Downloaded from geographical-space.iau-ahar.ac.ir at 20:18 IRDT on Wednesday April 24th 2024

دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهر
فصلنامه‌ی علمی فضای جغرافیایی

سال بیست‌ودوم، شماره‌ی ۷۹
پاییز ۱۴۰۱، صفحات ۱۵۶-۱۳۳

DOI:10.52547/GeoSpa.22.3.133

مهتا صارمی[۱]
*حسن دارابی[۲]
محمد جواد امیری[۳]
غلامرضا نبی بیدهندی[٤]
هما ایرانی بهبهانی[٥]

واکاوی الگوی ادراک جهان گردان تاریخی از سایت های تاریخی نمونه موردی محور تاریخی پاسارگاد– تخت جمشید

تاریخ دریافت: ۱٤۰۰/۰٦/۰۹ تاریخ پذیرش: ۱٤۰۰/۱۰/۰٦

چکیده

مکان‌های تاریخی از مکان‌های قابل توجه در جذب گردشگران هستند. این مکان‌ها در سفرنامه‌های تاریخی به تصویر کشیده شده و چارچوبی را برای ادراک آن‌ها فراهم می‌سازد. اما سوالی که در این راستا مطرح می‌شود عبارت است از این‌که آیا تصاویر ارایه شده در سفرنامه‌ها از الگوی خاصی تبعیت می‌کند و این الگو با مدل‌های ارایه شده در خصوص تصویر مقصد گردشگری چه تشابهات یا تفاوت‌هایی دارد؟ به این منظور محور پاسارگاد-تخت جمشید از محورهای تاریخی کشور انتخاب شده است. هدف از این تحقیق بررسی ادراک سیاحان در قالب تصویر تاریخی مکان‌های موجود در محور پاسارگاد – تخت جمشید است. به این منظور تعداد ٦٥ سفرنامه شناسایی شده و با استفاده از نظریه بنیادی تصویر ارایه شده در این سفرنامه‌ها مورد ارزیابی قرار گرفته است. نتایج بررسی نشان می‌دهد که ادراک سیاحان تاریخی از الگوی خاص و مشابهی تبعیت می‌کند. مقایسه این الگو با الگوهای مطرح شده تاکنون نشان می‌دهد که تصویر تاریخی غنی‌تر از الگوهای اخیر است و بر ابعادی تمرکز دارند که در مفاهیم موجود

۱- دانشجوی دکتری، گروه محیط زیست، پردیس البرز دانشگاه تهران، تهران، ایران.
*۲- دانشکده محیط زیست، دانشگاه تهران. (نویسنده مسئول). E-mail: darabih@ut.ac.ir
۳- دانشکده محیط زیست، دانشگاه تهران.
٤- دانشکده محیط زیست، دانشگاه تهران.
٥- دانشکده محیط زیست، دانشگاه تهران.

Downloaded from geographical-space.iau-ahar.ac.ir at 20:18 IRDT on Wednesday April 24th 2024

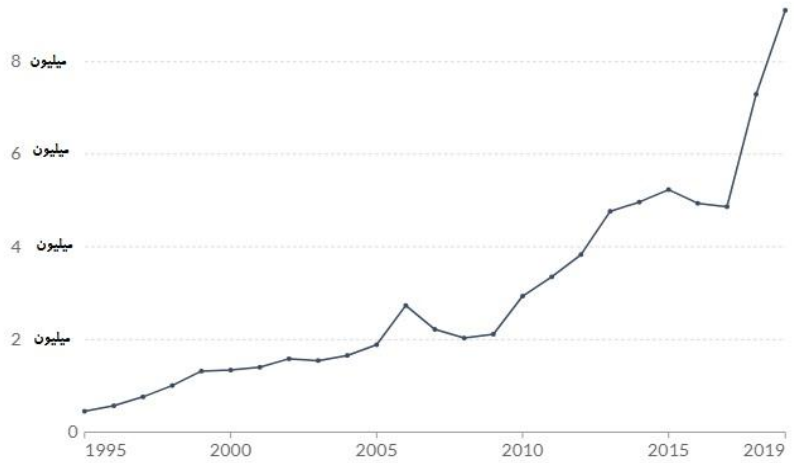
ممکن است کم‌تر توجه شده باشد. لذا نتایج به‌دست آمده می‌تواند به‌عنوان مبنایی برای بسط الگوهای مقصد گردشگری محسوب گردد.

کلید واژه‌ها: مکان تاریخی- گردشگر تاریخی- سفرنامه- ادراک محیط– محور تاریخی.

مقدمه

مکان‌های تاریخی دارای فضاهای رمزآلود و محل وقوع رخدادهایی هستند که هر بازدید کننده را به سمت خود جذب می‌کنند. این مکان‌ها از گذشته و بنا به دلایل مختلفی مانند کشف و شهود و ادراک تاریخ، مورد توجه سیاحان و جهانگردان بوده است. گردشگری تاریخی را می‌توان سفری با هدف آشنایی با فرهنگ و میراث یک منطقه دانست (Poria et al., 2003; Timothy, 2011)، از این رو بستر تجربه‌ای تاریخی را برای بازدید کننده خود فراهم می‌کند. در مکان‌های تاریخی، گردشگر می‌تواند طی بازدید خود با محیط اطراف، موضوعات و فعالیت‌هایی که معرف روایات داستان‌ها و سرگذشت افراد است آشنا شود (Hargrove, 2002). سفر به مکان‌های تاریخی و آنچه امروزه گردشگری تاریخی خوانده می‌شود ریشه در تاریخ و میراث جهان دارد. سفرنامه‌های مختلف گویای توجه سیاحان و جهانگردان به کشف و ادراک تاریخ در چنین مناطق و مکان‌ها می‌باشد. یکی از دلایل مهم سفر به مکان‌های تاریخی تجربه حس گذشته در شرایط حال است. (Wang, 2011; Graham et al., 2000). Graham et al (2000)، در مورد حس مکان در فضاهای تاریخی بحث می‌کنند و بر نحوه تجربه، استفاده و فهم و ادراک مکان تاریخی تاکید دارند. با توجه به نظریه غیر واقعی بودن زمان (McTaggart, 1908)، علاقه گردشگران به تجربه حس مکان و دوره تاریخی در سراچه‌های تاریخی و فرهنگی آن‌ها را به جستجوی حس رویداد و یا موقعیت وقایع حادث شده در گذشته وا می‌دارد. در میان کشورهای دارای آثار و مکان‌های تاریخی، ایران ٢٤ اثر ثبت شده میراث فرهنگی و ۲ اثر ثبت شده میراث طبیعی در فهرست میراث جهانی و ٦١ سایت نامزد در فهرست آزمایشی دارد (UNESCO WHS, 2021). به همین دلیل از قدیم مورد توجه سیاحان و جهانگردان بوده است. اگر چه روند بازدید از ایران از سال ۱۹۹۵ تا ۲۰۱۹ میلادی عموما سیر صعودی داشته است اما براساس آمار سازمان جهانی گردشگری سهم بازدید از ایران در سال ۲۰۱۹ و قبل از شیوع کووید ۱۹، حدود ۹/۱۱ میلیون گردشگر خارجی بوده است. این تعداد بازدید کننده خارجی به میزان مکان‌های تاریخی و گردشگری موجود در کشور سهم کمی است (شکل ۱). با توجه به اهمیت مکان‌های تاریخی در بین مردم و عموما گردشگران فرهنگی و تاریخی، نیاز جدی به برنامه‌ریزی و مدیریت بلندمدت وجود دارد تا بتوان با کاهش آسیب‌های ناشی از بازدید بدون ضابطه، شاهد بهره‌برداری منطقی از این آثار بود.

Downloaded from geographical-space.iau-ahar.ac.ir at 20:18 IRDT on Wednesday April 24th 2024



شکل ۱: روند بازدیدهای خارجی از ایران طی سال ۱۹۹۵ تا ۲۰۱۹ میلادی (منبع: سازمان جهانی گردشگری)

Figure 1: International tourist arrivals chart from 1995 to 2019

ماهیت سایت‌های تاریخی به رخدادها و وقایع در مکان خاص تاکید دارند که ریشه در گذشته دارند. بنابراین بیش از این‌که محتوای فیزیکی سایت اهمیت داشته باشد، موضوعات و رخدادها و پدیدارهای غیرمادی حائز اهمیت هستند. در نتیجه آثار بر جای مانده به تنهایی مد نظر نبوده بلکه بستر تاریخی که آثار در آن قرار دارد موضوعی کلیدی به‌شمار می‌آید. آثار به‌جای مانده نشان زدهای از گذشته هستند. ضمن این‌که بسیاری از رخدادها الزاما مشخصه‌های مادی نداشته و ناملموس به‌شمار می‌آیند (Beerli and Martin, 2004; Stylos et al., 2016). با توجه به اهمیت ابعاد ناملموس توام با آثار فیزیکی باقی‌مانده در سایت‌های تاریخی، به نظر می‌رسد که در مطالعات ارایه شده در خصوص بازنمایی تصویر سایت‌های تاریخی تمام ابعاد معرف یک مکان تاریخی به خوبی ارایه نمی‌شود. این در حالی است که آمایش فضاهای تاریخی مستلزم توجه درست به همه ابعاد ملموس و ناملموس معرف آن‌ها است. عدم پرداختن شایسته به محورهای ناملموس منجر به نادیده انگاری و یا ناچیز انگاری آن‌ها در فرآیند برنامه‌ریزی می‌شود که نتیجه آن ایجاد چالش در خروجی برنامه و متعاقبا حفاظت نامناسب از این فضاهاست؛ بنابراین برای ادراک صحیح تاریخچه این مکان‌ها روند تاریخی و واقعیت تاریخی بسیار مهم است تا بتوان با شناخت آن به تصویری نزدیک به واقعیت از این مکان‌ها دست یافت. این تصویرسازی به دست‌یابی شاخص‌های موثر در مدیریت و برنامه‌ریزی بلندمدت کمک خواهد کرد. همین امر یکی از عللی است که این مطالعه انجام شده است. در میان افراد علاقمند به بازدید از مکان‌های تاریخی، جهانگردان و سیاحانی که از سایت‌های تاریخی بازدید کرده و بعضا گزارش سفر خود را تحت عنوان سفرنامه را برجای گذاشته‌اند. این سفرنامه‌ها با توجه به ماهیت و اطلاعات ارایه شده حاوی داده‌های ارزشمندی هستند که می‌تواند در بازشناخت تصویر مکان‌های تاریخی نقش شایانی ایفا کنند. بر همین مبنا، این تحقیق سفرنامه‌های تاریخی را مبنای مطالعه قرار داده است و تلاش می‌کند تصویر ارایه شده توسط جهانگردان مورد واکاوی قرار گیرد. در همین راستا سوال اساسی طرح شده عبارت است از

Downloaded from geographical-space.iau-ahar.ac.ir at 20:18 IRDT on Wednesday April 24th 2024

این که: آیا در تحلیل‌های تاریخی جهانگردان، الگو و مدل مشخصی وجود دارد؟ در صورت وجود الگو احتمالی، به چه میزان می‌تواند با الگوهای جدید که در این خصوص ارایه شده است تفاوت و یا تشابه داشته باشد. بر این مبنا فرضیات این تحقیق عبارتند از این‌که: به نظر می‌رسد تحلیل جهانگردان از سایت‌های تاریخی در بردارنده الگوهای ضمنی است. همچنین به نظر می‌رسد که الگوهای مذکور با مدل‌های نوین ارایه شده همراستاست. برای بررسی این فرضیات محدوده تاریخی انتخاب شده (محور تخت جمشید-پاسارگاد) از دیدگاه سیاحان مورد بررسی قرار گرفته و هدف اصلی این پژوهش، استنتاج الگوی احتمالی ارایه شده توسط جهان گران از سایت‌های تاریخی و مقایسه آن با مدل‌های ارایه شده در این خصوص می‌باشد. برای این منظور، با استفاده از روش کیفی توصیفی سعی شد سفرنامه‌های موجود در مورد محور پاسارگاد-تخت جمشید مورد مطالعه و بررسی قرار گیرد تا بتوان به معنای تصویر مکان از نگاه سیاحان و جهانگردان رسید. بدین منظور، ارزیابی ادراکی جهانگردان از سایت‌های تاریخی و تصویرسازی آن‌ها از این مکان‌ها مورد بررسی قرار گرفت تا به الگوی احتمالی تصویرسازی مکان تاریخی از نگاه سیاحان دست یافت.

