Sustainable Urban & Regional Development Studies Quarterly

Vol 7. Issue 4 , Winter 2027, Pages 222-235
ISSN (Online): 2783-0764
Journal Hompage https://www.srds.ir/

Explaining the relationship between tourism development and promoting a sense of belonging to a place in historical contexts (Case study: Sirjan city)

Neda Ghoraba[1], Omid Abyar[2*]

1.Assistant Professor, Department of Urban Planning, Faculty of Engineering, Islamic Azad University, Sirjan, Iran.

2.M.Sc. Graduate, in Urban Planning, Department of Urban Planning, Faculty of Engineering, Islamic Azad University, Sirjan, Iran.

ARTICLEINFO

Research Paper

Article history:
Received: 06 January 2026
Accepted: 18 October 2026
Published online: 21 October 2026

Keywords: *Local community participation, Participation, tourism services, sense of place, tourism development, historical context,Sirjan,*

https://www.srds.ir/?adsc=4192

Abstract

Background and Objective: This study aims to explain the relationship between tourism development and the enhancement of place attachment within the historical fabric of Sirjan. Given the crucial role of tourism in revitalizing historical and cultural spaces, examining its impact on the sense of belonging among residents and local business owners holds particular significance. The research seeks to scientifically and empirically analyze how tourism development influences social and cultural sustainability in Sirjan's historic district.

Methodology: The research employed path analysis and structural equation modeling (SEM), using SPSS and AMOS software for data analysis. The statistical population consisted of two main groups: (1) residents and business owners in Saran's historical area, and (2) academic and professional experts in tourism and cultural heritage. Data were collected through a 48-item questionnaire designed to measure various dimensions of tourism development and place attachment.

Results and Findings: The results indicate that tourism development has a significant and positive impact on strengthening place attachment in Sirjan's historical fabric. A statistically significant relationship was observed between different dimensions of place attachment (such as emotional bonding, place identity, and functional dependence) and tourism development indicators. Furthermore, active participation of the local community was identified as a key factor influencing the process of tourism development. Finally, the structural relationships among the study variables were represented in a comprehensive structural model. The findings suggest that tourism development can act as a catalyst for enhancing place attachment and promoting cultural sustainability within historical contexts. Accordingly, it is recommended that strengthening community participation, improving tourism infrastructure, and developing destination marketing strategies that emphasize Sirjan's historical and cultural identity be prioritized in urban management and policy-making programs.

Citation. Ghoraba, N. & Abyar, O. (2027). Explaining the relationship between tourism development and promoting a sense of belonging to a place; in historical contexts (Case study: Sirjan city). ***Journal of Sustainable Urban & Regional Development Studies (JSURDS)***, 7(4), 222–235.
https://www.srds.ir/article_255424.html?lang=en

© The Author(s). Publisher: ***Private with Cooperation Iranian Geography and Urban Planning***

* **Corresponding author:** Omidcivil2000@gmail.com

Journal of Sustainable Urban and Regional Development Studies
(JSURDS)
Vol 7. Issue 4 , Winter 2027, Pages 222-235
ISSN (Online): 2783-0764
Journal Hompage https://www.srds.ir/

EXTENDED ABSTRACT

Introduction

Historic urban fabrics constitute an important part of cities' physical, social, and cultural heritage. They play a significant role in preserving place identity, sustaining collective memory, and strengthening the relationship between residents and their living environments. In addition to their historical and architectural value, these areas serve as settings for social relationships, economic activities, and local ways of life. Nevertheless, physical and social transformations, declining economic vitality, inadequate urban services, and weakening connections between residents and their historic surroundings may undermine local identity and place attachment. Consequently, identifying strategies to revitalize these areas while safeguarding the needs and interests of local communities has become an important concern in urban planning and management.

Urban tourism is one approach that can contribute to the physical, economic, and social revitalization of historic districts by activating their historical and cultural assets. Tourism development can facilitate more sustainable use of historic resources through improved services, the creation of economic opportunities, the promotion of cultural values, and increased interaction between visitors and host communities. However, tourism development does not necessarily lead to improved environmental quality or stronger place attachment. Its outcomes depend on destination management practices, service quality, and the extent to which local residents participate in decision-making and implementation. When local communities are overlooked, a gap may emerge between tourism development objectives and residents' expectations, preventing the effective use of the social and cultural potential of historic areas.

Place attachment is a multidimensional concept encompassing individuals' emotional, symbolic, and functional relationships with their surroundings. It may be expressed through emotional bonds with a place, place identity, and functional dependence on the facilities and functions provided by the environment. Place attachment is particularly important in historic districts because the value of these areas extends beyond buildings and physical features to include shared memories, lifestyles, social relationships, and cultural meanings. Therefore, examining the relationship between tourism development and place attachment requires simultaneous consideration of social factors, tourism services, and economic conditions.

Focusing on the historic fabric of Sirjan, the present study examines the relationships among local community participation, tourism services, place attachment, and tourism development. Its central question concerns how these variables are related and to what extent they contribute to explaining tourism development within the study area. The significance of the research lies in its integrated examination of tourism and place attachment through a structural model rather than treating them as separate phenomena. Accordingly, the study aims to empirically explain the relationships of local community participation and tourism services with place attachment and tourism development, thereby providing evidence that may inform more effective planning for the historic fabric of Sirjan.

Methodology

This study is applied in terms of its objective and follows a descriptive-analytical approach based on quantitative data analysis. Its analytical framework focuses on four principal variables: local community participation, tourism services, place attachment, and tourism development. Within this framework, residents' and business owners' participation and the quality of tourism services are considered factors associated with the lived experience of the historic district and its tourism potential. Place attachment and tourism development are also examined through the hypothesized relationships specified in the research model.

The study population consisted of two main groups. The first included residents and business owners living or operating in the historic fabric of Sirjan, while the second comprised academic and professional experts working in tourism and cultural heritage. Including these two groups enabled a comparison between the perspectives of individuals directly involved in everyday life and economic activities within the historic district and those who evaluate tourism and cultural heritage from a professional perspective. According to the information reported in the article, the final sample of experts comprised 49 respondents. The exact sample size for residents and business owners was not clearly established in the information available for this abstract; therefore, no unverified figure is reported for that group.

Data were collected using a questionnaire containing 48 questions. The questionnaire measured different dimensions associated with the research variables, and the resulting data formed the basis of the statistical analyses. In the first

Journal of Sustainable Urban and Regional Development Studies
(JSURDS)
Vol 7. Issue 4 , Winter 2027, Pages 222-235
ISSN (Online): 2783-0764
Journal Hompage https://www.srds.ir/

stage, Pearson's correlation coefficient was used to examine the relationships among the variables. Correlation analysis identified the direction and strength of bivariate associations and assessed the statistical basis for proceeding with structural relationship analysis. According to the article, confirmatory factor analysis and structural equation modeling were also employed to examine the relationships among the variables.

The analyses were conducted using SPSS and AMOS. To compare the perspectives of the two respondent groups, separate structural equation models were fitted for residents and business owners and for experts. Path coefficients were used to evaluate the direction and magnitude of the relationships specified in each model, while statistical significance was also assessed. A significance level below 0.05 was used to identify significant relationships in the reported models, while the correlations presented in the relevant table were reported as significant at the 0.01 level. In addition, the coefficient of determination for place attachment was examined to compare the explanatory power of the models across the two groups. This analytical approach made it possible to examine the specified relationships simultaneously and compare the perspectives of the respondent groups. Nevertheless, the findings should be interpreted within the scope of the model and the data used in this study.

Results and Discussion

The correlation analysis indicates positive and statistically significant relationships among the principal research variables. Among the reported associations, the correlation between local community participation and tourism services is the strongest, with a coefficient of 0.853. This result indicates that greater local community participation is associated with more favorable tourism services. From a planning perspective, this association highlights the importance of involving residents and business owners in identifying local needs, improving services, and strengthening tourism capacity. Because local communities have direct experience of living and working in historic areas, they can help identify service deficiencies and propose solutions suited to the destination's characteristics. However, a correlation coefficient alone does not establish causality and should not be interpreted as definitive proof that participation directly causes improvements in services.

The correlation between place attachment and tourism development is reported as 0.610. Although this is the lowest of the correlation coefficients highlighted in the study, it remains positive and statistically significant. This finding suggests that tourism development and place attachment are associated within the historic fabric of Sirjan. In other words, attention to the area's tourism potential, alongside consideration of local values and residents' lived experiences, may be relevant to strengthening their relationship with the historic environment. Conversely, residents' attachment to the identity of the historic district may provide a supportive social foundation for preserving and promoting its heritage. Nevertheless, the direction of influence must be interpreted with reference to the structural model, and correlation should not be treated as proof of a causal relationship.

