

The Role of Cultural Values in Tourist Wayfinding Anxiety Case Study: District 8 of Mashhad Municipality

Mozhdeh Javanshiri¹, Toktam Hanaee^{2*}, Seyed Moslem SeyedHosseini³, Sanaz Saeedi Mofrad⁴.

1- PhD Student in Urban Planning, Mashhad Branch, Islamic Azad University, Mashhad, Iran

2- Assistant Professor of Urban Planning, Mashhad Branch, Islamic Azad University, Mashhad, Iran

3- Associate Professor of Urban Planning, Mashhad Branch, Islamic Azad University, Mashhad, Iran

4- Assistant Professor of Urban Planning, Mashhad Branch, Islamic Azad University, Mashhad, Iran

Received: 1 October 2020

Accepted: 24 January 2021

Extended Abstract

Introduction

Wayfinding is an important aspect that should be considered to help guide tourists to tourism cities. Citizens' wayfinding behavior is different from tourists' wayfinding behavior due to differences in the degree of familiarity with the environment and different perceptions of the environment. This causes wayfinding anxiety among tourists. A basic principle in reducing tourists' wayfinding anxiety in tourism cities is user-centered design and taking into account the cultural characteristics of tourists. Because urban tourism arises from the movement of human beings with different cultures, and each tourist, according to its cultural characteristics, emphasizes certain aspects of wayfinding. Considering the special cultural values of tourists and the impact on wayfinding behavior, there seems to be a significant relationship between cultural values of tourists and their wayfinding anxiety. Therefore, the main purpose of this study is to explain the effect of cultural values on the wayfinding anxiety of Azeri and Mazani subcultural tourists in District 8 of Mashhad Municipality for facilitate the wayfinding of these tourists. This study also explains the differences and similarities between the wayfinding anxiety of the tourists of the subcultures by emphasizing their cultural values.

Methodology

This research is applied in terms of purpose and survey in terms of data collection method. District 8 of Mashhad Municipality has been selected as the environment of research due to the high potentials of tourism and the high volume of tourists and the lack of proper measures to facilitate their wayfinding. According to field observations and questions from the authorities of tourist accommodation, two subcultures Azeri (Provinces of East, West Azerbaijan, Ardabil) and Mazani (Mazandaran province), which constitute a large volume of the population of domestic tourists to District 8 of Mashhad Municipality, have been selected as a case study. The statistical population is domestic tourists in Mashhad in 2020 (30 million people) that the two groups of tourists (97 people) were purposefully sampled in District 8. Based on the prototype and estimating the ratio of Azeri tourists to Mazani (2: 1), the sample size is obtained according to the Cochran's formula. In this research, a combined comparative method has been used. First, after forming the research topic and determining the research questions and purpose, the theoretical framework was developed with the help of theoretical propositions. Then, field information was collected from the samples using a questionnaire. The validity of the questionnaire was obtained using Cronbach's alpha method in SPSS software, "0.711", which

* Corresponding Author (Email: t.hanaee@mshdiau.ac.ir)

indicates the optimal validity of the questionnaire. The reliability of the questionnaire has been evaluated by face validity method by experts and its reliability has been confirmed.

Results and discussion

According to the results of comparing the components of cultural values of tourists (Azeri and Mazani) in Mashhad using t-test, cultural values of "individualism/collectivism, masculinity/femininity, uncertainty avoidance, orientation, negligence/strictness» with a significance rate of less than 0.05, have been associated with the subculture of tourists and have created a significant difference between Azeri and Mazani tourists. Also, by comparing the components of wayfinding anxiety of Azeri and Mazani tourists using t-test, the components of "getting lost, unfamiliarity with the environment, complexity of the environment, limited time for wayfinding, unsafe environments, spatial memory, adventure rate, survey strategy" with a significance level of less than 0.05, they have created a significant difference between Azeri and Mazani tourists, which can be explained according to the cultural values of each of the two groups of tourists under study. According to the findings from Chi-square and Kramer correlation tests, the amount of chi-square obtained by comparing the frequencies of Azeri and Mazani tourists in 5 variable classes of anxious situations in wayfinding is 21.094, which is statistically significant. The value of Kramer correlation coefficient is 0.466 and the criterion of decision is 0.000. Therefore, there is a significant relationship with high intensity between anxious situations and each two groups of tourists. Also the amount of chi-square obtained by comparing the frequencies of Azeri and Mazani tourists in 5 variable categories of wayfinding guidance tools is equal to 18.429 and the value of Kramer correlation coefficient is equal to 0.436 and the value of the decision criterion is 0.001. Therefore, there is a significant relationship with high intensity between wayfinding tools in times of anxiety and each of the two groups of tourists in this study. According to the results of qualitative analysis of tourist wayfinding anxiety factors and wayfinding strategies in times of anxiety, Azeri pointed to categories that can be explained by their low reliability and individualism and the mentioned categories from the point of view of Mazani tourists are derived from their high credibility and collectivism.

Conclusions

Facilitating the wayfinding process and identifying where a person is located, where they want to go, and from where and how they will reach their destination is an unavoidable necessity in the design and planning process of tourism cities to be considered. In none of the previous researches, the relationship between culture and tourism wayfinding behavior as well as the role of tourists' cultural values on wayfinding anxiety in tourism cities has not been studied. According to the results of this study, there is a significant relationship between the factors affecting tourist wayfinding anxiety and their cultural values, because the level of anxiety and anxious situations in the wayfinding of Azeri and Mazani tourists and even the type of strategies used by them after feeling anxious have been completely different. These differences are the result of the behavioral characteristics and cultural values of each of the Azeri and Mazani subcultures, which are described in the findings section. This explanation explains the relationship and impact of cultural values of tourists of each subculture on their wayfinding behavior.

Keywords: Cultural Values, Wayfinding Anxiety, Urban Tourism, Wayfinding.

نقش ارزش‌های فرهنگی در اضطراب مسیریابی گردشگران مطالعه موردی: منطقه ۸ شهرداری مشهد*

مژده جوانشیری - دانشجوی دکتری شهرسازی، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران

تکتم حنایی^۱ - استادیار شهرسازی، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران

سیدمسلم سیدالحسینی - دانشیار شهرسازی، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران

ساناز سعیدی مفرد - استادیار شهرسازی، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۱/۰۵

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۷/۱۰

چکیده

اضطراب مسیریابی تأثیرات منفی متعددی بر رفتار مسیریابی گردشگران دارد و تصویر ذهنی نامناسبی از شهر در ذهن گردشگران ایجاد می‌کند. یک اصل اساسی در کاهش اضطراب مسیریابی گردشگران در شهرهای گردشگر پذیر، طراحی کاربر محور و در نظر گرفتن ویژگی‌های فرهنگی گردشگران است. زیرا گردشگری شهری از جابجایی انسان‌ها با فرهنگ‌های مختلف به وجود می‌آید و هر یک از گردشگران با توجه به ویژگی‌های فرهنگی خود بر وجوه خاصی از مسیریابی تأکید می‌ورزد. بنابراین هدف اصلی پژوهش تبیین تأثیر ارزش‌های فرهنگی بر اضطراب مسیریابی گردشگران خرده‌فرهنگ‌های آذری و مازنی در منطقه ۸ مشهد برای تسهیل مسیریابی این گردشگران می‌باشد. این پژوهش از حیث هدف، کاربردی و از نظر شیوه گردآوری داده‌ها پیمایشی بوده است. جامعه آماری، گردشگران داخلی مشهد در سال ۹۸ است (۳۰ میلیون نفر) که دو گروه گردشگر مورد بررسی (تعداد ۹۷ نفر) در منطقه ۸ به صورت هدفمند نمونه‌گیری شدند. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که ارزش‌های فرهنگی «فردگرایی/جمع‌گرایی، مرد طبیعی/زن طبیعی، اجتناب از عدم اطمینان، جهت‌گیری، سهل‌گیری/سخت‌گیری» با خرده‌فرهنگ گردشگران ارتباط برقرار کرده و تفاوت معناداری بین گردشگران آذری و مازنی ایجاد نمودند. طبق مقایسه مؤلفه‌های اضطراب مسیریابی، مؤلفه‌های «گم‌شدن، عدم آشنایی با محیط، پیچیدگی محیط، زمان محدود برای مسیریابی، محیط‌های ناامن، حافظه فضایی، میزان ماجراجویی، استراتژی پیمایشی» تفاوت معناداری بین گردشگران آذری و مازنی داشتند که بر اساس ارزش‌های فرهنگی هر یک از دو گروه گردشگر مورد بررسی قابل تبیین هستند. نتایج، حاکی از ارتباط معنادار میان عوامل اضطراب مسیریابی گردشگران و ارزش‌های فرهنگی آنان است. زیرا میزان اضطراب و موقعیت‌های اضطراب‌آور در مسیریابی گردشگران آذری و مازنی و حتی نوع راهکارهای مورد استفاده توسط آن‌ها پس از احساس اضطراب کاملاً متفاوت بوده و برگرفته از ارزش‌های فرهنگی آن‌ها است. بنابراین طراحی فرم‌ها، انتخاب عملکردها و ویژگی‌های معنایی عناصر راهنمای مسیریابی، متناسب با ارزش‌های فرهنگی گردشگران، موضوعی مهم در تسهیل مسیریابی گردشگران با فرهنگ‌های مختلف می‌باشد.

واژگان کلیدی: ارزش‌های فرهنگی، اضطراب مسیریابی، گردشگری شهری، مسیریابی.

*. این مقاله برگرفته از رساله دکتری خانم مژده جوانشیری در رشته شهرسازی به راهنمایی نویسنده دوم و سوم و مشاوره نویسنده چهارم در گروه شهرسازی دانشکده هنر و معماری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشهد می‌باشد.

مقدمه

گردشگری، یکی از پویاترین فعالیت‌های اقتصادی عصر حاضر است که می‌تواند نقش مهمی در توسعه شهرها و نیل به پایداری ایفا کند (اسدی پیمان و همکاران، ۱۳۹۹: ۳۵). این صنعت در تعاملات بین سطوح محلی و جهانی نقش حائز اهمیتی دارد، لذا از آن می‌توان به‌عنوان فرصتی در جهت تعامل فرهنگی استفاده کرد (اسحاقیه فیروزآبادی و همکاران، ۱۳۹۸: ۶۱). مطالعات متعدد بر اهمیت بُعد فرهنگی در گردشگری و تأثیر فرهنگ بر رفتار گردشگران تأکید کرده‌اند (Kang & Moscardo, 2006: 303; Ng et al, 2007: 1504-1505). فرهنگ به‌عنوان نظام نمادهایی تلقی می‌شود که یک جامعه می‌آفریند و به کار می‌برد تا خود را سامان دهد و به‌واسطه آن کنش متقابل را تسهیل نموده رفتارها را قاعده‌مند سازد (صفرآبادی و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۵۰). علاوه بر فرهنگ کلی حاکم بر هر جامعه گروه‌های مختلف جامعه نیز دارای فرهنگ ویژه خود هستند که خرده‌فرهنگ نامیده می‌شود و بر دستگاهی از ارزش‌ها، شیوه‌های رفتار و طرز زندگی یک گروه اجتماعی اطلاق می‌شود (سازگارا، ۱۳۷۷: ۹۹). یک رویکرد مناسب برای درک تفاوت‌های فرهنگی در رفتار، درک ارزش‌های درونی و محوری فرهنگ‌های مختلف است (کریمی علویچه و همکاران، ۱۳۹۷: ۳۴۵). یکی از رفتارهای گردشگران، مسیریابی است. استفاده گردشگران از مسیرهای شهری جزء جدایی‌ناپذیر گردشگری در شهرهای گردشگر پذیر است. درجه پایین آشنایی گردشگران با محیط و ادراک متفاوت آن‌ها از محیط سبب بروز سطح خاصی از اضطراب مسیریابی در میان گردشگران می‌شود که با اتخاذ یک مسیر اشتباه یا غیرضروری یا گم‌شدن در شهر بر عملکرد مسیریابی آن‌ها تأثیر منفی می‌گذارد و با ایجاد تصویر ذهنی نامناسب از آن شهر، برنامه‌ریزی‌های سفر آینده را متأثر می‌سازد (Chang, 2013: 544-545). مسیریابی در سفر یکی از پُراسترس‌ترین فرایندهای مسیریابی است زیرا در این شرایط زمان موضوع مهمی است (Suzer et al, 2018: 9). محدودیت زمانی جهت انجام مسیریابی سبب اضطراب مسیریابی می‌شود و بر عملکرد مسیریابی تأثیر می‌گذارد (Yang, 2015: 21). استرس و اضطراب بر نحوه پردازش اطلاعات محیطی افراد تأثیر دارد به‌طوری‌که تشخیص طیف وسیعی از نشانه‌ها و اطلاعات محیطی توسط اضطراب محدود خواهند شد (حنایی و جوانشیری، ۱۳۹۸: ۶۰). رفتار مسیریابی به‌عنوان عنصری اجتماعی فرهنگی در گردشگران با ارزش‌های فرهنگی مختلف، نمودهای متفاوتی خواهد داشت. زیرا گردشگری یک امر فرهنگی است و گردشگران طبق ارزش‌های فرهنگی خود با جوامع میزبان تعامل کرده و به نیازهای خویش پاسخ می‌دهند. متأسفانه هیچ مطالعه‌ای در زمینه ارزش‌های فرهنگی و اضطراب مسیریابی گردشگران انجام نشده است. حال آنکه با توجه به ارزش‌های فرهنگی خاص گردشگران و تأثیرگذاری بر رفتارهای آن‌ها و ازجمله رفتار مسیریابی، به نظر می‌رسد میان ارزش‌های فرهنگی گردشگران و اضطراب مسیریابی آن‌ها ارتباط معناداری وجود داشته باشد. بنابراین این تحقیق در پی تبیین تأثیر ارزش‌های فرهنگی بر اضطراب مسیریابی گردشگران خرده‌فرهنگ‌های موردنظر، باهدف تسهیل مسیریابی این گردشگران، توسط حذف و یا کاهش عوامل اضطراب‌آور، متناسب با این ارزش‌های فرهنگی می‌باشد. همچنین به تبیین تفاوت‌ها و شباهت‌های اضطراب مسیریابی گردشگران خرده‌فرهنگ‌های موردنظر با تأکید بر ارزش‌های فرهنگی آن‌ها باهدف کمک به تبیین ارتباط میان ارزش‌های فرهنگی و اضطراب مسیریابی گردشگران، نیز پرداخته می‌شود.

