و ۲۹ گویه مورد تأیید قرار گرفت. شاخص ها در غالب پرسش نامه تکمیل و پایایی آن با آلفای کرونباخ ۰/۷۲ به دست آمد که مطلوبیت نسبی پایایی را دارد.

محدوده مورد مطالعه

شهر زنجان به عنوان یکی از شهرهای کوهپایه ای با جمعیت بالغ بر ۴۳۰ هزار نفر در شمالغرب کشور واقع گردیده است. نیمه شمالی این شهر مشرف به دامنه های البرز و نیمه جنوبی آن بافاصله نسبتاً زیاد مشرف به دامنه های زاگرس می باشد. در مجاورت شمالی این شهر دو کوهستان مهم گردشگری با نام گاوازنگ و امند واقع گردیده است که پذیرای مستمر روزانه و هفتگی

شهروندان می‌باشد. مجموعه گردشگری کاوازنگ مشرف به کوه کاوازنگ در مجاورت آن واقع گردیده که دارای امکانات زیربنایی مانند سالن نمایش روباز، غذاخوری، فوت کورت‌ها، شهربازی و سایر خدمات پشتیبانی اتراق و اسکان موقت می‌باشد. در سوی دیگر مجموعه کوهستان امند در همسایگی شمالغربی کوه کاوازنگ با مسیر دسترسی پیاده، سواره و دوچرخه قرار گرفته است که به لحاظ خدماتی، خدمات عمومی کمتری داشته که منحصر به چایخانه و استراحتگاه موقت بخش خصوصی است. بر خلاف کوه کاوازنگ کوهستان امند هنوز ساختار طبیعی خود را تا حدود زیادی حفظ کرده و کمتر دچار تخریب‌های ناشی از ایجاد خدمات انسان ساخت شده است. شکل ۲ عکس هوایی و موقعیت کوهستان‌های مورد مطالعه را نشان می‌دهد.



شکل ۲. موقعیت کوهستان‌های گاوازنگ و امند نسبت به شهر زنجان

یافته‌ها

داده‌های پژوهش با تقسیم‌بندی جامعه گردشگری به چهار نوع: گردشگران گروهی غیرخانوادگی، گردشگران گروهی خانوادگی، گردشگر فردی و گردشگران اتفاقی - موردی (گذری) جمع‌آوری گردیده است. اطلاعات جمعیت شناختی نشان می‌دهد گردشگران عمدتاً ساکنان شهر زنجان بوده که میانگین سنی آنان در بازه ۲۵ تا ۴۹ سال قرار دارد که البته این نسبت با توجه به نوع جامعه گردشگری و همچنین محیط کوهستان متفاوت از هم می‌باشد. میانگین سنی گردشگران کوهستان امند بیشتر از گردشگران کوهستان گاوازنگ می‌باشد. در عین حال میانگین سنی گردشگران گروهی (خانوادگی و غیرخانوادگی) بیشتر از سایر گردشگران است. غالب گردشگران گروهی در رده سنی میانسال و گردشگران فردی و اتفاقی - موردی و در رده سنی جوان می‌باشند. داده‌های مطالعات نشان می‌دهد نسبت تاهل در جامعه گردشگری گروهی بیشتر از گردشگران دیگر بوده و بیش از ۹۵ درصد گردشگران گروهی متاهل و دارای فرزند می‌باشند. همچنین گردشگران گروهی در طبقه شغلی کارمند یا بازنشسته با سابقه میانگین بیش از ۲۰ سال و گردشگران فردی یا اتفاقی (موردی) و در طبقه شغلی آزاد با سابقه اشتغال زیر ۵ سال می‌باشند (جدول ۱).

جدول ۱. ویژگی های جامعه گردشگری در کوهستان های امد و گاوازنگ حومه شهر زنجان

اتفاقی - موردی و سایر		گروهی خانوادگی		گروهی غیرخانوادگی		فردی		جامعه گردشگری	
		امند	کاوازنگ	امند	کاوازنگ	امند	کاوازنگ	امند	کاوازنگ
مصرف فضا	خودرو	خودرو	پیاده و خودرو	خودرو - پیاده	پیاده - خودرو	پیاده	خودرو	خودرو	خودرو
	تفریح و استراحت	تفریح - هواخوری	۶۵ درصد تفریح و سرگرمی	۹۰ درصد تفریح و سرگرمی	۹۰ درصد تفریح و سرگرمی	۹۰ درصد کوهنوردی	۸۰ درصد سرگرمی و استراحت	تفریح - هواخوری	تفریح و استراحت
	محدودیت کم	نامحدود	محدودیت کم	نامحدود	محدودیت کم	نامحدود	محدودیت کم	نامحدود	محدودیت کم
توالی و چرخه زمانی پذیرش فضا	۰/۳	۰/۲	۰/۳	۰/۷	۰/۵	۰/۴	۰/۳	۰/۳	میانگین تعداد حضور در هفته
	۱/۱	۰/۷	۱/۱	۲/۶	۱/۸	۱/۳	۱/۱	۱/۱	میانگین تعداد حضور (بار در ماه)
	۳/۴	۲	۳/۴	۸	۵/۵	۴	۲	۳/۴	تعداد حضور در فصل
	۱۳	۹	۱۳	۳۱	۲۲	۱۵	۹	۱۳	تعداد حضور در سال
	۹-۸	۱۲-۱۰	۹-۷	۸-۶	۱۰-۸	۱۲-۱۰	۱۲-۱۰	۹-۸	ساعت پذیرش فضا (تابستانه)
	۱۹-۱۸	۱۸-۱۷	۱۸-۱۷	۱۹-۱۷	۱۷-۱۶	۱۸-۱۶	۱۸-۱۷	۱۹-۱۸	ساعت پذیرش فضا (زمستانه)
	۱۳-۱۱	۱۳-۱۲	۱۳-۱۱	۱۳-۱۱	۱۳-۱۱	۱۲-۱۱	۱۳-۱۲	۱۳-۱۱	مدت زمان ماندگاری
	۱۷-۱۵	ندارد	۱۵-۱۴	۱۷-۱۵	۱۵-۱۳	۱۷-۱۵	ندارد	۱۷-۱۵	استمرار سالانه
	۰	۰/۲ درصد	۱۲ درصد	۱۷ درصد	۴ درصد	۲ درصد	۵ درصد	۰	استمرار در فصول سرد
	متغیر	متغیر	متغیر	ثابت و اندکی متغیر	ثابت	متغیر	متغیر	متغیر	استمرار اجتماعی نفرت
رضایت از محیط	رضایت از محیط	رضایت از محیط	رضایت از محیط	رضایت از محیط	رضایت از محیط	رضایت از محیط	رضایت از محیط	رضایت از محیط	
کاملاً مناسب	مناسب	کاملاً مناسب	مناسب	کاملاً مناسب	مناسب	کاملاً مناسب	مناسب	کاملاً مناسب	
مطلوب	متوسط	بسیار مطلوب	نامناسب	بسیار مطلوب	متوسط	مطلوب	متوسط	مطلوب	
بسیار مطلوب	متوسط	بسیار مطلوب	متوسط	بسیار مطلوب	عدم نیاز - متوسط	بسیار مطلوب	متوسط	بسیار مطلوب	
مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	
مطلوب	نامطلوب	مطلوب	نامطلوب	مطلوب	بسیار نامطلوب	مطلوب	نامطلوب	مطلوب	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۵۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	
۱۵۰۰	۱۴۰۰	۱۰۰۰	۲۰۰۰	۱۲۰۰	۶۰۰۰	۱۵۰۰	۱۰۰	۱۵۰۰	
۷۴	۶۸	۷۲	۸۵	۹۳	۹۵	۶۵	۶۸	۷۴	
۶۹	۶۶	۶۸	۷۱	۸۵	۹۶	۸۱	۶۶	۶۹	
۶۵	۶۳	۶۵	۸۸	۹۵	۹۸	۷۹	۶۳	۶۵	
۷۱	۷۰	۷۳	۸۶	۹۲	۹۵	۶۰	۷۰	۷۱	
اغذیه، چایخانه، سد سنگ - درخت	چایخانه، مسیر، برف	آلاچیق غذاخوری، اغذیه - مقبره، شهدا، سنگ	مسیر - کوه - برف - تنوع گیاهی	الآچیق غذاخوری، اغذیه - مقبره شهدا، سنگ	مسیر - چشمه - رودخانه - تنوع گیاهی، برف	چایخانه، سنگ، درخت اغذیه	چایخانه، مسیر، برف	اغذیه، چایخانه، سد سنگ - درخت	
نامطلوب	مناسب	نامطلوب	مناسب	متوسط	خودیار	نامطلوب	مناسب	نامطلوب	