The structural equation modeling results reveal differences between the perspectives of residents and business owners and those of experts. In the model for residents and business owners, the path coefficient from local community participation to tourism development is 0.31, compared with 0.29 in the expert model. The similarity between these values indicates that both groups recognize the relevance of local community participation to tourism development, and this relationship is supported in both models. The finding underscores the need to incorporate residents and local business operators into tourism policy and management in historic areas. Participation can be more meaningful when it goes beyond symbolic involvement and provides genuine opportunities to communicate local needs, contribute to decisions, and take part in implementing development initiatives.

A more pronounced difference emerges in the relationship between local community participation and tourism services. The path coefficient is 0.89 in the model for residents and business owners, compared with 0.25 in the expert model. The higher coefficient in the residents' and business owners' model indicates that this group perceives a particularly strong relationship between community participation and tourism services. This difference may reflect variations in respondents' experiences and perspectives. Residents and business owners encounter everyday needs, service deficiencies, and the direct consequences of tourism activities, whereas experts may evaluate these relationships from a more specialized perspective that considers a broader range of factors. However, the available data are insufficient to attribute this difference conclusively to any single cause; this interpretation should therefore be regarded as a possible explanation rather than an established finding.

In both models, the relationship between local community participation and place attachment is positive and statistically significant. The path coefficient is 0.20 for residents and business owners and 0.22 for experts. The proximity of these values suggests a degree of agreement between the two groups regarding the direction of

Journal of Sustainable Urban and Regional Development Studies
(JSURDS)
Vol 7. Issue 4 , Winter 2027, Pages 222-235
ISSN (Online): 2783-0764
Journal Hompage https://www.srds.ir/

this relationship, although its magnitude is smaller than that of some other relationships in the models. This finding supports the importance of involving local communities in the development of historic areas. Participation can create greater opportunities for residents to express their values and priorities and may help strengthen the connection between development programs and the identity of the environment. Nevertheless, place attachment is multidimensional and should not be regarded as merely an outcome of participation; the social, cultural, and physical characteristics of a place may also contribute to its formation.

One of the important findings concerns the path from tourism services to place attachment. The coefficient is 0.56 in both models and is reported as statistically significant. This result indicates that tourism services have a relatively strong relationship with place attachment within the proposed model, with a similar estimated magnitude across the two groups. The implication is that tourism development should not be limited to increasing visitor numbers or expanding economic activities. The quality of services and their compatibility with the needs of the historic environment and local community are also important. Appropriate services may improve the experience of using the historic district and strengthen its functional role. However, this result demonstrates a relationship within the specified model; identifying the effects of particular types of tourism services on place attachment would require a more detailed examination of the relevant indicators.

Regarding the relationship between tourism services and tourism development, the path coefficient is 0.16 in the residents' and business owners' model and 0.25 in the expert model. These values indicate positive relationships in both models, although their magnitudes are lower than those of several other paths. The difference may reflect contrasting assessments of the role of services in tourism development. Nevertheless, without further analysis of service indicators and local conditions, the cause of this difference cannot be determined conclusively. The relationship between place attachment and tourism development also differs between the two models. Its path coefficient is 0.42 for residents and business owners but 0.11 for experts. This difference indicates that the association between place attachment and tourism development is more prominent in the perspectives of residents and business owners than in those of experts. Direct experience of living and working in the historic district may influence how this relationship is perceived, although this possibility requires independent investigation.

A comparison of the coefficients of determination for place attachment further reveals an important difference between the models. The reported (R^2) value is 0.70 for residents and business owners and 0.20 for experts. Accordingly, local community participation and tourism services explain approximately 70% of the variance in place attachment in the model for residents and business owners, compared with 20% in the expert model. This difference indicates that the model has greater explanatory power for place attachment from the perspective of residents and business owners. In contrast, the lower (R^2) value in the expert model suggests that the variables included in the model explain a smaller proportion of the variation in place attachment for this group, implying that additional factors may need to be investigated. This finding should not be interpreted as evidence that tourism services are unimportant to experts; rather, it demonstrates a difference in the explanatory power of the two models.

Overall, the correlation analysis and structural models highlight the importance of considering local community participation, tourism services, and place attachment together when planning tourism development in the historic fabric of Sirjan. The comparison between respondent groups also indicates that, although many relationships have similar directions, their path coefficients and explanatory power are not identical. Consequently, planning and policy-making should incorporate the lived experiences and perspectives of residents and business owners alongside professional assessments.

Conclusion

This study examined the relationships among local community participation, tourism services, place attachment, and tourism development in the historic fabric of Sirjan. The findings indicate that these variables are associated within the study's data and structural models. The positive and statistically significant correlations among the variables, particularly the strong association between local community participation and tourism services, underscore the importance of social and service-related factors in tourism development. Furthermore, the positive relationship between tourism services and place attachment in both models, together with differences between the perspectives of residents and business owners and those of experts,

Journal of Sustainable Urban and Regional Development Studies
(JSURDS)
Vol 7. Issue 4 , Winter 2027, Pages 222-235
ISSN (Online): 2783-0764
Journal Hompage https://www.srds.ir/

demonstrates the need to consider local lived experience alongside professional evaluation.

Based on the findings, tourism development programs for the historic fabric of Sirjan should prioritize meaningful local participation, the improvement and organization of tourism services, and the protection of the area's historical and cultural identity. Establishing regular mechanisms for gathering local perspectives, involving residents and business operators in decision-making, improving services in accordance with the characteristics of the historic district, and promoting Sirjan's historical and cultural assets through destination marketing are potential priorities for tourism management. Such measures should be designed to maintain a balance between visitors' needs, the interests of the host community, and the preservation of historic values.

From a research perspective, the differences in path coefficients and coefficients of determination between the two models indicate the need for more detailed investigation of the factors influencing place attachment. Future studies could examine these differences using larger samples, more detailed measures of tourism services and place attachment, and complementary research methods. Separate analyses of the emotional, identity-related, and functional dimensions of place attachment could also clarify how each dimension relates to local participation and tourism development. The present findings should meanwhile be interpreted with due consideration of the limitations of the reported sample information and the statistical nature of the relationships examined.

In conclusion, the findings support an integrated approach to tourism development in the historic fabric of Sirjan, in which tourism services, local community participation, and place attachment are treated as interrelated components of urban planning. Consideration of these relationships can provide a basis for policies that seek not only to strengthen tourism potential but also to preserve the historic identity and promote the social and cultural sustainability of the area..

Declarations

Funding: There is no funding support.

Authors' Contribution: The authors contributed equally to the conceptualization and writing of the article. All of the authors approved the content of the manuscript and agreed on all aspects of the work.

Conflict of Interest: The authors declared no conflict of interest.

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

References

1.Alimardani, Masoud; Mohammadi, Maryam; Zibaei Farimani, Nikoo (2017). Investigating the Relationship Between Sense of Place Attachment and Walking to Improve Health Levels in Neighborhoods: A Case Study of the Motahari Neighborhood, Mashhad. Armanshahr Architecture & Urban Development, 10(21), 193–204. (In Persian). https://www.armanshahrjournal.com/article_58608.html

2.Canter, D. V. (1977). *The psychology of place*. Architectural Press. https://doi.org/10.1000/example.1977.001

3.Cooper, C., & Hall, C. M. (2008). *Contemporary tourism: An international approach*. Butterworth-Heinemann. https://doi.org/10.1000/contemporary-tourism.2008

4.Dehghan, Narges (2022). Analyzing the Level of Sense of Place in Recreational Spaces through the Elucidation of 'Place Meaning' (Case Study: Zayandeh-Rud Recreational Village). Geography and Regional Urban Planning, 12(43), 91–122. (In Persian).

