



DOI:10.52547/GeoSpa.22.3.133

مهمتا صارمی<sup>۱</sup>  
\*حسن دارابی<sup>۲</sup>  
محمد جواد امیری<sup>۳</sup>  
غلامرضا نبی بیدهندی<sup>۴</sup>  
هما ایرانی بهبهانی<sup>۵</sup>

## واکاوی الگوی ادراک جهان گردان تاریخی از سایت‌های تاریخی نمونه موردي محور تاریخی پاسارگاد- تخت جمشيد

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۶/۰۹      تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۰/۰۶

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 این که 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 ۶۵ 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.

E-mail: darabih@ut.ac.ir

۲- دانشکده محیط زیست، دانشگاه تهران. (نویسنده مسئول).

۳- دانشکده محیط زیست، دانشگاه تهران.

۴- دانشکده محیط زیست، دانشگاه تهران.

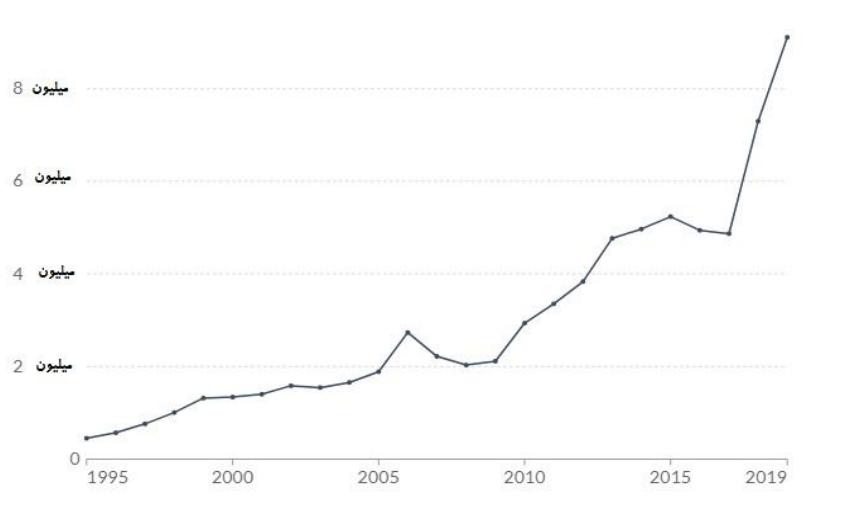
۵- دانشکده محیط زیست، دانشگاه تهران.

ممکن است کمتر توجه شده باشد. لذا نتایج به دست آمده می‌تواند به عنوان مبنای 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 روايات 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 سرچه‌های تاریخی و فرهنگی آن‌ها را به جستجوی حس رویداد و یا موقعیت واقعی حدث شده در گذشته و می‌دارد. در میان کشورهای دارای آثار و مکان‌های تاریخی، ایران ۲۴ اثر ثبت شده میراث فرهنگی و ۲ اثر ثبت شده میراث طبیعی در فهرست میراث جهانی و ۶۱ 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 عموماً سیر صعودی داشته است اما براساس آمار سازمان جهانی گردشگری سهم بازدید از ایران در سال ۲۰۱۹ و قبل از شیوع کرونا 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 عموماً 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.



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 سایت های تاریخی به رخدادها و وقایع در مکان خاص تاکید دارند که ریشه در گذشته دارند. بنابراین بیش از این که محتوای فیزیکی سایت اهمیت داشته باشد، موضوعات و رخدادها و پدیدارهای غیرمادی حائز اهمیت هستند. در نتیجه آثار بر جای مانده به تنها بی مدنظر نبوده بلکه بستر تاریخی که آثار در آن قرار دارد موضوعی کلیدی به شمار می آید. آثار به جای مانده نشان زدهای از گذشته هستند. ضمن این که بسیاری از رخدادها الزاماً مشخصه های مادی نداشته و ناملموس به شمار می آیند (Beerli and Martin, 2004; Stylos et al., 2016). با توجه به اهمیت ابعاد ناملموس توأم با آثار فیزیکی باقی مانده در سایت های تاریخی، به نظر می رسد که در مطالعات ارایه شده در خصوص بازنمایی تصویر سایت های تاریخی تمام ابعاد معرف یک مکان تاریخی به خوبی ارایه نمی شود. 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 برنامه ریزی می شود که نتیجه آن ایجاد چالش در خروجی برنامه و متعاقباً 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 دست یابی شاخص های موثر در مدیریت و برنامه ریزی بلندمدت کمک خواهد کرد. همین امر یکی از عللی است که این مطالعه انجام شده است. در میان افراد علاقمند به بازدید از مکان های تاریخی، جهانگردان و سیاحانی که از سایت های تاریخی بازدید کرده و بعض از گزارش سفر خود را تحت عنوان سفرنامه را بر جای گذاشته اند. این سفرنامه ها با توجه به ماهیت و اطلاعات ارایه شده حاوی داده های ارزشمندی هستند که می تواند در بازشناسنامه تصویر مکان های تاریخی نقش شایانی ایفا کنند. بر همین مبنای این تحقیق سفرنامه های تاریخی را مبنای مطالعه قرار داده است و تلاش می کند تصویر ارایه شده توسط جهانگردان مورد واکاوی قرار گیرد. در همین راستا سوال اساسی طرح شده عبارت است از

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 مبنای 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 جهان‌گران 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 می‌کند 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. (Naou 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 توأم با عوامل غیر فیزیکی در شکل‌گیری تصویر افراد از سرچه‌های 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 سرچه‌های 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).