پیشینه پژوهش

در ارتباط با سایت‌های تاریخی مطالعات متنوعی صورت گرفته است. Dela Santa and Tiatco (2019)، در مورد شکل‌گیری تصورات ذهنی جایگزین صحبت می‌کنند و در بررسی سایت‌های تاریخی پیشنهاد می‌نمایند که با قوم‌نگاری انتقادی می‌توان درک دقیق‌تری از میراث فرهنگی ایجاد کرد، در نتیجه امکان ارایه بهتری از میراث فرهنگی و تصویرپردازی مناسبی از آن‌ها خواهد بود. Naoi et al (2007)؛ به بررسی تصویر سایت‌های تاریخی پرداخته‌اند و در این راستا بین پدیده‌های تاریخی و برداشت ذهنی افراد ارتباط برقرار کرده و چارچوبی در این راستا ارایه کرده‌اند. در مطالعات دیگری نقش عوامل فیزیکی توام با عوامل غیر فیزیکی در شکل‌گیری تصور افراد از سراچه‌های تاریخی اشاره شده است (Burch, 2008; Ismagilova et al., 2015). Sing'Ambi and Lwoga (2018)، به بررسی رابطه بین دلبستگی افراد به محیط پرداختند. آن‌ها به ارتباط با میراث تاریخی و ابعاد آن از یک سو و بازدید از مکان‌های تاریخی اشاره کردند و به این نتیجه رسیدند که رابطه مثبت و معناداری بین دلبستگی و بازدید از سراچه‌های تاریخی وجود دارد و دلبستگی بیش‌تر احتمال بازدید از مکان‌های تاریخی را بیش‌تر می‌کند. Richards (2018)، به بررسی تحقیقات امروزی در خصوص گردشگری فرهنگی پرداخته و روند رشد این نوع از گردشگری را بررسی کرده است. او معتقد است که در تحقیقات اخیر غیر از مصرف‌گرایی فرهنگی و اقتصاد گردشگری، انگیزه‌های فرهنگی افراد و مردم‌شناسی و حفاظت از میراث فرهنگی مورد توجه است. Habibi (2009)، در مورد عوامل تاثیرگذار در شکل‌گیری تصویر ذهنی فرد از محیط صحبت کرده و به برخی عوامل که هویت معنای مکان را به وجود می‌آورد اشاره می‌کند. برخی محققین عوامل متفاوت را دسته‌بندی کرده و عوامل مهم در تصویر مکان را "عناصر فیزیکی یا ملموس" و یا "عوامل غیرمادی یا ناملموس" نامیده‌اند (Wadeecharoen et al., 2020; Arnegger and Herz, 2016; Stepchenkova and Mills, 2010). علی‌رغم اهمیت عناصر ملموس در تصویرسازی

Downloaded from geographical-space.iau-ahar.ac.ir at 20:18 IRDT on Wednesday April 24th 2024

مکان، ذهنیت، نقشی حساسی در شکل‌گیری تصویرسازی دارد (Stepchenkova and Mills, 2010). البته باید توجه داشت که عوامل احساسی متعددی بر روی ادراک فرد از محیط تاثیر دارد (King el al., 2015) که می‌تواند مفهوم تصویر محیط را شخصی و پیچیده کند (Naoi et al., 2006). حال در مورد مکان‌های تاریخی که عوامل ناملموس نقش تعیین کننده بر تصویرسازی دارد، این پیچیدگی‌ها می‌تواند بیش‌تر شود. Nyaupane (2019) به برخی از عوامل ناملموس اشاره می‌کند و Tavakoli (2010)، اشاراتی در خصوص هویت تداوم یافته تاریخی و رابطه متقابل آن را با مفهوم و تاثیری که بر روی تصویرسازی ذهن افراد دارد. Tavasoli Ara et al (2021)، برای شکل‌گیری تصویر ذهنی گردشگران به نقشی که بازنمایی اقامتگاه‌های سنتی در گردشگری فرهنگی تاریخی دارد اشاره می‌کنند. با توجه به تاثیری که ادراک از محیط می‌تواند در تصویرسازی فرد داشته باشد، در این تحقیق باید دید که ادراکی که جهانگردان از محیط تاریخی دارند چه تاثیری می‌تواند بر تصویرسازی ذهنی آن‌ها از منطقه‌ای با عناصر محدود تاریخی داشته و آیا با بررسی نوشته‌های آنان در مورد این مکان‌های تاریخی، می‌توان به الگوی نسبتا واحدی دست یافت با تشابهات ادراکی تا در مفهوم تصویر مکان تاریخی به‌کار گرفت.

مبانی نظری

مفهوم تصویر مکان

تصویر مقصد گردشگری از دهه هفتاد مورد استفاده قرار گرفته است (Gunn, 1972; Mayo, 1973; Hunt, 1975). تصویر مکان به‌عنوان موضوعی پیچیده و چند بعدی در نظر گرفته می‌شود که طیف گسترده‌ای از اجزایی را تشکیل می‌دهد و نمایانگر یک مکان گردشگری و نحوه ادراک آن توسط بازدیدکنندگان آن می‌باشد (Stepchenkova and Mills, 2010). بر این اساس، این مفهوم تحت تأثیر طیف گسترده‌ای از شاخص‌ها قرار می‌گیرد (Royo-Vela, 2009). علاوه بر این، تصویر مکان در رشته‌های مختلفی مانند برنامه‌ریزی گردشگری (Ageeva and Foroudi, 2019)، آمایش جاذبه‌ها (Folgado-Fernandez et al., 2017)، بازاریابی و برندهای تجاری (Avraham and Ketter, 2017)، رفتار گردشگری (Park et al., 2017)، تفکیک روانشناختی (Stylidis and Terzidou, 2014) و همچنین رضایت‌مندی و وفاداری در میان گردشگران (Al-Ansi and Han, 2019) مورد استفاده قرار می‌گیرد. Gartner (1989, 1993, 1996) به مفاهیم متفاوتی از تصویر مقصد اشاره دارد و معتقد است تصویر مقصد به‌وسیله سه جزء مرتبط سلسله مراتبی: شناختی، عاطفی و رفتاری (سازنده) به وجود می‌آید. مولفه شناختی[6] اشاره به اعتقادات و دانشی دارد که گردشگر از ویژگی‌های یک مقصد گردشگری دارد. مولفه‌های عاطفی[7] به‌وسیله پاسخ‌های احساسی و واکنش‌های عاطفی نسبت به ویژگی‌های مختلف یک مکان معرفی می‌گردد (Baloglu and McCleary, 2014: 999). جنبه رفتاری[8] تصویر مقصد در پی آشکارسازی رفتار گردشگران است (Zhang et al., 2014).

6- Cognitive Component
7- Affective Component
8- Conative Aspect

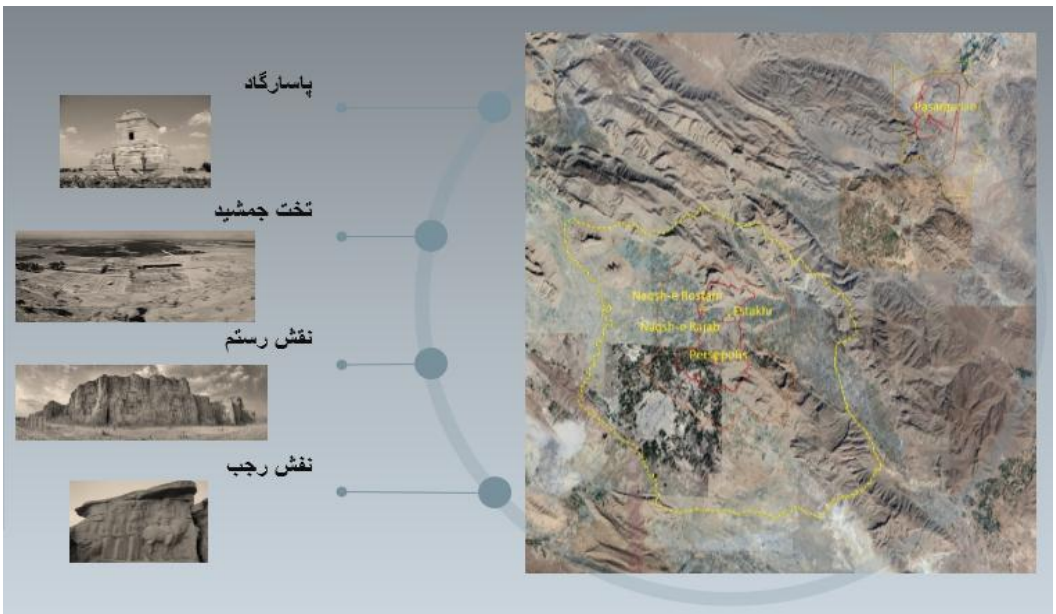
Downloaded from geographical-space.iau-ahar.ac.ir at 20:18 IRDT on Wednesday April 24th 2024

مفهوم امروزی تصویر مکان گردشگری

Liang et al (2021)، امروزه معتقدند هنوز مفهوم واحدی برای تصویر مکان گردشگری وجود ندارد. اگر چه در اکثر مفاهیم ارائه شده تاکنون به ویژگی‌های مقصد گردشگری و تجسم فرد از آن مقصد اشاره شده است (Kim and Tapachai and Waryszak, 2000; Pritchard, 1998; Gartner, 1989, 1993, 1996; Echtner and Ritchie, 1991)، اما به دلیل شرایط هر مکان و همچنین تنوع در شاخصه‌های فردی، تغییراتی در مفهوم تصویر مکان می‌تواند ایجاد شود. بر پایه مطالعات در زمینه گردشگری، تصویر ذهنی فرد از محیط را به‌عنوان یک ارزیابی کلی از یک مقصد تلقی می‌کنند و آن را به‌عنوان یک مفهوم کل‌نگر یا گشتالتی تصور می‌کنند (Assaker and Hallak, 2013; Josiassen and Assaf, 2013; Josiassen et al., 2015). با این نگرش کل‌نگر به تصویرسازی ذهن فرد از مقصد و هستی‌شناسی سفر شاید بتوان تشابهات ادراکی را در بین گردشگران و سیاحانی به دست آورد که اقدام به بازدید از مکان‌های تاریخی می‌کنند.

محدوده مورد مطالعه

محور پاسارگاد-تخت جمشید از محورهای اصلی محور اصلی ایزدخواست-شیراز در استان فارس است که دارای آثار و بناهای با ارزشی همچون پاسارگاد، تخت جمشید، نقش رجب و نقش رستم است. تخت جمشید و پاسارگاد به ثبت میراث جهانی رسیده و نقش رجب و نقش رستم در فهرست آزمایشی میراث جهانی هستند. این محور که به طول ۸۲ کیلومتر است از مسیرهای اصلی دسترسی از شهر شیراز و همچنین از شهرهای یزد و اصفهان می‌باشد (شکل ۲).