یکی از شهرهای مهم گردشگری، شهر مقدس مشهد است که به‌عنوان بزرگ‌ترین شهر مذهبی و زیارتی ایران، هرساله پذیرای زائران و گردشگران بی‌شماری است. منطقه ۸ شهرداری مشهد به دلیل مجاورت با حرم مطهر رضوی و موقعیت حساس به‌عنوان یکی از اصلی‌ترین ورودی‌های شهر و نیز سابقه تاریخی بالا بخشی از هویت این شهر است که با برخورداری از جاذبه‌های گردشگری فراوان، به‌عنوان منطقه گردشگری و تفریحی مشهد محسوب می‌شود. این منطقه با تعدد هتل‌ها و اقامتگاه‌های گردشگری، هرساله مقصد مهمی برای گردشگران خرده‌فرهنگ‌های مختلف است که هر یک از آن‌ها ارزش‌های فرهنگی کاملاً متفاوتی با یکدیگر داشته و متناسب با این ارزش‌ها، دارای رفتارهای متفاوتی هستند. باوجود مسیرهای پرتردد و مهم این منطقه و حجم بالای گردشگران برای تسهیل مسیریابی آنان تدابیری اندیشیده نشده و گردشگران در فرایند مسیریابی در این منطقه با مشکلات بسیاری مواجه‌اند که به اضطراب مسیریابی آنان می‌انجامد. حال آنکه با توجه به نقش مهم گردشگری در راستای تقویت شرایط روحی و روانی گردشگران، می‌بایست در راستای

تسهیل مسیریابی و کاهش اضطراب ناشی از آن گام برداشت. بنابراین منطقه ۸ شهرداری مشهد به‌عنوان محیط تحقیق مورد بررسی قرار گرفته تا با تبیین ارتباط میان اضطراب مسیریابی گردشگران این منطقه و خرده‌فرهنگ آنان (که اغلب از دو خرده‌فرهنگ آذری و مازنی می‌باشند) بتوان به بهبود امکانات مسیریابی متناسب با رفتار گردشگران هر خرده‌فرهنگ و تسهیل مسیریابی و کاهش اضطراب ناشی از سردرگمی آنان دست‌یافت و در نهایت موجبات افزایش رضایتمندی این گردشگران را فراهم نمود. در این راستا ابتدا با مرور مبانی نظری تحقیق به تدوین چارچوب نظری پرداخته‌شده که این چارچوب در محیط تحقیق، آزمون شده و پس از تحلیل، نتایج موردنظر و پیشنهادهایی منطبق با ارزش‌های فرهنگی گردشگران آذری و مازنی به‌منظور تسهیل مسیریابی آن‌ها در محدوده تحقیق، ارائه شده است. مطالعات متعدد بر تأثیر فرهنگ بر تقاضاها و انتخاب مقاصد، ترجیحات، نیازها و سایر رفتارهای گردشگران تأکید کرده‌اند. ریچاردز^۱ (۱۹۹۶) با بررسی تأثیر فرهنگ بر ترجیحات گردشگران نسبت به جاذبه‌های شهری نتیجه می‌گیرد مطابق دیدگاه الگوهای مصرف فرهنگی، افراد طبقه بالا به مصرف فرهنگ روشنفکری می‌پردازند، در حالی که افراد طبقه پایین به دلیل سطح پایین سرمایه فرهنگی، از فرهنگ عامیانه لذت می‌برند. لیتل^۲ و همکاران (۱۹۹۴) دریافتند فرهنگ گردشگران حتی بر رفتار خرید که یکی از شایع‌ترین رفتارهای مشترک در میان انواع مختلف گردشگران می‌باشد و نوع کالاها خریداری‌شده توسط آن‌ها اثرگذار است. این موضوع در پژوهش رضوی‌زاده و فروغ‌زاده (۱۳۹۵) با عنوان تحلیل رفتار خرید سوغات در میان زائران شهر مشهد، بررسی شده و به این نتیجه رسیدند در بین زائرانی که منشأ شهری داشتند، خرید سوغاتی‌هایی که صبغه فرهنگی داشته، همراه با لباس و زیورآلات بیشتر است. همه موارد فوق، مصادیقی از تأثیر فرهنگ بر رفتار گردشگران شهری می‌باشند. در ادامه به تعدادی از مطالعات مربوط به مسیریابی و فرهنگ اشاره می‌شود. لاتون و کالای^۳ (۲۰۰۲) در مطالعه بین فرهنگی با عنوان تفاوت‌های جنسیتی در استراتژی‌ها و اضطراب مسیریابی با شرکت‌کنندگانی از کشور مجارستان و آمریکا، به بررسی تفاوت‌های فرهنگی و جنسیتی در استراتژی‌ها و اضطراب مسیریابی پرداختند. طبق نتایج این مطالعه میزان جرائم و احساس امنیت شخصی و ترجیحات استراتژی مسیریابی در فرهنگ جوامع نقش مؤثری در تفاوت‌های اضطراب مسیریابی ایفا می‌کند. هاند و میناریک^۴ (۲۰۰۶) در مطالعه خود با عنوان رسیدن از اینجا به آنجا: اضطراب فضایی، استراتژی‌های مسیریابی، نوع هدایت و عملکرد مسیریابی با استفاده از نشانه‌ها یا جهات اصلی، به بررسی اینکه چگونه عملکرد مسیریابی با تفاوت‌های اضطراب فضایی و استراتژی‌های مسیریابی مرتبط می‌شوند پرداختند. طبق نتایج این مطالعه اضطراب فضایی بیشتر به خطاهای مسیریابی بیشتری منجر می‌شود. همچنین استراتژی‌های مسیریابی با عملکرد مسیریابی مرتبط هستند. بنگل^۵ (۲۰۰۹)، در مطالعه خود با عنوان تفاوت‌های فرهنگی در ارائه هدایت‌ها و توصیفات مسیر در فرایند مسیریابی، نتیجه می‌گیرد تفاوت در ادراک فضایی و ترجیح چشم‌انداز فضایی و توصیف‌کننده‌های فضایی بین فرهنگ‌های مختلف یافت می‌شود. هاند^۶ و همکاران (۲۰۱۲) در پژوهش تأثیر فرهنگ و دیدگاه کاربران بر ارائه هدایتگرهای مسیریابی به بررسی توصیف‌های فضایی شرکت‌کنندگان آمریکایی و هلندی در مسیریابی پرداخته و بر تفاوت‌های فرهنگی این شرکت‌کنندگان در استفاده از اصطلاحات روابط فضایی تأکید می‌کنند. چانگ^۷ (۲۰۱۳) در مطالعه‌ای با عنوان استراتژی‌های مسیریابی و اضطراب گردشگر در مقاصد ناآشنا، به بررسی تفاوت‌های گردشگران در عملکردهای مسیریابی، ترجیحات استراتژی و اضطراب مسیریابی می‌پردازد. طبق نتایج این مطالعه ترجیحات فردی در استراتژی مسیریابی، مشکلات درک شده و اضطراب مسیریابی بر عملکرد مسیریابی در مقاصد گردشگری ناآشنا تأثیر می‌گذارند. سایموندز^۸ (۲۰۱۷) به بررسی تفاوت‌های فردی در رفتار مسیریابی از دیدگاه فرهنگی اجتماعی می‌پردازد. طبق نتایج این پژوهش مسیریابی با طبقه اجتماعی، زمینه و آموزش‌وپرورش

1. Richards
2. Littrell
3. Lawton & Kallai
4. Hund & Minarik
5. Bangel
6. Hund
7. Chang
8. Symonds

ارتباط برقرار می‌کند. سایمونز و همکاران (۲۰۱۷) در مطالعه دیگر با عنوان کاوش یک حضور غایب: مسیریابی به‌عنوان یک تجربه اجتماعی فرهنگی نهفته، نتیجه می‌گیرند مسیریابی فرایندی است که تقریباً همیشه مطابق با نیازهای نهفته و در حقیقت، نیازهای اجتماعی فرهنگی انجام می‌شود. وی^۱ و همکاران (۲۰۱۸) در مطالعه اضطراب فضایی و عملکرد فضایی دانشجویان روسی و چینی، به ارزیابی الگوهای جهانی تفاوت‌های جنسی و ارتباط بین اضطراب فضایی و توانایی‌های فضایی پرداختند. به نظر آن‌ها تفاوت‌های اضطراب فضایی شرکت‌کنندگان ممکن است برخی تفاوت‌های بین فرهنگی در قواعد شناختی و احساسی را منعکس کنند. همه پژوهش‌های فوق به اهمیت ملاحظات فرهنگی در مطالعات مسیریابی تأکید می‌کنند. ولی پژوهش‌های مربوط به ترکیب مفاهیم مسیریابی و گردشگری و فرهنگ، هم در ایران و هم در جهان، با خلأ اساسی مواجه می‌باشد و تا به حال هیچ پژوهشی رفتار مسیریابی گردشگر را با تأکید بر ارزش‌های فرهنگی آنان بررسی نکرده است. درحالی‌که نقش مسائل فرهنگی بر گردشگری شهری، با توجه به ماهیت فرهنگی این پدیده و درنهایت بر رفتار گردشگران، از جمله رفتار مسیریابی آنان حائز اهمیت است.