5.Eraydın, Z. (2007). *Building a legible city: How far planning is successful in Ankara* [Master's thesis, Middle East Technical University]. https://etd.lib.metu.edu.tr/upload/12608221/index.pdf

6.Erem, Ö., & Gür Şener, E. (2008). Complexity versus sustainability in urban space: The case of Taksim Square, Istanbul. *A|Z ITU Journal of the Faculty of Architecture*, *5*(1), 54–73. https://doi.org/10.1000/az.2008.005

7.Gillespie, J., Cosgrave, C., Malatzky, C., & Carden, C. (2022). Sense of place, place attachment, and belonging-in-place in empirical research: A scoping review for rural health workforce research. *Health & Place, 74*, Article 102756. https://doi.org/10.1016/j.healthplace.2022.102756

8.Hejazi, Mahsa (2023). An Investigation into the Physical Elements of Sense of Place in Urban Neighborhoods (Case Study: Golshan District, Shiraz). 21st National Conference on Civil Engineering, Architecture, and Urban Development, Babol. (In Persian). https://doi.org/10.1000/hejazi.2023.001

9.https://doi.org/10.22111/gaij.2022.41393.2990

10.Kardar, S. & Saeidi, F. (2022). Redesigning the Sidewalks Around Fatemi Square and Valiasr Street in Tehran in order to Improve the Sense of Belonging to the Place. Journal of Sustainable Urban & Regional Development Studies (JSURDS), 3(3), 84–97. (In Persian). https://www.srds.ir/article_163836.html?lang=en

11.Karimi, Sh., & Zare, H. (2019). Welfare Services and Their Impact on Tourist Satisfaction.

Journal of Sustainable Urban and Regional Development Studies (JSURDS)
Vol 7. Issue 4 , Winter 2027, Pages 222-235
ISSN (Online): 2783-0764
Journal Hompage https://www.srds.ir/

Journal of Tourism Studies and Development, 4(1), 28–43. (In Persian). https://doi.org/10.1000/karimi-zare.2019.001

12.Khatibi, Seyyed Mohammad Reza (2013). The Interplay of Behavioral Patterns in Revitalizing Urban Environmental Identity: A Case Study of the Entrance Area of Sanandaj. Urban Identity, 7(13), 63–73. (In Persian). 20.1001.1.17359562.1392.7.13.7.5

13.Lo, A. S.-Y., & Im, H. H. (2014). Drivers of customer–brand relationship quality: A case of mainland Chinese hotel loyalty program members. *Journal of Travel & Tourism Marketing, 31*(7), 763–782. https://doi.org/10.1080/10548408.2014.889638

14.Mokhtari, E., Mirgholami, M. & Nejad Ebrahimi, A. (2023). Comparative study of economic activities in the creative regeneration of neighborhood centers in historical contexts. *Journal of Sustainable Urban & Regional Development Studies (JSURDS), 4*(3), 102–122. (In Persian). https://www.srds.ir/article_187654.html?lang=en

15.Monterrubio, J. C., Mendoza, M. M., Fernández, M. J., & Gullete, G. S. (2011). Turismo y cambios sociales: Estudio cualitativo sobre percepciones comunitarias en Bahías de Huatulco, México. *Cuadernos de Turismo*, (28), 171–189. https://doi.org/10.1000/monterrubio.2011.001

16.Oshana Shirabad, B., Akbari Namdar, S. & Najafgholipour Kalantari, N. (2024). Examination of the Perspectives on Recognizing Identity-Building Components of Architecture with an Emphasis on the Convergence of Ethnicities and Religions (Case Study: Central Neighborhoods Leading to Imam Street, Urmia). *Journal of Sustainable Urban & Regional Development Studies (JSURDS), 5*(2), 91–107. (In Persian). https://www.srds.ir/article_201832.html?lang=en

17.Pirbabaei, M. T. & Bahaloo, F. (2023). Culture recreating the historical context with emphasis on attracting tourists (Case Study: Khaghani Street,Tabriz). Journal of Sustainable Urban & Regional Development Studies (JSURDS), 4(2), 52–73. (In Persian). https://www.srds.ir/article_183203.html?lang=en

18.Sarmast, Bahram, & Tavassoli, Mohammad Mehdi (2010). An Analysis of the Role of "Urban Scale" in the "Sense of Place": A Case Study of Tehran. Urban Management Quarterly, Vol. 8, No. 26, pp. 133–146. (In Persian). https://doi.org/10.1000/sarmast-tavassoli.2010.001

19.Soltani-Nejad, Mahdieh, & Shahriari, Soudeh (2023). Interpreting the Cultural Consequences of Communication with an Emphasis on Tourism Development (Case Study: The Indigenous Community of Kong). Scientific Quarterly Journal of Media, 34(2), 197–223. (In Persian). https://doi.org/10.1000/soltani-nejad-shahriari.2023.001

20.Taherpour Sisakht, Zahra, and Rezaei, Fatemeh (2023). The Concept of Sense of Place and Its Constituent Factors. The 3rd International Conference on Architecture, Civil Engineering, Urban Planning, Environment, and Horizons of Islamic Art in the Context of the 'Second Phase of the Revolution' Statement, Tabriz. (In Persian). https://doi.org/10.1000/taherpour-rezaei.2023.001

21.Vaz de Freitas, I., Sousa, C., Ramazanova, M., & Albuquerque, H. (2022). Feeling a historic city: Porto landscape through the eyes of residents and visitors. *International Journal of Tourism Cities, 8*(3), 529–545. https://doi.org/10.1108/IJTC-05-2021-0086

22.Yazdani, F., Sharifi, A., & Habibi, M. (2021). Analysis of the Dimensions of Historical Fabric in the Process of Urban Regeneration. Iranian Journal of Architecture and Urbanism, 12(1), 44–65. (In Persian). https://doi.org/10.1000/yazdani-sharifi-habibi.2021.001

نوع مقاله: پژوهشی
فصلنامه مطالعات توسعه پایدار شهری و منطقه ای
https://www.srds.ir/article_255424.html?lang=fa
دوره هفتم، شماره چهارم، پیاپی (۲۶)، زمستان ۱۴۰۵
صص ۲۳۵-۲۲۲

تبیین رابطه توسعه گردشگری و ارتقای حس تعلق به مکان در بافت های تاریخی (مورد مطالعه: شهر سیرجان)

ندا غــُربا: استادیار، گروه شهرسازی، دانشکده فنی و مهندسی، دانشگاه آزاد اسلامی، سیرجان، ایران.
امید آبیار*: دانش آموخته کارشناسی ارشد، شهرسازی، گروه شهرسازی، دانشکده فنی و مهندسی ، دانشگاه آزاد اسلامی ، سیرجان، ایران.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۱۰/۱۶ تاریخ پذیرش:۱۴۰۵/۰۶/۰۷

چکیده

زمینه و هدف: پژوهش حاضر با هدف تبیین رابطه بین توسعه گردشگری و ارتقای حس تعلق به مکان در بافت تاریخی شهر سیرجان انجام شده است. با توجه به اهمیت نقش گردشگری در پویایی فضاهای تاریخی و فرهنگی، بررسی تأثیر آن بر احساس تعلق ساکنان و کسبه نسبت به محیط زندگی خود، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. این مطالعه تلاش دارد با تحلیل علمی و تجربی، چگونگی اثرگذاری توسعه گردشگری بر پایداری اجتماعی و فرهنگی در بافت تاریخی سیرجان را روشن سازد.

روش شناسی: روش تحقیق مبتنی بر تحلیل مسیر و مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) بوده و داده‌ها با بهره‌گیری از نرم‌افزارهای SPSS و AMOS تحلیل شده‌اند. جامعه آماری شامل دو گروه اصلی بوده است: اهالی و کسبه ساکن در بافت تاریخی سیرجان و کارشناسان دانشگاهی و حرفه‌ای در حوزه گردشگری و میراث فرهنگی گردآوری داده‌ها از طریق پرسشنامه‌ای با ۴۸ سؤال انجام شده است که ابعاد مختلف توسعه گردشگری و حس تعلق به مکان را مورد سنجش قرار داده است.

یافته‌ها و نتایج: نتایج پژوهش نشان می‌دهد توسعه گردشگری تأثیر معنادار و مثبتی بر تقویت حس تعلق به مکان در بافت تاریخی سیرجان دارد. بین ابعاد مختلف حس تعلق به مکان (مانند دلبستگی عاطفی، هویت مکانی و وابستگی عملکردی) و شاخص‌های توسعه گردشگری ارتباط آماری معناداری مشاهده شده است. همچنین، مشارکت فعال جامعه محلی به عنوان یکی از عوامل کلیدی و تأثیرگذار در روند توسعه گردشگری شناسایی شده است. در نهایت، ساختار روابط میان متغیرهای پژوهش در قالب یک مدل ساختاری جامع ترسیم گردیده است. یافته‌های تحقیق بیانگر آن است که توسعه گردشگری می‌تواند به عنوان محرکی برای ارتقای حس تعلق به مکان و پایداری فرهنگی در بافت‌های تاریخی عمل کند. براین اساس، پیشنهاد می‌شود تقویت مشارکت جامعه محلی، بهبود زیرساخت‌های گردشگری وتوسعه بازاریابی مقصد با تأکید بر هویت تاریخی و فرهنگی سیرجان در اولویت برنامه‌های مدیریتی و سیاست‌گذاری شهری قرار گیرد.