شکل ۲: آثار موجود در محور گردشگری تاریخی پاسارگاد-تخت جمشید

Figure 2: Historical Sites in the Persepolis Pasargadae historical range

Downloaded from geographical-space.iau-ahar.ac.ir at 20:18 IRDT on Wednesday April 24th 2024

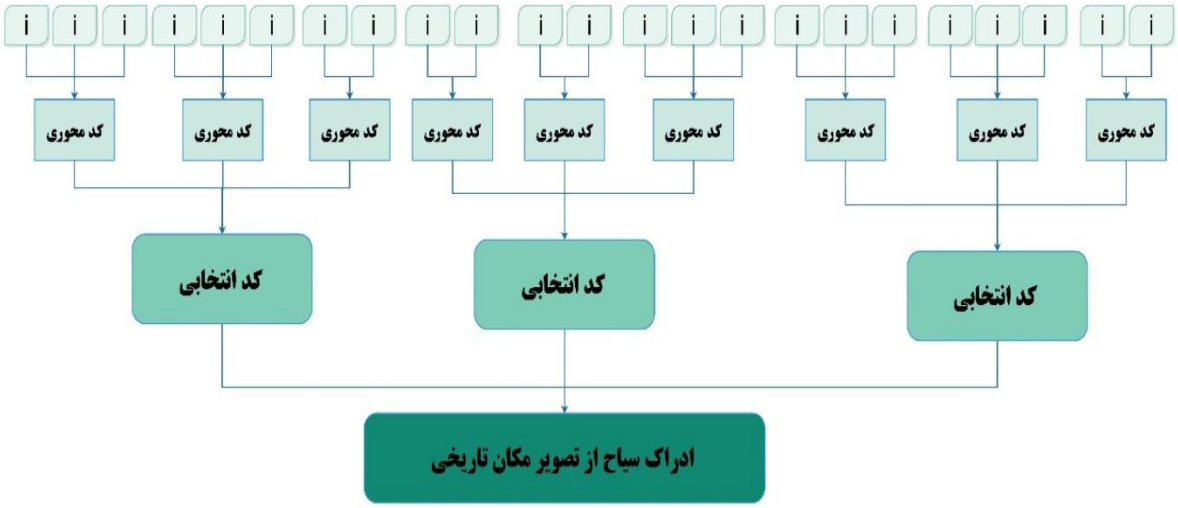
جهانگردان بسیاری از زمان‌های قدیم مبادرت به بازدید از مناطق تاریخی در ایران کرده‌اند و سفرنامه‌های موجود از منابع اطلاعاتی مهم درباره مناطق تاریخی می‌باشند. بنا به گفته Talebian et al (2015)؛ اولین گزارش‌های مورد استناد از تخت جمشید به‌صورت طراحی در سفرنامه‌های اروپائیان مربوط به سده هفدهم دیده می‌شود. سفر آنان به ایران دلایل بسیاری داشته که در زمان بازدید و پس از آن گزارش‌هایی در قالب نوشته و نقاشی تهیه شده است و امروزه به‌عنوان منبع اطلاعاتی مهم مورد استفاده قرار می‌گیرد. لذا با توجه به تعدد سفرنامه‌های نگاشته شده در مورد این منطقه، محدوده مذکور به‌عنوان محدوده مکانی مطالعه انتخاب شده است.

مواد و روش‌ها

این تحقیق کیفی با رویکرد توصیفی از نظر روش‌شناسی مبتنی بر نظریه زمینه‌ای[9] استوار است. نظریه زمینه‌ای با رویکرد سازنده گرایی بکار برده شده و بنابر ویژگی‌های ذکر شده از ذهنیت محقق و سیاحان استفاده می‌شود. بر این اساس رویکرد Charmaz (2015) تشریح روابط بین بیننده و صحنه و ارزش آن و شرایط تحقیق و محصولات آن را در پی دارد.

مراحل کدگذاری و مفاهیم مورد استفاده در این تحقیق

این تحقیق کیفی است و به دنبال معنا از تفسیر سفرنامه‌ها است. برای این منظور با استفاده از نظریه زمینه‌ای و به روش کدگذاری باز، محوری و انتخابی، مقوله‌های موجود در سفرنامه‌ها کدگذاری شده و نظریه‌پردازی این پژوهش صورت گرفت. مراحل کدگذاری باز، محوری و انتخابی براساس مفاهیم اشاره شده توسط Charmaz (2015) و Strauss and Corbin (1997) انجام شد (شکل ۳).



شکل ۳: شمایی از مراحل کدگذاری در این تحقیق با استفاده از نظریه زمینه‌ای

Figure 3: An overview of the coding steps in this research based on grounded theory

9- Grounded Theory

Downloaded from geographical-space.iau-ahar.ac.ir at 20:18 IRDT on Wednesday April 24th 2024

کدگذاری باز در این تحقیق

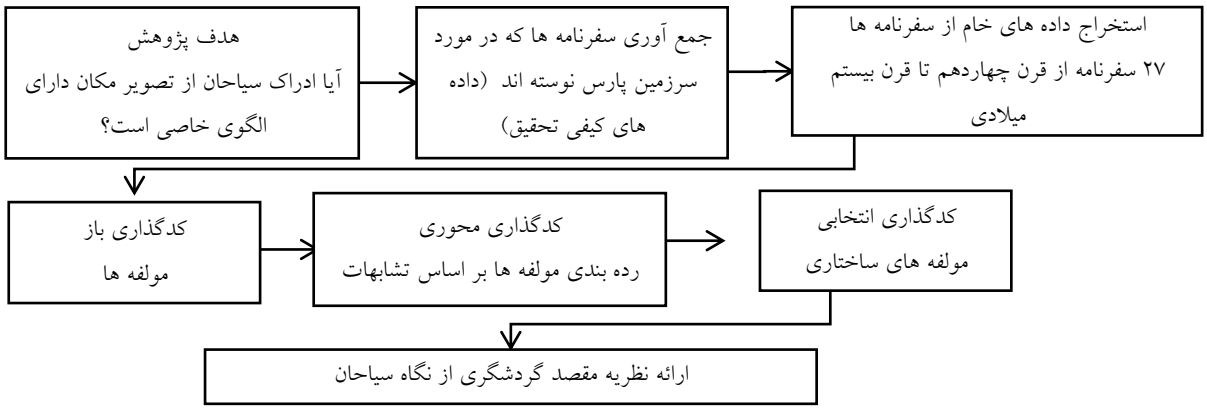
در ابتدا مفاهیم استخراج شده از سفرنامه‌ها، به‌صورت باز کدگذاری و دسته‌بندی شد. دسته‌بندی مولفه‌ها با هدف پژوهش بر اساس ارتباط مفاهیم با موضوع اصلی تحقیق که ادراک تصویر مکان تاریخی در ذهن سیاح است انجام پذیرفت و برای این منظور مفاهیم در خصوص تصویر مقصد که گویای رابطه سیاح با محیط تاریخی و برداشت او از ارزش‌های موجود در محیط است دسته‌بندی و کدگذاری شد.

کدگذاری محوری یا مقوله‌ای در این تحقیق

در مرحله بعد کدگذاری محوری (مقوله‌ای) انجام شد بدین صورت که برای ایجاد رابطه بین مقوله‌های تولید شده در کدگذاری باز، ایده‌های به‌دست آمده به‌عنوان پدیده تعریف شده و دسته‌بندی و گسترش داده شد. دسته‌بندی‌ها با توجه به شرایط مداخله‌گر در محیط انجام گرفت که پدیده در آن قرار داشت. تقابل بین عناصر، به پاسخ‌هایی اشاره کرد که به‌عنوان نتیجه پدیده انجام پذیرفت. بدین صورت که عناصری که گویای محورهای مورد بحث بود گروه‌بندی‌شده و محورهای ساختاری به‌دست آمد. با توجه به عوامل تشکیل دهنده تصویر مکان‌های تاریخی و محورهای به‌دست آمده، از طریق کدگذاری انتخابی محورهای تشکیل دهنده تصویر مکان در محور مورد مطالعه بود به‌دست آمد.

کدگذاری انتخابی در این تحقیق و ارائه نظریه از پژوهش انجام شده

در مرحله آخر به روش کدگذاری انتخابی، مرحله اصلی نظریه‌پردازی در این پژوهش انجام شد. بدین صورت که فرآیند انتخاب دسته‌بندی اصلی و ارتباط نظام‌مند عناصر با دیگر دسته‌بندی‌ها، تایید ارتباط بین روابط به‌دست آمده و تکمیل و یا اصلاح دسته‌بندی‌ها انجام شد. بدین ترتیب مقوله‌های محوری به شکل نظام‌مند به دیگر مقوله‌ها ربط داده شده و این روابط در چارچوب یک روایت ارائه شد. فرآیند پژوهش و مراحل آن در شکل (٤) ارائه شده است.



شکل ٤: فرآیند پژوهش

Figure 4: Research process

Downloaded from geographical-space.iau-ahar.ac.ir at 20:18 IRDT on Wednesday April 24th 2024

در این تحقیق برای بررسی ادراک سیاحان از محیط‌های تاریخی و تصویرسازی آن‌ها از محیط، سفرنامه‌هایی از کتابخانه‌ها جمع‌آوری شد و مورد بررسی قرار گرفت. این سفرنامه‌ها به بازدید نویسنده از ایران پرداخته بودند. پس از بررسی‌های اولیه سفرنامه‌هایی که در خصوص مناطق تاریخی در محور مورد مطالعه این تحقیق پرداخته بودند جمع‌آوری شد. تعداد بیست‌وهفت سفرنامه در مورد آثار موجود در محور مورد مطالعه صحبت کرده بودند. این سفرنامه‌ها مربوط به قرن هفدهم تا قرن بیستم میلادی بودند (جدول ۱).

جدول ۱- منابع داده‌های اولیه

Table 1- Primary data sources

نام منبع	دوره تاریخی	عنوان سفرنامه	کشور
ادریک اودریکو دا پاردنونه	قرن چهاردهم میلادی		ایتالیا
روی گونسالس د کلاویخو	قرن پازدهم میلادی	"سفرنامه کلاویخو"	اسپانیا
جوزفا باربارو	قرن پانزدهم میلادی	"سفرها به تانا و پرشیا"- "سفرنامه ونیزیان در ایران"	ونیز، ایتالیا
جفری داکت	قرن شانزدهم میلادی	"پنجمین سفر- استاد جفری داکت به ایران- لندن"	انگلیس
هاینریش فن پوزر	قرن هفدهم میلادی	"سفری به باغ شاهی"	آلمان
پیترو دالاواله	قرن هفدهم میلادی	"سفرنامه پیترو دلاواله"	رم، ایتالیا
دن گارسیا دسیلوا فیگوئروا	قرن هفدهم میلادی	"سفرنامه فیگوئروا"	اسپانیا
سرتوماس هربرت	قرن هفدهم میلادی	"حکایت چند سال مسافرت...به آقریقا و بخش اعظم آسیا به خصوص سرزمین پادشاهی ایران"	انگلیس
یوهان آلبرشت فون ماندلسلو	قرن هفدهم میلادی	"سفرنامه خاوری"	آلمان
ژان باپتیست تارونیه	قرن هفدهم میلادی	"سفرنامه تارونیه"	فرانسه
آندره دولیه دلند	قرن هفدهم میلادی	"زیبایی های ایران"	فرانسه
جان حانسون استرویس	قرن هفدهم میلادی	"سفرهای پر مخاطره"	هلند
ژان ته ونو	قرن هفدهم میلادی	سفرنامه دارای ۷ گراور مانند آرامگاه داریوش در نقش رستم	فرانسه
ژان شاردن	قرن هفدهم میلادی	"سفرنامه شاردن"	فرانسه
انگلبرت کمپفر	قرن هفدهم میلادی	"سفرنامه کمپفر"	آلمان
جملی کارری	قرن هفدهم میلادی	" مسافرت در دور دنیا" سفرنامه شش جلدی (یک جلد به ایران اختصاص دارد)	ایتالیا
کورنلیس دبروین	قرن هجدهم میلادی	سفرنامه مسکو	هلند
کارستن نیبور	قرن هجدهم میلادی	"سفرنامه نیبور"- تشریح آثار در دویست صفحه از سفرنامه خود	آلمان
اوژن فلاندن و پاسکال کست	قرن نوزدهم میلادی	"مسافرت در ایران" ، "بناهای جدید ایران"	فرانسه
هاینریش بروگش	قرن نوزدهم میلادی	"در سرزمین آفتاب" -"در محضر سلطان صاحب قران" -"سه سال در ایران"	آلمان
مارسل آگوست دیولافوا و مادام دیولافوا	قرن نوزدهم میلادی	"صنایع قدیم ایران"-"ایران، کلده و شوش"	فرانسه
ادوارد گرنویل براون	قرن نوزدهم میلادی	"یک سال در میان ایرانیان"	انگلیس
کیاش	قرن نوزدهم میلادی		هند