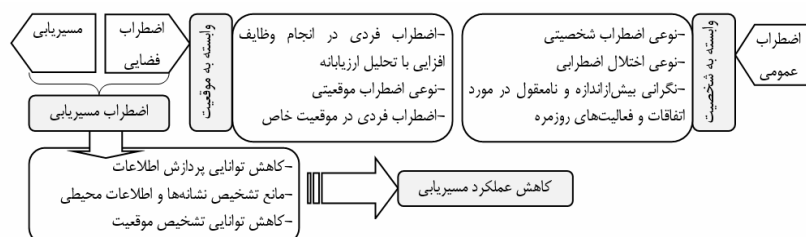
مبانی نظری

ارزش‌های فرهنگی هافستد

ارزش‌های فرهنگی جزو متغیرهایی است که می‌تواند وقوع بسیاری از پدیده‌ها در فرهنگ‌های مختلف را همراه با پیامدهای آن‌ها تبیین کند (گل‌پرور و حیدریان، ۱۳۹۶: ۱۸۶). از بین نظریه‌های ابعادی مطرح در روان‌شناسی فرهنگی، نظریه ابعاد فرهنگی هافستد از نفوذ بیشتری برخوردار است (نجاتی، ۱۳۹۳: ۵۲). می‌توان از این نظریه برای درک چگونگی تأثیر فرهنگ بر ارتباطات و فهم تفاوت‌های اصلی بین گروه‌های فرهنگی استفاده کرد (Kang & Moscardo, 2006: 304; Abodeeb, 2014: 43). این نظریه از ۶ بُعد برخوردار است. بُعد «فردگرایی/جمع‌گرایی» دلالت بر ترجیح افراد به زندگی و کار انفرادی یا گروهی دارد. در جوامع جمع‌گرا، تصمیمات به‌صورت گروهی گرفته می‌شود ولی در جوامع فردگرا نظرات فردی از نظرات گروه مهم‌تر است (Abodeeb, 2014: 44). بُعد «فاصله قدرت» حدی است که اعضای جامعه این واقعیت که قدرت به‌طور نابرابر توزیع شده را می‌پذیرند (خانی و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۳). در جوامع بافاصله قدرت پایین افراد تمایل به مشورت و وابستگی کم به روسا دارند و در جوامع بافاصله قدرت بالا برعکس (Hofstede, 1998: 4). بُعد «اجتناب از عدم اطمینان» دلالت بر میزان تمایل به خطرپذیری و نیز میزان اجتناب جوامع از شرایط مبهم یا موقعیت‌های نامشخص و احساس تهدید نسبت به این موقعیت‌ها دارد (Bissessar, 2018: 4; Hofstede, 2011: 8). در فرهنگ‌های با اجتناب از عدم اطمینان بالا، از موقعیت‌های خطرناک و ناشناخته تا حد امکان از طریق قوانین سخت‌گیرانه، اجتناب می‌شود ولی در فرهنگ‌های با اجتناب از عدم اطمینان پایین مردم احساس تهدید کمتری نسبت به موقعیت‌های ناشناخته داشته و تمایل بیشتری به ابتکار و نوآوری و خطرپذیری دارند (Abodeeb, 2014: 44). بُعد «مرد طبیعی/زن طبیعی» نشانگر باور فرد به تمایز و یا اشتراک نقش‌های جنسیتی در جوامع است (خانی و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۴). ارزش‌های غالب در جامعه مرد طبع دستیابی و موفقیت و در جامعه زن طبع مراقبت از دیگران و کیفیت زندگی است (Mooij & Hofstede, 2010: 89). بُعد «جهت‌گیری» (کوتاه‌مدت/بلندمدت) مربوط به انتخاب تمرکز برای تلاش‌های جوامع نسبت به زمان آینده یا زمان حال و گذشته است (Hofstede, 2011: 8). این بُعد در فرهنگ‌های با جهت‌گیری بلندمدت، باعث اهمیت به اهداف بلندمدت و ایجاد رفتارهای صرفه‌جویانه، پشتکاری و سازگاری با تغییر شرایط برای منافع آینده می‌شود و در فرهنگ‌های با جهت‌گیری کوتاه‌مدت، افراد بیشتر به زمان گذشته و حال و دستاوردهای کوتاه‌مدت می‌پردازند (Bissessar, 2018: 6). آخرین بُعد این نظریه «سهل‌گیری/سخت‌گیری» است. بُعد سهل‌گیری بیانگر جوامعی است که به افراد اجازه تفریحات آزاد برای شاد بودن را می‌دهد. بُعد سخت‌گیری بیانگر جوامعی است که هر نوع لذت از تفریحات آزاد از طریق تنظیم هنجارهای اجتماعی محدود می‌شود (خانی و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۶).

اضطراب مسیریابی گردشگران

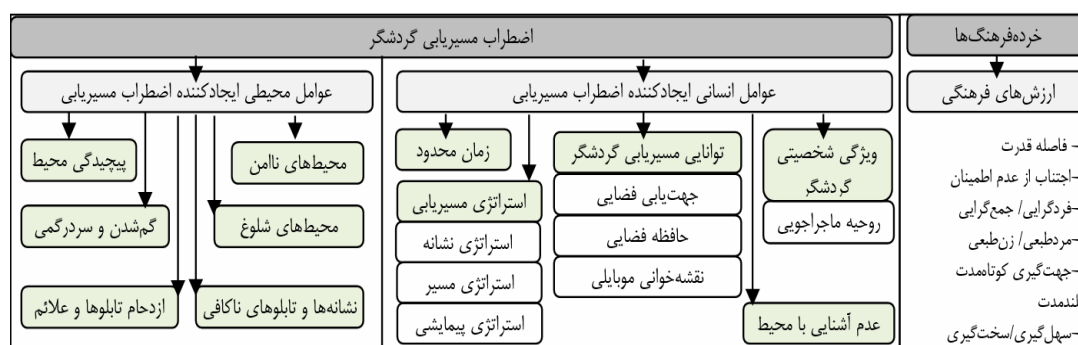
یکی از رفتارهای گردشگری شهری، مسیریابی گردشگری است که موضوع مهمی در مطالعات گردشگری شهری بوده و برای کمک به هدایت گردشگران در شهرهای گردشگری در نظر گرفته می‌شود (Chang, 2013: 529; AbdulKhanan & Xia, 2010: 319). مسیریابی به‌عنوان پیدا کردن راه خود در دنیای واقعی و یا الکترونیکی نامیده می‌شود که یک فعالیت اساسی و همچنین یک فعالیت پیچیده انسانی است (Makri, 2015: 9). از زمان شروع حرکت فرد از مبدأ به مقصد، عوامل مختلفی بر رفتار مسیریابی فرد تأثیر می‌گذارد (حبیب و حنایی، ۱۳۹۶: ۲۳). بنابراین سفرهای مسیریابی می‌تواند با توجه به ویژگی‌های مختلف فرد و یا محیط باعث رفتارهای متفاوت شود (حنایی و جوانشیری، ۱۳۹۸ الف: ۸). بر اساس تفاوت‌های فردی مسیریابی از دیدگاه فرهنگی اجتماعی، ممکن است روش‌هایی برای پیدا کردن مسیر موجود باشد که برای یک گروه طبیعی بوده اما برای دیگران بیگانه باشد (Symonds, 2017: 58-59). بنابراین مسیریابی یک فرآیند شناختی، «اجتماعی فرهنگی» و جسمانی برای کشف مسیر در فضای معین است (Symonds et al, 2017: 15). با وجود اهمیت ملاحظات فرهنگی در رفتار مسیریابی می‌توان به خلأ مطالعاتی در این حوزه و نیاز به درک شباهت‌ها و تفاوت‌های فرهنگی در جوامع مختلف اشاره کرد. رفتار مسیریابی شهروندان با رفتار مسیریابی گردشگران به دلیل تفاوت درجه آشنایی با محیط و ادراک متفاوت از محیط متفاوت است. زیرا مسیریابی در یک محیط ناآشنا به دلیل فقدان دانش وضعیت مسیر، سطح خاصی از اضطراب را ایجاد می‌کند که ممکن است احتمال گم‌شدن را افزایش دهد (Bryden et al, 2006: 185; Chang, 2013: 543; Hund & Minarik, 2006: 185). شواهد نشان می‌دهند که بازدیدکنندگان از شهر به دلیل اینکه با محیط پیرامون ناآشنا بوده و بدون تجربه و دانش قبلی هستند، به‌طور کلی بیشتر خطر را درک کرده و دچار اضطراب می‌شوند (Yang, 2015: 11). اضطراب مسیریابی گردشگران با اتخاذ یک مسیر اشتباه یا غیرضروری یا گم‌شدن در شهر بر عملکرد مسیریابی آن‌ها تأثیر منفی می‌گذارد و با ایجاد تصویر ذهنی نامناسب از آن شهر برنامه‌ریزی‌های سفر آینده را متأثر می‌سازد (Chang, 2013: 544). اضطراب فردی درباره انجام وظایف فضایی با تحلیل ارزیابانه، به اضطراب فضایی اشاره دارد و باعث کاهش کارایی وظایف فضایی می‌شود (Ramirez et al, 2012: 474). تفاوت میان اضطراب فضایی و اضطراب عمومی این است که اضطراب فضایی یک نوع اضطراب موقعیتی است درحالی‌که اضطراب عمومی یک نوع اضطراب شخصیتی است (Swadi, 2016: 5). اضطراب فضایی به‌عنوان اضطراب فردی در یک موقعیت خاص تعریف می‌شود ولی اضطراب عمومی نشانگر یک بُعد از شخصیت فرد است و تمایل به اضطراب در بسیاری از موقعیت‌ها دارد (Eysenck et al, 2007: 336). اضطراب فضایی در موقعیت مسیریابی اضطراب مسیریابی نامیده می‌شود (Hund & Minarik, 2006: 181). اضطراب فضایی به موقعیت‌ها و تجربیاتی که در سه مقیاس دست‌کاری ذهنی، «مسیریابی» و تجسم ممکن است موجب اضطراب شوند، اشاره دارد (Lyons et al, 2018: 532). انسان‌ها به‌عنوان نهادهای پردازشگر اطلاعات در هنگام مسیریابی عناصر هدایتگر محیطی را به کار می‌برند. اضطراب مسیریابی، مهارت‌های فضایی و توانایی فرد برای پردازش اطلاعات محیطی را محدود کرده و مانع تشخیص نشانه‌ها و اطلاعات محیطی می‌شود (Lawton, 1996: 144; Hund & Minarik, 2006: 195-197; Farr et al, 2014: 90; Yang, 2015: 21-22). اضطراب مسیریابی یا ترس از گم‌شدن، می‌تواند توانایی تمرکز بر روی سرخ‌های ضروری برای حفظ جهت‌یابی جغرافیایی را کاهش دهد (Coluccia & Louse, 2004: 336). در شکل ۱ تفاوت اضطراب عمومی و فضایی و ارتباط اضطراب فضایی و مسیریابی نشان داده شده است.



شکل شماره ۱. ارتباط معنادار اضطراب فضایی و مسیریابی (با اقتباس از حنایی و جوانشیری، ۱۳۹۸ الف: ۶۳-۶۲)

محدودیت زمانی جهت انجام وظایف مسیریابی سبب اضطراب مسیریابی می‌شود و بسته به سطح اضطراب بر عملکرد مسیریابی تأثیر می‌گذارد (Yang, 2015: 21). به گونه‌ای که مسیریابی در شرایط سفر یکی از پراسترس‌ترین فرایندهای مسیریابی است زیرا در این شرایط زمان موضوع مهمی است (Suzer et al, 2018: 9). اضطراب مسیریابی گردشگران می‌تواند تحت تأثیر شخصیت و روحیه ماجراجویی آن‌ها نیز قرار گیرد. گردشگران باشخصیت درون‌گرا عصبی‌ترند و کمتر سفر می‌کنند و با اعتمادبه‌نفس کمتر دچار اضطراب مسیریابی بالاتری می‌شوند ولی گردشگران باشخصیت برونگرا ماجراجوترند و با اعتمادبه‌نفس بیشتر سطوح پایین‌تری از اضطراب مسیریابی را حس می‌کنند (Chang, 2013: 533). محققان معتقدند مشکلات مربوط به اضطراب (مانند افزایش فشارخون و سردرد) با مسیریابی در محیط‌های پیچیده مرتبط است (Carpman & Grant, 2001: 275; Chang, 2013: 540). اگر شهرها بدون هیچ‌گونه سرخ مشخص و با بی‌نظمی و پیچیدگی ساخته شوند، مردم احساس اضطراب و گم‌شدن می‌کنند (حنایی و جوانشیری، ۱۳۹۸، ب: ۶۴). زمانی که فرد بتواند مسیر خود را به‌درستی پیدا کند احساس آرامش داشته و سعی در شناسایی محیط دارد و در مقابل، سردرگمی در یافتن مقصد و گم‌شدن منجر به ایجاد اضطراب می‌شود (Lawton, 1996: 138; Burns, 1998: 209; Chang, 2013: 533). طبق نتایج پرسشنامه‌های خودارزیابی در مورد مهارت‌های مسیریابی، زنان نسبت به مردان اضطراب فضایی بالاتری گزارش می‌دهند که مربوط به ترس از گم‌شدن است (Coluccia & Louse, 2004: 334). مطالعات متعدد ثابت کرده‌اند که بین اضطراب مسیریابی و ترجیحات استراتژی مسیریابی رابطه معنادار وجود دارد (Lawton, 1996: 137; Schmitz, 1997: 224; Hund & Minarik, 2006: 195; Lawton & Kallai, 2002: 393; Saucier et al, 2002; Chang, 2013: 545). طبق نتایج مطالعه پژوهشگران استفاده از استراتژی‌های پیمایشی با سطح اضطراب فضایی به‌طور منفی مرتبط است. افرادی که دارای اضطراب فضایی بالایی هستند، معمولاً از این نوع استراتژی استفاده نمی‌کنند و با به یادآوردن نشانه‌های بیشتر و عناصر جهت‌دار کم، از استراتژی نشانه استفاده می‌کنند. این افراد قادر به حفظ موقعیت‌یابی خود با توجه به محیط اطراف (استراتژی پیمایشی) نیستند و به‌راحتی مضطرب می‌شوند (Lawton, 1996: 144; Schmitz, 1997: 224-226). ابزارها نیز می‌توانند به سردرگمی و اضطراب بیفزایند زیرا شواهد نشان می‌دهد برخی از چالش‌های مربوط به مسیریابی به استفاده از دستگاه‌های فناوری مسیریابی (اعم از دستگاه‌های هوشمند) مربوط است (Mollerup, 2005; Heart & Kalderon, 2013: 209).