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 et 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 می‌توانند بیشتر شود. (2019) Nyaupane به برخی از عوامل ناملموس اشاره می‌کند و (Tavakoli, 2010)، اشاراتی در خصوص هویت تداوم یافته تاریخی و رابطه مقابله 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 می‌کند. 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 می‌توانند بر تصویرسازی ذهنی آن‌ها از منطقه‌ای با عناصر محدود تاریخی داشته و آیا با بررسی نوشه‌های آنان در مورد این مکان‌های تاریخی، می‌توان به الگوی نسبتاً واحدی دست یافت با تشابهات ادراکی تا در مفهوم تصویر مکان تاریخی به کار 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 به عنوان 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 Royo-Vela, 2010). بر این اساس، این مفهوم تحت تأثیر طیف گسترده‌ای از شاخص‌ها قرار می‌گیرد (Mills, 2009). علاوه بر این، تصویر مکان در رشته‌های مختلفی مانند برنامه‌ریزی گردشگری (Ageeva and Foroudi, 2009)، بازاریابی و برندهای تجاری (Avraham and Ketter, 2019)، آمایش جاذبه‌ها (Folgado-Fernandez et al., 2017)، بازاریابی (Folgado-Fernandez et al., 2017)، رفتار گردشگری (Park et al., 2017)، تفکیک روانشناختی (Styliidis and Terzidou, 2014) و همچنین رضایتمندی و وفاداری در میان گردشگران (Al-Ansi and Han, 2019) مورد استفاده قرار می‌گیرد. Gartner (1996, 1993, 1989) به مفاهیم متفاوتی از تصویر مقصد اشاره دارد و معتقد است تصویر مقصد به وسیله سه جزء مرتبط سلسله مراتبی: شناختی، عاطفی و رفتاری (سازنده) به وجود می‌آید. مولفه شناختی<sup>6</sup> اشاره به اعتقادات و دانشی دارد که گردشگر از ویژگی‌های یک مقصد گردشگری دارد. مولفه‌های عاطفی<sup>7</sup> به وسیله پاسخ‌های احساسی و واکنش‌های عاطفی نسبت به ویژگی‌های مختلف یک مکان معرفی می‌گردد (Baloglu and McCleary, 2014: (Zhang et al., 2014)). جنبه رفتاری<sup>8</sup> تصویر مقصد در پی آشکارسازی رفتار گردشگران است (999).

6- Cognitive Component

7- Affective Component

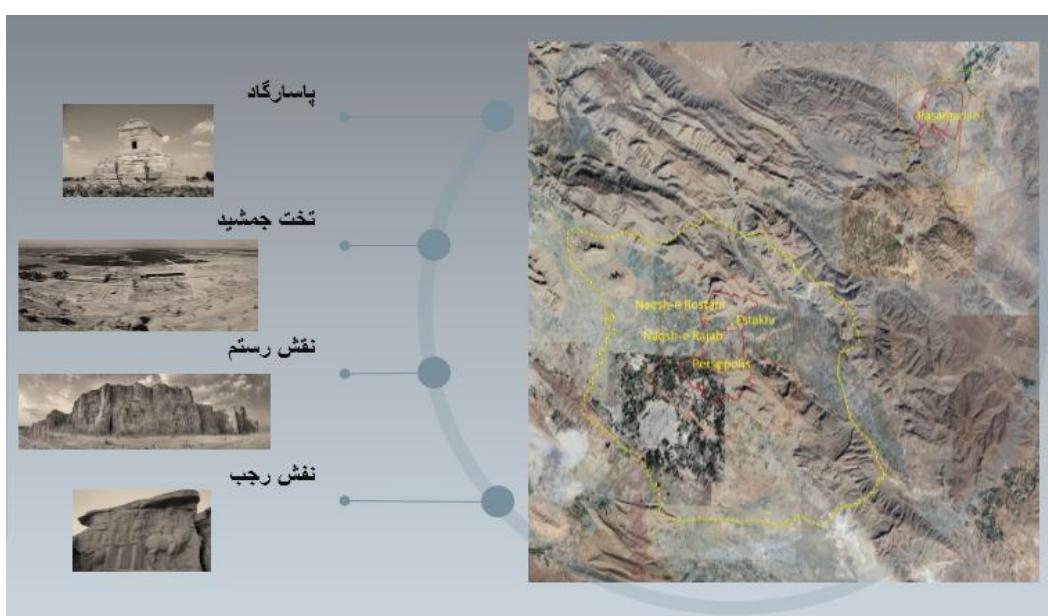
8- Conative Aspect

## 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, 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 به عنوان یک ارزیابی کلی از یک مقصد تلقی می‌کنند و آن را به عنوان 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

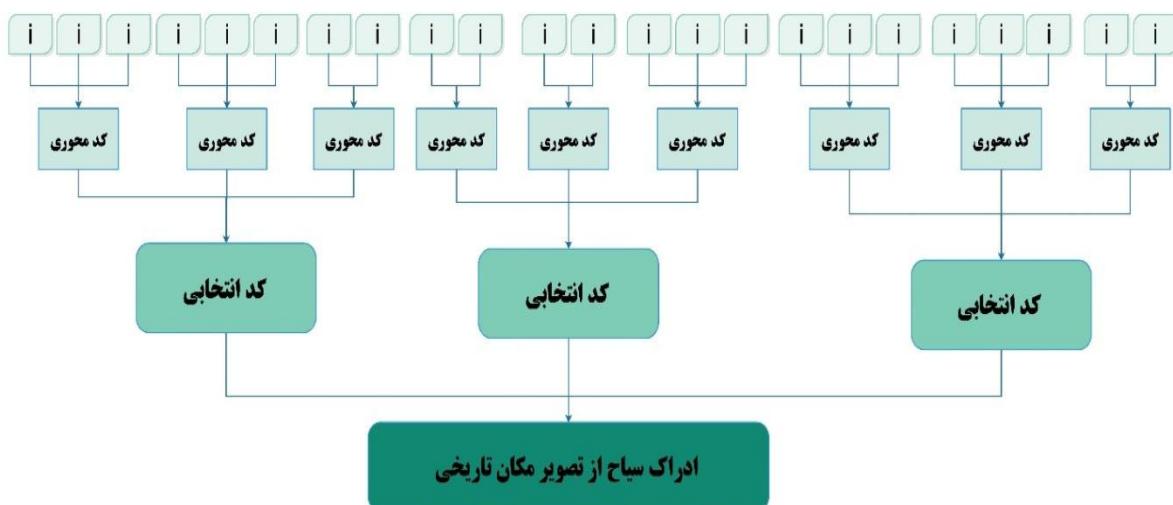
Figure 2: Historical Sites in the Persepolis Pasargadae historical range

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 به صورت 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 به عنوان منبع اطلاعاتی مهم مورد استفاده قرار می‌گیرد. لذا با توجه به تعدد سفرنامه‌های نگاشته شده در مورد این منطقه، محدوده مذکور به عنوان محدوده مکانی مطالعه انتخاب شده است.