Downloaded from geographical-space.iau-ahar.ac.ir at 20:18 IRDT on Wednesday April 24th 2024

ادامه جدول ۱- منابع داده‌های اولیه

Continue of Table 1- Primary data sources

نام منبع	دوره تاریخی	عنوان سفرنامه	کشور
ابراهام ولنتاین ویلیامز جکسون	قرن بیستم میلادی	"سفرنامه جکسون"	امریکا
ارتور پوپ	قرن بیستم میلادی	"سیری در هنر ایران"- زیر نظر آرتور پوپ و فیلیس اکرمن	آمریکا
مریت هاکس	قرن بیستم میلادی	"ایران افسانه و واقعیت"	آمریکا
شارل شی پیه	قرن بیستم میلادی	"تاریخ هنر در ایران"	فرانسه

یافته‌ها و بحث

در اولین مرحله از تحقیق پس از شناسایی منابع، سفرنامه‌ها بررسی شد. در مرحله بعد با توجه به فرآیند روش‌شناختی، مطالب و مفاهیم مرتبط با تصویر مکان‌های تاریخی در محور مورد مطالعه استخراج شد. سپس با توجه چارچوب روش مورد نظر مراحل زیر صوت گرفت که نتایج آن به تفکیک هر مرحله ارایه شده است.

۱- کدگذاری باز

در کد گذاری باز بخش‌هایی از نوشته‌های سیاحان که به مکان‌های تاریخی در محور مورد مطالعه اشاره کرده بودند استخراج و مقولات به‌دست آمده از هر سفرنامه به‌صورت کاملا آزاد کدگذاری گردید. نتایج این کار در جدول (۲) ارایه شده است. در این مرحله ۷۷ مقوله اولیه شناسایی و به‌ترتیب با In کد گذاری شد. این موارد بخش‌هایی بودند که نویسنده ادراکی از محیط پیدا کرده بود و ادراک او از آن دوره تاریخی و به‌طور کل تصویرسازی او از محیط را مشخص می‌کرد.

جدول ۲- نتایج کدگذاری

Table 2- Coding results

شماره کد	مفهوم
۱۱	- آرامش موجود در یکی از تصاویر حجاری شده
۱۲	- آهی در مورد تغییر نام پاسارگاد به نام سلیمان
۱۳	- تنها گواهان خاموش گذشته تباه شده
۱٤	- انتخاب مصالح برای استقامت آثار
۱۵	- حس تقدس مکان
۱٦	- خواندن مطالعات در مورد سایت در زمان بازدید و جستجوی گفته‌ها در بقایای به جای مانده در سایت
۱۷	- تصویر کشی باهوش و سلیقه (در ملل دیگر یافت نمی‌شد) در مورد تناسب واقعی تصاویر و گنجاندن تمام اشخاص در یک تصویر (ذوق و سلیقه‌ای که در قرون بعد تحلیل رفت)
۱۸	- مجموعه مرده که جلگه آن زنده است
۱۹	- ساخت استادانه و با دقت سنگ‌ها
۱۱۰	- استفاده از کلمه "وای وای" در زمان بازدید (تعجب از شکوه)

Downloaded from geographical-space.iau-ahar.ac.ir at 20:18 IRDT on Wednesday April 24th 2024

ادامه جدول ۲- نتایج کدگذاری

Continue of table 2- Coding results

شماره کد	مفهوم
۱۱۱	- وجود گورها بر روی صخره‌های بلند با ارتفاع زیاد و درب‌های قطور با سنگ‌های سنگین
۱۱۲	- ماندگاری آثار
۱۱۳	- ایرانیان همانند غربیان شوق و اشتیاق دیدن آثار را ندارند
۱۱٤	- تصویر وضع لباس شاهان و آرایش آنان ساده و نجیبانه است
۱۱۵	- شیر را قدرت ملوکانه می‌دانند
۱۱٦	- وضع نامناسب هوا در تخت جمشید
۱۱۷	- هنرمندی صنعت گران در تصویر کشی حیوانات
۱۱۸	- اتصال استادانه سنگ‌ها و آئین سپردن جنازه شاهان در محل
۱۱۹	- ادراک رمزها
۱۲۰	- حجاری با مهارت و اصولی (لباس‌ها و هیکل حیوانات)
۱۲۱	- بیم از آنکه اجازه ورود ندهند (به دلیل تقدس مکان)
۱۲۲	- وجود آثار نفیس و اطلاعات در خرابه‌ها
۱۲۳	- تنوع در پوشش افراد در تصاویر که معرف افراد از کشورهای مختلف با تنوع در وضعیت آب و هوایی بوده
۱۲٤	- استحکام در حین سادگی
۱۲۵	- معنای رمز در تصاویر حیوانات
۱۲٦	- لباس افراد در منطقه هنوز مانند لباس و سرپوش موجود در تصاویر است (مانند استفاده از لباس‌هایی که شاپور در نقش رستم پوشیده است)
۱۲۷	- ادراک روحیه سربازان از طریق تصویر (حس تالم و زاری آنان)
۱۲۸	- دیدگاه تلفیق واقعیت و افسانه و حقیقت و رویا
۱۲۹	- جانمایی دلپذیر و عظیم‌ترین طراحی که معماری آن را درک کرده است مانند صحنه آمفی تئاتر
۱۳۰	- احساس غم نسبت به نابودی اثر
۱۳۱	- معروف‌ترین ویرانه‌های تاریخی امروزه در ایران و جهان
۱۳۲	- حس سرگردانی و ترس از اغتشاش فکری در بخشی از منطقه
۱۳۳	- شکوه آثار با تنوع رنگ‌ها و آرام بخشی در منظر طبیعی
۱۳٤	- تشبیه قبرهای تابوت مانند به تابوت مصریان قدیم
۱۳۵	- شخصیت‌های قهرمانانه و غول‌پیکر در حماسه‌های ایرانی (همانند دیگر کشورها)
۱۳٦	- عدم درک واقعه تاریخی توسط تصاویر (نبود نوشته)
۱۳۷	- وجود منبع کالاهای تجملی شرق را افسانه‌ای و فریبنده اما چاشنی زندگی می‌داند
۱۳۸	- تصاویر حجاری‌شده با مهارت محیرالعقول (تصاویر را واقعی و جاندار مجسم می‌کند)
۱۳۹	- توصیف تصاویر خوش‌منظره به تابلو نقاشی
۱٤۰	- توصیف داستان شهر و شرح دلایل انحلال
۱٤۱	- مضمون جنگ میان نیکی و بدی در تصویر شیر و گاومیش در جنگ
۱٤۲	- تشبیه تصاویر مربوط به نوروز به معبدی در مصر (البته نوع مراسم متفاوت است)

Downloaded from geographical-space.iau-ahar.ac.ir at 20:18 IRDT on Wednesday April 24th 2024

ادامه جدول ۲- نتایج کدگذاری

Continue of table 2- Coding results

شماره کد	مفهوم
۱٤۳	– توصیف تصاویر خوش‌منظره به دلپذیری سفر
۱٤٤	– ادراک دور اندیشی و محتاط بودن سربازان از طریق نوع پوشش آنان
۱٤٥	– حیرت‌آورترین هنر
۱٤٦	تصویر کشی ذهنی صحنه جنگ و دیدن پیروزی پارسیان بر مدها در این جنگ
۱٤۷	– قرارگیری و جانمایی با دقت نظر که حاصل اقتدار شاهان آن زمان بوده
۱٤۸	– ادراک سلیقه شاهان به‌وسیله گیاهان انتخاب شده که سازگار با اب و هوا و محیط بوده
۱٤۹	– شک در مورد داستان تصاویر زیرا دور از دوران مدرن و آداب و رسوم مدرن است
۱٥۰	– حس مقایسه قصر آپادانا با قصرهای موجود در زمان بازدید
۱٥۱	– تابش نور خورشید و گرمای محیط و وجود مگس تداعی شرایط محیط و ادراک تصویر
۱٥۲	– استفاده از شاخه گل در دست که آن را نشانه لطف و ادب می‌دانند
۱٥۳	– حس شکوهمند و رباینده و نفیس ویرانه‌ها در زمان طلوع خورشید
۱٥٤	– درک تشریفات موجود در قدیم به‌وسیله تطبیق نقوش با آداب و رسوم جدید
۱٥٥	– ادراک نوع پوشش در تصویر سربازان و مقایسه برخی از آن‌ها با کشورهای دیگر
۱٥٦	– مقایسه نقوش (نقوش زیبا و مطبوع در مقایسه با نقوش سخت و خشن)
۱٥۷	– حس صدای اسبان
۱٥۸	– ادراک شهر توسط روایات سنتی
۱٥۹	– توصیف نقش‌ها به مراسم پرستش و عبادت
۱٦۰	– نابودی گورها علیرغم آنکه شاهان خود را ایمن و دست نیافتنی می‌پنداشتند
۱٦۱	– مشکل در فهم موضوع یکی از تابلوها (به دلیل حفاری از بین رفته بود)
۱٦۲	– عدم درک کامل از اهورامزدا
۱٦۳	– به تصویر کشیدن ذهنی مراسم تشییه جنازه بر اثر تابش نور خورشید
۱٦٤	– بازدید از سایت به ثبوت گفته‌های افراد در مورد سایت کمک کرد
۱٦٥	– ادراک نبرد پر حرارت و سوزان
۱٦٦	– شگفت‌انگیزترین ویرانه‌ها
۱٦۷	– استفاده از سمبل‌ها برای رسوم ایرانیان مانند نوروز
۱٦۸	– ادراک ضرورت وجود بادبزن و چتر زرین (ناحیه گرم پرسپولیس)
۱٦۹	– تخریب کامل شهر به دلیل تبدیل محل به مامن راهزنان (بنا به دستور یکی از حکام شیراز)
۱۷۰	– حس کنجکاوی برای دیدن آثار
۱۷۱	– پناهگاه راهزنان
۱۷۲	– شکوه و عظمت بناها و حجاری‌ها که زینت بخش ابنیه بودند
۱۷۳	– شرایط جوی منطقه (گرما و نیش پشه‌ها) باعث شده سیاحان فقط به تماشای منطقه بپردازند
۱۷٤	– تاثیر خیره کننده و بهت‌آور کاخ‌ها (مقایسه آن با ابنیه مذهبی مصریان و یونانیان)
۱۷٥	– تاثیر اسکلت در هم ریخته قصور پرسپولیس با عظمت و افتخار
۱۷٦	– بازدید دلپذیر اما سپری شدن شدید زمان

Downloaded from geographical-space.iau-ahar.ac.ir at 20:18 IRDT on Wednesday April 24th 2024

کدگذاری محوری

در گام بعد برای ایجاد ارتباط بین مقوله‌های به‌دست آمده، با استفاده از کدگذاری محوری، تشابهات نوشتاری در سفرنامه‌ها مشخص شد. به این ترتیب که مفاهیمی که گویای زمینه و شرایط و همچنین شرایط مداخله‌گر بود استخراج شد. سپس بر اساس ماهیت خود مجدد دسته‌بندی و در گروه‌های محوری طبقه‌بندی شد. این مقوله‌ها بیانگر توصیف جهانگرد از محیط با توجه به اطلاعات فردی، شرایط محیطی، عوامل ملموس و عوامل ناملموس بود. خروجی کار منجر به شکل‌گیری نه محور اصلی گردید که بیانگر معماری و ساختار محیط، دانش محیط، وضعیت فضا (از ابتدا تاکنون)، عوامل فرهنگی در محیط از گذشته تاکنون، اسطوره‌ها و رموز منطقه و آثار، ادراک آئین‌ها و سمبول‌های (نشان‌زدهای) محیط و بر روی آثار، حس شرایط محیطی برای ادراک آثار به جا مانده، شگفتی‌های محیط و حس مکان بود. برخی کدها دارای مقولات یکسانی بودند که در بخش مقولات فقط یک بار نوشته شد (جدول ۳).