روان و صاف	روان و صاف	مسیر آسفالت	کم شیب طبیعی	دارای شیب تند	روان و صاف	دارای شیب تند	کم شیب و طبیعی	نوع مسیر کوهنوردی
مسیر آسفالت	مسیر آسفالت	مسیر آسفالت	طبیعی	بهسازی شده	مسیر آسفالت	بهسازی شده	طبیعی	کیفیت مسیر کوهنوردی
عادی روزمره	عادی روزمره	صرفاً کفش	مطلوب - نسبتاً کامل	اولیه - کفش و لباس	اولیه - کفش و لباس	اولیه - کفش و لباس	مطلوب - نسبتاً کامل	تجهیزات فردی
منظر شهری	منظره طبیعی	صخره و منظر شهری	آرامش، سلامت و طبیعت	تفریح و تنفس	آرامش و طبیعت	شیب و سنگ	آرامش، سلامت و طبیعت	نوع تداعی منظر ذهنی
۲۵	۲۷/۱	۲۵/۶	۳۱	۴۲/۳	۴۱/۳	۳۶/۸	۴۸/۷	میانگین سن
۱۷	۳۳	۳۶	۴۵	۱۰۰	۹۸	۸۴	۹۵	درصد تاهل
آزاد	آزاد	آزاد	آزاد	کارمند -	کارمند -	عمدتاً کارمند	عمدتاً کارمند	وضعیت شغلی
۳	۳	۷	۵	۱۹	۱۷	۱۸	۲۷	سابقه اشتغال (سال)

کاوش ضرباهنگ گردشگری کوهستان‌های پیراشهری نیاز به کاویدن نوع و شیوه مصرف فضا توسط گردشگران بود. چرا که ریتم زمانی و مکانی گردشگران نیازمند درک دلایل و نوع حضور گردشگران در فضای کوهستان می‌باشد. بدین منظور از گردشگران شیوه و علت حضور در کوهستان پرسیده شده و داده‌های حاصل طبقه‌بندی گردید. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که گردشگران با علت‌های ورزش و سلامت، تفریح و سرگرمی، کوهنوردی، استراحت و هواخوری به کوهستان مورد مطالعه می‌روند. در این بین گردشگران گروهی خانوادگی در هر دو کوهستان به جنبه تفریحی و سرگرمی و گردشگران گروهی غیرخانوادگی به جنبه ورزش و سلامت اهمیت داده‌اند. علی‌رغم فاصله کوهستان امند نسبت به کوهستان گاوازنگ بیشتر گردشگران کوهستان امند گروهی غیرخانوادگی بوده و دارای ضریب ماندگاری بالاتری می‌باشند. طوری که میانگین ضریب ماندگاری گردشگران در این کوهستان ۲/۵۸ ساعت با استمرار ۵۴ درصدی در فصل زمستان می‌باشند.

تداعی ذهنی گردشگران در کوهستان دارای تنوع بیشتری نسبت به کوهستان گاوازنگ است. تداعی ذهنی کوه، مسیر، چشمه، برف، رود، اسکی تیوبی، درخت، هوای سالم، باد، گیاهان کوهی و دارویی خاطره‌های گردشگران از کوهستان امند و خاطره‌های گردشگران از کوهستان امند در طول فصل زمستان استمرار بیشتری را در پذیرش گردشگری به‌ویژه برای گروه‌های غیرخانوادگی دارد. این امر ناشی از پایداری گردشگری ورزش و سلامت و گروه‌های علاقه‌مند به آن است که منجر به ثبات نسبی کوهستان امند در پذیرش گردشگر بومی در طول سال (با تراکم بهار و تابستانه) و پذیرش ۵۴ درصدی فصل سرد باشد. شرایط زمستانی برفی و وجود دامنه شیب ملایم با قابلیت برف‌بازی و تیوپ سواری برفی منجر گردیده است گروه‌های خانوادگی نیز در فصل زمستان برای بازی‌های برفی به کوهستان امند مراجعت نمایند. به لحاظ برخورداری از امکانات گردشگری کوهستان گاوازنگ دارای امکانات بیشتری نسبت به کوهستان امند می‌باشد. دارا بودن مجموعه گردشگری با امکانات غذاخوری، آلاچیق، محل اتراق، اغذیه‌فروشی‌های مختلف، غذاخوری، سالن آمفی‌تئاتر روباز، اورژانس، شهربازی، امکانات خدماتی وابسته به تولید مرقد شهدای گمنام در قله کوه، مسیر دسترسی آسفالت و مناسب، علیرغم امکانات و محدودیت‌های خدماتی کوهستان از جمله امکانات کوهستان گاوازنگ می‌باشد. در مقابل کوهستان امند دارای خدمات محدود مانند چایخانه روستایی، مسیر آسفالت محدود و شبکه دسترسی به فناوری اطلاعات تلفن همراه و اینترنت نامناسب می‌باشد. با این حال نتایج حاصل داده‌های میدانی دو کوهستان نشان می‌دهد که وابستگی فضایی، و رضایت از حضور در کوهستان امند بیشتر از کوهستان گاوازنگ می‌باشد. برای کوهستان امند میانگین رضایت گردشگران در طبقه‌بندی چهارگانه به طور میانگین ۸۷ درصد و وابستگی و حس تعلق به فضا ۸۳ درصد می‌باشد. این میزان