### مواد و روش‌ها

این تحقیق کیفی با رویکرد توصیفی از نظر روش‌شناسی مبتنی بر نظریه زمینه‌ای<sup>۹</sup> 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: شماتیک 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

### کدگذاری باز در این تحقیق

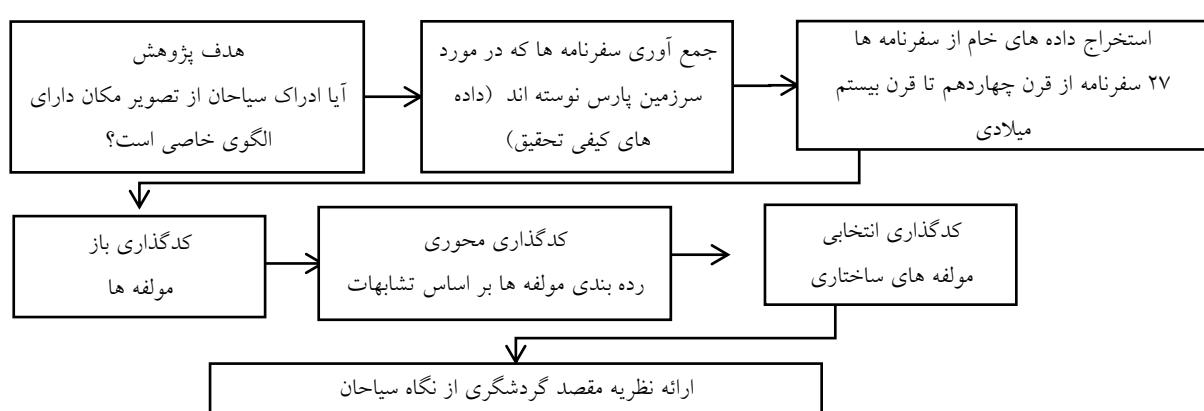
در ابتدا مفاهیم استخراج شده از سفرنامه‌ها، به صورت باز کدگذاری و دسته‌بندی شد. دسته‌بندی مولفه‌ها با هدف پژوهش بر اساس ارتباط مفاهیم با موضوع اصلی تحقیق که ادراک تصویر مکان تاریخی در ذهن سیاح است انجام پذیرفت و برای این منظور مفاهیم در خصوص تصویر مقصود که گویای رابطه سیاح با محیط تاریخی و برداشت او از 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 به دست آمده به عنوان 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 به عنوان نتیجه پدیده انجام پذیرفت. بدین صورت که عناصری که گویای محورهای مورد بحث بود گروه‌بندی شده و محورهای ساختاری به دست آمد. با توجه به عوامل تشکیل دهنده تصویر مکان‌های تاریخی و محورهای به دست آمده، از طریق کدگذاری انتخابی محورهای تشکیل دهنده تصویر مکان در محور مورد مطالعه بود به دست 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 به دست 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 (۴) ارائه شده است.



شکل ۴: فرآیند پژوهش

Figure 4: Research process

در این تحقیق برای ادراک سیاحتان 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 اویله سفرنامه‌هایی که در خصوص مناطق تاریخی در محور مورد مطالعه این تحقیق پرداخته بودند جمع‌آوری شد. تعداد بیست و هفت 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 اویله

Table 1- Primary data sources

نام منبع	دوره تاریخی	عنوان سفرنامه	کشور
ادریک او دریکو دا پاردنونه	قرن چهاردهم میلادی	"سفرنامه کلاویخو"	ایتالیا
روی گونزالس د کلاویخو	قرن پانزدهم میلادی	"سفرها به تانا و پرشیا"- "سفرنامه ونیزیان در ایران"	اسپانیا
جوزفا باریارو	قرن پانزدهم میلادی	"پنجمین سفر- استاد جفری داکت به ایران- لندن"	ونیز، ایتالیا
جفری داکت	قرن شانزدهم میلادی	"سفری به باغ شاهی"	انگلیس
هاینریش فن پوزر	قرن هفدهم میلادی	"سفرنامه پیترو دلاواله"	آلمان
پیترو دلاواله	قرن هفدهم میلادی	"سفرنامه فیگوڑوا"	رم، ایتالیا
دن گارسیا دسیلو فیگوڑوا	قرن هفدهم میلادی	"حکایت چند سال مسافرت... به آفریقا و بخش اعظم آسیا به خصوص سرزمین پادشاهی ایران"	اسپانیا
سرنوماس هربرت	قرن هفدهم میلادی	"سفرنامه خاوری"	انگلیس
یوهان آبرشت فون ماندلسلو	قرن هفدهم میلادی	"سفرنامه تارونیه"	آلمان
ژان پائتیست تارونیه	قرن هفدهم میلادی	"زیبایی های ایران"	فرانسه
آندره دولیه دلند	قرن هفدهم میلادی	"سفرهای پر مخاطره"	هلند
جان حانسون استرویس	قرن هفدهم میلادی	سفرنامه دارای ۷ گراور مانند آرامگاه داریوش در نقش رستم	فرانسه
ژان ته ونو	قرن هفدهم میلادی	"سفرنامه شاردن"	فرانسه
ژان شاردن	قرن هفدهم میلادی	"سفرنامه کمپفر"	آلمان
انگلبرت کمپفر	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	"صناع قدیم ایران"- "ایران، کلده و شوش"	فرانسه
ادوارد گرنویل براون	قرن نوزدهم میلادی	"یک سال در میان ایرانیان"	انگلیس
کیاش	قرن نوزدهم میلادی		هنگ