واژگان کلیدی: مشارکت جامعه محلی ، خدمات گردشگری ، حس تعلق مکانی ، توسعه گردشگری ، بافت تاریخی.سیرجان .

---

* **مسئول مکاتبات:** Omidcivil2000@gmail.com

ارجاع به این مقاله: غربا، ندا و آبیار، امید. (۱۴۰۵). تبیین رابطه توسعه گردشگری و ارتقای حس تعلق به مکان؛ در بافت های تاریخی (مورد مطالعه: شهر سیرجان). ***فصلنامه مطالعات توسعه پایدار شهری و منطقه ای***، ۷(۴)، ۲۲۲-۲۳۵.

این مقاله با دسترسی آزاد است که تحت شرایط و ضوابط مجوز Creative Commons Attribution(CC BY) توزیع شده است.

مقدمه و بیان مسأله

در دهه‌های اخیر، توسعه گردشگری به عنوان یکی از مؤلفه‌های اصلی رشد اقتصادی و فرهنگی جوامع شناخته شده است.در این میان، بافت‌های تاریخی شهرها، به دلیل دارا بودن ارزش‌های فرهنگی، معماری و هویتی، همواره از اصلی‌ترین مقاصد گردشگران بوده‌اند. این بافت‌ها نه تنها شواهد زنده‌ای از تاریخ و فرهنگ یک ملت هستند، بلکه بستر شکل‌گیری خاطرات جمعی و هویت مکانی ساکنان نیز محسوب می‌شوند. از سوی دیگر، «حس تعلق مکان» به عنوان یکی از عناصر بنیادین پیوند فرد با محیط زندگی خود، نقشی کلیدی در پایداری اجتماعی و فرهنگی ایفا می‌کند. تقویت این حس می‌تواند منجر به افزایش مسئولیت‌پذیری اجتماعی، مشارکت در حفاظت از میراث فرهنگی و ارتقای کیفیت زندگی شهری شود.

با این حال، توسعه گردشگری در بافت‌های تاریخی، علی‌رغم مزایای اقتصادی و اجتماعی فراوان، چالش‌های خاص خود را به همراه داشته است. در مواردی، رشد بی‌رویه گردشگری می‌تواند منجر به تغییر کاربری فضاها، تضعیف هویت محلی، افزایش هزینه‌های زندگی و در نهایت تضعیف حس تعلق مکان در میان ساکنان بومی گردد. در مقابل، اگر توسعه گردشگری با رویکردی مبتنی بر احترام به ارزش‌های هویتی و مشارکت جامعه محلی برنامه‌ریزی شود، می‌تواند به عنوان عاملی برای احیای حس تعلق مکان عمل کند؛ به گونه‌ای که ساکنان، نه تنها ارزش‌های محیطی خود را بازشناسند، بلکه با افتخار آن را به دیگران معرفی کنند و در فرآیند حفاظت و توسعه بافت تاریخی مشارکت فعال داشته باشند.

از این منظر، بررسی نحوه‌ی تأثیر توسعه گردشگری بر حس تعلق مکان در بافت‌های تاریخی، اهمیت ویژه‌ای پیدا می‌کند. پرسش‌های کلیدی در این زمینه عبارت‌اند از: توسعه گردشگری چگونه می‌تواند بدون آسیب به بافت تاریخی، حس تعلق ساکنان را تقویت کند؟ چه نوع سیاست‌ها و راهکارهایی می‌توانند به تحقق هم‌افزایی بین اهداف گردشگری و تقویت پیوندهای مکانی بینجامند؟ نقش مشارکت اجتماعی، آموزش، و بازآفرینی فرهنگی در این میان چیست؟

حس تعلق سطح بالاتری از حس مکان است که منجر به محیط‌های باکیفیت می‌شود و انسان خود را جزئی از آن می‌داند و به آن احترام می‌گذارد. حس تعلق در معماری برآیند سه عامل فرد، دیگران و محیط است که این حس شامل عواملی چون ادراک فرد از محیط، متغیرهای اجتماعی همچون نمادها، نشانه‌ها و کالبد بنا است و دارای سطوح مختلفی است که شامل "رضایت‌مندی"، "رجحان مکانی"، "شناخت مکانی"، "نمادگرایی"، "تعلق مکانی"، "دلبستگی به مکان" و "تعهد به مکان" است (زهرایی و همکاران، ۱۳۹۵).

در اکثر فضاهای شهری کنونی ایران، تقابل شدیدی میان بافت‌های تاریخی و جدید شکل‌گرفته است که در صورت برنامه‌ریزی یکپارچه و منسجم، می‌توان از تقابل موجود به‌عنوان فرصتی برای تعامل و هم‌افزایی در راستای توسعه کالبدی- فضایی و اجتماعی- اقتصادی دو بافت مذکور بهره برد .

شهرستان سیرجان شهری تاریخی در جنوب غربی استان کرمان و مرکز شهرستان سیرجان است. شهر سیرجان دارای مکان‌های باارزش و هویتی است که درگذشته موردتوجه قرار نگرفته‌اند. بافت قدیمی این شهر یکی از باارزش‌ترین بافت‌های شهری در کشور محسوب می‌شود که دارای عناصر کالبدی، تاریخی، هویتی، مذهبی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی باارزش است. حال با توجه مطالب گفته‌شده در این پژوهش سعی برآنیم با استفاده از توسعه گردشگری حس تعلق به مکان را در پهنه تاریخی شهر سیرجان ارتقاء دهیم.

مبانی نظری پژوهش

حس مکان نوعی رابطه میان انسان و مکان را تبیین می‌کند و به مفهوم پیوند عمیق عاطفی و حسی است که مابین فرد و مکان ایجاد می‌شود و با ایجاد این پیوند، محیط بیوفیزیکی برای فرد تبدیل به یک مکان دارای مشخصات و ویژگی‌های متمایز و عجین با هستی و هویت فرد می‌گردد. نتیجه این حس برای افراد ایجاد امنیت، راحتی، آسایش زیستن در مکان و خودمانی شدن در مکان و انگیزه ماندن و زیستن در آن می‌شود (Ardoin, 2006, 119).

دلبستگی مکانی

دلبستگی به‌عنوان یکی از برجسته‌ترین مفاهیم روانشناسی معاصر، به فرآیند شکل‌گیری و قطع شدن پیوندهای عاطفی میان انسان‌ها اشاره دارد. جان بالبی به‌عنوان پدر نظریه دلبستگی- برای اولین بار، با استفاده از دستاوردهای رفتارشناسی، نظریه‌های سیبرنتیک و اطلاعات، روانکاوی، روانشناسی تجربی، نظریه‌های یادگیری، روان‌پزشکی و رشته‌های مرتبط پایه‌های نظری، سرفصل‌های اصلی نظریه دلبستگی را در مجموعه سه‌جلدی «دلبستگی و فقدان» در سال‌های ۱۹۷۹، ۱۹۸۰ و ۱۹۸۲ ارائه نمود. دلبستگی مکانی به‌عنوان یکی از سطوح حس مکان، از اوایل دهه ۱۹۸۰ و به دنبال طرح مفهوم مکان در دهه ۶۰، به‌عنوان یکی از مفاهیم مهم در حوزه روانشناسی محیطی مطرح شد. پیچیدگی مفهومی و ترمینولوژیکی دلبستگی مکانی، تعاریف متعدد ارائه‌شده در حوزه‌های مختلف مطالعاتی و عدم اجماع بر تعریفی واحد و جامع در ادبیات موضوع از سویی و قرابت معنایی موجود میان این مفهوم با تعابیری چون «هویت مکانی»، «حس مکان» و «دلبستگی» از سوی دیگر دستیابی به تصویری روشن از چیستی این مفهوم، چگونگی فرآیند شکل‌گیری و معیارها و اصول آن را دشوار کرده و مانع از بسط کاربردی موضوع دلبستگی مکانی در حوزه‌هایی چون طراحی و برنامه‌ریزی شهری شده است (پورجعفر و همکاران، ۱۳۹۲). دلبستگی به مکان به تأثیر عاطفی یک مکان اشاره دارد که افراد به لحاظ حسی و فرهنگی به آن جذب می‌شوند؛ تأثیر حسی، عاطفی و درونی مکان بر انسان، مرکز تفکر دلبستگی به مکان است؛ چراکه انسان‌ها می‌توانند به یک شی، خانه، ساختمان، محله و یا یک مجموعه‌ی طبیعی جذب شوند. درواقع دلبستگی به مکان ارتباطی نمادین با مکان است که با دادن معانی عاطفی و حسی مشترک فرهنگی، توسط افراد به مکان خاص یا یک سرزمین شکل می‌گیرد و مبنای نحوه‌ی ادراک گروه یا فرد از مکان و نحوه‌ی ارتباط وی با آن است (Low&Altman, 1992).