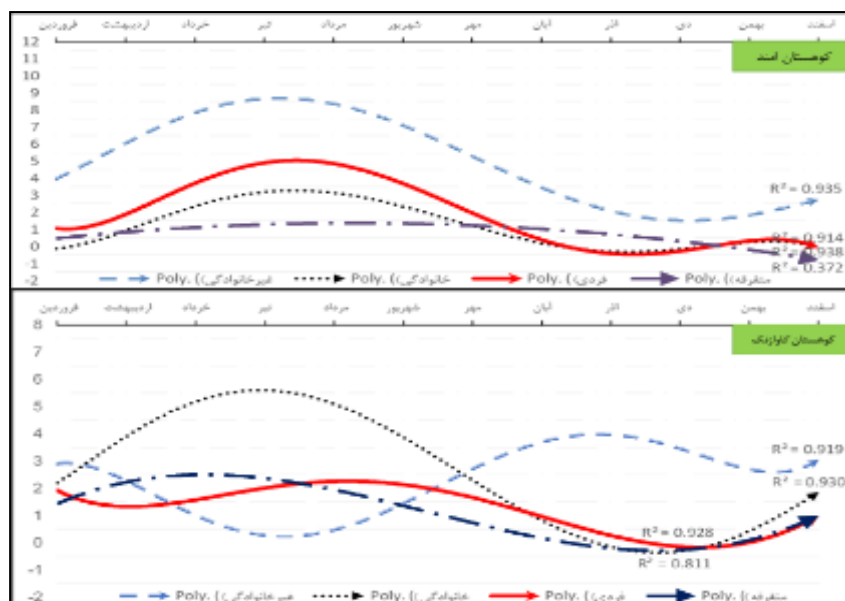
برای کوهستان گاوزنگ برای رضایت و وابستگی به فضا به ترتیب ۷۶ و ۷۵ درصد می‌باشد. بررسی‌های انجام گرفته از دلایل این موضوع نشان می‌دهد حفظ چهره طبیعی و دست‌کاری اندک طبیعت با مصنوعات انسان‌ساخت در کوهستان امد و همچنین آب‌وهوای بهتر آن در مقایسه با کوهستان گاوزنگ منجر ایجاد حس رضایت و وابستگی بیشتر گردشگران به این کوهستان شده است. شایان ذکر است میزان حس رضایت و وابستگی گردشگران گروه‌های خانوادگی و اتفاقی - موردی و به کوهستان گاوزنگ با اختلاف ناچیز بیشتر می‌باشد. تبیین کلی این موضوع را می‌توان در نوع جامعه گردشگری دانست که گروه‌های که باهدف ورزش و سلامت و کوهنوردی (آن‌هم بدون خودرو) کوهستان را برای گردشگری انتخاب می‌کنند تمایل به حفظ چهره طبیعی کوهستان و ارائه خدمات حداقلی با حفظ طبیعت را دارند. به همین دلیل توسعه خدمات در کوهستان را موجب ازبین رفتن ویژگی‌های طبیعی کوهستان می‌دانند. موضوعی که در کوهستان گاوزنگ با تخریب کوه و ایجاد فضاهای فیزیکی انسانی اتفاق افتاده و چهره طبیعی کوهستان را به تدریج مصنوع ساخته است (جدول ۲).

جدول ۲. ویژگی‌های کیفی و کمی مقوله‌های مورد سنجش جامعه گردشگری کوهستان مورد مطالعه

مقوله	جامعه گردشگری	امند	گاوزنگ
شیوه غالب مصرف فضا	گروه غیرخانوادگی	پیاده	پیاده و خودرو
	گروهی خانوادگی	خودرو و پیاده	خودرو و پیاده
	فردی	پیاده	خودرو و پیاده
	اتفاقی - موردی و	خودرو	خودرو
علت غالب مصرف فضا	گروهی غیرخانوادگی	ورزش و سلامت	تفریح و سرگرمی
	گروهی خانوادگی	تفریح و سرگرمی	تفریح و سرگرمی
	فردی	کوهنوردی - ورزش	تفریح و سرگرمی
	اتفاقی - موردی و	تفریح و هواخوری	تفریح و سرگرمی
ماندگاری در فضا (ساعت در هر بار)	گروهی غیرخانوادگی	۲.۷۱	۲/۲۹
	گروهی خانوادگی	۲.۰۴	۲.۳۸
	فردی	۱.۸۸	۱.۶۷
	اتفاقی - موردی و	۱.۰۸	۱.۵۸
استمرار و پایداری در فصول سرد	گروهی غیرخانوادگی	۵۴	۱۲
	گروهی خانوادگی	۱۷	۴
	فردی	۲	۵
	اتفاقی - موردی و	۰/۲	۰
استمرار اجتماعی گردشگران	گروهی غیرخانوادگی	ثابت و اندکی متغیر	متغیر
	گروهی خانوادگی	متغیر	نسبتاً متغیر
	فردی	ثابت	متغیر
	اتفاقی - موردی و	متغیر	متغیر
تداعی ذهنی	گروهی غیرخانوادگی	مسیر طبیعی، چشمه، رود، برف، صدای آب، درخت، نشانه‌های طبیعی، گیاهان دارویی خودرو، گروه‌های جمعی	سنگ، شیب، غذاخوری، شهر، مزار شهدا، مجسمه، آلاچیق، جاده، سد
	گروهی خانوادگی	طبیعت بکر، رود، برف، تیوب بازی، گیاهان وحشی و دارویی،	سنگ، غذاخوری، شهر، مزار شهدا، مجسمه، آلاچیق، غذاخوری، سد
	فردی	برف، مسیر طبیعی، گل‌های وحشی، گیاهان خودرو،	سنگ، غذاخوری، شهر، مزار شهدا، مجسمه، آلاچیق، جاده
	اتفاقی - موردی و	طبیعت، هوای تمیز، چایخانه، جاده ماریچ	محل نشست، اغذیه‌فروشان، چایخانه‌ها، جاده پیچی آسفالت، مزار، پاتوق اجتماعی، سایه