## ادامه جدول ۱- منابع داده‌های اولیه

Continue of Table 1- Primary data sources

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

## 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 نوشه‌های سیاحان که به مکان‌های تاریخی در محور مورد مطالعه اشاره کرده بودند استخراج و مقولات به دست آمده از هر سفرنامه به صورت کاملاً آزاد کدگذاری گردید. نتایج این کار در جدول (۲) ارایه شده است. در این مرحله ۷۷ مقوله اولیه شناسایی و بهترتب 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 تباش شده
۱۴	- انتخاب مصالح برای استقامت آثار
۱۵	- حس تقدس مکان
۱۶	- 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)

## ادامه جدول ۲- نتایج کدگذاری

Continue of table 2- Coding results

شماره کد	مفهوم
۱۱۱	- وجود گورها بر روی صخره های بلند با ارتفاع زیاد و درب های قطور با سنگ های سنگین
۱۱۲	- ماندگاری آثار
۱۱۳	- ایرانیان همانند غربیان شوق و اشتیاق دیدن آثار را ندارند
۱۱۴	- تصویر وضع لباس شاهان و آرایش آنان ساده و نجیبانه است
۱۱۵	- شیر را قدرت ملوکانه می دانند
۱۱۶	- وضع نامناسب هوا در تحت 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 (لباس ها و هیکل حیوانات)
۱۲۱	- بیم از آنکه اجرازه ورود ندهند (به دلیل تقدس مکان)
۱۲۲	- وجود آثار نفیس و اطلاعات در خرابه ها
۱۲۳	- تنوع در پوشش افراد در تصاویر که معرف افراد از کشورهای مختلف با تنوع در وضعیت آب و هوایی بوده
۱۲۴	- استحکام در حین سادگی
۱۲۵	- معنای رمز در تصاویر حیوانات
۱۲۶	- لباس افراد در منطقه هنوز مانند لباس و سرپوش موجود در تصاویر است (مانند استفاده از لباس هایی که شاپور در نقش رستم پوشیده است)
۱۲۷	- ادراک روحیه سربازان از طریق تصویر (حس تالم و زاری آزان)
۱۲۸	- دیدگاه تلفیق واقعیت و افسانه و حقیقت و روایا
۱۲۹	- جانمایی دلپذیر و عظیم ترین طراحی که معماری آن را درک کرده است مانند صحنه آمفی تئاتر
۱۳۰	- احساس غم نسبت به نابودی اثر
۱۳۱	- معروف ترین ویرانه های تاریخی امروزه در ایران و جهان
۱۳۲	- حس سرگردانی و ترس از انگاشتش فکری در بخشی از منطقه
۱۳۳	- شکوه آثار با تنوع رنگ ها و آرام بخشی در منظر طبیعی
۱۳۴	- تشییه قبرهای تابوت مانند به تابوت مصریان قدیم
۱۳۵	- شخصیت های قهرمانانه و غول پیکر در حماسه های ایرانی (همانند دیگر کشورها)
۱۳۶	- عدم درک واقعه تاریخی توسط تصاویر (نیو نوشته)
۱۳۷	- وجود منع کالاهای تجملی شرق را افسانه ای و فریبende اما چاشنی زندگی می داند
۱۳۸	- تصاویر حجاری شده با مهارت محیر العقول (تصاویر را واقعی و جاندار مجسم می کند)
۱۳۹	- توصیف تصاویر خوش منظره به تابلو نقاشی
۱۴۰	- توصیف داستان شهر و شرح دلایل انحلال
۱۴۱	- مضمون جنگ میان نیکی و بدی در تصویر شیر و گاویش در جنگ
۱۴۲	- تشییه تصاویر مریوط به نوروز به معبدی در مصر (البته نوع مراسم متفاوت است)

## ادامه جدول ۲- نتایج کدگذاری

Continue of table 2- Coding results

شماره کد	مفهوم
۱۴۳	- توصیف تصاویر خوش‌منظمه به دلپذیری سفر
۱۴۴	- ادراک دور اندیشه و محاطه بودن سربازان از طریق نوع پوشش آنان
۱۴۵	- حیرت‌آورترین هنر
۱۴۶	تصویر کشی ذهنی صحنه جنگ و دیدن پیروزی پارسیان بر مدها در این جنگ
۱۴۷	- قرارگیری و جانمایی با دقت نظر که حاصل اقدار شاهان آن زمان بوده
۱۴۸	- ادراک سلیقه شاهان به‌وسیله گیاهان انتخاب شده که سازگار با اب و هوا و محیط بوده
۱۴۹	- شک در مورد داستان تصاویر زیرا دور از دوران مدرن و آداب و رسوم مدرن است
۱۵۰	- حس مقایسه قصر آپادانا با قصه‌های موجود در زمان بازدید
۱۵۱	- تابش نور خورشید و گرمای محیط وجود مگس تداعی شرایط محیط و ادراک تصویر
۱۵۲	- استفاده از شاخه گل در دست که آن را نشانه لطف و ادب می‌دانند
۱۵۳	- حس شکوهمند و ریاننده و نفیس ویرانه‌ها در زمان طلوع خورشید
۱۵۴	- درک تشریفات موجود در قدیم به‌وسیله تطبیق نقوش با آداب و رسوم جدید
۱۵۵	- ادراک نوع پوشش در تصویر سربازان و مقایسه برخی از آن‌ها با کشورهای دیگر
۱۵۶	- مقایسه نقوش (نقوش زیبا و مطبوع در مقایسه با نقوش سخت و خشن)
۱۵۷	- حس صدای اسبان
۱۵۸	- ادراک شهر توسط روایات سنتی
۱۵۹	- توصیف نقش‌ها به مراسم پرسش و عبادت
۱۶۰	- نابودی گورها علیرغم آنکه شاهان خود را ایمن و دست نیافتنی می‌پنداشتند
۱۶۱	- مشکل در فهم موضوع یکی از تابلوها (به دلیل حفاری از بین رفته بود)
۱۶۲	- عدم درک کامل از اهورامزدا
۱۶۳	- به تصویر کشیدن ذهنی مراسم تشییع جنازه بر اثر تابش نور خورشید
۱۶۴	- بازدید از سایت به ثبوت گفته‌های افراد در مورد سایت کمک کرد
۱۶۵	- ادراک نبرد پر حرارت و سوزان
۱۶۶	- شگفت‌انگیزترین ویرانه‌ها
۱۶۷	- استفاده از سمبل‌ها برای رسوم ایرانیان مانند نوروز
۱۶۸	- ادراک ضرورت وجود بادبزن و چتر زرین (ناحیه گرم پرسپولیس)
۱۶۹	- 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 اینه بودند
۱۷۳	- شرایط جوی منطقه (گرما و نیش پشه‌ها) باعث شده سیاحان فقط به تماشای منطقه پردازند
۱۷۴	- تاثیر خیره کننده و بہت‌آور کاخ‌ها (مقایسه آن با اینه مذهبی مصریان و یونانیان)
۱۷۵	- تاثیر اسکلت در هم ریخته قصور پرسپولیس با عظمت و افتخار
۱۷۶	- بازدید دلپذیر اما سپری شدن شدید زمان