گردشگری شهری

توریسم در قالب الگوهای خاص پدید می‌آید و یکی از این الگوها گردشگری شهری است که دسته‌ای از فعالیت‌های اقتصادی با نتایج مهم، اجتماعی اقتصادی و محیطی در شهرهای ویژه است(Mosquera & Sanchez,2011) اساساً امروزه یکی از مهم‌ترین کاربری شهرها ارائه خدمات گردشگری نوین است. چراکه شکل‌گیری عصر پسا مدرنیته با گزاره‌ای اصلی آن یعنی جهانی‌شدن فرآوری اطلاعات و گردشگری همراه شده و دوره جدیدی در تعاملات اجتماعی و فرهنگی انسان‌ها خصوصاً در قالب ساختهای شهری رقم‌زده است.

با این اوصاف مراکز شهری به علت تجمع نهادهای مدنی و زیرساخت‌های اجتماعی می‌توانند محل مناسبی برای جذب و جلب گردشگران داخلی و خارجی محسوب شوند. اهمیت این نوع از صنعت گردشگری خود زمانی که با تاریخ تمدن و یا شرایط ویژه طبیعی آن ناحیه همراه گردد، دوچندان شده و با برنامه‌ریزی‌های مناسب و بجا به‌آسانی توانایی تبدیل‌شدن به قطب بزرگ گردشگری کشور را خواهد داشت. گردشگری شهری در کشورهای پیشرفته پردرآمدترین نوع گردشگری است و در زمینه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و اکولوژیکی و غیره تأثیرات انکارناپذیری دارد. این نوع گردشگری در محدوده فضاهای شهری انجام می‌شود (مونتگومری، ۱۳۹۱) علت شکل‌گیری گردشگری شهری با دو عامل تجارت و فرهنگ مرتبط است. و دلایل سفر به شهرها نیز با یکدیگر متفاوت است که مهم‌ترین آن دیدار دوستان و بستگان، بازدید از موزه‌ها رفتن به تئاتر شرکت کردن در یک واقعه ورزشی دیدن مناظر و چشم‌اندازها، تفریح و سرگرمی، خرید و شرکت کردن در جلسات بازدید از نمایشگاه‌ها و موزه‌ها شهرها افراد را از همه سنین جذب می‌کنند. گرچه هر گروه سنی فعالیت‌های خاص خودش را دارا هستند (انوری و نساج، ۱۳۸۶).

بافت تاریخی

از نظر جغرافیدانان بافت تاریخی را می‌توان هسته اولیه شهر دانست، قلعه ارگ یا کهن دژ و آنچه را که به‌عنوان هسته اول یه شهر در زمان‌های پیشین ساخته‌شده را می‌توان بافت تاریخی نامید. بافت تاریخی باارزش کالبدی و فرهنگی نهفته

در خود بهترین نشانه هویت شهری است. بنابراین در هویت دادن به شهر بافت تاریخی نقش مؤثر و بارزی را ایفا می‌کند و درعین‌حال حیات و رشد این بافت مانع از بی‌هویتی و فرسودگی شهر از درون شده و توسعه بی‌رویه آن‌ها محدود می‌کند. اهمیت و ضرورت حفظ آثار کهن نه به‌عنوان پدیده‌های نمادین بلکه به دلیل شناخت سیر تحول و تکامل تاریخ شهرسازی و تمدن شهرنشینی حفظ هویت و اصالت شهری و تبیین حیات شهری بر اساس شهرها از لحاظ ساختاری به چند نوع شواهد و مدارک علمی همواره موردتوجه بوده است (بحرینی و ایزدی، ۱۳۹۲). بافت تاریخی از مهم‌ترین بخش‌های هویتی هر جامعه محسوب می‌شود و پیدایش آن پیرو اطاعت از ساختارهای اقلیمی و فرهنگی است، مجموعه‌ای منسجم از معماری، فرهنگ اقتصاد و تبادلات اجتماعی یک ساختار شهری با پیشینه تاریخی باعث می‌شود که بافت‌های تاریخی به‌مرور زمان پدید آیند لازمه این پیدایش اهمیت بخشیدن به اقلیم و توجه به فرهنگ‌های بومی منطقه است که دارای مشخصاتی چون قدمت تاریخی بافت فشرده و درهم‌تنیده است، وجـود بافت تاریخی متمایز از سایر بافت‌های شهر بر اهمیت و جذابیت آن شهر می‌افزاید و کل بافت تاریخی شهر را به‌عنوان یک جاذبه مطرح می‌کند (ابلقی، ۱۳۸۰). از دیدگاه جغرافی‌دانان این مکان‌ها همچون دیگر مکان‌ها به‌وسیله عقاید و باورها اجتماعی، اقتصادی، مذهبی و فرهنگی از دور آن‌های گذشته شکل گرفته‌اند و بایـد امروزه این مکان‌ها نمود عینی داشته باشند و به دلیل تغییرات، تاریخی فرهنگی و اجتماعی و با دگرگونی در نگرش‌ها و ارزش‌ها و اهداف انسانی عناصر جدیدی را بپذیرند و پاره‌ای از عناصر قدیمی را نیز از دست دهند (حبیبی و پوراحمد، ۱۳۸۶).

جدول ۱.نظریه‌های برجسته در باب حس مکان

Table 1. Prominent Theories of Place Sense

نظریه‌پرداز	عوامل ادراکی شناختی در باب حس مکان
هیومن، ۱۹۹۲	ادراک فردی مردم از محیط خود و احساسات آنها از آن محیط به دست می‌آید. این ادراک، شخص را به گونه‌ای با محیط پیوند می‌دهد که فهم و احساس انسان با زمینه معنایی محیط به یکپارچگی می‌رسد.
استیل، ۱۹۸۲	رابطه انسان و مکان تعاملی است؛ یعنی انسان چیزهای مثبت یا منفی را به محیط می‌دهد و سپس از آن می‌گیرد، چگونگی فعالیت‌ها اهمیت می‌یابد. تصور مکان هم کالبدی و هم روانی(تعاملی) است. برخی از چیزهایی که انسان در مکان ایجاد می کند، مستقل از او نیستند. برخی از فضاها به دلیل وجود روح مکان قوی، بر انسان‌های مختلف تأثیرات مشابه ای می‌گذارد. انسان به مکانی که در آن زندگی می‌کند، مجموعه‌ای از مفاهیم فرهنگی می‌دهد و این مفاهیم راهی را که انسان با مکان مواجه می‌شود، شکل می‌دهد.
زوو، ۱۹۹۵	ساختارهای معنایی فضا و محیط ساخته شده برای ایجاد مجموعه‌هایی از کیفیات خاص و به وجود آمدن حس مکان نقش دارند. حس مکان، به نگرش‌ها، جهان‌بینی‌ها و پیوند افراد با مکان مانند: نام مکان، حکایات مربوط به مکان، تجربه‌های مکان و پیوندهای معنوی با مکان بستگی دارد. زو، سه متغیر اصلی حس مکان را خوانایی، ادراک محیط بصری و هماهنگی قرارگاه رفتاری با محیط بصری میداند.
شولتز، ۱۹۹۷	حس مکان در مکان‌هایی یافت می شود که دارای شخصیت مشخص و متمایز هستند و شخصیت محیطی از چیزهای ملموس ساخته شده که دارای مصالح، شکل، بافت و رنگ است.
لینچ، ۱۳۷۶	حس مکان عاملی است که میان انسان و مکان، ارتباط برقرار می‌کند و وحدت به وجود می‌آورد. فضا باید هویت قابل ادراکی داشته باشد و قابل شناسایی و به یاد ماندنی و نمایان باشد تا حس مکان ایجاد کند. این نوع حس مکان، می‌تواند احساس تعلق نیز به همراه داشته باشد.
استیل، ۱۹۸۲	مهم‌ترین عوامل کالبدی مؤثر در ادراک و حس مکان، اندازه مکان، درجه محصوریت، تضاد، مقیاس، تناسب، مقیاس انسانی، فاصله، بافت، رنگ، بو، صدا و تنوع بصری است. همچنین خصوصیاتی نظیر هویت، تاریخ، تخیل و توهم، راز و رمز، لذت، شگفتی، امنیت، سرزندگی، شور و خاطره را موجب برقراری رابطه متمرکز با مکان میداند. عوامل مختلفی چون بی‌حوصلگی، یکنواختی ساختمان‌ها و ظهور عصر دیجیتالی تهدیدی برای حس مکان محسوب می‌شود. (سالوسن، ۲۰۰۲). از نظر استیل، شخصیت کالبدی، مالکیت، اصالت، ساکنان و وسایل رفاهی، طبیعت مانند آب، گیاهان، آسمان، خورشید و فضاهای خصوصی و جمعی، اجزای تشکیل‌دهنده مکان هستند که در خلق حس مکان مؤثرند.