طبق جمع‌بندی دیدگاه صاحب‌نظران در مورد ارزش‌های فرهنگی و اضطراب مسیریابی گردشگران، چارچوب نظری تحقیق در شکل ۲ تدوین شده است. در هنگام مسیریابی، فرد اطلاعات را از محیط دریافت نموده و با تحلیل اطلاعات در یافتن مقصد تلاش می‌کند. اطلاعات دریافتی از محیط در افراد مختلف بر اساس ویژگی‌های محیطی و فردی متفاوت است. بنابراین مسیریابی در ارتباط با انسان و محیط تعریف می‌شود. مفهوم اضطراب مسیریابی گردشگران نیز متناسب با مفهوم مسیریابی متأثر از عوامل انسانی و عوامل محیطی ایجادکننده اضطراب در گردشگران می‌باشد. عوامل انسانی وابسته به انسان بوده و در افراد مختلف متفاوت‌اند و عوامل محیطی وابسته به محیط و متأثر از آن می‌باشد.



شکل شماره ۲. مدل نظری تحقیق

روش پژوهش

این پژوهش از حیث هدف، کاربردی و از نظر شیوه گردآوری داده‌ها پیمایشی بوده و از روش تطبیقی ترکیبی استفاده شده است. پس از تعیین گروه هدف، اطلاعات میدانی از نمونه‌ها با استفاده از پرسشنامه مستخرج از مبانی نظری جمع‌آوری شده است. پایایی پرسشنامه از طریق روش آلفای کرونباخ «۰/۷۱۱» به دست آمده که نشانگر پایایی مطلوب می‌باشد و روایی آن به روش روایی صوری و توسط متخصصان ارزیابی شده و صحت اعتبار آن مورد تأیید قرار گرفته است. پرسش‌های مربوط به «مؤلفه‌های ارزش‌های فرهنگی» که به صورت طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت طراحی شده بودند، توسط «آزمون تی تست» مورد تحلیل قرار گرفتند تا ارزش‌های فرهنگی هر یک از دو گروه گردشگر (آذری و مازنی) شناسایی و مقایسه شوند و بتوان با استفاده از آن‌ها ارتباط این ارزش‌ها را با اضطراب مسیریابی هر یک از دو گروه تبیین کرد. سپس سؤالات ۵ گزینه‌ای لیکرت مربوط به «مؤلفه‌های اضطراب‌آور در مسیریابی گردشگران» نیز به کمک «آزمون تی تست» مورد تحلیل قرار گرفتند. به منظور مقایسه اضطراب مسیریابی گردشگران آذری و مازنی و قضاوت در مورد میانگین مؤلفه‌های اضطراب‌آور دو گروه مورد نظر (گردشگران آذری و مازنی) از آزمون تی تست استفاده شده است. در جدول ۱ مفاهیم و شاخص‌های این پژوهش بیان شده است. سؤالات اسمی نیز به کمک «آزمون کای اسکوتر» و «آزمون همبستگی کرامر» تحلیل شدند. هدف از طرح سؤالات اسمی این تحقیق، مقایسه فراوانی‌های دو گروه گردشگر آذری و مازنی در ۵ طبقه متغیر موقعیت‌های اضطراب‌آور و متغیر ابزارهای هدایت مسیریابی بوده است که بدین منظور از آزمون کای اسکوتر استفاده شده است. با توجه به اینکه در آزمون کای اسکوتر، شدت رابطه قابل تشخیص نیست، به منظور پی بردن به شدت رابطه موجود، از «آزمون کرامرز وی» نیز استفاده شده است. نرم‌افزار مورد استفاده در تحلیل این آزمون‌ها، SPSS Statistics 24 بوده است. در انتها سؤالات توضیحی (باز) پرسشنامه به منظور دستیابی به اطلاعات گسترده و غیرقابل پیش‌بینی پاسخگو به صورت کیفی مقوله‌بندی شده و مورد تحلیل قرار گرفتند. پس از تحلیل یافته‌ها و مقایسه نمونه‌های موردی، نتایج حاصل از مقایسه موردها به روش تفسیری بیان شدند.

جدول شماره ۱. مفاهیم و شاخص‌های مورد استفاده در پژوهش

مفهوم	شاخص	منابع
	روحیه ماجراجویی	Chang, 2013 Xia, 2010; & Abdul Khanan
	آشنایی با محیط	Bryden et al, 2013; Hund & Minarik, 2006; Chang, 2013; Yang, 2015
	زمان محدود برای مسیریابی	Chang, 2013; Yang, 2015; Suzer et al, 2018
	استراتژی مسیریابی	Saucier et al, 2002; Lawton Lawton, 1996; Schmitz, 1997; & Kallai, 2002; Hund & Minarik, 2006; Chang, 2013
	توانایی جهت‌یابی فضایی	1999; Pazzaglia et al, 2000; Lawton, 1996; Schmitz, 1997; Saucier et al, 2002; Hund & Minarik, 2006; Ramirez et al, 2012; Farr et al, 2014; Walkowiak et al, 2015
	سطح حافظه فضایی	Swadi, 2016; Burns, 1998; Bryden et al, 2013;
اضطراب مسیریابی	عدم آشنایی با دستگاه‌های فناوری مسیریابی	Heart & Kalderon, 2013 Mollerup, 2005;
	پیچیدگی محیط	Lawton & Kallai, 2002; Carpmann & Grant, 2001; Chang, 2013; Hanaee & Javanshiri, 2019b
	گم‌شدن و سردرگمی	1998; Lawton, 1996; Burns, Coluccia & Louse, 2004; Chang, 2013
	محیط‌های ناامن	Lawton & Kallai, 2002; Reisinger & Mavondo, 2005
	نشانه‌ها و تابلوهای ناکافی	Chiu et al, 2004; Uc et al, 2004; Lamont et al, 2013; Hanaee & Javanshiri, 2019b Hunter et al, 2016;
	ازدحام تابلوها و علائم راهنما	Hanaee & Javanshiri, 2019b Sanford, 2016;
	محیط‌های شلوغ	Hunter et al, 2016; Hanaee & Javanshiri, 2019a
ارزش‌های فرهنگی	فاصله قدرت	Hofstede, 1998; Mooij & Hofstede, 2010;
	اجتناب از عدم اطمینان	Hofstede, 2011; Abodeeb, 2014;
	فردگرایی/جمع‌گرایی	Bissessar, 2018

مرد طبیعی/زن طبیعی

نجاتی، ۱۳۹۳؛ خانی و همکاران، ۱۳۹۳؛ گل‌پرور و حیدریان، ۱۳۹۶

جهت‌گیری کوتاه‌مدت/بلندمدت

خانی و همکاران، ۱۳۹۳؛ Hofstede, 1998; Hofstede, 2011

سهل‌گیری/سخت‌گیری

آمار گردشگران داخلی شهر مشهد در استانداری خراسان رضوی و اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی خراسان رضوی برحسب تعداد گردشگران به تفکیک مناطق موجود نمی‌باشد. لذا در این پژوهش برای انتخاب حجم نمونه به حجم جامعه گردشگران داخلی شهر مشهد در سال ۱۳۹۸ استناد شده است که بنا بر اطلاعات استانداری خراسان رضوی ۳۰ میلیون نفر بوده است. بر اساس مشاهدات میدانی و پرسش از مسئولین اماکن اقامتگاهی گردشگران، دو خرده‌فرهنگ آذری (استان‌های آذربایجان شرقی، غربی، اردبیل) و مازنی (استان مازندران) که جمعیت فراوانی از گردشگران داخلی به این منطقه را تشکیل می‌دهند، به‌عنوان نمونه موردی انتخاب شدند. حجم نمونه با فرمول کوکران محاسبه شده است. به دلیل دشواری شناسایی گردشگران آذری و مازنی موجود در منطقه، برای تخمین حجم نمونه بر اساس خرده‌فرهنگ‌های موردنظر لازم بود تعداد حداقلی به‌دست‌آمده آید. فرمول کوکران یکی از بهترین فرمول‌هایی بود که می‌توانست این تعداد را برآورد کند. در این رابطه N تعداد کل اعضای جامعه است (۳۰ هزار نفر) و با توجه به نامشخص بودن نسبت در دیدگاه حداکثر خطا $P=0/5$ و $d=0/1$ و $\alpha=5\%$ می‌باشد. طبق این رابطه، حجم نمونه با تعداد حداقلی ۹۷ نفر به دست آمد که خطای مورد تأییدی داشته است. در حقیقت این تعداد، نماینده گردشگران آذری و مازنی موجود در محدوده هستند. بر اساس نمونه اولیه در محدوده و برآورد نسبت گردشگران آذری به مازنی (۲ به ۱)، پرسشنامه‌ها در بهمن ۱۳۹۸ بین ۵۸ گردشگر آذری (۵۹/۸ درصد) و ۳۹ گردشگر مازنی (۴۰/۲ درصد) در محدوده منطقه ۸ شهرداری مشهد توزیع گردید. زنان (۵۰/۵ درصد) و مردان (۴۹/۵ درصد) از حجم نمونه را تشکیل داده‌اند. بیشترین حجم نمونه، افراد با محدوده سنی ۳۵-۴۵ سال (۳۴ درصد) بوده‌اند. همچنین افراد با تحصیلات لیسانس (۳۸/۱ درصد) بیشترین حجم نمونه را به خود اختصاص داده‌اند. بیشتر گردشگران (۶۴/۹ درصد) باهدف زیارت به این شهر مراجعه کردند.

محدوده مورد مطالعه

منطقه هشت شهرداری مشهد وسعتی معادل ۱۹۶۱ هکتار دارد. این منطقه از شمال به میدان شهید، خیابان آیت‌الله شیرازی، خیابان آزادی، خیابان شهید اندرزگو، میدان بیت‌المقدس، از شرق به میدان بیت‌المقدس، خیابان امام رضا (ع)، میدان بسیج، پایانه مسافری، از جنوب به بزرگراه شهید کلانتری، کمربندی ۷۵ متری جنوبی شهر مشهد، میدان جمهوری اسلامی و از غرب به میدان جمهوری اسلامی، خیابان دکتر شریعتی، میدان دکتر شریعتی، خیابان دانشگاه و میدان شهید محدود است. مساحت معابر این منطقه ۲۴۳ هکتار است که حدود یک‌چهارم منطقه را شامل می‌شود. با توجه به قرارگیری این منطقه در موقعیت جغرافیایی بسیار حساس و مهم، به‌واسطه هم‌جواری بارگاه امام رضا (ع) و به‌عنوان یکی از اصلی‌ترین ورودی‌های شهر، هر ساله گردشگران بی‌شماری از خرده‌فرهنگ‌های مختلف در محدوده آن تردد نموده و در هتل‌ها و اقامتگاه‌های آن اسکان می‌یابند. این منطقه با برخورداری از عناصر تاریخی غنی اعم از ارگ حکومتی، عناصر تاریخی خیابان امام خمینی، محله تاریخی جنت، خانه ملک، گنبد سبز و... نمادی از هویت شهر مشهد است. پارک بزرگ کوه سنگی و باغ ملی از دیگر جاذبه‌های مهم این منطقه هستند که گردشگران بسیاری را جذب می‌کنند. مجتمع‌های تجاری مهم و هتل‌ها و اقامتگاه‌های گردشگری این منطقه نقش گردشگری آن را پُررنگ می‌نماید. متأسفانه باوجود تعدد جاذبه‌های گردشگری و نقش غالب گردشگری این منطقه و تردد بالای گردشگران با تنوع خرده‌فرهنگ در مسیرهای این محدوده، برای تسهیل مسیریابی آن‌ها تدابیری اندیشیده نشده و گردشگران در فرایند مسیریابی در این منطقه با مشکلات بسیاری مواجه‌اند که به سردرگمی و اضطراب مسیریابی آنان می‌انجامد. بنابراین این محدوده به‌عنوان محیط تحقیق انتخاب شده تا با تبیین نقش فرهنگ و اضطراب مسیریابی، موجبات تسهیل مسیریابی و افزایش رضایتمندی گردشگران را در این منطقه مهم گردشگری فراهم نمود. محدوده مورد مطالعه در شکل ۳ نشان داده شده است.