### کدگذاری محوری

در گام بعد برای ایجاد ارتباط بین مقوله های به دست آمده، با استفاده از کدگذاری محوری، تشابهات نوشتاری در سفرنامه ها مشخص شد. به این ترتیب که مفاهیمی که گویای زمینه و شرایط و همچنین شرایط مداخله گر بود استخراج شد. سپس بر اساس ماهیت خود مجدد دسته بندی و در گروه های محوری طبقه بندی شد. این مقوله ها بیانگر توصیف جهانگرد از محیط با توجه به اطلاعات فردی، شرایط محیطی، عوامل ملموس و عوامل ناملموس بود. خروجی کار منجر به شکل گیری نه محور اصلی گردید که بیانگر معماری و ساختار محیط، دانش محیط، وضعیت فضای (از ابتدا تاکنون)، عوامل فرهنگی در محیط از گذشته تاکنون، اسطوره ها و رموز منطقه و آثار، ادراک آئین ها و سمبل های (نشان زده های) محیط و بر روی آثار، حس شرایط محیطی برای ادراک آثار به جا مانده، شگفتی های 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 می باشد)

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

کد محوری	مقولات	کدها
A1	معماری - هنر - مصالح (ساختاری) جزایت های معمارانه غنای بصری الگوی استقرار غنای عملکردی تأثیر معنی بسنر	I18 و I4 و I24 و I2 و I12 و I9 و I20 و I7 و I56 و I11 و I8
A2	دانش و آگاهی	I64 و I6
A3	نگهداری فضا امنیت فراز و فرود	I40 و I71 و I69
A4	عوامل فرهنگی آئین ناملموس حس دوره تاریخی با توجه به آثار بر جای مانده رخداد یا واقعه فرهنگی	I54,I19,I48,I58,I55,I27,I44,I46
A5	استوره ها رموز مضامین فرهنگی	I28,I25,I15,I37,I35,I41
A6	ادراک آئین آئین ناملموس فرهنگ لیاس فرهنگ و سنن نشانزده های (سمبل های) تاریخی	I67,I53,I59,I26,I61,I42,I34,I14,I22,I49

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 آینین 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

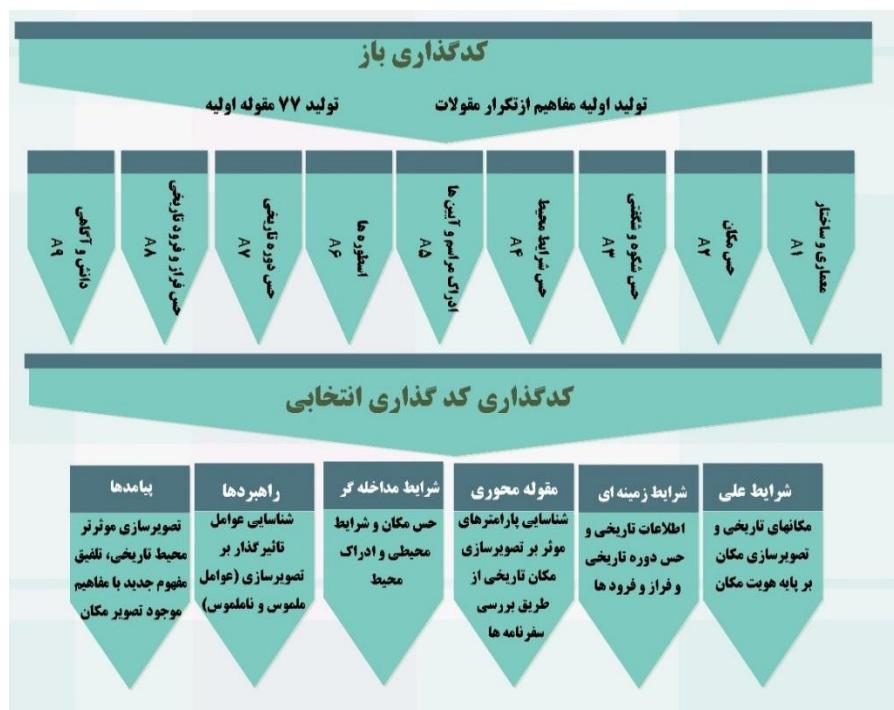
- کدگذاری انتخابی: در این مرحله بهمنظور دست‌یابی به الگوی مشخص کدهای محوری در گروههای مشخصی دسته‌بندی شد تا مبنای استنتاج الگو به‌دست آید. حاصل این فرآیند در جدول (۴) ارایه شده است.