(ماخذ: انصاری و همکاران، ۱۳۹۲: ۷)

ابعاد بافت تاریخی به شرح زیر است:

کالبدی-فضایی: معماری سنتی، خیابان‌بندی و ساختار فیزیکی

فرهنگی-هویتی: نمادهای فرهنگی، تاریخ شفاهی، سبک زندگی

اجتماعی: الگوهای سکونت، شبکه‌های محلی، تعاملات اجتماعی

کارکردی: کاربری‌های سازگار، فعالیت‌های اقتصادی سنتی، خدمات محلی

حفاظتی: قوانین و مقررات، مرمت و باززنده‌سازی، میراث‌داری(یزدانی و همکاران، ۱۴۰۰).

پیشینه پژوهش

شاهیوندی و همکاران؛ سال ۱۴۰۲ در پژوهشی با عنوان "تحلیل ابعاد هویتی شهرک‌های جدید و اثرگذاری آن بر احساس تعلق شهروندان (مطالعه‌موردی: سپاهان- شهر اصفهان)" که با روش پژوهش توصیفی- تحلیلی انجام شده است از طریق پرسشنامه و تحلیل مدلسازی معادلات ساختاری به این نتیجه دست یافتند که شاخص‌های اجتماعی و عملکردی به ترتیب با بار عاملی ۰,۶۸۳ و ۰,۴۳۰ به صورت مستقیم بر احساس‌تعلق ساکنان سپاهان‌شهر و شاخص طبیعی- محیطی با بار عاملی ۰,۳۸۶ بر شاخص عملکردی و شاخص‌های کالبدی- فضایی و تاریخی- فرهنگی به ترتیب با بار عاملی ۰,۲۵۶ و ۰,۲۳۲ بر متغیر اجتماعی و از آن طریق بر احساس‌تعلق شهروندان اثرگذار هستند.

حجازی؛ سال ۱۴۰۲ در پژوهشی با عنوان "بررسی عناصر کالبدی حس تعلق به مکان در محلات شهری (مورد مطالعه: شهرک گلشن شیراز)" با استفاده از تحلیل پرسشنامه با آزمون تی تک نمونه؛ ضریب همبستگی پیرسون به این نتیجه دست یافتند که در بین شاخص‌های کالبدی حس تعلق به مکان از دیدگان شهروندان میانگین شاخص جذابیت در بین بقیه شاخص‌های مورد مطالعه با مقدار ۳,۹۱ وضعیتی بالاتر از حد متوسط داشته و معنادار است. در راستای بررسی رابطه بین شاخص‌های کالبدی حس تعلق به مکان از ضریب پیرسون استفاده شد و بیشترین همبستگی مربوط به متغیر مستقل انعطاف ۰/۶۱۳ بود. همچنین بین تمام متغیرهای مستقل پژوهش و حس تعلق با توجه به مقدار ضعیف همبستگی دیگر متغیرها همبستگی مثبت؛ اما از لحاظ معناداری ضعیف بود.

مرادی و همکاران؛ سال ۱۴۰۲ در پژوهشی با عنوان "واکاوی مفهوم حس تعلق به مکان در خانه درون‌گرایی ایرانی (نمونه موردی: خانه‌های تاریخی شهر اردبیل)" به این نتیجه دست یافته‌اند که خانه‌های گذشته ما در کالبد و عناصر کالبدی، در دو خصلت فرم و اندازه که در عناصر مختلفی مانند؛ حیاط، ایوان، سردر، نورگیر و فرم در و پنجره وجود دارند و نیز در عناصر تزئینات که در عناصری مانند؛ تزئینات حیاط‌ها، نماها و فضاهای داخلی نمود زیادی دارند. در نهایت نتیجه به دست آمده حاکی از این است که اگر در مساکن جدید از خانه‌های سنتی الگوبرداری مناسب صورت گیرد، می‌توان حس تعلق را در ساکنین این خانه‌ها افزود.

دهقان؛ سال ۱۴۰۱ در پژوهشی با عنوان "تحلیل سطح حس تعلق به مکان‌های تفریحی به‌واسطهٔ تبیین معنای مکان (نمونهٔ موردی: دهکدهٔ تفریحی زاینده‌رود)" ضمن بررسی چگونگی تعلق افراد به محیط‌های طبیعی و شدت این تعلق را به‌واسطهٔ معنای مکان به این نتیجه دست یافتند که سطح بالای معنا در یک مکان، باعث ایجاد و افزایش شدت تعلق به آن مکان می‌شود. همچنین، زیبایی و منابع طبیعی منحصربه‌فرد به ترتیب بیشترین و ارتباط با دنیای طبیعی کمترین امتیاز را در سطح معنایی در میان افراد با سطوح مختلف حس تعلق به مکان داشتند. در میان عوامل مؤثر در ایجاد این حس، پیوند اجتماعی و هویت مکان به ترتیب بیشترین و کمترین امتیاز را در بین شرکت‌کنندگان این پیمایش داشتند. در انتها تأکید می‌شود که ایجاد تسهیلات تفریحی در این مکان‌ها باعث افزایش تعاملات اجتماعی و در ادامه، افزایش سطح حس تعلق به مکان در میان کاربران می‌شود.

گلزاری و سلطانی؛ سال ۱۴۰۰ در پژوهشی با عنوان "تحلیلی بر مؤلفه‌های تبیین‌کننده حس تعلق مکانی در محلات نوبنیاد شهری (مطالعه موردی: محله‌ی یاغچیان تبریز)" ضمن شناسایی مؤلفه‌های تبیین‌کننده‌ی حس تعلق مکانی در محلات نوبنیاد تبریز (محله‌ی یاغچیان) به روش توصیفی- تحلیلی و تحلیل اطلاعات از مدل حداقل مجذورات جزئی در

نرم‌افزار Warp-PLS به این نتیجه دست یافتند که در محله‌ی مورد مطالعه مؤلفه‌های تبیین‌کننده‌ی حس تعلق مکانی در وهله‌ی اول تعلق کارکردی: انعطاف‌پذیری، آسایش و جذابیت به ترتیب با ارزش ۰/۶۵، ۰/۵۹ و ۰/۴۴، در وهله‌ی دوم تعلق حسی و عاطفی: سیمای بصری و اجتماع‌پذیری به ترتیب باارزش ۰/۴۱ و ۰/۳۸ و در وهله‌ی سوم تعلق مفهومی: هویت و شخصیت مکان، خوانایی و قابلیت ادراک و تصور مکان به ترتیب باارزش ۰/۳۲، ۰/۲۷ و ۰/۲۲ می‌باشند.

ژانگ و همکاران؛ سال ۲۰۲۲ در پژوهشی باعنوان "مقیاس حس مکان انسانی (SHIPS) در گردشگری روستایی چین" ضمن یافتن پاسخ برای این سوال که «احساس مکان توسط گردشگران روستایی از طریق تعاملاتشان چیست؟» تئوری‌های حس مکان موجود بر رابطه تک بعدی بین ساکنان و سرزمینشان را بررسی نموده‌اند و با اشاره به اینکه دانش مربوط به حس چند بعدی گردشگران از مکان را که شامل افراد محلی و محیط آن‌ها می‌شود، به تبیین مقیاس حس مکان انسانی (SHPS) ایجاد شد. مطالعه ۱، چهار دسته را با ۱۶ بعد ثانویه برای حس مکان انسانی گردشگران (SHP) در گردشگری روستایی بر اساس تحلیل محتوای دو مرحله‌ای پرداختند. مطالعه مذکور یک آزمون اعتبار معیار را برای تجزیه و تحلیل تأثیر SHP بر تمایل گردشگری روستایی گردشگران انجام داد. او توضیح داد که چگونه گردشگری روستایی به یک مکانیسم جبران عاطفی در جامعه مدرن تبدیل شده و مرجعی برای مدیریت گردشگری در مقاصد روستایی ارائه می‌نماید.