جدول ۳- کدگذاری محوری (تعریف و توضیحات کدها در جدول ۲ می‌باشد)

Table 3- Axial coding (the definition of the codes are available in table 2)

کد محوری	مقولات	کدها
A1	معماری – هنر – مصالح (ساختاری) جذابیت‌های معمارانه غنای بصری الگوی استقرار غنای عملکردی تاثیر معنی بسنر	I18 و I4 و I24 و I12 و I17 و I9 و I20 و I47 و I56 و I11 و I8
A2	دانش و آگاهی	I6 و I64
A3	نگهداری فضا امنیت فراز و فرود	I69 و I71 و I40
A4	عوامل فرهنگی آیین ناملموس حس دوره تاریخی با توجه به آثار بر جای مانده رخداد یا واقعه فرهنگی	I54,I19,I48,I58,I55,I27,I44,I46
A5	اسطوره‌ها رموز مضامین فرهنگی	I28,I25,I15,I37,I35,I41
A6	ادراک آیین آیین ناملموس فرهنگ لباس فرهنگ و سنن نشانزدهای (سمبول‌های) تاریخی	I67,I53,I59,I26,I61,I42,I34,I14,I22,I49

Downloaded from geographical-space.iau-ahar.ac.ir at 20:18 IRDT on Wednesday April 24th 2024

ادامه جدول ۳- کدگذاری محوری (تعریف و توضیحات کدها در جدول ۲ می‌باشد)

Continue of table 3- Axial coding (the definition of the codes are available in Table 2)

کد محوری	مقولات	کدها
A7	لمس شرایط محیطی محیط و بستر رخداد یا واقعه در محیط آیین و بستر فرهنگ	I68,I51,I16,I73,I65,I63,I23,I46
A9	رخداد یا واقعه بستر مکان حس جاذبه و دافعه نشانزد (سمبول) تاریخی الگوی استقرار تقدس	I1,I2,I39,I43,I32,I30,I3,I29,I21,I50,I13,I54,I36,I62,I60, I5,I57

- کدگذاری انتخابی: در این مرحله به‌منظور دست‌یابی به الگوی مشخص کدهای محوری در گروه‌های مشخصی دسته‌بندی شد تا مبنای استنتاج الگو به‌دست آید. حاصل این فرآیند در جدول (٤) ارایه شده است.

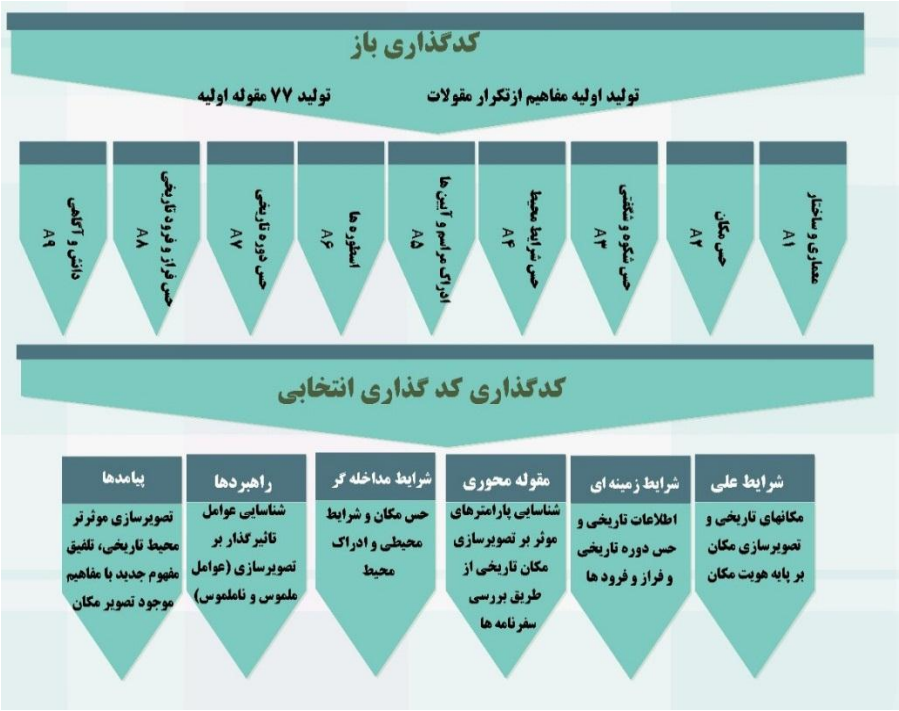
جدول ٤- کدگذاری انتخابی

Table 4- Optional coding

ابعاد اصلی	کدگذاری انتخابی	کد محوری
هویت مکان تشخیص و ارتباط با فضا عظمت حفظ و حراست اسطوره‌ها ادراک مکان (معماری- آیین – رسوم- فرهنگ)	شرایط علی	A1,A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9
حس دوره تاریخی پیشینه تاریخی شکوه قدرت	عوامل زمینه	A8, A9, A7, A2, A6, A5, A3
تصویرسازی تاریخ ادراک مضامین تاریخی عدم درک به دلیل کمبود نوشته و آثار	عوامل زمینه	A8, A9, A7, A2, A6, A5, A3
حس و تعلق مکان تاثیر نور احساس تقدس حیرت و شگفتی بیم و سرگردانی	شرایط مداخله‌گر	A8, A9, A7, A2,A5

Downloaded from geographical-space.iau-ahar.ac.ir at 20:18 IRDT on Wednesday April 24th 2024

بر اساس یافته‌های به‌دست آمده در مرحله اول، ۷۷ مقوله به‌دست آمد. پس از بررسی این مفاهیم با کدگذاری محوری به ۹ مقوله اصلی تقسیم شد (جدول ضمیمه ۱). این مقولات عبارت بودند از: معماری ساختاری و هنر و مصالح – دانش و آگاهی- نگهداری فضا- عوامل فرهنگی (ادراک)- اسطوره‌ها- ادراک آیین، مراسم و فرهنگ – ادراک و لمس شرایط محیطی- شکوه و شگفتی (حس سیاح از محیط)- حس مکان. این مقولات اصلی در سه محور شناختی (معماری ساختار و هنر و مصالح- دانش و آگاهی- نگهداری فضا)، تاثیرگذار (عوامل فرهنگی- اسطوره‌ها- ادراک آیین، مراسم و فرهنگ- ادراک و لمس شرایط محیطی) و رفتاری (شکوه و شگفتی، حس سیاح از محیط–حس مکان) قرار می‌گیرد. در مرحله کدگذاری انتخابی پس از بررسی محورها، پدیده محوری، شرایط علی، زمینه و عوامل مداخله‌گر، راهبردها و پیامد به‌دست آمد (شکل ۵).



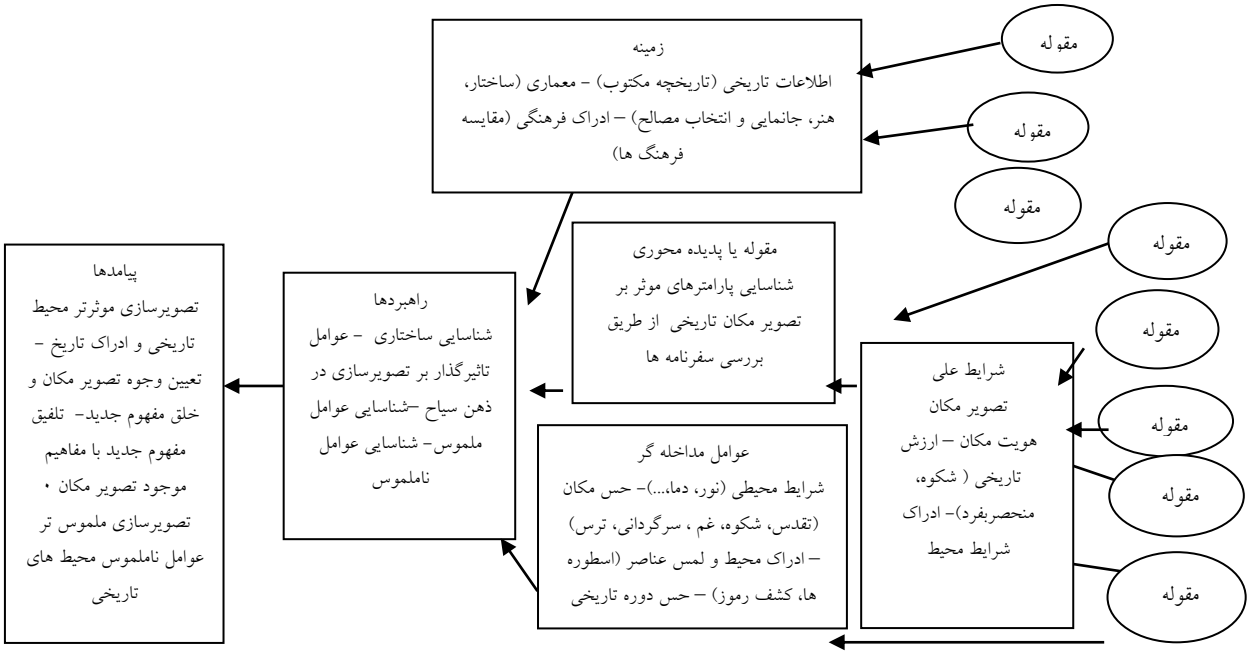
شکل ۵: مراحل کدگذاری

Figure 5: Coding steps

ارائه نظریه تحقیق: نتایج به‌دست آمده نشان می‌دهد که ویژگی‌های ناملموس مکان‌های تاریخی نقش مهمی در تصویرسازی دارد. این مقولات به‌دست آمده در زمان جاگیری در محورهای تعیین شده مفهوم تصویر مکان، عناصر تشکیل دهنده این مفهوم را دچار چالش می‌کرد. برای مثال اگر چه شرایط محیطی و هنر و معماری آثار بر جای مانده تاثیرگذار است اما برای مفهوم "حس صدای اسبان" در دشتی که اثر فیزیکی یا ملموسی از آن موجود نیست، این مولفه نمی‌تواند گویای تصویر مکان باشد و یا "احساس غم به نابودی اثر" در واقع تصویر حس ناملموسی است که سیاح با توجه به ویژگی‌های ناملموس مکان به لمس این احساس رسیده است. همچنین "دیدگاه تلفیق