جدول ۴- کدگذاری انتخابی

Table 4- Optional coding

ابعاد اصلی	کدگذاری انتخابی	کد محوری
هویت مکان تشخیص و ارتباط با فضا عظمت حفظ و حراست اسطوره‌ها ادران مکان (معماری- آینین - 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 ادران مضماین تاریخی عدم درک به دلیل کمبود نوشتہ و آثار	عوامل زمینه	A8, A9, A7, A2, A6, A5, A3
حس و تعلق مکان تأثیر نور احساس تقدس حریت و شگفتی بیم و سرگردانی	شرایط مداخله‌گر	A8, A9, A7, A2,A5

بر اساس یافته های به دست آمده در مرحله اول، ۷۷ مقوله به دست آمد. پس از بررسی این مفاهیم با کدگذاری محوری به ۹ مقوله اصلی تقسیم شد (جدول ضمیمه ۱). این مقولات عبارت بودند از: معماری ساختمانی و هنر و مصالح - دانش و آگاهی - نگهداری فضا - عوامل فرهنگی (ادراک) - اسطوره ها - ادراک آین، 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 ساختمانی و هنر و مصالح - دانش و آگاهی - نگهداری فضا)، تاثیرگذار (عوامل فرهنگی - اسطوره ها - ادراک آین، مراسم و فرهنگ - ادراک و لمس شرایط محیطی) و رفتاری (شکوه و شگفتی، حس سیاح از محیط - حس مکان) قرار می گیرد. در مرحله کدگذاری انتخابی پس از بررسی محورها، پدیده محوری، شرایط علی، زمینه و عوامل مداخله گر، راهبردها و پیامدها به دست آمد (شکل ۵).

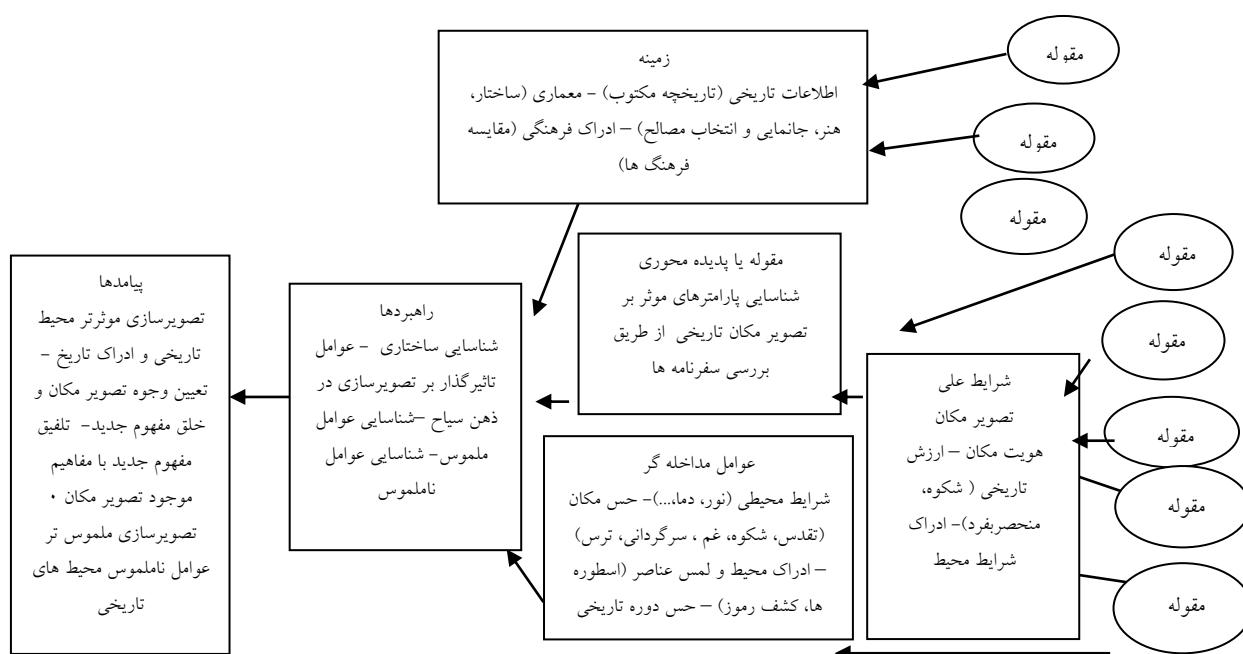


شکل ۵: مراحل کدگذاری

Figure 5: Coding steps

ارائه نظریه تحقیق: نتایج به دست آمده نشان می دهد که ویژگی های ناملموس مکان های تاریخی نقش مهمی در تصویرسازی دارد. این مقولات به دست آمده در زمان جاگیری در محورهای تعیین شده مفهوم تصویر مکان، عناصر تشکیل دهنده این مفهوم را دچار چالش می کرد. 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 نمی تواند گویای تصویر مکان باشد و یا "احساس غم به نابودی اثر" در واقع تصویر حس ناملموسی است که سیاح با توجه به ویژگی های ناملموس مکان به لمس این احساس رسیده است. همچنین "دیدگاه تلفیق

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 به عنوان عوامل مداخله‌گر بررسی شد. مدل مفهومی به دست آمده عناصر تعیین کننده در تصویرسازی مکان تاریخی را نشان داده که در مقایسه با نظریه گارترنر کامل‌تر به نظر می‌رسد. به کارگیری محورهای به دست آمده می‌تواند نظریه گارترنر را در خصوص تصویرسازی در مکان‌های تاریخی را غنی کرده و کمک به ادراک بهتر محیط‌های تاریخی کند (شکل ۶).



شکل ۶: مدل مفهومی تصویر مکان تاریخی

Figure 6: The Conceptual model of historical destination image

با توجه به نتایج به دست 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.