حاصلخیزی طبیعت از روحيات ملايم برخوردارند. فعاليت مردان و زنان دوشادوش همدیگر در سرزمین زرخیز شمال، بر فرهنگ زن گرایانه مازنی‌ها و ارزش‌های زنانه نظیر روابط اجتماعی و اشتراک نقش‌های جنسیتی صحنه می‌گذارد. در حقیقت فرهنگ، قومیت و اقلیم جغرافیایی می‌تواند بر ویژگی‌های شخصیتی مردم ایران تأثیرگذار باشد (شهیدی و همکاران، ۱۳۹۴: ۵۲۵). مؤلفه «اجتناب از عدم اطمینان» با میزان معناداری ۰/۰۰۰ (کمتر از ۰/۰۵) با خرده‌فرهنگ گردشگران ارتباط برقرار کرده و تفاوت معناداری بین آن‌ها داشته است. آذری‌ها با میانگین بالاتر از ۳ از اجتناب از عدم اطمینان بالا (اعتمادپذیری پایین) و مازنی‌ها با میانگین پایین‌تر از ۳ از اجتناب از عدم اطمینان پایین (اعتمادپذیری بالا) برخوردارند. این امر با تعاملات اجتماعی گسترده مازنی‌ها قابل تبیین می‌باشد، آن‌ها بیشتر به دیگران اعتماد کرده و نسبت به موقعیت‌های ناشناخته و موضوعات مبهم تهدید کمتری احساس می‌کنند. ولی آذری‌ها با خطرپذیری پایین، تمایل به قابل پیش‌بینی شدن رویدادها دارند. مؤلفه «جهت‌گیری» با میزان معناداری ۰/۰۰۰ (کمتر از ۰/۰۵) در گردشگران آذری و مازنی، متفاوت و معنادار است. آذری‌ها با میانگین بالاتر از ۳ دارای جهت‌گیری بلندمدت و مازنی‌ها با میانگین پایین‌تر از ۳ دارای جهت‌گیری کوتاه‌مدت می‌باشند. آذری‌ها به دلیل رواج حرفه بازرگانی، برای آینده‌نگری و استفاده محتاطانه از منابع، ارزش قائل‌اند. ولی مازنی‌ها به دلیل حاصلخیزی و وفور نعمت از روزآمدی فزاینده برخوردار بوده و آینده‌نگری برایشان اهمیت کمتری دارد. مؤلفه «سهل‌گیری/سخت‌گیری» با میزان معناداری ۰/۰۰۰ (کمتر از ۰/۰۵) نیز با خرده‌فرهنگ گردشگران مرتبط بوده است. آذری‌ها با میانگین بالاتر از ۳ سخت‌گیر و خویش‌دار و مازنی‌ها با میانگین پایین‌تر از ۳ سهل‌گیر و عدم خویش‌دار می‌باشند. مازنی‌ها به دلیل بخشندگی طبیعت از روحیه شاد برخوردارند و به افراد اجازه تفریحات آزاد برای شاد بودن و لذت از زندگی داده می‌شود. ولی آذری‌ها هر نوع لذت از تفریحات آزاد را محدود می‌نمایند. در مرحله بعدی، برای مقایسه اضطراب مسیریابی گردشگران آذری و مازنی و تبیین ارتباط آن‌ها با ارزش‌های فرهنگی گردشگران، پرسش‌های مؤلفه‌های اضطراب‌آور در مسیریابی گردشگران توسط آزمون تی‌تست طبق جدول ۳ تحلیل شدند.

جدول شماره ۳. مقایسه مؤلفه‌های اضطراب مسیریابی گردشگران آذری و مازنی با استفاده از آزمون تی‌تست

مؤلفه‌های اضطراب مسیریابی	خرده‌فرهنگ	میانگین	میزان معناداری	آماره آزمون	نتیجه
گم‌شدن و سردرگمی	مازنی	۳/۴۸۷۲	۰/۰۰۰	۵/۰۱۳	تفاوت میان گردشگر آذری و مازنی
	آذری	۲/۶۷۲۴			
عدم آشنایی با محیط	مازنی	۲/۳۵۹۰	۰/۰۰۰	-۳/۶۳۸	تفاوت میان گردشگر آذری و مازنی
	آذری	۳/۱۲۰۷			
پیچیدگی محیط	مازنی	۲/۵۸۹۷	۰/۰۲۲	-۲/۳۳۷	تفاوت میان گردشگر آذری و مازنی
	آذری	۳/۱۷۲۴			
محدودیت زمانی	مازنی	۳/۲۸۲۱	۰/۰۲۲	-۲/۳۲۱	تفاوت میان گردشگر آذری و مازنی
	آذری	۳/۷۹۳۱			
محیط‌های ناامن	مازنی	۲/۸۷۱۸	۰/۰۱۲	۲/۵۶۷	تفاوت میان گردشگر آذری و مازنی
	آذری	۲/۳۹۶۶			
حافظه فضایی	مازنی	۲/۷۶۹۲	۰/۰۴۴	۲/۰۴۱	تفاوت میان گردشگر آذری و مازنی
	آذری	۲/۳۲۷۶			
جهت‌یابی فضایی	مازنی	۲/۸۹۷۴	۰/۲۵۹	-۱/۱۳۵	عدم تفاوت
	آذری	۳/۱۲۰۷			
میزان ماجراجویی	مازنی	۲/۶۵۵۲	۰/۰۰۱	۳/۵۳۱	تفاوت میان گردشگر آذری و مازنی
	آذری	۳/۱۵۳۸			
استراتژی نشانه	مازنی	۲/۷۶۹۲	۰/۸۸۵	۰/۱۴۵	عدم تفاوت
	آذری	۲/۷۴۱۴			
استراتژی مسیر	مازنی	۲/۵۱۲۸	۰/۹۱۹	-۰/۱۰۲	عدم تفاوت
	آذری	۲/۵۳۴۵			

استراتژی پیمایشی	مازنی	۳,۱۲۸۲	۰/۰۰۱	تفاوت میان گردشگر آذری و مازنی	۳/۴۶۶
	آذری	۲/۴۸۲۸			
نقشه‌خوانی موبایلی	مازنی	۲/۲۵۶۴	۰/۷۸۰	عدم تفاوت	۰/۲۸۱
	آذری	۲/۲۰۶۹			

طبق نتایج جدول ۳ مؤلفه اضطراب‌آور «گم‌شدن و سردرگمی» با میزان معناداری ۰/۰۰۰ (کمتر از ۰/۰۵) با خرده‌فرهنگ گردشگران ارتباط برقرار کرده و تفاوت معناداری بین آن‌ها ایجاد نموده است. آذری‌ها در مقایسه با مازنی‌ها در موقع گم‌شدن و سردرگمی، اضطراب مسیریابی کمتری را در پاسخ‌های خود ثبت نمودند. این اختلاف با برخورداری آذری‌ها از ارزش فرهنگی فردگرایی و خود کارآمدی بالا و اینکه آن‌ها اغلب ترجیح می‌دهند خودشان مسیرشان را پیدا کنند و به اطرافیان وابستگی چندانی ندارند، قابل تبیین است. ولی فرهنگ جمع‌گرایانه مازنی‌ها و وابستگی به دیگران به‌منظور پیدا کردن مسیر سبب اضطراب مسیریابی بیشتر در موقع گم‌شدن می‌شود. این مؤلفه با مؤلفه فرهنگی سهل‌گیری/سخت‌گیری گردشگران نیز در ارتباط می‌باشد. آذری‌ها با روحیه سخت‌گیرانه در مواقع گم‌شدن و سردرگمی، خویشتن‌دار بوده و کمتر دچار اضطراب می‌شوند. ولی مازنی‌ها با روحیه سهل‌گیرانه در این مواقع به سبب عدم خویشتن‌داری دچار اضطراب مسیریابی بالاتری می‌شوند. مؤلفه اضطراب‌آور «عدم آشنایی با محیط» با میزان معناداری ۰/۰۰۰ (کمتر از ۰/۰۵) نیز با خرده‌فرهنگ‌های موردنظر ارتباط برقرار کرده و تفاوت معناداری بین آن‌ها ایجاد نموده است. طبق میانگین اضطراب ناشی از این مؤلفه، آذری‌ها در مقایسه با مازنی‌ها اضطراب مسیریابی بیشتری را در پاسخ‌های خود ثبت نمودند. این امر با مؤلفه فرهنگی جمع‌گرایی و اعتمادبه‌نفس بالای مازنی‌ها در حضور در اجتماع و ارتباط راحت‌تر با محیط قابل تبیین است. در مقابل، فرهنگ فردگرایی آذری‌ها و ارتباط ضعیف‌تر با دیگران، آن‌ها را هنگام مسیریابی در محیط‌های ناآشنا مضطرب و نگران می‌سازد. مؤلفه اضطراب‌آور «پیچیدگی محیط» با میزان معناداری ۰/۰۲۲ (کمتر از ۰/۰۵)، تفاوت معناداری بین هر یک از گردشگران خرده‌فرهنگ‌های موردنظر ایجاد نموده است. آذری‌ها در مقایسه با مازنی‌ها اضطراب مسیریابی بیشتری را در محیط‌های پیچیده ثبت نمودند. محیط‌های پیچیده درک آذری‌ها را از روابط و عناصر محیط و کشف مسیرها تضعیف کرده و اضطراب مسیریابی بالاتری را در آن‌ها ایجاد می‌کند. ولی مازنی‌ها به دلیل جمع‌گرایی و اخذ تصمیمات مسیریابی به‌صورت مشورتی، در محیط‌های پیچیده اضطراب مسیریابی کمتری را ثبت نمودند. مؤلفه «محدودیت زمانی» نیز با میزان معناداری ۰/۰۲۲ (کمتر از ۰/۰۵)، با خرده‌فرهنگ‌های موردنظر ارتباط برقرار کرده و تفاوت معناداری در میزان اضطراب مسیریابی این گردشگران ایجاد نموده است. آذری‌ها هنگام مسیریابی در مدت‌زمان محدود، اضطراب مسیریابی بالاتری را ثبت نمودند. این یافته نیز با مؤلفه‌های فرهنگی فردگرایی و اعتمادپذیری پایین آذری‌ها قابل توجیه است. زیرا آذری‌ها با اعتمادپذیری پایین و روحیات فردگرایانه ترجیح می‌دهند خودشان مسیرها را کشف کنند که بدین منظور مدت‌زمان بیشتری صرف می‌کنند و با در اختیار داشتن مدت‌زمان محدود برای مسیریابی دچار اضطراب می‌شوند. ولی مازنی‌ها با جمع‌گرایی و همچنین اعتمادپذیری بالا در مسیریابی خود از مشورت و راهنمایی دیگران استفاده کرده و با وجود مدت‌زمان محدود اضطراب مسیریابی کمتری را احساس نمودند. مؤلفه مسیریابی در «محیط‌های ناامن» با میزان معناداری ۰/۰۱۲ (کمتر از ۰/۰۵) با خرده‌فرهنگ‌های موردنظر ارتباط برقرار کرده و تفاوت معناداری بین آن‌ها ایجاد نموده است. آذری‌ها به‌منظور مسیریابی در محیط‌های ناامن اضطراب کمتری را ثبت نمودند. این یافته با مرد طبعی و جسارت بالای آذری‌ها و زن طبعی مازنی‌ها و روحیه ملایم و محافظه‌کارانه آن‌ها مرتبط است که سبب احساس اضطراب متفاوت آن‌ها هنگام مسیریابی در محیط‌های ناامن می‌شود. مؤلفه «میزان حافظه فضایی» با میزان معناداری ۰/۰۴۴ (کمتر از ۰/۰۵) با خرده‌فرهنگ‌های موردنظر ارتباط برقرار کرده و تفاوت معناداری بین این گردشگران ایجاد نموده است. مازنی‌ها در مقایسه با آذری‌ها در مواقعی که باید مسیرها و موقعیت پدیده‌های فضایی را به خاطر آورند (حافظه فضایی)، سطح اضطراب بالاتری را ثبت نمودند، این امر با ارزش فرهنگی جمع‌گرایی/فردگرایی مرتبط می‌باشد. فردگرایی آذری‌ها و خود کارآمدی آن‌ها در مسیریابی باعث می‌شود اغلب خودشان مسیرها را کشف کرده و آن‌ها را بیشتر به خاطر بسپارند و برعکس مازنی‌ها