Downloaded from geographical-space.iau-ahar.ac.ir at 20:18 IRDT on Wednesday April 24th 2024

واقعیت و افسانه و حقیقت و رویا" مولفه‌ای است که سیاح با آثار به جا مانده همراه با ویژگی‌های ناملموس حس مکان و داستان‌های موجود قادر به تصویرسازی و حس شرایط محیطی آن زمان می‌باشد. "ادراک سمبل‌ها"، "ادراک دوراندیشی و محتاط بودن سربازان از طریق نوع پوشش آنان" از مولفه‌هایی بودند که ویژگی‌های ناملموس محیط را به تصویر می‌کشید. "تنوع در پوشش افراد در تصاویر که معرف افراد از کشورهای مختلف با تنوع در وضعیت آب و هوایی بوده" نیز از مولفه‌هایی بود که گویای ادراک محیط و ویژگی‌های ناملموس بوده که قدرت ادراک و مقایسه گذشته با حال را به سیاحان می‌داد. بنابراین با توجه به ابعاد مدل ارائه شده توسط Eid and Elbanna (2018)، ویژگی‌های ناملموس مکان‌های تاریخی در محور مورد مطالعه نیز بررسی شد و بر اساس کدگذاری انتخابی به‌عنوان عوامل مداخله‌گر بررسی شد. مدل مفهومی به‌دست آمده عناصر تعیین کننده در تصویرسازی مکان تاریخی را نشان داده که در مقایسه با نظریه گارتنر کامل‌تر به نظر می‌رسد. به‌کارگیری محورهای به‌دست آمده می‌تواند نظریه گارتنر را در خصوص تصویرسازی در مکان‌های تاریخی را غنی کرده و کمک به ادراک بهتر محیط‌های تاریخی کند (شکل ٦).



شکل ٦: مدل مفهومی تصویر مکان تاریخی

Figure 6: The Conceptual model of historical destination image

با توجه به نتایج به‌دست آمده در این تحقیق، جنبه‌هایی که ابعاد غیرمادی دارند برای ادراک محیط نیز از اهمیت خاصی برخوردارند. اگر چه Beerli and Martin (2004) و Stylos et al (2016) به آن اشاراتی کردند اما برای بازنمایی تصویر مکان‌های تاریخی با آثار ملموس محدود به جا مانده، ویژگی‌هایی ناملموس محیطی نیز به اندازه عناصر ملموس حائز اهمیت است.

Downloaded from geographical-space.iau-ahar.ac.ir at 20:18 IRDT on Wednesday April 24th 2024

بحث و یافته‌ها

با توجه به نتایج به‌دست آمده می‌توان به تاثیر همسان عوامل ملموس و ناملموس در محیط‌های تاریخی پی برد. سه عامل در ادراک سیاحان از محیط و تصویرسازی آن‌ها در سفرنامه‌ها موثر بودند: شرایط علی، عوامل زمینه و شرایط مداخله‌گر. همان قدر که عناصر بر جا مانده در ادراک محیطی و دوره تاریخی مهم و تاثیرگذار بودند، عوامل ناملموس همانند شرایط محیطی و مداخله‌گر و ارتباط عناصر با فضا نیز اثر داشت. به دلیل کمبود المان‌های ملموس باقی‌مانده در محیط چالش‌هایی در تصویرسازی ذهنی سیاح به‌وجود آمد که در برخی مناطق به آن شاره شد. این چالش در برخی مناطق که المان‌های محدود و یا ناشناس داشت بیش‌تر مورد بحث قرار گرفت؛ اما در دیگر مناطق، شرایط محیطی و عوامل ناملموس در حس مکان و تصویرسازی تاریخی سیاح در محیط کمک کرد. این عناصر اهمیت ویژه‌ای در تصویرسازی مکان و دوره تاریخی داشت. ارتباط بین روابط به‌دست آمده گویای این نظریه است که برای تصویرسازی و ادراک محیط‌های تاریخی، نیاز به مفاهیم و المان‌هایی است که شرایط موجود و کنونی در محیط را با داستان تاریخی آن در ارتباط قرار دهد. در نتیجه حس عوامل ناملموس در محیط به کالبد موجود و گذشته تاریخی معنا می‌بخشد و تصویری از شکوه دوره تاریخی را در ذهن سیاح می‌تواند ایجاد کند. این می‌تواند به تصویرسازی بهینه از محیط کمک کند.

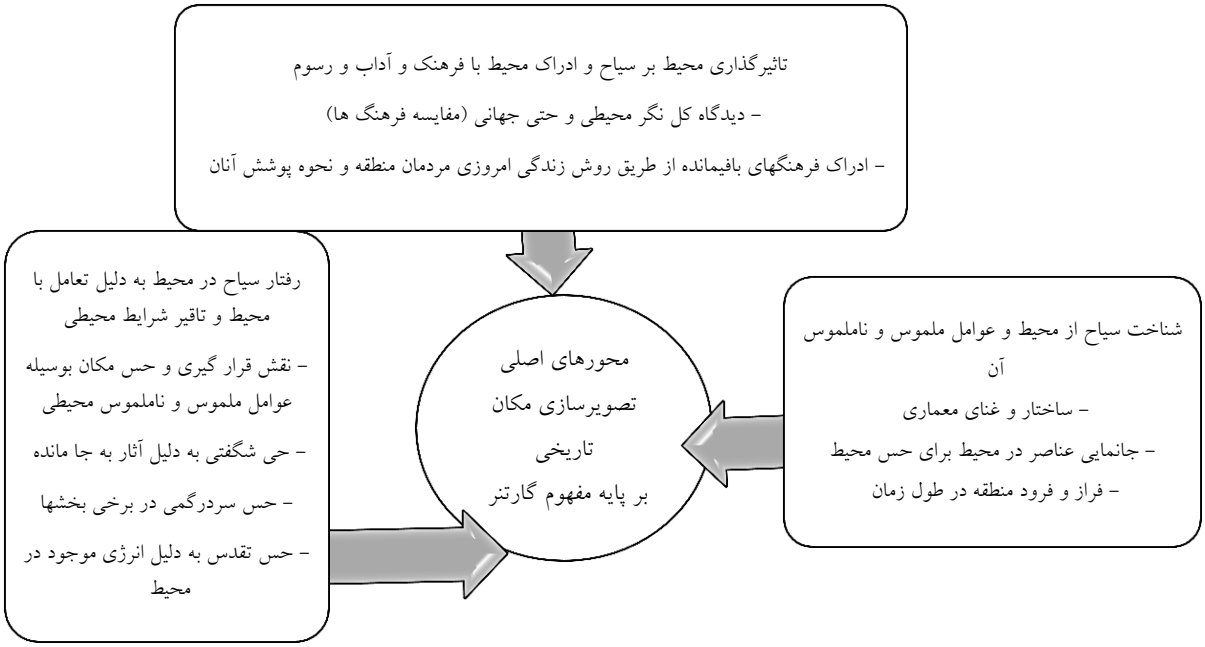
علی‌رغم آن‌که مفهوم تصویر مکان از دهه هفتاد میلادی مطرح شده (Gunn, 1972; Mayo, 1973; Hunt, 1975)، اما بررسی سفرنامه‌ها حاکی از نقش موثر تصویرسازی مکان به‌وسیله سیاحان برای معرفی سایت‌ها در سفرنامه‌ها است. با توجه به پیچیدگی ادراک فرد از محیط (Naoi et al., 2006) مفهوم تصویر مکان با چالش مواجه است. این مسئله در خصوص مکان‌های تاریخی که عوامل ملموس زیادی به‌جا نمانده است چالش کار را بیش‌تر می‌تواند کند؛ اما بررسی سفرنامه‌ها و تشابهات ادراکی میان سیاحان می‌توان به مفهوم کل‌نگر یا گشتالتی (Assaker and Hallak, 2013; Josiassen and Assaf, 2013; Josiassen et al., 2015) در تصویرسازی آن‌ها از محیط پی برد. بررسی نتایج به‌دست آمده از تصویرسازی مکان‌های تاریخی در سفرنامه‌ها نشانگر نقش عوامل ناملموس در ادراک محیط و دوره تاریخی مکان‌های موجود در محور مورد مطالعه دارد. با توجه به مراحل تصویرسازی مکان در مفهوم Gartner (1989, 1993, 1996)، اگر بخواهیم محدوده مورد مطالعه را بررسی کنیم می‌توانیم تصویر مکان ارائه شده توسط سیاحان و جهانگردان را این‌گونه دسته‌بندی کنیم:

در مراحل شناخت کلیه عوامل ملموس و ناملموس را که بیانگر ساختار منطقه، جانمایی‌ها و فراز و فرود منطقه بودند به فرد شناخت محیطی می‌داد. همچنین آگاهی که فرد از محیط داشت (از طریق خواندن مطالب مرتبط) چه قبل از سفر و چه در زمان بازدید، کمک به شناخت محیط می‌کرد. غنای بصری که محیط به فرد می‌داد نمایانگر معماری استادانه و جانمایی و ساختاری بود که بعد از گذشت قرن‌ها هنوز شکوهمند پابرجاست. در مرحله تاثیرگذاری سیاح اطلاعات را با عوامل فرهنگی و محیطی و ادراک او از این بخش از جهان مقایسه می‌کرد. شناختی که او از محیط به دست آورد کمک به درک آیین آن دوره، اسطوره‌ها، آداب‌ورسوم و حتی نحوه پوشش می‌کرد. این

Downloaded from geographical-space.iau-ahar.ac.ir at 20:18 IRDT on Wednesday April 24th 2024

مولفه‌های عاطفی که توسط Baloglu and McCleary (1999) و Zhang et al (2014) عنوان شده، تاثیر بر روی احساس و واکنش عاطفی او نسبت به محور مورد مطالعه می‌گذاشت. در مواردی سیاح حتی قادر به تصویرسازی وقایعی مانند تاج‌گذاری و یا نبرد جنگی بود. سیاح از محیط تاثیر می‌گرفت و این تأثیرگذاری‌ها به او کمک می‌کرد تا این محیط تاریخی را بهتر درک کند. او حتی قادر به مقایسه محیط با فرهنگ‌های مناطق دیگر جهان بود. این با مفهوم کل‌نگر Josiassen et al (2015) که تصویر مکان را ارزیابی کل‌نگر فرد از یک محیط می‌داند سازگار است زیرا در عین وجود تفاوت‌های ملموس فرهنگی به دنبال شباهت‌ها در محیط می‌گردد و به‌نوعی به دنبال وحدت فرهنگ‌ها نیز می‌باشد.

در مرحله رفتاری فرد به دنبال کشف معانی محیط، حس دوره تاریخی و لمس مکان می‌باشد. رفتار او در محیط به‌نوعی آمیخته با شگفتی از شکوه، حس تقدس محیط و رفتار محتاط در محیط به دلیل این تقدس و انرژی‌های موجود در فضا و ادراک شرایط محیطی است. تصویری که او از محیط به‌دست آورده بر رفتار او در محیط تاثیر گذاشته است. معانی مختلفی که در فضا موجود بود به فرد حس دعوت، خوشحالی و به‌طور کلی حس خوب در محیط را می‌داد؛ اما در بخش‌هایی به دلیل شرایط محیطی و کمبود عناصر ملموس محیط فرد احساس سردرگمی می‌کرد که این حس ترس، غم و اغتشاش فکری می‌داد. این موارد بیانگر تعامل سیاح با محیط تاریخی بوده که تجربه تاثیر مکان بر فرد و رفتار او می‌باشد. این موارد چه مثبت و چه منفی تاثیر معانی بر تصویرسازی ذهنی فرد از فضای تاریخی است (شکل ۷).