## بحث و یافته‌ها

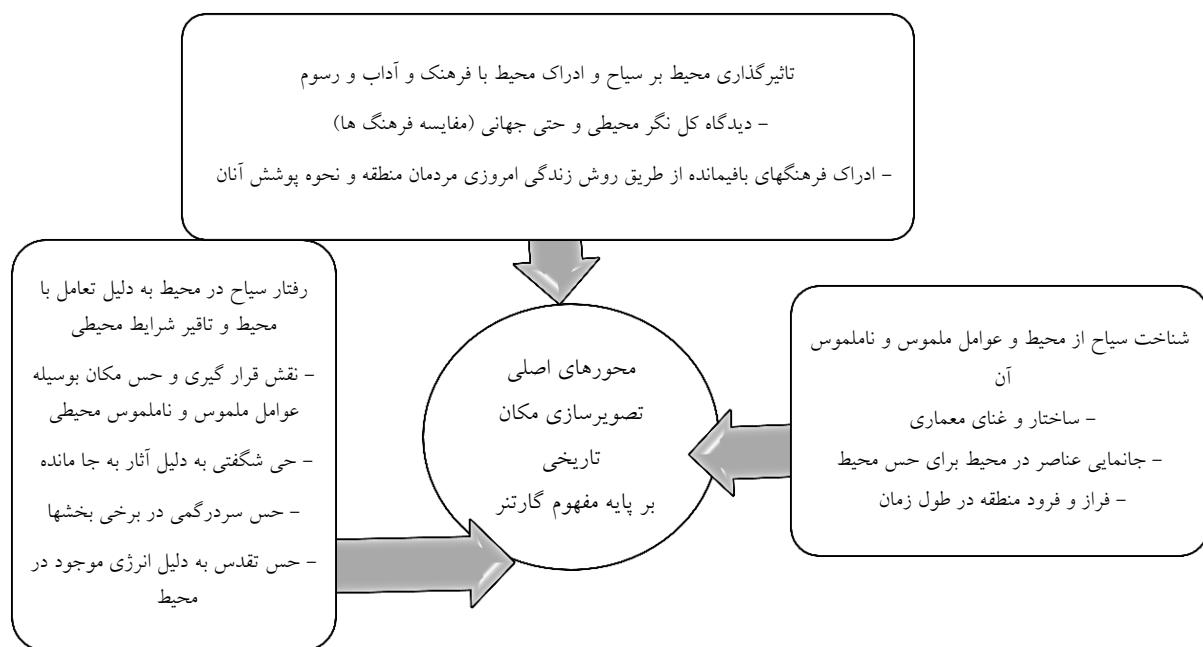
با توجه به نتایج به دست آمده می‌توان به تاثیر همسان عوامل ملموس و ناملموس در محیط‌های تاریخی بی‌برد. سه عامل در ادراک سیاحت از محیط و تصویرسازی آن‌ها در سفرنامه‌ها موثر بودند: شرایط علی، عوامل زمینه و شرایط مداخله‌گر. همان قدر که عناصر بر جا مانده در ادراک محیطی و دوره تاریخی مهم و تاثیرگذار بودند، عوامل ناملموس همانند شرایط محیطی و مداخله‌گر و ارتباط عناصر با فضای نیز اثر داشت. به دلیل کمبود المان‌های ملموس باقی‌مانده در محیط چالش‌هایی در تصویرسازی ذهنی سیاح به وجود 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 به دست 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 سیاحت 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 سیاحت می‌توان به مفهوم کلنگر یا گشتالتی (Assaker and Hallak, 2015) در تصویرسازی آن‌ها از محیط پی‌برد. بررسی نتایج به دست آمده از تصویرسازی مکان‌های تاریخی در سفرنامه‌ها نشانگر نقش عوامل ناملموس در ادراک محیط و دوره تاریخی مکان‌های موجود در محور مطالعه دارد. با توجه به مراحل تصویرسازی مکان در مفهوم Gartner (1989, 1993, 1996)، اگر بخواهیم محدوده مطالعه را بررسی کنیم می‌توانیم تصویر مکان ارائه شده توسط سیاحت و جهانگردان را این‌گونه دسته‌بندی کنیم:

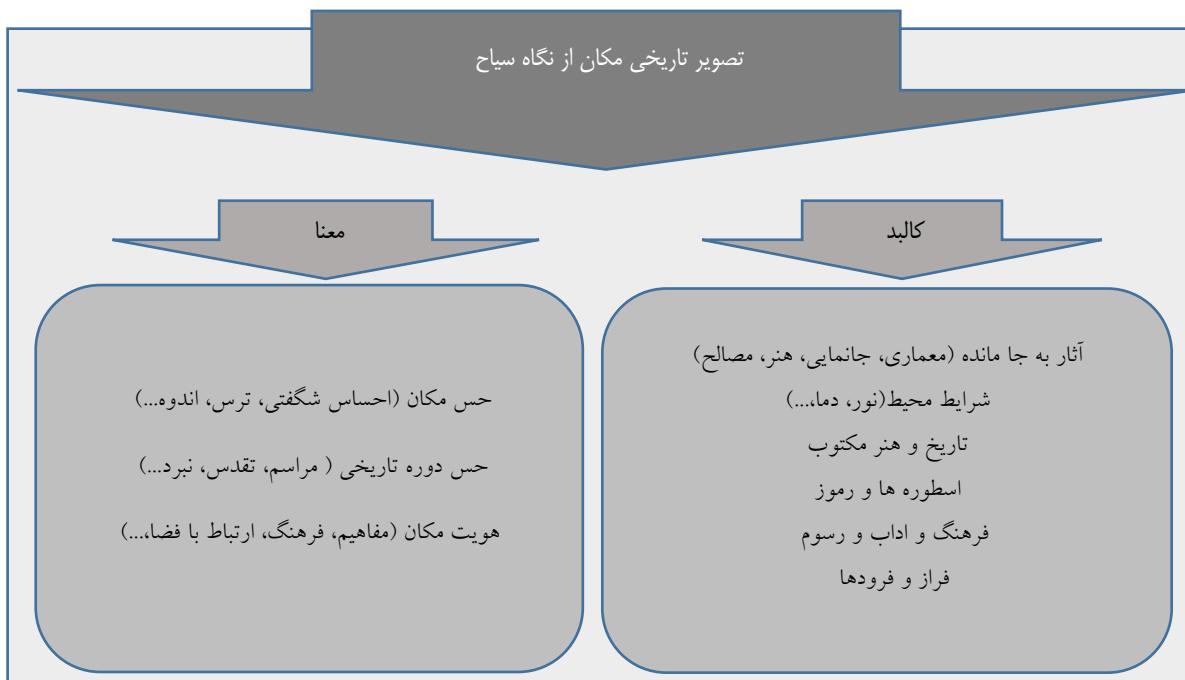
در مراحل شناخت کلیه عوامل ملموس و ناملموس را که بیانگر ساختار منطقه، جانمایی‌ها و فراز و فرود منطقه بودند به فرد شناخت محیطی می‌داد. همچنین آگاهی که فرد از محیط داشت (از طریق خواندن مطالب مرتبط) چه قبل از سفر و چه در زمان بازدید، کمک به شناخت محیط می‌کرد. غنای بصری که محیط به فرد می‌داد نمایانگر معماری 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، آداب و رسوم و حتی نحوه پوشش می‌کرد. این

مولفه‌های عاطفی که توسط Zhang et al (2014) و Baloglu and McCleary (1999) 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 می‌گردد و بهنوعی به دنبال وحدت 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 قدس محیط و رفتار محاط در محیط به دلیل این قدس 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).