بافرنهنگ غالب جمع‌گرایی در مسیریابی خود بیشتر به راهنمایی دیگران وابسته هستند و چون خودشان مسیرها را کشف نمی‌کنند، آن‌ها را کمتر به خاطر می‌سپارند و در مواقع به خاطر آوردن مسیرها، سطح اضطراب بالاتری را حس می‌کنند. همچنین این مؤلفه با جهت‌گیری گردشگران نیز در ارتباط است. آذری‌ها با برخورداری از جهت‌گیری بلندمدت و دیدگاه آینده‌نگر سعی در به خاطر سپردن مسیرها جهت مسیریابی در سفرهای آینده خود می‌نمایند و با دقت بیشتری مسیریابی می‌کنند. اما مازنی‌ها با جهت‌گیری کوتاه‌مدت و دیدگاه مقطعی معمولاً در مسیریابی به زمان حال می‌اندیشند و هدفشان فقط رسیدن به مقصد است. بنابراین با دقت کمتری مسیریابی کرده و در مواقعی که نیاز به حفظ کردن و به خاطر آوردن مسیرها باشد، عمدتاً دچار اضطراب می‌شوند. مؤلفه «جهت‌یابی فضایی» با میزان معناداری ۰/۲۵۹ (بالاتر از ۰/۰۵) تفاوت معناداری در میزان اضطراب دو گروه گردشگر موردنظر، نداشته و هر دو گروه سطح اضطراب مشابهی را ثبت نمودند که خود بر نقش غالب جهات اصلی در مسیریابی و اضطراب ناشی از عدم آشنایی با این جهات در مسیریابی گردشگران با هر فرهنگی تأکید دارد. مؤلفه «میزان ماجراجویی افراد» با میزان معناداری ۰/۰۰۱ (کمتر از ۰/۰۵) تفاوت معناداری در اضطراب مسیریابی گردشگران آذری و مازنی ایجاد نموده است. طبق میانگین اضطراب ایجادشده ناشی از این مؤلفه، آذری‌ها در مقایسه با مازنی‌ها در مواقعی که باید مسیرهای مختلف رسیدن به مقصد را امتحان کرده و صرفاً یک مسیر را به سمت مقصد خویش طی نکنند، اضطراب بیشتری را ثبت نمودند. این امر با اجتناب از عدم اطمینان در گردشگران مرتبط است. مازنی‌ها با اجتناب از عدم اطمینان پایین، خطرپذیر بوده و در طی کردن مسیرهای مختلف رسیدن به مقصد اضطراب مسیریابی کمتری را حس می‌کنند. ولی آذری‌ها با اجتناب از عدم اطمینان بالا و خطرگریزی، در این مواقع اضطراب مسیریابی بیشتری را ثبت نمودند. مؤلفه «استراتژی نشانه» با میزان معناداری ۰/۸۸۵ (بالاتر از ۰/۰۵) و مؤلفه «استراتژی مسیر» نیز با میزان معناداری ۰/۹۱۹ (بالاتر از ۰/۰۵) ارتباط معناداری در اضطراب گردشگران آذری و مازنی برقرار نمودند. طبق میانگین اضطراب ناشی از این مؤلفه‌ها، مازنی‌ها و آذری‌ها سطح اضطراب تقریباً مشابهی ثبت نموده و با یکدیگر تفاوت معناداری نداشتند. زیرا مسیریابی به کمک نشانه‌ها و همچنین با استفاده از اطلاعات مسیرها، روش رایجی توسط هر یک از گردشگران می‌باشد و با ارزش‌های فرهنگی گردشگران ارتباطی ندارد. مؤلفه «استراتژی پیمایشی» با میزان معناداری ۰/۰۰۱ (کمتر از ۰/۰۵) تفاوت معناداری در میزان اضطراب گردشگران موردبررسی ایجاد نموده است. میانگین اضطراب مازنی‌ها در مواقع استفاده از استراتژی پیمایشی بیشتر از آذری‌ها بوده است. این مهم نیز با فردگرایی آذری‌ها و برخورداری از روحیه ماجراجویی و اینکه به راحتی بین عناصر محیط ارتباط برقرار کرده و مسیر خود را پیدا می‌کنند، قابل توجیه می‌باشد. ولی مازنی‌ها به واسطه جمع‌گرایی خود اغلب به جای کاوش در محیط با استفاده از راهنمایی دیگران مسیریابی کرده و در مواقع استفاده از استراتژی پیمایشی، سطح اضطراب بالاتری گزارش نمودند. مؤلفه میزان توانایی «نقشه‌خوانی موبایلی» با میزان معناداری ۰/۷۸۰ (بالاتر از ۰/۰۵) تفاوت معناداری در میزان اضطراب گردشگران آذری و مازنی ایجاد نکرده است. این امر ناشی از عدم استفاده رایج از نقشه‌های موبایلی توسط عامه مردم در مسیریابی می‌باشد. توانایی استفاده از نقشه‌های موبایلی نقش مؤثری در مسیریابی افراد دارد و عدم این توانایی در مواقع اضطراب باعث ایجاد اضطراب مسیریابی می‌شود ولی اکثر افراد توانایی استفاده از این نقشه‌ها را نداشته و در مسیریابی خود وابستگی چندانی به آن‌ها ندارند. بنابراین هر یک از دو گروه میزان اضطراب مشابهی در نتیجه عدم این توانایی ثبت نمودند.

در ادامه به تحلیل سؤال اسمی اول مربوط به موقعیت‌های اضطراب‌آور در مسیریابی گردشگران توسط آزمون‌های کای‌اسکوئر و همبستگی کرامر پرداخته شده است. طبق جدول ۴ میزان خی‌دو حاصل از مقایسه فراوانی‌های گردشگران آذری و مازنی در ۵ طبقه متغیر موقعیت‌های اضطراب‌آور در مسیریابی، ۲۱/۰۹۴ است که به لحاظ آماری معنادار می‌باشد (چون $p=0/000$ ، کوچک‌تر از ۰/۰۵). مقدار ضریب همبستگی کرامر ۰/۴۶۶ و مقدار معیار تصمیم ۰/۰۰۰ (کوچک‌تر از ۰/۰۵) است. لذا فرضیه صفر رد می‌شود. یعنی بین موقعیت‌های اضطراب‌آور و هر یک از دو گروه گردشگران رابطه معنادار با شدت بالا وجود دارد.

جدول شماره ۴. مقایسه موقعیت‌های اضطراب‌آور در مسیریابی گردشگران آذری و مازنی

متغیر	طبقات	گروه گردشگران		میزان خی دو	درجه آزادی	ارزش	ضریب همبستگی کرامر
		مازنی	آذری				
موقعیت‌های اضطراب‌آور	محیط‌های شلوغ	۴ (۶/۹٪)	۸ (۲۰/۵٪)	۲۱/۰۹۴	۴	۰/۰۰۰	۰/۴۶۶
	علائم و تابلوهای ناکافی	۱۸ (۳۱٪)	۱ (۲/۶٪)				
	محیط‌های پیچیده	۱۲ (۲۰/۷٪)	۲ (۵/۱٪)				
	ازدحام تابلوها و علائم	۱ (۱/۷٪)	۱ (۲/۶٪)				
	محیط‌های ناامن	۲۳ (۳۹/۷٪)	۲۷ (۶۹/۲٪)				

طبق نتایج جدول ۴ گردشگران آذری به‌منظور مسیریابی در محیط‌هایی که حس می‌کنند امنیت فردی‌شان به خطر می‌افتد، کمتر دچار اضطراب شدند (به دلیل مؤلفه فرهنگی مرد طبعی و شجاعت بالای آذری‌ها). آن‌ها پس از محیط‌های ناامن، بیشترین اضطراب را در مکان‌هایی با تابلوها و علائم ناکافی و سپس در محیط‌های پیچیده و شلوغ حس می‌کنند. این با برخورداری آذری‌ها از فردگرایی و نیز اعتمادپذیری پایین و ترجیح آن‌ها به کشف مسیر توسط خودشان با استفاده از عناصر راهنمای محیطی قابل تبیین است. بنابراین در صورت ناکافی بودن علائم و پیچیدگی محیط دچار اضطراب بیشتری می‌شوند. ولی مازنی‌ها پس از محیط‌های ناامن در محیط‌های شلوغ بیشترین اضطراب مسیریابی را حس کردند زیرا آن‌ها با اعتمادپذیری بالا به راهنمایی دیگران متکی بوده و در محیط‌های شلوغ به دلیل اختلال در برقراری ارتباط با دیگران دچار اضطراب می‌شوند. هر دو گروه، مسیریابی در مکان‌های با تابلوهای بیش‌ازحد را اضطراب‌آور قلمداد نکردند. سؤال اسمی دوم مربوط به استفاده از ابزارهای هدایت مسیریابی در مواقع احساس اضطراب توسط گردشگران می‌باشد. طبق جدول ۵، میزان خی دو حاصل از مقایسه فراوانی‌های گردشگران آذری و مازنی در ۵ طبقه متغیر ابزارهای هدایت مسیریابی برابر با ۱۸/۴۲۹ می‌باشد که به لحاظ آماری معنادار می‌باشد (چون $p=0/001$ ، کوچک‌تر از ۰/۰۵). مقدار ضریب همبستگی کرامر برابر ۰/۴۳۶ و مقدار معیار تصمیم برابر ۰/۰۰۱ (کوچک‌تر از ۰/۰۵) می‌باشد، لذا فرضیه صفر رد می‌شود. بنابراین بین ابزارهای مسیریابی در مواقع احساس اضطراب و هر یک از دو گروه گردشگر این پژوهش ارتباط معنادار با شدت بالا وجود دارد.

جدول شماره ۵. مقایسه ابزارهای هدایت در مسیریابی گردشگران آذری و مازنی

متغیر	طبقات	گروه گردشگران		میزان خی دو	درجه آزادی	ارزش	ضریب همبستگی کرامر
		مازنی	آذری				
ابزارهای هدایت مسیریابی	نقشه کاغذی	۷ (۱۲/۱٪)	۳ (۷/۷٪)	۱۸/۴۲۹	۴	۰/۰۰۱	۰/۴۳۶
	راهنمایی شفاهی دیگران	۴ (۶/۹٪)	۱۵ (۳۸/۵٪)				
	نقشه موبایلی	۱۱ (۱۹٪)	۱۰ (۲۵/۶٪)				
	تابلوهای راهنما	۱۹ (۳۳/۸٪)	۵ (۱۲/۸٪)				
	نشانه‌ها و ساختمان‌های مهم	۱۷ (۲۹/۳٪)	۶ (۱۵/۴٪)				

طبق نتایج جدول ۵ مازنی‌ها در هنگام احساس اضطراب به راهنمایی‌های شفاهی دیگران و پس‌از آن به استفاده از نقشه‌های موبایلی بیشترین اشاره را کردند. ولی آذری‌ها به استفاده از نقشه‌های موبایلی و تابلوها و نشانه‌ها اشاره بیشتری کردند. این موضوع را می‌توان به فردگرایی و اعتمادپذیری کمتر آذری‌ها در مقابل جمع‌گرایی و اعتمادپذیری بالای مازنی‌ها نسبت داد، آذری‌ها بر اساس این دو مؤلفه فرهنگی کمتر به راهنمایی و گفته دیگران اعتماد می‌کنند و تمایل دارند خودشان به‌صورت فردی مسیرشان را کشف کنند. ولی در مازنی‌ها تصمیمات گروهی و استفاده از نظر و راهنمایی دیگران دارای اهمیت است.