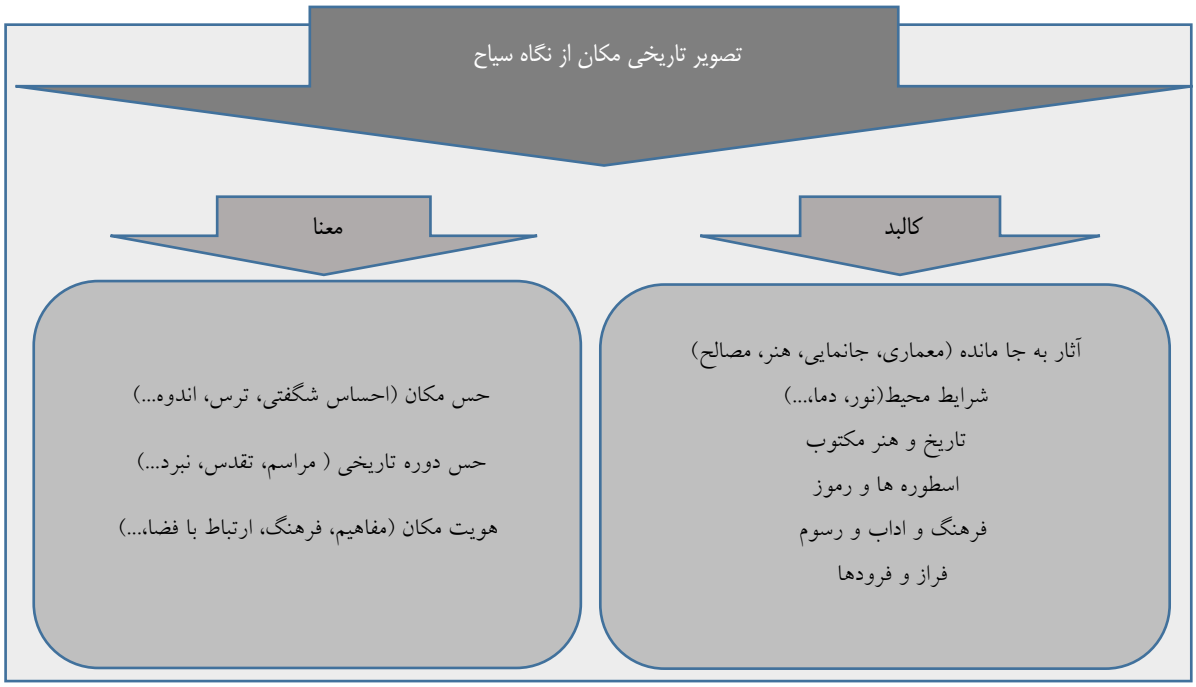


شکل ۷: محورهای اصلی تصویرسازی در محور مورد مطالعه بر اساس تعریف گارتنر

Figure 7: The main axes of illustration for the case study based on Gartner's definition

Downloaded from geographical-space.iau-ahar.ac.ir at 20:18 IRDT on Wednesday April 24th 2024

با نگاهی به کدگذاری‌های انجام شده در این تحقیق می‌توان دریافت که مفهوم تصویر مکان برای مکان‌های تاریخی که دارای ویژگی‌های ناملموس می‌باشند نیازمند مولفه‌های تکمیلی می‌باشد. این مولفه‌ها گویای حس عوامل ناملموس در محیط بوده که کمک به تصویرسازی مکان‌های تاریخی در ذهن سیاح کرد و به کالبد بر جای مانده معنا بخشید (شکل ۸).



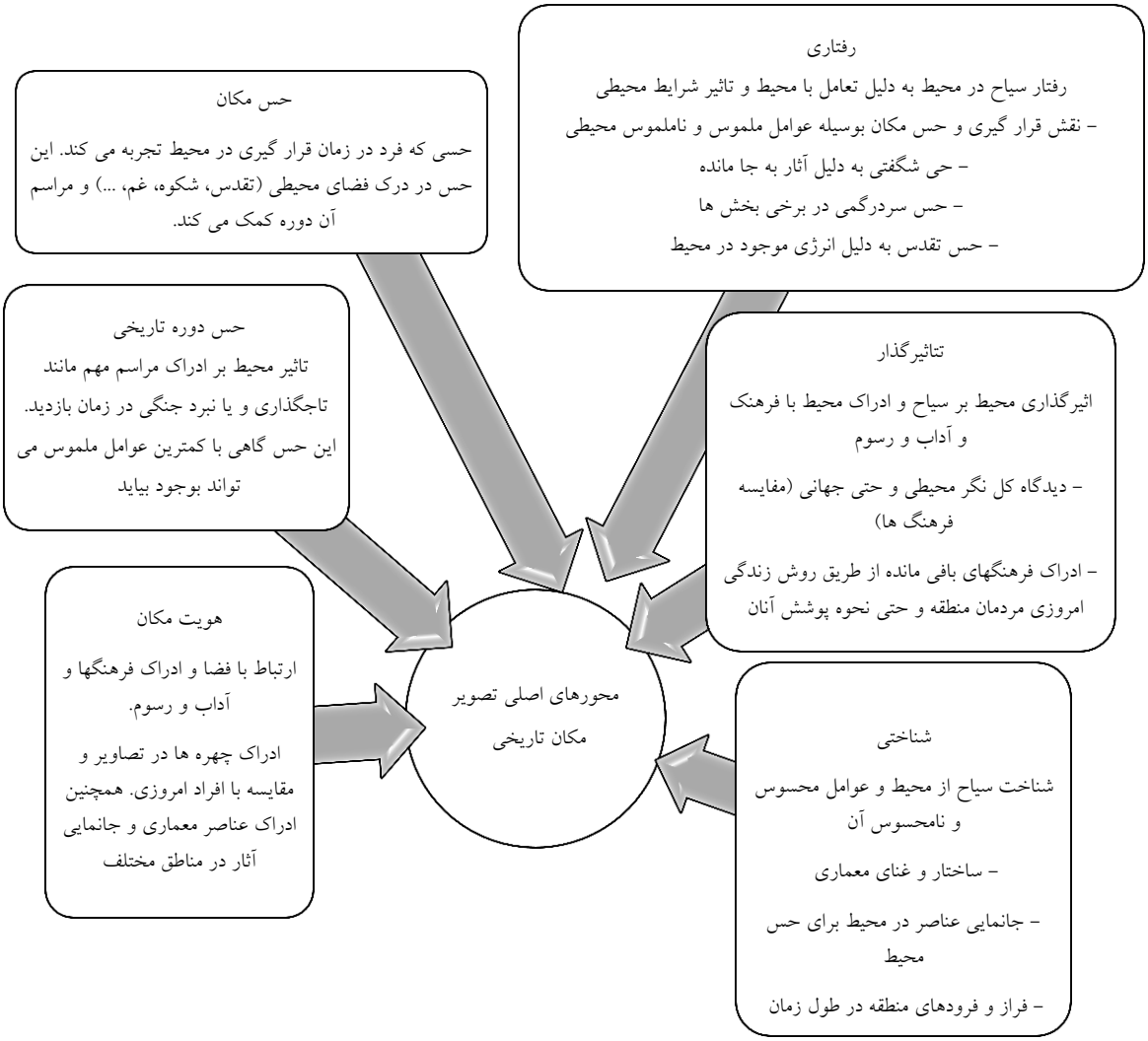
شکل ۸: عوامل اصلی اثرگذار در تصویرسازی سیاحان از محدوده مورد مطالعه

Figure 8: The main influencing factors for illustrating sites in the case study travelogues

نتایج بررسی نشان می‌دهد که در تحلیل‌های جهانگردان از سایت‌های تاریخی می‌تواند به الگوی مشخصی دست یافت که در شکل (۷ و ۸) ارایه شده است. این موضوع تایید فرضیه اول این تحقیق به‌شمار می‌آید. در بررسی سفرنامه‌های موجود در خصوص محور مورد مطالعه، عوامل ناملموس محیطی تاثیر مهمی در ادراک محیط و تصویرسازی دوره هخامنشی در ذهن بازدید کننده داشت. حال اگر بخواهیم برای ادراک سیاحان از محیط تاریخی به یک مدل مفهومی برسیم باید شاخصه‌های تصویر مکان را مورد بررسی قرار دهیم. با توجه به عناصر تشکیل دهنده تصویر مکان گارتنر، سه جزء سلسله مراتبی برای تصویرسازی را در ذهن بازدید کننده به‌وجود می‌آورد. حال آن‌که بر پایه نتایج به‌دست آمده این تحقیق این اجزاء برخی ملموس و برخی ناملموس بودند. آثار باقی‌مانده اگر چه تصویر شکوه آن دوره را به همراه داشت، اما نیاز به عوامل ناملموس به‌صورت مداخله‌گر بود تا بتواند در تصویرسازی دوره تاریخی، حس آن مکان و ادراک هویت آن مکان به همراه با آیین و آداب رسوم دوره را برای بازدیدکننده کمک کند. این عوامل ناملموس نقش مهمی را در تصویرسازی این مکان برای سیاح به همراه داشت. بر این مبنا الگوی به‌دست آمده با تصویر مکان ارایه شده مانند تصویر مکان گارتنر، همراستا است. ضمن این‌که در این

Downloaded from geographical-space.iau-ahar.ac.ir at 20:18 IRDT on Wednesday April 24th 2024

تصویر ابعادی وجود دارد که فراتر از تصویر مکان ارایه شده در مدل‌های نوین است. مهم‌ترین نکته در این مدل تاکید بر ابعاد ناملموسی است که در تصویر مکان مدل‌های جدید کم‌تر به آن پرداخته شده است (شکل ۹). به این ترتیب فرضیه دوم نیز تاکید می‌گردد.



شکل ۹: محورهای تشکیل‌دهنده تصویر تاریخی

Figure 9: Axes that form the historical image

از موارد قابل تامل در این تحقیق، تشابهات ادراکی سیاحان از محور مورد مطالعه و تصویرسازی مشابه آنان در زمان بازدید بود. این سیاحان از کشورهای مختلف و با پیشینه شغلی متفاوت بودند؛ اما ادراک آن‌ها از محیط و تصویرسازی آن‌ها از محیط تشابهات زیادی داشت. آن‌ها حس مکان مشابهی را تجربه کردند که گویای نقش موثر ویژگی‌های ناملموس محیط در تصویرسازی گذشته تاریخی و ادراک محیط و حتی در مواردی مقایسه آن با شرایط امروزی می‌باشد. همچنین می‌تواند گویای مفهوم کل‌نگر یا گشتالتی (Assaker and Hallak, 2013; Josiassen and

Downloaded from geographical-space.iau-ahar.ac.ir at 20:18 IRDT on Wednesday April 24th 2024

(Assaf, 2013; Josiassen et al., 2015) نیز باشد که بازدید کننده در جستجوی آن در زمان بازدید می‌باشد. همچنین علی‌رغم آن‌که Liang et al (2021) بر این عقیده‌اند که نمی‌توان برای تصویر مکان مفهوم واحدی داشت، اما با نگرش کل‌نگر و الگوی تشابهات افراد در محیط می‌توان به عناصری دست یافت که در تصویرسازی مکان کم و بیش می‌توانند از الگوی یکسانی پیروی کنند. این می‌تواند شاخص مهمی باشد تا در برنامه‌ریزی‌های گردشگری و سناریوهای اجرایی مورد استفاده قرار گیرد.