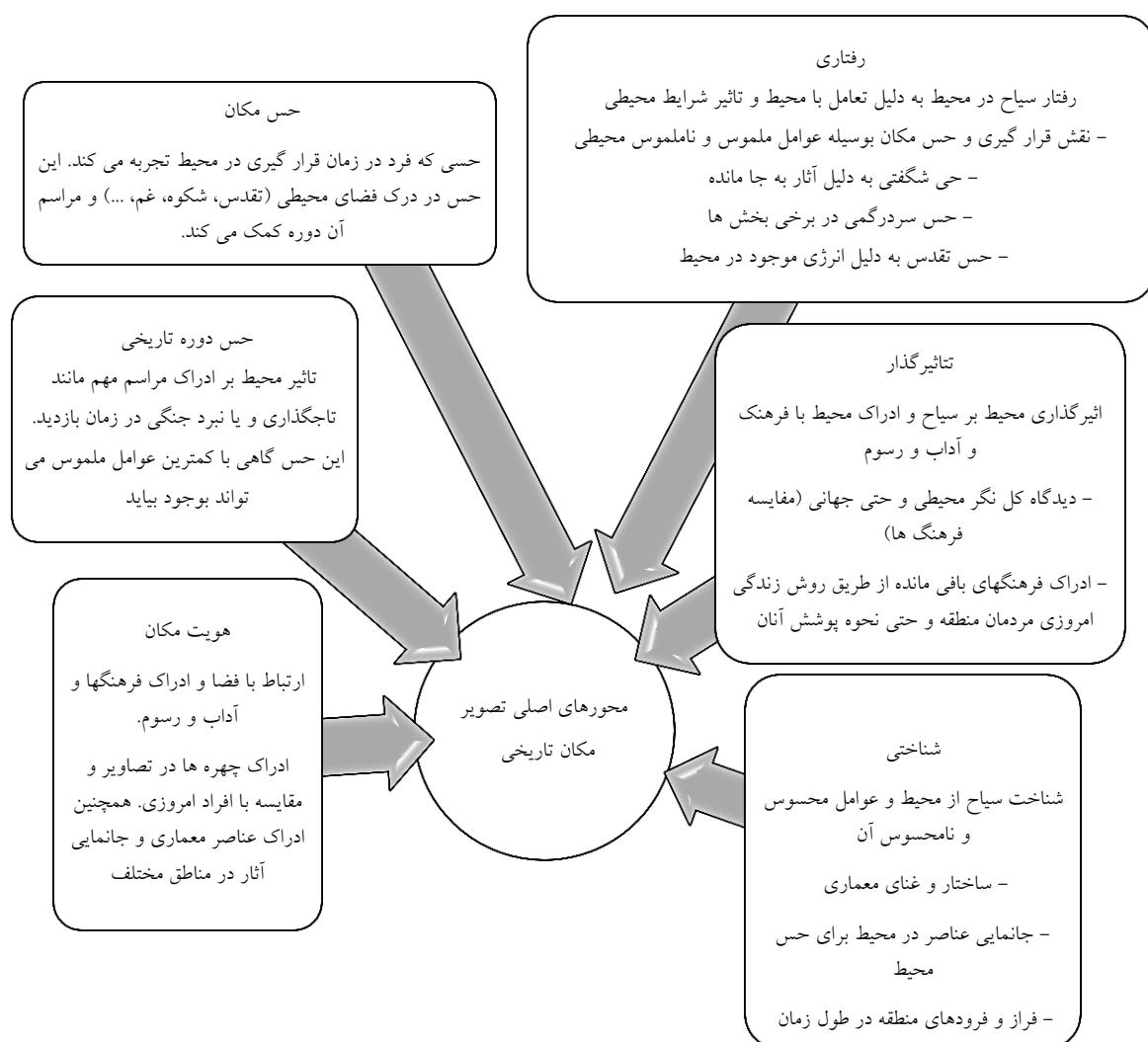
با نگاهی به کدگذاری‌های انجام شده در این تحقیق می‌توان دریافت که مفهوم تصویر مکان برای مکان‌های تاریخی که دارای ویژگی‌های ناملموس می‌باشند نیازمند مولفه‌های تکمیلی می‌باشد. این مولفه‌ها گویای حس عوامل ناملموس در محیط بوده که کمک به تصویرسازی مکان‌های تاریخی در ذهن سیاح کرد و به کالبد بر جای مانده معنا 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 یافته 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 به وجود 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 به صورت 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 مبنای الگوی به‌دست آمده با تصویر مکان ارایه شده مانند تصویر مکان گارتنر، همراستا است. ضمن این‌که در این

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 تأمل 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 کل نگر یا گشتالتی (Assaker and Hallak, 2013; Josiassen and

(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 مشکل از شش محور بینادین 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 گاترن نشان می‌دهد که آنچه به‌دست آمده به‌مراتب کامل‌تر از آن چیزی است که در مفاهیم و مدل‌های موجود تاکنون ارایه شده است. بر جسته‌ترین نکته در این مدل عبارت از معنا دادن به کالبد موجود در سایت‌های تاریخی است که توجه به حس دوره تاریخی می‌کند، موضوعی که اساساً در مدل‌های علمی مورد بی‌مهری قرار گرفته است. این مدل می‌تواند در سناریوهای پیشنهادی برنامه‌ریزی بلندمدت صنعت گردشگری مورد استفاده 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.

## 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)", 2<sup>nd</sup> 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 Nostrand 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 Quarterly Magazine*, 35: 1-39. [in Persian].

- 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.

- 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 revisit 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.