پس از تحلیل‌های فوق به تحلیل کیفی سؤال توضیحی اول مربوط به عوامل اضطراب‌آور در مسیریابی از دیدگاه گردشگران آذری و مازنی پرداخته شده است. مهم‌ترین تفاوت‌ها در میان پاسخ‌های گردشگران این دو خرده‌فرهنگ به شرح زیر مقوله‌بندی شدند. اولین مقوله مربوط به «زبان و گویش گردشگران» است. تعدادی از آذری‌ها این مقوله را عاملی در پیدایش اضطراب مسیریابی در این شهر ذکر کردند زیرا تفاوت‌های فرهنگی ناشی از زبان و گویش سبب

مشکل در برقراری روابط با جامعه میزبان شده و اضطراب مسیریابی خاصی را در گردشگران ایجاد می‌نماید. مازنی‌ها به این مورد اشاره‌ای نکردند که این به دلیل گویش قابل فهم‌تر آن‌ها نسبت به گردشگران آذری می‌باشد. مقوله «نوع سفر (انفرادی یا خانوادگی)» از سوی آذری‌ها به‌عنوان عاملی اضطراب‌آور عنوان شد و مازنی‌ها به این عامل اشاره‌ای نکردند. اضطراب مسیریابی در مواقع سفر انفرادی در پاسخ‌دهندگان زن آذری و در مواقع سفر خانوادگی در پاسخ‌دهندگان مرد آذری مشهود بوده است. این امر با مرد طبعی آذری‌ها و تعصب بیشتر مردان آذری و وابستگی زنان به مردان و اضطراب آن‌ها در مواقع تنهایی مسیریابی کردن قابل تبیین است. ولی مازنی‌ها با برخورداری از زن طبعی و عدم تفکیک جنسیتی و حضور بیشتر زنان در اجتماع این مقوله را اضطراب‌آور تلقی نمودند. مقوله «عدم وجود تابلوها و تابلوهای ناخوانا» از سوی آذری‌ها عامل اضطراب‌آور در مسیریابی اشاره شد. ولی مازنی‌ها این عامل را جزو عوامل اضطراب‌آور مطرح نکردند. این امر نیز با فردگرایی آذری‌ها و برخورداری از روحیه اکتشافی در مسیریابی و وابستگی به عناصر راهنمای محیط مرتبط است. مازنی‌ها در مسیریابی در «مواقع خلوت و روزهای تعطیل» احساس اضطراب نمودند که با اعتمادپذیری بالا و وابستگی به راهنمایی‌های شفاهی دیگران قابل تبیین است. سؤال توضیحی دوم مربوط به راهکارهای مسیریابی در مواقع اضطراب نیز به‌صورت کیفی تحلیل شده است. مهم‌ترین تفاوت‌های مربوط به پاسخ گردشگران آذری و مازنی عبارت‌اند از: مازنی‌ها با ارزش فرهنگی اعتمادپذیری بالا به «راهنمایی شفاهی دیگران» بیشتر اعتماد می‌کنند و در اولین مرحله برای پیدا کردن مسیرشان به سراغ راهنمایی شفاهی دیگران می‌روند. ولی آذری‌ها ترجیح می‌دهند در وهله اول خودشان مسیرشان را پیدا کنند. به دلیل ترجیح آذری‌ها به کشف انفرادی مسیر آن‌ها ابتدا از «تابلوها و نشانه‌های مهم» در پیدا کردن مسیرشان استفاده می‌کنند. ولی مازنی‌ها اغلب از راهنمایی شفاهی دیگران استفاده می‌کنند. تفاوت دیگر این دو گروه گردشگر در پاسخ به این سؤال در استفاده از «فناوری‌های دیجیتالی و موبایلی» می‌باشد که مازنی‌ها بیشتر از آذری‌ها به این مورد اشاره کردند. در شکل ۴ نتیجه تحلیل کیفی نشان داده شده است.



شکل شماره ۴. تحلیل کیفی عوامل و راهکارهای اضطراب مسیریابی گردشگران

نتیجه گیری

تسهیل در فرایند مسیریابی و به زبان ساده تشخیص اینکه در یک مجموعه از عملکردهای متفاوت و پیچیده، فرد کجا قرار گرفته، به کجا می‌خواهد برود و از چه مسیری و چگونه به مقصد خواهد رسید، ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است که لازم است در فرایند طراحی و برنامه‌ریزی شهرهای گردشگر پذیر مورد توجه قرار گیرد. یک اصل اساسی در تسهیل مسیریابی در شهرهای گردشگری، طراحی کاربر محور است. محوریت کاربران در طراحی باید با در نظر گرفتن ویژگی‌های رفتاری گردشگران صورت پذیرد. یافته‌های این پژوهش با یافته‌های (احمدی و قادرزاده، ۱۳۹۵؛ Ng et al, 2007)، مبنی بر تأثیر ارزش‌های فرهنگی جوامع به‌عنوان عامل جهت دهنده بر کنش‌های انسانی مطابقت دارد. زیرا در این تحقیق اضطراب مسیریابی گردشگران به‌عنوان یک کنش انسانی، کاملاً تحت تأثیر ارزش‌های فرهنگی آن‌ها بوده است. نتایج پژوهش‌های (Abdul Khanan & Xia, 2010; Chang, 2013; Farr et al, 2014; Yang, 2015)، مبنی بر تأثیر عوامل انسانی و محیطی در رفتار مسیریابی، مورد تأیید پژوهش حاضر نیز است. در این پژوهش نیز مؤلفه‌های اضطراب مسیریابی گردشگران تحت تأثیر دو عامل اساسی عوامل انسانی و محیطی بوده‌اند. نتایج این پژوهش با یافته‌های

پژوهش (Symonds,2017; Symonds et al,2017; Chang,2013; Abdul Khanan & Xia,2010) مبنی بر تأثیر فرهنگ بر مسیریابی و تلقی مسیریابی به‌عنوان عنصر اجتماعی فرهنگی، مطابقت دارد. زیرا در این پژوهش اضطراب ناشی از رفتار مسیریابی گردشگران خرده‌فرهنگ‌های مختلف، از لحاظ میزان اضطراب و موقعیت‌های اضطراب‌آور و حتی راهکارهای مسیریابی در مواقع اضطراب، با یکدیگر کاملاً متفاوت بوده و نمودهای متفاوتی داشته است. یافته‌های پژوهش (حنایی و جوانشیری، ۱۳۹۸ ب؛ Sanford,2016) مبنی بر ایجاد اضطراب در مکان‌های با تابلوها و علائم بیش از حد در این پژوهش مورد تأیید قرار نگرفته و گردشگران این تحقیق، این مؤلفه را جزو عامل اضطراب‌آور قلمداد نکردند. در هیچ کدام از تحقیقات پیشین، رابطه فرهنگ و رفتار مسیریابی گردشگران و همچنین نقش ارزش‌های فرهنگی گردشگران بر اضطراب مسیریابی در شهرهای گردشگری مورد بررسی قرار نگرفته است. بر اساس نتایج تحلیل‌ها، میان عوامل مؤثر بر اضطراب مسیریابی گردشگران و ارزش‌های فرهنگی آنان ارتباط معناداری وجود دارد، زیرا میزان اضطراب و موقعیت‌های اضطراب‌آور در مسیریابی گردشگران آذری و مازنی کاملاً متفاوت بوده است. این تفاوت‌ها زاینده ویژگی‌های رفتاری و ارزش‌های فرهنگی هر یک از خرده‌فرهنگ‌های آذری و مازنی بوده که به شرح آن‌ها در بخش یافته‌ها پرداخته شد. طبق تحلیل‌های به‌عمل آمده گردشگران مورد بررسی علاوه بر برخورداری از تفاوت‌ها و شباهت‌های رفتاری در میزان اضطراب در موقعیت‌های مختلف، حتی در نوع راهکارهای مورداستفاده پس از احساس اضطراب نیز با یکدیگر متفاوت بوده‌اند. این توضیحات، رابطه و تأثیر ارزش‌های فرهنگی گردشگران هر خرده‌فرهنگ بر رفتار مسیریابی آن‌ها را تبیین می‌نماید. نکته مهم اینکه نتایج تحلیل کمی و کیفی سؤالات، کاملاً همسو با یکدیگر هستند. پیشنهادها جدول ۶ بر اساس نتایج تحلیل‌ها در راستای تسهیل مسیریابی گردشگران آذری و مازنی و کمک به توسعه گردشگری در منطقه ۸ شهرداری مشهد (به‌عنوان یکی از مناطق برخوردار از جاذبه‌های گردشگری) ارائه می‌گردد:

جدول شماره ۶. راهکارهای پیشنهادی در راستای کاهش اضطراب و تسهیل مسیریابی گردشگران آذری و مازنی

مؤلفه‌های اضطراب‌آور در مسیریابی گردشگران	خرده‌فرهنگ مضطرب‌تر		مؤلفه‌های ارزش‌های فرهنگی مؤثر
	آذری	مازنی	
راهکار زمینه‌ای (در منطقه ۸ شهرداری مشهد)			
گم‌شدن و سردرگمی	۷		جمع‌گرایی مازنی‌ها سهل‌گیری مازنی‌ها
عدم آشنایی با محیط	۷		فردگرایی آذری‌ها
پیچیدگی محیط	۷		فردگرایی آذری‌ها
مدت‌زمان محدود برای مسیریابی	۷		فردگرایی آذری‌ها اطمینان‌پذیری پایین آذری‌ها
محیط‌های نامن	۷		زن طبعی مازنی‌ها
سطح حافظه فضایی	۷		جمع‌گرایی مازنی‌ها جهت‌گیری کوتاه‌مدت مازنی‌ها

میزان روحیه ماجراجویی	۷	اطمینان‌پذیری پایین آذری‌ها	- استفاده از عناصر شاخص به‌منظور خوانش محیط‌های راز آمیز و مسیرهای انحنادار (مانند خیابان بهشتی) برای افزایش سهولت مسیریابی گردشگران آذری به دلیل برخورداری از اطمینان‌پذیری پایین و اضطراب در محیط‌های راز آمیز
استراتژی پیمایشی	۷	جمع‌گرایی مازنی‌ها	- طراحی فضاهای متصل و دعوت‌کننده به‌منظور برقراری ارتباط بین عناصر محیط و تشویق گردشگران مازنی به کاوش در محیط و سهولت در مسیریابی آن‌ها
محیط‌های شلوغ	۷	جمع‌گرایی مازنی‌ها اعتماد‌پذیری بالایی مازنی‌ها	- طراحی فضاها برای ایجاد حس قلمروی تعریف‌شده و حس خلوت جویی در مسیرهای شلوغ (خیابان‌های امام خمینی، میدان‌های حافظ، ۱۵ خرداد، انقلاب، امام رضا، بیت‌المقدس، کوه سنگی، امام خمینی، آخوند خراسانی، جنت) برای گردشگران جمع‌گرای مازنی توسط فضاهایی برای نشستن و برقراری تعاملات اجتماعی و ...
علائم و تابلوهای ناکافی و ناخوانا	۷	فردگرایی آذری‌ها اعتماد‌پذیری پایین آذری‌ها	- استفاده از نشانه‌ها و تابلوهای مسیریابی خوانا در مسیرهای اصلی این منطقه (خیابان‌های امام رضا، امام خمینی، آخوند خراسانی) با استفاده از فونت و سایز مناسب متون و رنگ و پس‌زمینه مناسب تابلوها به‌منظور خوانش بهتر توسط گردشگران آذری با توجه به اعتماد‌پذیری پایین و فردگرایی آن‌ها و تمایل بیشتر به کشف مسیرها توسط خودشان با استفاده از عناصر محیط
زبان و گویش متفاوت	۷	فردگرایی آذری‌ها اعتماد‌پذیری پایین آذری‌ها	- طراحی کیوسک‌های هوشمند اطلاع‌رسانی در مبادی ورودی منطقه (خیابان‌های امام خمینی، میدان‌های حافظ، ۱۵ خرداد، انقلاب، امام رضا، بیت‌المقدس) برای ایجاد ارتباط با گویش‌های متفاوت از جمله آذری و ایجاد حس دعوت‌کنندگی و آرامش خاطر با توجه به اعتماد‌پذیری پایین و فردگرایی آذری‌ها و وابستگی آن‌ها به عناصر محیط در اخذ تصمیمات فردی به‌منظور مسیریابی
مواقع خلوت و روزهای تعطیل	۷	جمع‌گرایی مازنی‌ها اعتماد‌پذیری بالایی مازنی‌ها	- استفاده از کیوسک‌های موقت در روزهای تعطیل و خلوت برای افزایش سرزنده‌سازی و ارتقای تعاملات اجتماعی و هدایتگری در مسیرهای منتهی به جاذبه‌های گردشگری (خیابان‌های کوه سنگی، آخوند خراسانی، امام خمینی، جنت) به‌منظور کاهش اضطراب مسیریابی گردشگران مازنی در مواقع خلوت و روزهای تعطیل با توجه به جمع‌گرایی و اعتماد‌پذیری بالایی آن‌ها و وابستگی زیاد به راهنمایی دیگران در فرایند مسیریابی

تقدیر و تشکر

بنا به اظهار نویسنده مسئول، این مقاله که مستخرج از رساله دکتری است، حامی مالی نداشته است.