گلیسپی و همکاران؛ سال ۲۰۲۲ در پژوهشی با عنوان " احساس مکان، دلبستگی به مکان و تعلق به مکان در تحقیقات تجربی: مروری بر محدوده تحقیقات نیروی کار بهداشت روستایی " به بررسی راهبردهای مختلفی را برای کاربرد تجربی دو مفهوم از این سه مفهوم در تحقیقات نیروی کار سلامت شناسایی می‌کنند و ارزش رویکردهای خاص برای مطالعات حفظ نیروی کار بهداشت روستایی را برجسته می‌کنند.

چن، هال و پرایاگ؛ سال ۲۰۲۱ در پژوهشی تحت عنوان حس مکان و تعلق مکان در گردشگری، این پژوهشگران به بررسی ابعاد مختلف حس مکان ازجمله وابستگی و هویت مکانی پرداخته‌اند. آن‌ها نشان دادند که مفاهیم تاریخی و فرهنگی مکان، پایه‌ای برای تقویت تجربه گردشگران در مقصدهای گردشگری ایجاد می‌کند.

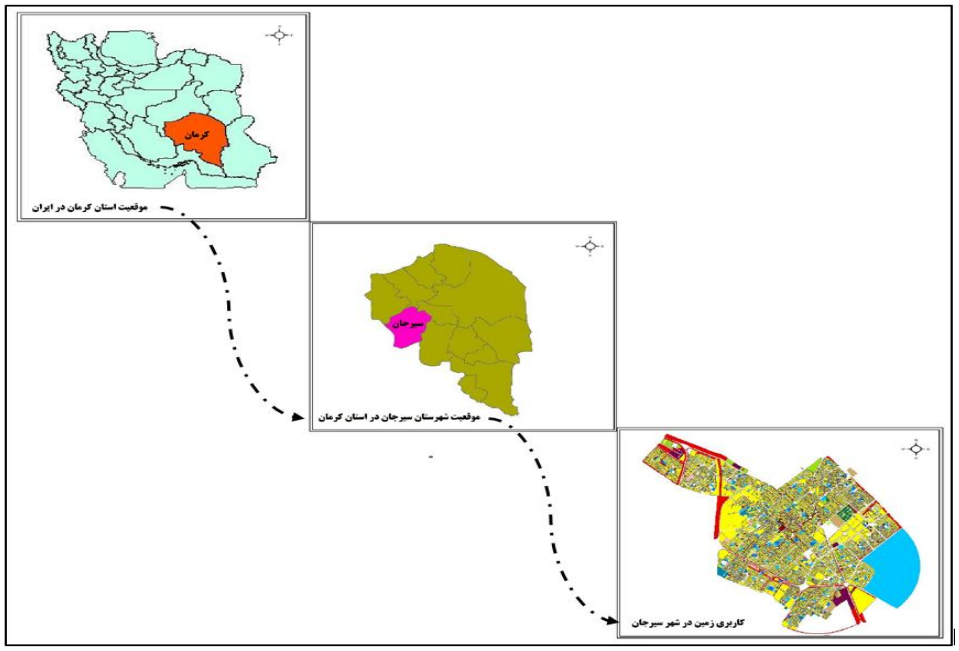
وازد فریتاس و همکاران ؛سال ۲۰۲۱ این مطالعه با عنوان احساس یک شهر تاریخی: چشم‌انداز پورتو از دید ساکنان و بازدیدکنندگان، نشان داد که درک زیبایی‌شناختی و احساس مکان توسط ساکنان و بازدیدکنندگان می‌تواند ارزش تاریخی و فرهنگی مکان را برجسته کرده و به استراتژی‌های گردشگری پایدار کمک کند.

بافت تاریخی سیرجان که قدمت آن به دوران‌های مختلف تاریخ ایران برمی‌گردد، دارای ویژگی‌های خاصی است که به آن هویت منحصر به فردی بخشیده است. بناهای تاریخی مانند مسجد جامع سیرجان، بازار تاریخی و خانه‌های قدیمی ازجمله جاذبه‌های فرهنگی و تاریخی این شهر محسوب می‌شوند. این مکان‌ها نه‌تنها به‌عنوان میراث معماری، بلکه به‌عنوان نمادهایی از تاریخ و فرهنگ سیرجان برای ساکنان این منطقه ارزشمند هستند. حس تعلق به مکان در سیرجان می‌تواند از طریق ارتقاء گردشگری در این بافت‌ها تقویت شود. ساکنان سیرجان با تعامل بیشتر با مکان‌های تاریخی شهرشان و مشارکت در فرآیند گردشگری، می‌توانند ارتباط عمیق‌تری با این مکان‌ها برقرار کنند. این ارتباط عاطفی و اجتماعی موجب تقویت احساس مسئولیت نسبت به حفظ این فضاها می‌شود

محدوده موردمطالعه

درباره وجه تسمیه سیرجان نظرات مختلفی اظهار شده است، ولی عمدتاً بر این عقیده هستند که در زمان ساسانیان به دلیل وجود قنات‌های بسیار زیاد در این منطقه آن‌را سیرگان یا سیرکان یعنی سیرآب از قنات یا پر از قنات نامیده‌اند. عده‌ای نیز کلمه گان یا کان را که به معنی معدن است به علت وجود معادن گوناگون در این منطقه دانسته‌اند در استیلای عرب نام سیرگان معرب شده و به سیرجان تغییر یافت و عده‌ی دیگری درباره نام این شهر بیان میکنند که سیرجان در زمان هخامنشیان شهریگان نامیده میشد. در دوره ساسانیان آن را سیرگان میگفتند بعد از تصرف این شهر به وسیله

اعراب مسلمان سیرجان نام گرفت؛ اما چون در سال ۱۲۱۰ هجری قمری حاج میرزا سعید کلانتر دهی را به نام سعید آباد احداث نمود و مردم سیرجان در اطراف آن جمع شدند، سعید آباد نامیده شد. نام سعید آباد برای مدتی در حدود ۱۵۰ سال بیشتر دوام نیافت و مجدداً همان نام سیرجان بر این شهر باقی ماند (وثوقی رهبری، ۱۳۷۲).



شکل ۱: موقعیت شهر سیرجان در کشور و استان کرمان

Figure 1. Location of Sirjan Township within Iran and Kerman Province

روش پژوهش

روش پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از حیث روش، توصیفی ـ تحلیلی و از نوع پیمایشی است. در این پژوهش به‌منظور گردآوری اطلاعات مورد نیاز، از دو روش اسنادی (کتابخانه‌ای) و میدانی استفاده شده است. بدین ترتیب که برای تبیین مبانی نظری، بررسی ادبیات موضوع، پیشینه پژوهش و استخراج معیارها و شاخص‌های مورد نیاز، از روش اسنادی و با مراجعه به کتاب‌ها، مقالات علمی، پایان‌نامه‌ها و پایگاه‌های اطلاعاتی معتبر استفاده شده است. همچنین به‌منظور گردآوری داده‌های میدانی و بررسی متغیرها و ابعاد مورد مطالعه، از روش پیمایشی و ابزار پرسشنامه استفاده شده است. جامعه آماری پژوهش شامل کارشناسان، متخصصان و کارکنان وزارت میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی، اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی، اداره محیط زیست و فضای سبز شهرستان سیرجان و همچنین اهالی و کسبه ساکن در بافت تاریخی این شهر، در مجموع به تعداد ۱۴۰ نفر بوده است.حجم نمونه آماری با توجه به تعداد جامعه آماری و بر اساس جدول مورگان تعیین شده است. به‌منظور اطمینان از روایی پرسشنامه، از روایی صوری و محتوایی با بهره‌گیری از نظرات اساتید و کارشناسان و همچنین روایی سازه از طریق تحلیل عاملی تأییدی استفاده شده است. پایایی ابزار پژوهش نیز با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی (CR) مورد سنجش قرار گرفته است. همچنین برای بررسی روایی همگرا از شاخص میانگین واریانس استخراج‌شده (AVE) استفاده شده است. در نهایت، به‌منظور تجزیه‌وتحلیل داده‌ها، از شاخص‌های آمار توصیفی شامل میانگین، انحراف معیار، حداقل و حداکثر، چولگی و کشیدگی و در بخش آمار استنباطی از ضریب همبستگی پیرسون و مدل‌سازی معادلات ساختاری و تحلیل مسیر استفاده شده است. تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS و AMOS انجام گرفته است.