چارچوب ساختاری پژوهشی در پاسخگویی و تبیین سؤال‌های پژوهش تدوین یافته است. جهت تبیین مسئله (سؤال‌های) پژوهش از نمودار کمی تحلیل ریتم ماهانه گردشگر و ضریب مسیر کمی ($R2$) در دو کوهستان امد و گاوزنگ استفاده شد. بدین منظور با بررسی داده‌های تکمیل شده حاصل از پرسش‌نامه‌ها و همچنین حضور میدانی عماهه (غیرمستمر در فصول گرم و سرد سال ۱۴۰۱) در فضا، یافته‌ها نشان می‌دهد: کوه گاوزنگ زنجان عمدتاً کوهستانی با عملکرد گردشگری خانوادگی با مصرف مبتنی بر تفریح و سرگرمی است. در طرف مقابل کوهستان امد عمدتاً دارای جامعه گردشگری گروهی غیرخانوادگی مبتنی بر مصرف فضایی ورزش، سلامت و کوهنوردی می‌باشد. نتایج حاصل از ضرباهنگ کاوی فضای دو کوهستان نشان می‌دهد ریتم زمانی کوهستان امد با دوره اوج تیر و مردادماه در تمامی جامعه گردشگری بوده که این موضوع در ماه‌های سرد سال با وجود کاهش شدید حضور گردشگر، برای گروه غیرخانوادگی استمرار یافته و از بهمن‌ماه دوباره وارد مرحله رشد خود می‌شود. این در حالی است که برای گروه‌های دیگر گردشگران از مهرماه فضای کوهستان پذیرای حداقلی را شاهد بوده و به طور نسبی در دی و بهمن و اسفندماه به نقطه صفر (قطع کامل حضور گردشگر) می‌رسد. داده‌های آماری نشان می‌دهد در فصول سرد کوهستان امد ۵۴ درصد گردشگران تابستانی حضور مستمر دارند. در حالی که این مقدار برای گردشگران خانوادگی ۱۷، فردی ۲ و اتفاقی صفر درصد می‌باشد. بر خلاف ضرباهنگ کوهستان امد، ریتم حضور گردشگر کوهستان گاوزنگ از الگوی منظم پیروی نکرده و دارای روند سینوسی با چرخش فصلی است. طوری که گردشگران گروهی غیرخانوادگی در ماه‌های معتدل و گرم (بهار و تابستان) کمترین حضور در کوه مزبور را داشته و گروه‌های خانوادگی بیشترین حضور را دارند. در نقطه مقابل با رسیدن ماه‌های سرد سال و حضور کم‌رنگ گروه‌های خانوادگی در کوه مزبور و خلوت شدن کوهستان، گردشگران گروهی غیرخانوادگی جای آن‌ها را می‌گیرند. الگوی ریتمیک سایر گردشگران (فردی و اتفاقی موردی) نیز به تبعیت از الگوی گروهی خانوادگی است که با رسیدن ماه‌های معتدل و گرم سال حضور بیشتر و طی ماه‌های سرد حضور کمتر می‌شود. با بررسی نسبی داده‌های حاصل از جامعه گردشگری گروهی غیرخانوادگی این مهم حاصل شد که گردشگران ماه‌های سرد، کوه گاوزنگ عمدتاً گردشگران وابسته به کوه امد هستند که به دلیل برودت هوای کوهستان امد، موقتاً جهت حفظ سلامت در این کوه پذیرش می‌شوند. مطالعه الگوی ضرباهنگی دو کوهستان امد و گاوزنگ نشان می‌دهد که با افزایش مقدار گردشگر گروهی غیرخانوادگی کوهستان امد میزان این حضور آنان در کوهستان گاوزنگ پایین آمده و همچنین با برودت ماه‌های سرد سال این موضوع بالعکس می‌شود (شکل ۳).

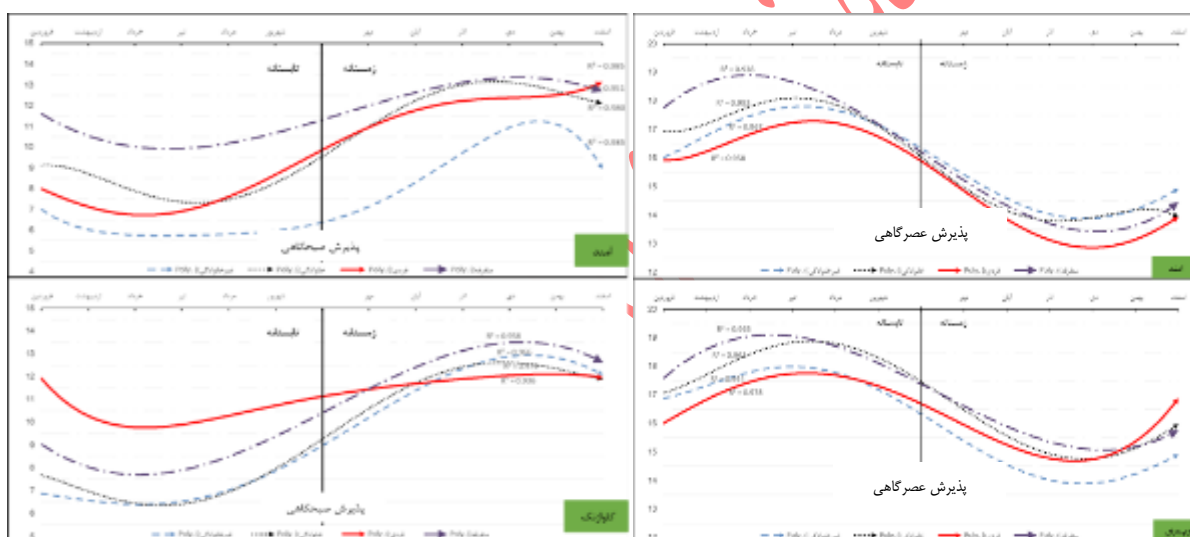
یافته‌ها نشان می‌دهد مقدار ضریب مسیر برای سه جامعه گروهی غیرخانوادگی، گروهی خانوادگی و فردی کوهستان امد بیش از ۹۰ درصد و برای کوهستان گاوزنگ برای حدود ۸۰ درصد می‌باشد. مقدار ضریب ضرباهنگ مزبور در ماه‌های سال به طور نسبی پاسخگویی بیش از ۸۵ درصد عوامل مورد بررسی در کوهستان‌های مورد مطالعه بوده است. شایان ذکر است مقدار ضریب مسیر برای مجموع گردشگران در کوهستان امد $R2 = 0/938$ و در کوهستان گاوزنگ $R2 = 0/850$ بوده است (شکل ۳). با توجه به تبیین انجام شده مطالعات مزبور نشان می‌دهد ضرباهنگ حضور نوع جامعه گردشگر و با نوع مصرف فضای کوهستان مرتبط بوده و جامعه گردشگری متناسب با مصرف فضا و نوع انتظار، مقصد گردشگری را انتخاب می‌نماید. لذا ارتباط ضرباهنگ نوع جامعه گردشگری و نوع مصرف فضای کوهستان گردشگری متناسب با اقلیم ماهانه تبیین می‌شود.