منابع

- احمدی، یعقوب و قادرزاده، امید (۱۳۹۵) گونه‌شناسی ارزش‌های فرهنگی مبتنی بر هویت (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه کردستان)، دو فصلنامه پژوهشنامه توسعه فرهنگی اجتماعی، دوره ۱، شماره ۱، صص. ۵۶-۳۴.
- اسدی پیمان، زهرا؛ توکلی‌نیا، جمیله؛ رضویان، محمدتقی؛ قورچی، مرتضی (۱۳۹۹) ارزیابی کیفیت مقصد گردشگری مرکز شهر تهران (مطالعه موردی: بازار بزرگ، منطقه ۱۲ تهران)، فصلنامه گردشگری شهری، دوره ۷، شماره ۳، صص. ۵۰-۳۵.
- اسحاقیه فیروزآبادی، عماد؛ صالحی، سید مصطفی؛ رشیدی، محمدمهدی (۱۳۹۸) سنجش پتانسیل ظرفیت‌های بازآفرینی فرهنگ مینا در محله فهادان یزد باهدف توسعه گردشگری در محله، فصلنامه گردشگری شهری، دوره ۶، شماره ۳، صص. ۷۴-۵۹.
- حبیب، فرح و حنایی، تکتم (۱۳۹۶) چگونگی مسیریابی مردان و زنان در فضای شهری، مجله معماری و شهرسازی آرمان‌شهر، دوره ۱۰، شماره ۱۹، صص. ۱۰۵-۹۵.
- حنایی، تکتم و جوانشیری، مژده (۱۳۹۸ الف) ویژگی‌های انسانی و رفتار مسیریابی در محیط‌های شهری، چاپ اول، تهران: انتشارات طحان.
- حنایی، تکتم و جوانشیری، مژده (۱۳۹۸ ب) کالبد محیط شهری و رفتار هدفمند مسیریابی، چاپ اول، تهران: انتشارات طحان.
- خانی، داوود؛ خراسانی‌طرقی، حامد؛ شیرازی، علی (۱۳۹۳) مطالعه تطبیقی فرهنگ اقوام کرد، ترکمن و فارس در خراسان شمالی، فصلنامه مطالعات میان فرهنگی، دوره ۹، شماره ۲۲، صص. ۳۳-۹.
- رضوی‌زاده، ندا و فروغ‌زاده، سیمین (۱۳۹۵) تحلیل رفتار خرید سوغات در میان زائران شهر مشهد، دو فصلنامه مطالعات اجتماعی گردشگری، دوره ۴، شماره ۸، صص. ۴۹-۲۳.

- ۹) سازگارا، پروین (۱۳۷۷) نگاهی به جامعه‌شناسی با تأکید بر فرهنگ، چاپ اول، تهران: انتشارات کویر.
- ۱۰) شهیدی، شهریار؛ نجاتی، وحید؛ کمری، سامان (۱۳۹۴) شخصیت ایرانی: شواهدی از تفاوت‌های فرهنگی و ویژگی‌های شخصیتی، مجله تحقیقات علوم رفتاری، دوره ۱۳، شماره ۴، صص. ۵۳۱-۵۲۵.
- ۱۱) صفرآبادی، اعظم؛ یوسفی، ابراهیم؛ مویدفر، سعیده؛ شاه‌زیدی، سمیه‌سادات (۱۳۹۵) مقاصد نوظهور گردشگری شهری با تأکید بر جاذبه‌های اجتماعی فرهنگی قومیت؛ مطالعه موردی شهر کرمانشاه. مطالعات جامعه‌شناختی شهری، دوره ۶، شماره ۱۹، صص. ۱۶۸-۱۴۱.
- ۱۲) کریمی‌علویجه، محمدرضا؛ کلهر، رامینه؛ احمدی، محمدمهدی (۱۳۹۷) خرده‌فرهنگ‌ها و سبک‌های تصمیم‌گیری مصرف‌کنندگان (پژوهش بین فرهنگی: سندج و تبریز)، دو فصلنامه کاوش‌های مدیریت بازرگانی، دوره ۱۰، شماره ۱۹، صص. ۳۶-۳۴۳.
- ۱۳) گل‌پرور، محسن و حیدریان، سعید (۱۳۹۶) نقش تعدیل‌کننده ارزش‌های فرهنگی در رابطه عدالت با رفتارهای انحرافی، فصلنامه راهبرد فرهنگ، دوره ۱۰، شماره ۴۰، صص. ۲۱۰-۱۸۱.
- ۱۴) نجاتی، وحید (۱۳۹۳) طراحی معماهای اجتماعی-شناختی برای سنجش ارزش‌های فرهنگی و بررسی روایی آن، فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، دوره ۷، شماره ۱، صص. ۶۸-۵۱.
- 15) Abdul Khanan M.F. & Xia J. (2010) Individual Differences In The Tourist Wayfinding Decision Making Process, The International Archives of the Photogrammetry, Remote Sensing and Spatial Information Sciences, Vol.38, No.2, pp.319-324.
- 16) Abodeeb J.A. (2014) Destination image from an Arab perspective: the influence of culture on perceptions of and motivations for visiting the Gold Coast, Australia, PHD Theses, Southern Cross University.
- 17) Bangel, K. (2009) Cultural Differences in Providing Wayfinding Directions. Bachelor thesis.
- 18) Bissessar, Charmaine (2018) An Application of Hofstede's Cultural Dimension among Female Educational Leaders, Education Sciences, Vol.8, No.2, pp.1-15.
- 19) Bryden K.J. & Charlton J.L. & Oxley J.A. & Lowndes G.J. (2013) Self-reported wayfinding ability of older drivers, Accident Analysis & Prevention, Vol.59, pp.277-282.
- 20) Burns P.C. (1998) Wayfinding errors while driving, Journal of Environmental Psychology, Vol.18, No.2, pp.209-217.
- 21) Carpmn J.R. & Grant M.A. (2001) Design That Cares: Planning Health Facilities for Patients and Visitors, edition3, Publisher John Wiley & Sons.
- 22) Chang H.H. (2013) Wayfinding Strategies and Tourist Anxiety in Unfamiliar Destinations, Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space, Place and Environment, Vol.15, No.3, pp.529-550.
- 23) Chiu Y.C. & Algase D. & Whall A. & Liang J. & Liu H.C. & Lin K.N. et al (2004) Getting lost: directed attention and executive functions in early Alzheimer's disease patients, Dementia and Geriatric Cognitive Disorders, Vol.17, No.3, pp.174-180.
- 24) Coluccia E. & Iouse G. (2004) Gender differences in spatial orientation: A review, journal of Environmental Psychology, Vol.24, No.3, pp.329-340.
- 25) Eysenck M.W. & Derakshan N. & Santos R. & Calvo M.G. (2007) Anxiety and cognitive performance: attentional control theory, Emotion, Vol.7, No.2, pp.336-353.
- 26) Farr A.C. & Kleinschmidt T. & Johnson S. & Yarlagadda PKDV. & Mengersen K. (2014) Investigating effective wayfinding in airports: a Bayesian network approach, Transport, Vol.29, No.1, pp.90-99.
- 27) Heart T. & Kalderon E. (2013) Older adults: Are they ready to adopt health-related ICT? International Journal of Medical Informatics, Vol.82, No.11, pp.209-231.
- 28) Hofstede G. (1998) Identifying Organizational Subcultures: An Empirical Approach, Journal of Management Studies, Vol.35, No.1, pp.1-12.
- 29) Hofstede, G. (2011). Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context. Online Readings in Psychology and Culture, Vol.2, No.1, pp.1-26.
- 30) Hund A.M. & Minarik J.L. (2006) Getting from Here to There: Spatial Anxiety, Wayfinding Strategies, Direction Type, and Wayfinding Efficiency, Spatial Cognition and Computation, Vol.6, No.3, pp.179-201.
- 31) Hund A.M. & Schmettow M. & Noordzij M.L. (2012) The impact of culture and recipient perspective on direction giving in the service of wayfinding, Journal of Environmental Psychology,

- Vol.32, No.4, pp.327-336.
- 32) Hunter R.H. & Anderson L.A. & Belza B.L. (2016) Introduction to Community Wayfinding. In: Hunter RH, Anderson LA, Belza BL, editors. *Community Wayfinding: Pathways to Understanding*. Switzerland: Springer; pp.3-16.
 - 33) Kang M. & Moscardo G. (2006) Exploring Cross-Cultural Differences in Attitudes Towards Responsible Tourist Behaviour: A Comparison of Korean, British and Australian Tourists, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, Vol.11, No.4, pp.303-320.
 - 34) Lamont D. & Kenyon S. & Lyons G. (2013) Dyslexia and mobility-related social exclusion: The role of travel information provision, *Journal of Transport Geography*, Vol.26, pp.147-157.
 - 35) Lawton C.A. (1996) Strategies for indoor wayfinding: The role of orientation, *Journal of Environmental Psychology*, Vol.16, No.2, pp.137-145.
 - 36) Lawton C.A. & Kallai J. (2002) Gender Differences in Wayfinding Strategies and Anxiety About Wayfinding: A Cross-Cultural Comparison, *Sex Roles*, Vol.47, No.9/10, pp.389-401.
 - 37) Litirell M.A. & Baizerman S. & Kean R. & Gahring S. & Niemeyer S. & Reilly R. & Stout J. (1994) Souvenirs and tourism styles, *Journal of Travel Research*, Vol.33, No.1, pp.3-11.
 - 38) Lyons I.M. & Ramirez G. & Maloney E.A. & Rendina D.N. & Levine S.C. & Beilock S.L. (2018) Spatial Anxiety: A novel questionnaire with subscales for measuring three aspects of spatial anxiety, *Journal of Numerical cognition*, Vol.4, No.3, pp.526-553.
 - 39) Makri A. (2015) Indoor Signposting and Wayfinding through an Adaptation of the Dutch cyclist Junction Network System, Master thesis, Delft University of Technology.
 - 40) Mollerup P. (2005) *Wayshowing: A guide to environmental signage: Principles & practices*, Baden: Lars Müller Publishers.
 - 41) Mooij M.d. & Hofstede G. (2010) The Hofstede model Applications to global branding and advertising strategy and research, *International Journal of Advertising*, Vol.29, No.1, pp.85-110.
 - 42) Ng S. & Lee J. & Soutar G. (2007) Tourists' Intention to Visit A Country: The Impact of Cultural Distance, *Tourism Management*, Vol.28, No.6, pp.1497-1506.
 - 43) Pazzaglia F. & Cornoldi C. & De Beni R. (2000) Differenz individuali nella rappresentazione dello spazio e nell'abilità di orientamento: presentazione di un Questionario autovalutativo (Individual differences in spatial representation and in orientation ability: Presentation of a self-report questionnaire), *Giornale Italiano di Psicologia*, Vol.27, No.3, pp.627-650.
 - 44) Ramirez G. & Gunderson E.A. & Levine S.C. & Beilock S.L. (2012) Spatial anxiety relates to spatial abilities as a function of working memory in children, *The Quarterly Journal of Experimental Psychology*, Vol.65, No.3, pp.474-487.
 - 45) Reisinger Y. & Mavondo F. (2005) Travel anxiety and intentions to travel internationally: Implications of travel risk perception, *Journal of Travel Research*, Vol.43, No.3, pp.212-225.
 - 46) Sanford J.A. (2016) Design for All Users, In: Hunter R.H, Anderson L.A, Belza B.L, editors. *Community Wayfinding: Pathways to Understanding*. Switzerland: Springer; pp.81-101.
 - 47) Saucier D.M. & Green S.M. & Leason J. & MacFadden A. & Bell S. & Elias L.J. (2002) Are sex differences in navigation caused by sexually dimorphic strategies or by differences in the ability to use the strategies? *Behavioral Neuroscience*, Vol.116, No.3, pp.403-410.
 - 48) Schmitz S. (1997) Gender-Related strategies in environmental development: effects of anxiety on wayfinding in and representation of a three-dimensional maze, *Journal of Environmental Psychology*, Vol.17, No.3, pp.215-228.
 - 49) Schmitz S. (1999) Gender differences in acquisition of environmental knowledge related to wayfinding behavior, spatial anxiety and self-estimated environmental competencies, *Sex Roles*, Vol.41, No.1/2, pp.71-93.
 - 50) Suzer O.K. & Olgunturk N. & Guvenc D. (2018) The effects of correlated colour temperature on wayfinding: A study in a virtual airport environment, *Displays*, Vol.51, pp.9-19.
 - 51) Swadi G. (2016) Clarifying individual differences in navigational ability: The role of spatial anxiety, verbal and visuospatial working memory, Master Thesis, Leiden University.
 - 52) Symonds P. (2017) *Finding Our Way: A Socio-Cultural Exploration of Wayfinding as an Embodied Experience*, PHD Thesis, Cardiff Metropolitan University.
 - 53) Symonds P. & Brown David H.K. & Valeria L.I. (2017) Exploring an Absent Presence: Wayfinding as an Embodied Sociocultural Experience, *Sociological Research Online*, Vol.22, No.1/5, pp.1-35.
 - 54) Uc E.Y. & Rizzo M. & Anderson S.W. & Shi Q. & Dawson J.D. (2004) Driver route-following and safety errors in early Alzheimer disease, *Neurology*, Vol.63, No.5, pp.832-837.
 - 55) Walkowiak S. & Foulsham T. & Eardley A.F. (2015) Individual differences and personality correlates of navigational performance in the virtual route learning task, *Computers in Human*

Behavior, Vol.45, pp.402-410.

- 56) Wei W. & Budakova A. & Bloniewski T. & Matsepuro D. & Kovas Y. (2018) spatial anxiety and spatial performance in university students in Russia and China, International Conference on Psychology and Education.
- 57) Yang X. (2015) Wayfinding Behaviour in Unfamiliar Environment during Evacuation an exploratory study based on driving simulator, Master Thesis, Delft University of Technology.