نتیجه‌گیری

هدف از این تحقیق بررسی ادراک سیاحان از سایت‌های تاریخی به‌منظور بررسی احتمال کشف مدل احتمالی از تصویرسازی مکان‌های تاریخی توسط سیاحان بود. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد ادراک و تصویر سیاحان از مکان تاریخی از الگوی خاصی تبعیت می‌کند. الگوی مذکور متشکل از شش محور بنیادین است که شامل هویت مکان، حس دوره تاریخی، حس مکان، الگوی رفتاری، عوامل تاثیرگذار و عوامل شناختی است. مقایسه این الگو با مدل‌های پیشنهادی مانند مدل گاتنر نشان می‌دهد که آنچه به‌دست آمده به‌مراتب کامل‌تر از آن چیزی است که در مفاهیم و مدل‌های موجود تاکنون ارایه شده است. برجسته‌ترین نکته در این مدل عبارت از معنا دادن به کالبد موجود در سایت‌های تاریخی است که توجه به حس دوره تاریخی می‌کند، موضوعی که اساسا در مدل‌های علمی مورد بی‌مهری قرار گرفته است. این مدل می‌تواند در سناریوهای پیشنهادی برنامه‌ریزی بلندمدت صنعت گردشگری مورد استفاد قرار گیرد. بدین صورت که با استفاده از داده‌های جمع‌آوری شده برای هر مکان تاریخی، تصویر مکان تاریخی برای برنامه‌های گردشگری کاربردی‌تر خواهد بود و آمایش محیط برای برنامه‌ریز بهینه با کم‌ترین ضرر به محیط انجام خواهد پذیرفت. در برنامه‌ریزی‌های مورد نیاز در این صنعت رو به رشد، تصویر مکان می‌تواند در بازاریابی گردشگری مورد استفاده قرار گیرد. در مکان‌های تاریخی که آثار ملموس بر جا مانده ممکن است حق مطلب را درباره شکوه دوره ادا نکند، هرچه عوامل ناملموس مشابه و الگوی ادراکی به‌دست آمده از داده‌ها مدل پیشنهادی بیش‌تر باشد ادراک محیط برای برنامه‌ریز و بازدیدکننده بیش‌تر خواهد بود. البته باید متذکر شد که این بررسی مستند به یک نمونه موردی است. برای دست‌یابی به مدلی جامع‌تر نیاز به مطالعات گسترده در سایت‌های تاریخی بیش‌تر و در نقاط مختلف جغرافیایی است.

Downloaded from geographical-space.iau-ahar.ac.ir at 20:18 IRDT on Wednesday April 24th 2024

References

- Ageeva, E., Foroudi, P., (2019), "Tourists' destination image through regional tourism: From supply and demand sides perspectives", ***Journal of Business Research***,101: 334-348.
- Al-Ansi, A., Han, H., (2019), "Role of halal-friendly destination performances, value, satisfaction, and trust in generating destination image and loyalty", ***Journal of Destination Marketing and Management***, 13: 51-60.
- Arnegger, J., Herz, M., (2016), "Economic and destination image impacts of mega-events in emerging tourist destinations", ***Journal of Destination Marketing and Management***, 5 (2): 76-85.
- Assaker, G., Hallak, R., (2013), "Moderating effects of tourists' novelty-seeking tendencies on destination image, visitor satisfaction, and short- and long-term revisit intentions", ***Journal of Travel Research***, 52 (5): 600-613.
- Avraham, E., Ketter, E., (2017), "Destination image repair while combatting crises: tourism marketing in Africa", ***Tourism Geographies***, 19 (5): 780-800.
Baloglu, S., McCleary, K. W., (1999), "A model of destination image formation", ***Annals of Tourism Research***, 26 (4): 868-897.
- Beerli, A., Martín, J., (2004), "Tourists' characteristics and the perceived image of tourist destinations: A quantitative analysis-A case study of Lanzarote, Spain", ***Tourism Management***, 25 (5): 623-636.
- Burch, S., (2008), "***Pluralising pasts: Heritage, identity and place in multicultural societies***", Pluto Press: London.
- Charmaz, K., (2015), "Constructing grounded theory (Introducing qualitative methods series)", 2nd Edition, SAGE: London.
- Dela Santa, E., Tiatco, S. A., (2019), "Tourism, heritage and cultural performance: Developing a modality of heritage tourism", ***Tourism Management Perspectives***, 31: 301-309.
- Echtner, C. M., Ritchie, J. R. B., (1991), "The meaning and measurement of destination image", ***Journal of Tourism Studies***, 2: 2-12.
- Eid, R., Elbanna, S., (2018), "A triangulation study to assess the perceived city image in the Arab Middle East context: The case of Al-Ain in the UAE", ***Tourism Planning & Development***, 15: 118-133.
- Folgado-Fernández, J. A., , Hernández-Mogollón, J. M., Duarte, P., (2017), "Destination image and loyalty development: The impact of tourists' food experiences at gastronomic events", ***Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism***, 17 (1): 92-110.
- Gartner, W. C., (1989), "Tourism image: Attribute measurement of state tourism products using multidimensional scaling techniques", ***Journal of Travel Research***, 28 (2): 16-20.
- Gartner, W. C., (1993), "Image formation process", ***Journal of Travel & Tourism Marketing***, 2 (2-3): 191-215.
- Gartner, W. C., (1996), "***Tourism development: Principles, Policies, and Policies***", New York: Van Nostram Reinhold pub.
- Graham, B., Ashworth, G. J., Tunbridge, J. E., (2000), "***The tourist-historic city; retrospect and prospect of managing the heritage city***", Oxford: Elsevier.
- Gunn, C., (1972), "***Vacationscape: Designing tourist regions. Bureau of Business Research***", University Austin of Texas pub.
- Habibi, R. S., (2009), "Mental image and the concept of place", ***Fine Arts Quaterly Magazine***, 35: 1-39. [in Persian].

Downloaded from geographical-space.iau-ahar.ac.ir at 20:18 IRDT on Wednesday April 24th 2024

- Hargrove, C., (2002), "Heritage tourism", ***Cultural Resource Management***, 25 (1): 10-11.
- Hunt, J., (1975), "Image as a factor in tourism development", ***Journal of Travel Research***, 1 (3): 1-7.
- Ismagilova, G., Safiullin, L., Gafurov, I., (2015), "Using historical heritage as a factor in tourism development", ***Procedia-Social and Behavioral Sciences***, 188: 157-162.
- Josiassen, A., Assaf, A. C., (2013), "Look at me-I am flying: The influence of social visibility of consumption on tourism decisions", ***Annals of Tourism Research***, 40: 155-175.
- Josiassen, A., Assaf, A. C., Woo, L., Kock, F., (2015), "The imagery-image duality model: An integrative review and advocating for improved delimitation of concepts", ***Journal of Travel Research***, 55 (6): 789-803.
- King, C., Chen, N., Funk, D. C., (2015), "Exploring destination image decay: A study of sport tourists' destination image change after event participation", ***Journal of Hospitality and Tourism Research***, 39 (1): 3-31.
- Liang, F., Pan, Y., Gu, M., Guan, W., Tsai, F., (2021), "Cultural tourism resource perceptions: analyses based on tourists' online travel notes", ***Sustainability***, 13 (519): 1-13.
- Mayo, E. J., (1973 August), "Regional images and regional travel behaviour, Research for changing travel patterns: Interpretation and utilization", In the Travel Research Association Fourth Annual Conference Proceedings, pp. 211-218.
- McTaggart, E., (1908), "The unreality of time", Mind, ***A Quarterly Review of Psychology and Philosophy***, 68 (17): 457-474.
- Naoi, T., Airey, D., Iijima, S., Niininen, O., (2006), "Visitors' evaluation of an historical district: repertory grid analysis and laddering analysis", ***Tourism Management***, 27 (3): 120-136.
- Naoi, T., Airey, D., Iijima, S., Niininen, O., (2007), "Towards a theory of visitors' evaluation of historical districts as tourism destinations: Frameworks and methods", ***Journal of Business Research,*** 60 (4): 396-400.
- Nyaupane, P., (2019), "Cultural heritage tourism management in Pashupatinath area", ***Nepalese Culture***, 8: 95-106.
- Park, S. H., Hsieh, C. M., Lee, C. K., (2017), "Examining chinese collage students' intention to travel to Japan using the extended theory of planned behaviour: Texting destination image and the mediating role of travel constraints", ***Journal of Travel and Tourism Marketing***, 34: 113-131.
- Poria, Y., Butler, R., Airey, D., (2003), "The core of heritage tourism", ***Annals of Tourism Research***, 30 (1): 238-254.
- Pritchard, M. P., (1998), "Responses to destination advertising: Differentiating inquiries to a short, getaway vacation campaign", ***Journal of Travel and Tourism Marketing***, 7 (2): 31-51.
- Richards, G., (2018), "Cultural tourism: A review of recent research and trends", ***Journal of Hospitality and Tourism Management***, 36: 12-21.
- Royo-Vela, M., (2009), "Rural-cultural excursion conceptualization: A local tourism marketing management model based on tourist destination image measurement", ***Tourism Management***, 30 (3): 419-428.
- Sing'Ambi, E., Lwoga, N. B., (2018), "Heritage attachment and domestic tourists' visits to historic sites", ***International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research***, 12 (3): 310-326.
- Strauss, A., Corbin, J. M., (1997), "***Grounded theory in practice***", Sage Pub: london.
- Stepchenkova, S., Mills, J. E., (2010), "Destination image: A meta-analysis of 2000-2007 research", ***Journal of Hospitality Marketing and Management,*** 19 (6): 575-609.

Downloaded from geographical-space.iau-ahar.ac.ir at 20:18 IRDT on Wednesday April 24th 2024

- Stylidis, D.,Terzidou, M., (2014), "Tourism and the economic crisis in Kavala, Greece", ***Annals of Tourism Research***, 44: 210-226.
- Stylos, N., Vassiliadis, C. A., Bellou, V., Andronikids, A., (2016), "Destination images, holistic images and personal normative beliefs: Predictors of intention to revist a destination", ***Tourism Management***, 53: 40-60.
- Talebian, M. H., Khojandi, Gh., Karimi, M., (2015), "***Persepolis in travelogue of tourists***", Shiraz: Navid Pub. [in Persian].
- Tapachai, N., Waryszak, R., (2000), "An examination of the role of beneficial image in tourist destination selection", ***Journal of Travel Research***, 39 (1): 37-44.
- Tavakoli, A., (2010), "The assessment of continuous indicators in explaining the identity of Lalehzar Street spaces in Tehran", ***Journal of Architect, Urban Design & Urban Planning***, 3 (2): 1-70. [In Persian].
- Tavasoli Ara, F., Talischi, GH., Mousavi, S. J., Rezai, N., (2021), "The role of architectural representation on the formation of the mental image of tourist destination (Case study: Traditional-dwellings in the data theory method)", ***Housing And Rural Environment***, 173: 149-161. [In Persian].
- Timothy, D. J., (2011), "***Cultural heritage and tourism: An introduction***", Bristol: Channel View Pub.
- Wadeecharoen, W., Lertnaisat, R., Lertpiromsuk, S., Teekasap, P., (2020), "Thailand cultural image and destination image through the perception of British tourists", ***Journal of European Studies***, 26 (2): 1-33.
- Wang, S. Y., (2011), "In search of authenticity in historic cities in transformation: the case of Pingyao, China", ***Journal of Tourism and Cultural Change***, 9 (1): 18-30.
- UNESCO (2021), Retrieved from: https://whc.unesco.org/en/statesparties/ir
- Zhang, H., Fu, X., Cai, L. A., Lu, L., (2014), "Destination image and tourist loyalty: A meta-analysis", ***Tourism Management***, 4: 213-223.