شکل ۳. ضرباهنگ پذیرش گردشگر در فضای کوهستان های مورد مطالعه

بررسی پذیرش گردشگر در بازه زمانی صبح و عصر در الگوی تابستانه (شش ماه اول) و زمستانه (شش ماه دوم) متناسب با تغییرات زمانی ساعت طلوع و غروب خورشید و ساعت روشنایی روزانه نشان می‌دهد در بازه صبحگاهی کوهستان امند الگوی پذیرش گردشگران گروهی از ساعت ۷ صبح فروردین ماه شروع و متناسب با زمان طلوع آفتاب در خردادماه به ساعت ۵.۵ صبح رسیده و متعاقباً با کاهش زمان روز و تغییر زمان طلوع آفتاب در شهریورماه به ساعت ۷ صبح برمی‌گردد. در الگوی صبح زمستانه به تناسب روشن شدن هوا و شرایط برودتی دمای فصل همین روند در ساختار ضرباهنگی گردشگران گروهی غیرخانوادگی مشخص می‌باشد در سایر گروه‌ها نظم زمانی صبح و عصر تابستانه متأثر از الگوی طلوع و غروب آفتاب نبوده و نامنظم است. (شکل ۴ و جدول ۳). ضرباهنگ صبحگاهی تابستانه و زمستانه کوهستان گاوزنگ برای جوامع گردشگری مورد مطالعه الگویی شبیه کوهستان امند دارد با این تفاوت که هر دو جامعه گردشگری گروهی (خانوادگی و غیرخانوادگی) ضرباهنگ نسبتاً هماهنگ‌تری با تغییرات طلوع، غروب و روشنایی را دارا می‌باشند. بررسی پذیرش عصرگاهی الگوی تابستانه و زمستانه ضرباهنگ گردشگری نشان می‌دهد که شروع پذیرش عصرگاهی در فاصله ساعت ۱۶ تا ۱۹ تابستانه و ۱۳ تا ۱۵ زمستانه می‌باشد. مطالعه ضرباهنگ نشان می‌دهد کوهستان امند با توجه به مدت زمان ماندگاری جامعه گردشگری، نظم نسبی جوامع گردشگری (به جز گردشگران اتفاقی - موردی) متناسب غروب آفتاب و زمان پایان روشنایی است.

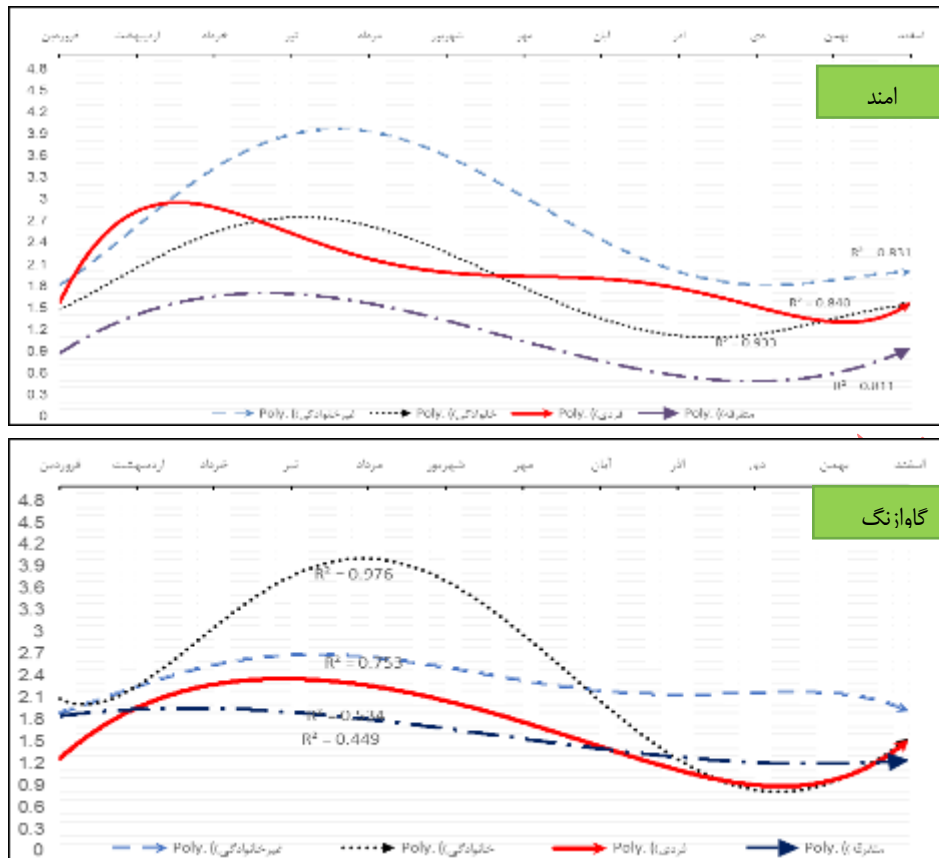
به‌عنوان مثال گروه گردشگری غیرخانوادگی گردش فروردین‌ماه را از ساعت ۱۶ آغاز و باتوجه‌به میانگین ۲/۷ ساعت ماندگاری، نزدیک به غروب آفتاب (ساعت ۱۹/۴۰) گردش خود را به پایان می‌رساند. این موضوع با تغییرات نسبتاً منظم برای سایر گردشگران نیز صادق می‌باشد. این نسبت در کوهستان گاوآزننگ با اندکی تغییر نسبت به غروب آفتاب مشخص می‌شود. طوری که باتوجه‌به مدت‌زمان ماندگاری، گردشگران گروهی غیرخانوادگی و گردشگران فردی زودتر از غروب آفتاب گردش خود را به پایان رسانده ولی گردشگران گروهی خانوادگی به‌طور نسبی هماهنگ با غروب آفتاب و مدت ماندگاری گردش می‌نمایند. ضریب تعیین (R^2) با پذیرش صبح و عصر، برای الگوی تابستانه و زمستانه در تمام انواع جامعه گردشگری بالاتر از ۹۰ درصد بوده که نشان از تبیین بیش از ۹۰ درصدی داده‌های به‌دست‌آمده از ضریب‌های پذیرش در فضای مصرف کوهستان است (شکل ۴ و جدول ۳). باتوجه‌به تبیین صورت گرفته و مقایسه داده‌های ضریب‌های انواع جامعه گردشگری در کوهستان‌های مورد مطالعه می‌توان به این نتیجه دست یافت که ضریب‌های گردشگری در الگوی تابستانه و زمستانه با پذیرش صبح و عصر الگویی نسبتاً منظم و در انطباق با الگوی زمانی طلوع و غروب و روشنایی هوا در ماه‌های مختلف سال است. ضریب تعیین (R^2) با پذیرش صبح و عصر، برای الگوی تابستانه و زمستانه در تمام انواع جامعه گردشگری بالاتر از ۹۰ درصد بوده که نشان از تبیین بیش از ۹۰ درصدی داده‌های به‌دست‌آمده از ضریب‌های پذیرش در فضای مصرف کوهستان است (شکل ۴ و جدول ۳).



شکل ۴. ضریب‌های (زمان پذیرش تابستانه و زمستانه) فضای گردشگری کوهستان‌های مورد مطالعه

جدول ۳. میانگین تغییرات مدت‌زمان روشنایی واقعی شهر زنجان در ماه‌های سال ۱۴۰۱

ماه	ساعت طلوع	ساعت غروب	مدت‌زمان روشنایی	ماه	ساعت طلوع	ساعت غروب	مدت‌زمان روشنایی
فروردین	۰۷:۲۷	۱۹:۴۲	۱۲:۱۵	مهر	۰۶:۱۷	۱۷:۵۰	۱۱:۳۳
اردیبهشت	۰۶:۴۲	۱۹:۵۵	۱۳:۱۳	آبان	۰۶:۴۵	۱۷:۱۷	۱۰:۳۲
خرداد	۰۶:۰۰	۲۰:۰۳	۱۴:۰۳	آذر	۰۷:۱۲	۱۷:۰۱	۰۹:۴۹
تیر	۰۵:۵۸	۲۰:۳۸	۱۴:۴۰	دی	۰۷:۲۵	۱۷:۱۶	۰۹:۵۱
مرداد	۰۶:۱۵	۲۰:۰۳	۱۳:۴۸	بهمن	۰۷:۱۲	۱۷:۴۵	۱۰:۳۳
شهریور	۰۵:۴۵	۱۸:۳۰	۱۲:۴۵	اسفند	۰۶:۳۰	۱۸:۲۳	۱۱:۵۳



شکل ۵. ضربه‌نگ ماندگاری گردشگر در فضای گردشگر هستان

مطالعه الگوی ضربه‌نگی (تحلیل ریتم) مبتنی بر گردشگری گروهی، پایداری و ماندگاری گردشگر در طول ماه‌های سال نشان می‌دهد در کوهستان امند گردشگران غیرخانوادگی به طور نسبی مقدار ماندگاری فضایی بیشتری را دارند. طوری که میانگین ۲/۷۱ ساعت در هر بار ماندگاری داشته و ضریب استمرار ۵۴ درصدی در فصل سرما را دارند (شکل ۵ و جدول ۱ و ۲). این مقدار برای گردشگران خانوادگی ۲/۰۴ ساعت، فردی ۱/۸۸ و اتفاقی (موردی) ۱/۰۸ ساعت می‌باشد. در کوهستان گاه‌زنگ نیز دو جامعه گردشگری خانوادگی (۲/۳۸ ساعت) و غیرخانوادگی (۲/۲۹ ساعت) بیشترین ضریب ماندگاری را به خود اختصاص داده‌اند. نتایج بررسی ضربه‌نگ‌های مختلف (شکل ۳ و ۴ و ۵) نشان می‌دهد که گروه گردشگری غیرخانوادگی به طور نسبی در همه ماه‌های سال در کوهستان مورد مطالعه گردش دارند. از طرفی بررسی داده‌های کیفی جداول ۱ و ۲ نیز بر همین موضوع انطباق دارد که گردشگران گروهی دارای تکرارپذیری (حضور مجدد)، وابستگی فضایی، رضایت از حضور، حس تعلق و وفاداری فضایی بیشتری در مقایسه با سایر انواع گردشگران دارند. لذا باتوجه به داده‌های به دست آمده و شکل ۵ می‌توان گفت که ضربه‌نگ مبتنی بر گردشگری گروهی، پایداری و ماندگاری بیشتری را در گردشگری کوهستان دارا می‌باشند.

بحث

گردشگری کوهستان به دلیل وابستگی غالب به ساختار زمانی روزانه از نظام ضربه‌نگ افقی برخوردار است که در آن جوامع گردشگری مختلف ضربه‌نگ ساختاری ویژه خود دارند. این مهم در کوهستان‌های پیراشهری به دلیل نوع پذیرش گردشگران داخل شهری و عملکرد محلی - منطقه‌ای، نتایج تفسیری متفاوتی را ارائه می‌دهد. باتوجه به یافته‌های پژوهش می‌توان چنین بیان نمود که ضریب پایداری و تکرارپذیری گردشگری کوهستان در جامعه گردشگری گروهی بالاتر می‌باشد.

ترکیب یافته با فضای طبیعی تولید می‌شود که نتیجه آن کاهش فشارهای روانی ناشی از تراکم‌های مختلف شهری است. هر چند این پژوهش پیشنهاد می‌کند خدمات گردشگری به‌ویژه خدمات زیرساختی پذیرایی بافاصله مشخص از چهره طبیعی کوهستان مستقر گردیده و داخل بافت طبیعی کوهستان نباشد. یافته‌های اصلی این پژوهش نشان می‌دهد تداعی ذهنی مثبت از فضای کوهستان، حس رضایت گردشگران را بالا برده و محیط کوهستان را با خاطره ذهنی مثبت ترک و علاقه‌مند با ماندگاری و تکرارپذیری (حضور مجدد) می‌نمایند. کوهستان‌های پیراشهری با منظر طبیعی بیشتر و دخالت انسانی کمتر حس تعلق فضایی بیشتری را داشته و استمرار ضرباهنگی پایدارتری را دارند. تنوع جامعه گردشگری شیوه متفاوتی از مصرف فضا را در کوهستان‌های پیراشهری ایجاد نموده که تداعی و خاطره ذهنی جامعه گردشگران از کوهستان‌های مورد مطالعه را متفاوت ولی مشابه هم جلوه می‌نماید. ضرباهنگ مصرف فضا در کوهستان‌های پیراشهری تابعی از الگوی نوع طبقه بندی جامعه گردشگری، مدت زما ت مصرف، حس تعلق مکانی، حس رضایت و خوشایندی و شیوه مصرف فضا است. با توجه به گستردگی مطالعات ضرباهنگ کاوی و ضرورت پرداختن به ابعاد دیگر گردشگری کوهستان، پیشنهاد پژوهش بر این است که در بعد اول ضرباهنگ مطالعه شده به‌عنوان اهرمی برای برنامه‌ریزی بهتر در چگونگی ارائه خدمات مدیریت و نظام برنامه‌ریزی شهری گردشگری کوهستان باشد و در بعد دوم ضرورت دارد جهت شناخت شیوه‌های مختلف مصرف فضا و تبیین بهتر فضاهای مختلف گردشگری در حوزه مطالعات ضرباهنگ جغرافیایی (به‌ویژه گردشگری) پژوهش‌های بیشتری صورت پذیرد.

منابع

- اسماعیل زاده، یعقوب و اسماعیل زاده، حسن. (۱۳۹۳). گردشگری پایدار طبیعی در چشماندازهای کوهستانی مطالعه موردی: حوضه آبخیز درکه ولنجک، اولین همایش بین المللی علمی راهبردی توسعه گردشگری جمهوری اسلامی ایران، چالش‌ها و چشم‌اندازها، مشهد.
- برزگر، سپیده و حبیبی، میترا. (۱۳۹۹). کاوش ضرباهنگ زندگی روزانه در ساماندهی مصرف فضای شهری (مورد پژوهی: پیاده‌راه شهر رشت). *دانش شهرسازی*، ۴(۱)، ۷۱-۴۹. <https://doi.org/10.22124/upk.2020.15758.1404>
- برغمدی، مجتبی و مشکینی، ابوالفضل (۱۴۰۰). انسان، محوری ترین وجه افتراق مفاهیم مکان- فضا با توجه به آرای هایدگر و لوفور. *برنامه‌ریزی و آمایش فضا*. ۲۵ (۲): ۱۲۰-۸۹.
- <https://doi.org/20.1001.1.16059689.1400.25.2.5.2>
- جمشیدی، مزده و حبیبی، میترا. (۱۳۹۹). تحلیل ضرباهنگ کنش‌های مغایر با گفتمان رسمی و خوانش فضای عمومی شهری. *نشریه هنرهای زیبا- معماری و شهرسازی*، ۲۵(۲)، ۵۶-۴۳.
- Doi: /10.22099/jfaup.2021.316800.672570
- حقی، محمدرضا و حیدرزاده، احسان. (۱۴۰۰). تحلیلی بر عوامل تحقق گردشگری پایدار در شهرهای مناطق کوهستانی (مورد مطالعه: شهر خوانسار). *فصلنامه جغرافیای مناطق کوهستانی*. سال دوم، ۲(۶)، ۸۳-۹۹.
- Doi:10.52547/gasma.2.2.83
- حبیبی، میترا و محمودی کردستانی، پیام. (۱۴۰۱). بررسی تجربه زیسته شهروندان در فضای شهری؛ نمونه موردی: پیاده‌راه فردوسی شهر سمنجان. *فصلنامه مطالعات طراحی شهری و پژوهش‌های شهری*، ۴(۵)، ۱۴-۱.
- دویران، اسماعیل. (۱۴۰۲). ضرباهنگ کاوی قرارگاه‌های رفتاری در بوستان‌های شهری (نمونه موردی بوستان ابن‌سینا و بهارستان زنجان). *فصلنامه مطالعات شهری*، ۱۲(۴۸)، ۲۸-۱۷.
- دویران، اسماعیل و احمدی، حسین. (۱۳۹۹). اثرات نظام بخشی فضای شهری در بازتولید گردشگری مذهبی از طریق میانجی سرمایه اجتماعی (نمونه موردی: مراسم عصر تاسوعای شهر زنجان). *برنامه ریزی و توسعه گردشگری*، ۹(۳۳)، ۲۲۸-۲۰۹.
- doi: 10.22080/jtpd.2020.17509.3157
- دویران، اسماعیل. (۱۳۹۹). ارزیابی کیفیت کششی فضای شهری در توسعه گردشگری مذهبی مطالعه موردی: مراسم عزاداری محرم شهر زنجان. *نشریه گردشگری شهری*، ۷(۳)، ۸۱-۹۴.

Doi:<https://doi.org/10.22059/jut.2020.291493.744>

صادقی چهارده، سمانه؛ اسکندری نژاد، ایمان و دهدار درگاهی، محمد. (۱۳۹۴). تعیین ظرفیت برد گردشگری طبیعت در مناطق کوهستانی ایران نمونه موردی سب چال خاس خانی و آغوزی. سومین همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پایدار، ۱۷ اردیبهشت ۱۳۹۴، دانشکده شهید مفتاح همدان، ۱۲-۱.

صالحی، لاله. (۱۳۹۶). توسعه گردشگری در مناطق کوهستانی. کنفرانس بین المللی مدیریت منابع طبیعی در کشورهای در حال توسعه، ۵ اسفند ۱۳۹۶، دانشگاه تهران، ۶-۱.

مشکینی، ابوالفضل و دویران، اسماعیل. (۱۳۹۲). تاثیر مراسم مذهبی در تولید و بازتولید گردشگری مذهبی (نمونه موردی شهر زنجان). *مطالعات شهر ایرانی اسلامی*، ۱(۱۴)، ۳۳-۴۱.

مطهری، سعید؛ ارجمندی، رضا، نوری، جعفر و ریاضی، برهان. (۱۳۹۷). تدوین راهبردهای توسعه گردشگری در مناطق کوهستانی با استفاده از مدل SWOT و ماتریس QSPM (منطقه مورد مطالعه: مناطق کوهستانی مشرف به منطقه یک شهرداری تهران). *علوم و تکنولوژی محیط زیست*، ۲۰(۲) (مسلسل ۷۷)، ۱۵۱-۱۶۸.

Doi:[10.22034/jest.2018.11833.2049](https://doi.org/10.22034/jest.2018.11833.2049)

References

- Andonovski, V. (2014). Tourism and Mountain Development. *International Symposium on Mountain Economy Guizhou University of Finance and Economics (Gufe)*, Guiyang, China. Downloaded from: <https://www.fao.org/>
- Barghamadi, M., & Meshkini A. (2021). Man, the most basic differentiation of space-place concepts according to Heidegger and Lefebvre thoughts. *MJSP*, 25 (2):89-120. [in Persian]. <https://doi.org/20.1001.1.16059689.1400.25.2.5.2>
- Barzegar, S., & Habibi, M. (2019). Exploring the rhythm of daily life in organizing the use of urban space (case study: Rasht city sidewalk). *Knowledge of Urbanization*, 4(1), 49-71. [in Persian] <https://doi.org/10.22124/upk.2020.15758.1404>
- Boswell, C., & Cannon, Sh. (2012). *Introduction to nursing research*. 3rd ed. urlington, MA: Jones & Bartlett Publishers.
- Cox, C. B., Moore, P. D., & Ladle, R. J. (2016). *Biogeography: An ecological and evolutionary approach (9th ed.)*. New York: Wiley.
- Daily, C. (2022). In *Huangshan, tourism efforts taking root* . Downloaded from: <https://global.chinadaily.com> (Accessed 4 June 202).
- Daviran, E. (2020). Evaluation of Tensile Quality of Urban Space in Religious Tourism Development Case Study: Zanjan Muharram Mourning Ceremony. *urban tourism*, 7(3), 81-94. [in Persian]. Doi:<https://doi.org/10.22059/jut.2020.291493.744>
- Daviran, E. (2023). Examining the rhythm of behavioral hangouts in urban parks (Case study: Baharestan and Ibn Sina Zanjan Gardens). *Motaleate Shahri*, 12(48), 17-28 [in Persian].doi: [10.34785/J011.2022.024](https://doi.org/10.34785/J011.2022.024)
- Daviran, E., & Ahmadi, H. (2020). The effects of urbanization on the reproduction of religious tourism through social capital mediator (Case Study: Tasoaa Afternoon Ceremony in Zanjan). *Journal of Tourism Planning and Development*, 9(33), 209-228. [in Persian] doi: [10.22080/jtpd.2020.17509.3157](https://doi.org/10.22080/jtpd.2020.17509.3157)
- Esmailzadeh, Y., & Ismailzadeh, H. (2013). Sustainable natural tourism in mountainous landscapes, a case study: Velanjak River watershed. *the first international strategic scientific conference on the development of tourism in the Islamic Republic of Iran, challenges and prospects*, Mashhad. [in Persian]
- Gill, A., & williams, P. (1994). Managing growth in mountain tourism communities. *Journal of Tourism Management*, 15 (3) 212-220. doi:[https://doi.org/10.1016/0261-5177\(94\)90107-4](https://doi.org/10.1016/0261-5177(94)90107-4)
- Habibi, M., & Mahmoudi Kurdestani, P. (2023) investigating the lived experience of citizens in the urban space; Case example: Ferdowsi footpath in Sanandaj city. *Quarterly Journal of Urban Design Studies and Urban Research*, 4(5), 1-14 [in Persian].

- Haghi M., & Heidarzade E. (2021). An Analysis of the Factors of Realizing Sustainable Tourism in Mountainous Cities (Case Study: Khansar City). *JGSMA*, 2 (2), 91-108. [in Persian] [Doi:10.52547/gsma.2.2.83](https://doi.org/10.52547/gsma.2.2.83)
- Henriques, J., Tiainen, M., & Väliäho, P. (2014). Rhythm Returns: Movement and Cultural Theory. *Body & Society*, 20 (3-4), 3-29. <https://doi.org/10.1177/1357034X14547393>
- Jafari, J. (2003). *The Encyclopedia of tourism*. London: Routledge
- Jamshidi, M., & habibi, M. (2020). Analyzing the rhythm of Contradictory practice to the formal discourse & reading urban public space. *Journal of Fine Arts: Architecture & Urban Planning*, 25(2), 43-56. [in Persian] [doi:10.22059/jfaup.2021.316800.672570](https://doi.org/10.22059/jfaup.2021.316800.672570)
- Lefebvre, H. (1992). *Rhythmanalysis: Space, Time and Everyday Life* (S. Elden, Trans). New York: Continuum.
- Li, Q. (2018). *Forest bathing: How trees can help you find health and happiness*. Viking, New York, USA.
- Meshkini, A., & Daviran, S. (2012). The effect of religious ceremonies on the production and reproduction of religious tourism (a case study of Zanjan city). *Studies of the Islamic Iranian city*, 1(14), 33-41. [in Persian]
- Mignon, P., & Pijet-Mignon, E. (2017). Viewpoint geosites- values, conservation and management issues. *Proceedings of the Geologists' Association*, 128(4), 511-522. [Doi:https://doi.org/10.1016/j.pgeola.2017.05.007](https://doi.org/10.1016/j.pgeola.2017.05.007)
- Motahari, S; Arjmnadi, R; Nouri, J; & Riazi, B. (2018). Developing Strategies for Tourism Development in the Mountain Areas by Using SWOT Model and QSPM Matrix (Case Study: Mountain Areas adjacent to Tehran Municipality Region 1). *JOURNAL OF ENVIRONMENTAL SCIENCE AND TECHNOLOGY*, 20(2 (77)), 151-168. [in Persian]. [Doi:10.22034/jest.2018.11833.2049](https://doi.org/10.22034/jest.2018.11833.2049)
- Mutana, S., & Mukwada, G. (2018). Mountain-route tourism and sustainability. A discourse analysis of literature and possible future research. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 24, 59-65. [Doi: https://doi.org/10.1016/j.jort.2018.08.003](https://doi.org/10.1016/j.jort.2018.08.003)
- Nations Environment Programme(UNEP). (2007). Tourism and mountains: A practical guide to managing the environmental and social impacts of Mountain tours. Download by: <https://wedocs.unep.org/20.500.11822/7687>. (Accessed 4 June 2022)
- New South Wales Government. (2022). Snowy mountains visitor profile. Year Ended December 2021. Download by: <https://www.destinationnsw.com.au/wp-content/uploads/2022/04/travel-to-snowy-mountains-ye-december-2021.pdf>. (Accessed 4 June 2022).
- Richins, H., & Hull, J. S. (2016). Overview of Mountain tourism: Substantive nature, historical context, areas of focus. mountain tourism. Experiences, communities, environments and sustainable futures. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 40 (2022) 100587 Wallingford: CABI International 1-12. [Doi:https://doi.org/10.1079/9781780644608.0001](https://doi.org/10.1079/9781780644608.0001)
- Río-Rama, M., Maldonado-Erazo, C. P., Durán-Sánchez, A., & Álvarez-García, J. (2019). Mountain tourism research. A review. *European Journal of Tourism Research*, 22, 130-150. [DOI:10.54055/ejtr.v22i.380](https://doi.org/10.54055/ejtr.v22i.380)
- Rocky Mountain National Park. (2021). *Park statistics*. (Accessed 4 June 2022).
- Romeo R., Russo, L., Parisi F., Notarianni M., Manuelli S., & Carvao, S. (2021). Mountain tourism – Towards a more sustainable path. Rome, FAO. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 40 (2022). [doi:https://doi.org/10.4060/cb7884e.100587](https://doi.org/10.4060/cb7884e.100587)
- Sadeghi Jahar deh, S; Eskandarinejad, I; & Dehdar Dargahi, M. (2014). Determining the range capacity of nature tourism in the mountainous areas of Iran, a case study of Sibchal Khaskhani and Aghuzi, the third national conference on tourism, geography and sustainable environment, May 17, 2014, Shahid Muftah College, Hamedan, 1-12. [in Persian]
- Sai L. Ng, S.L. (2022). Bibliometric analysis of literature on mountain tourism in Scopus. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 40, 1-10. [Doi: https://doi.org/10.1016/j.jort.2022.100587](https://doi.org/10.1016/j.jort.2022.100587)
- Salehi, L. (2016). Tourism development in mountainous areas. International Conference on Natural Resources Management in Developing Countries, March 5, 2016, University of Tehran, 1-6. [in Persian]

- Sgroi, F. (2020). Forest resources and sustainable tourism, a combination for the resilience of the landscape and development of mountain areas. *Journal of Science of the Total Environment*, 736, 1-5. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2020.139539>
- Stanek, L. (2011). *Henri Lefebvre on space: Architecture, urban research, and the production of theory*. U of Minnesota Press
- United Nations Environment Programme(UNEP). (2007). *Tourism and mountains: A practical guide to managing the environmental and social impacts of Mountain tours*. Download by: <https://wedocs.unep.org/20.500.11822/7687>. (Accessed 4 June 2022)
- Vincent, P., & Michalkiewicz, K. (2016). *Victorians in the Alps: A case study of Zermatt's hotel guestbooks and registers*. In K. Hill (Ed.) , *Britain and the narration of travel in the nineteenth century: Texts, images, objects* (pp. 75–90). London: Routledge.
- Vincent, P., & Michalkiewicz, K. (2016). *Victorians in the Alps: A case study of Zermatt's hotel guestbooks and registers*. In K. Hill (Ed.) , *Britain and the narration of travel in the nineteenth century: Texts, images, objects* (pp. 75–90). London: Routledge.
- Wang, L., & Li, X. (2023). The five influencing factors of tourist loyalty: A meta-analysis. *Plos one*, 18(4), e0283963. doi: [10.1371/journal.pone.0283963](https://doi.org/10.1371/journal.pone.0283963)
- Wunderlich, F. M. (2008). *Symphonies of Urban Places: Urban Rhythms as Traces of Time in Space. A Study of 'Urban Rhythms.'* Koht Ja Paik / Place and Location Studies in Environmental Aesthetics and Semiotics VI.
- Zeng, L., Li, R. Y. M., Nuttapong, J., Sun, J., & Mao, Y. (2022). Economic development and mountain tourism research from 2010 to 2020: Bibliometric analysis and science mapping approach. *Sustainability*, 14(1), 562. DOI:[10.3390/su14010562](https://doi.org/10.3390/su14010562)

پندرہ روزہ ایسی قیاس از انتشار الکترونیک