به منظور تعیین روایی پرسشنامه، از اعتبار محتوایی استفاده گردید. برای سنجش اعتبار محتوایی از آراء متخصصان، و کارکنان سازمان‌ها استفاده شد. ابتدا به طراحی پرسشنامه در تحقیق حاضر بر اساس نظرات خبرگان اقدام گردید؛ سپس

به منظور تعیین روایی، از تحلیل عاملی و آزمون بارتلت استفاده شد که روایی کلی حاصل از پرسشنامه ۹۰/۹۴ بوده است. بررسی پایایی پرسشنامه نیز با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ صورت گرفت. مقدار ضریب به دست آمده برای متغیّرهای اصلی تحقیق بعد از انجام روایی به شرح جدول بوده است. با توجه به این که برای تمام متغیّرها این مقدار بالای ۰/۷ است، می‌توان گفت که ابزار از پایایی مناسبی برخوردار بوده است.

یافته‌های توصیفی

مشخصات پاسخ‌دهندگان به پرسشنامه این پژوهش، در جدول شماره (۲) به صورت خلاصه بیان شده است. این جداول بیانگر آن است که اکثر پاسخ دهندگان کسبه و اهالی محل از یک سو و کارشناسان دانشگاهی و حرفه‌مندان از سوی دیگر بوده‌اند. این مطلب بیانگر آن است که اکثر پاسخ دهندگان کسبه و اهالی محل بوده‌اند و بنابراین آگاهی لازم و کافی برای پاسخ به سوالات پرسشنامه را داشته‌اند.

جدول ۲. عنوان پاسخ‌دهندگان

Table 2. Respondents' Job Titles

طبقه بندی	فراوانی	درصد
کسبه و اهالی محل	۵۵	۴۲
کارشناسان	۴۸	۳۷
سایر	۲۴	۱۱
بی پاسخ	۱۳	۱۰
مجموع	۱۴۰	۱۰۰

جدول(۲) بیانگر آن است که شرکت‌کنندگان در پژوهش در چه زمینه‌هایی مشغول هستند. اکثر شرکت کننده های نمونه آماری پژوهش، کارمند بوده و تمرکز بیشتری بر حرفه دارند. ۱۰۳ شرکت‌کننده خود را به عنوان کارمند دولت معرفی نمودند. همچنین ۱۴ شرکت‌کننده خود را به عنوان پژوهشگر دانشگاهی، ۱۷ شرکت‌کننده به عنوان فعالیت در شرکت خصوصی و ۶ شرکت‌کننده به سایر عناوین (نظیر دفاتر خدمات گردشگری و ...) معرفی نمودند.

جدول۳.مشخصات کسب و کار پاسخ‌دهندگان

Table 3. Respondents' Business Characteristics

مشخصات	فراوانی	درصد
کارمند دولت	۱۰۳	۷۴
بازار آزاد	۱۴	۱۰
شرکت خصوصی	۱۷	۱۲
غیره (مانند دفاتر خدمات گردشگری)	۶	۴
مجموع	*۱۴۰	۱۰۰

یافته های تحلیلی

از آنجاکه یکی از پیش‌شرط‌های به کارگیری رویکرد متغیرهای مکنون در الگوی مدل‌یابی معادله‌ی ساختاری وجود همبستگی میان متغیرهای پژوهش است، همبستگی بین متغیرهای پژوهش، نیز مورد بررسی قرار گرفت. ضریب همبستگی پیرسون بین کلیه‌ی متغیرهای پژوهش، در جدول شماره‌ی (۴) ارائه شده است.

از آنجاکه یکی از پیش‌شـــرط‌های به کارگیری رویکرد متغیرهای مکنون در الگوی مدل‌یابی معادله‌ی ســـاختاری وجود همبستگی میان متغیرهای پژوهش است، همبستگی بین متغیرهای پژوهش، نیز مورد بررسی قرار گرفت. ضریب همبستگی پیرسون بین کلیه‌ی متغیرهای پژوهش، در جدول شماره‌ی (۴) ارائه شده است.

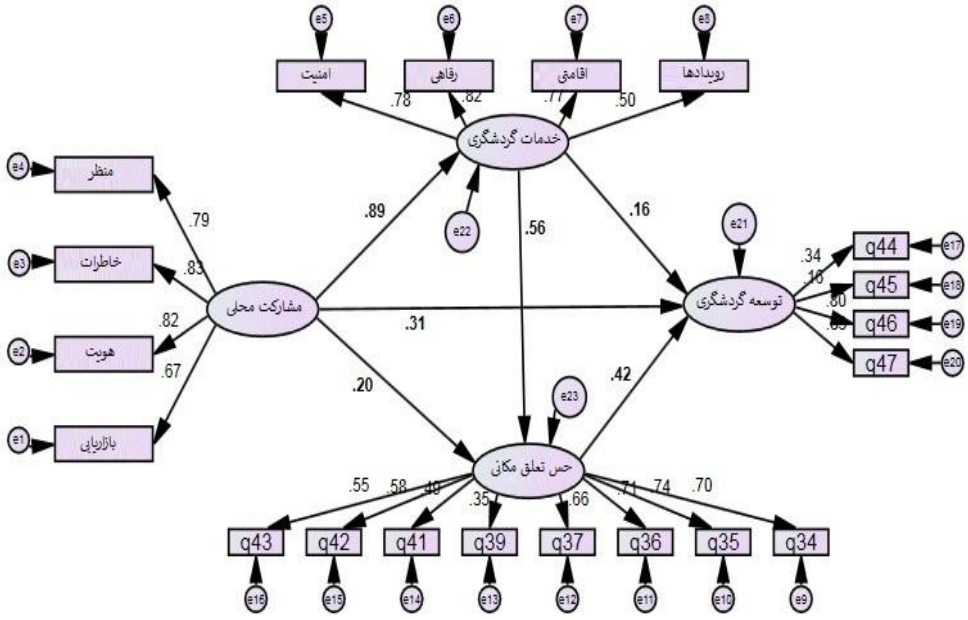
جدول ۴. میانگین، انحراف معیار و همبستگی متغیرها

Table 4. Mean, Standard Deviation, and Correlations of the Variables

متغیرها	۱	۲	۳
مشارکت جامعه محلی	۱		
خدمات گردشگری	۰/۸۵۳**	۱	
حس تعلق مکانی	۰/۶۱۰**	۰/۶۸۶**	۱
توسعه گردشگری	۰/۶۷۳**	۰/۶۲۹**	۰/۶۵۸

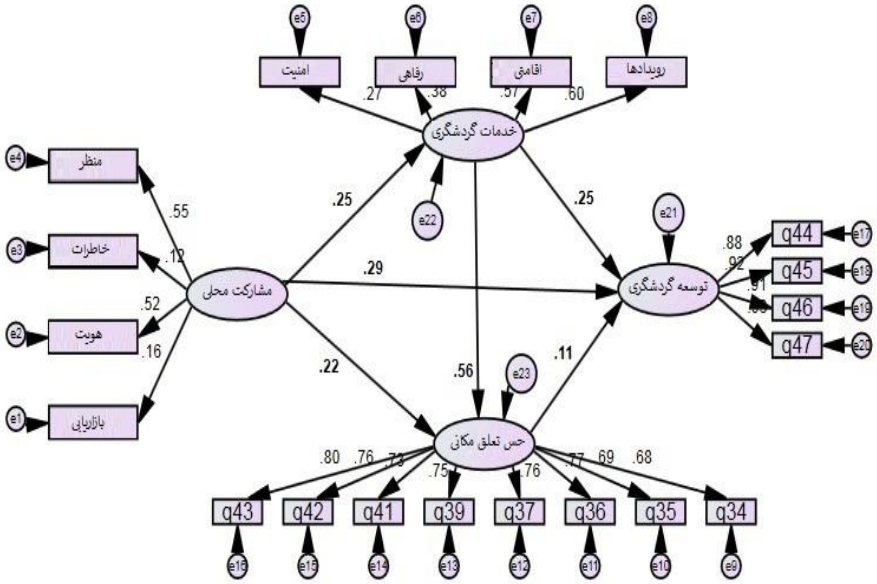
توضیح: **همبستگی در سطح معناداری ۰/۰۱ >p می‌باشد

همان‌گونه که مشاهده می‌شود تمامی ضرایب همبستگی به دست آمده مثبت و قابل قبول هستند. بزرگترین ضـریب همبســتگی، مربوط به رابطه‌ی بین متغیرهای خدمات گردشـگری و مشـارکت جامعه محلی و به میزان ۰/۸۵۳ است. کوچکترین ضریب نیز مربوط به رابطه‌ی بین حس تعلق مکانی و توسعه گردشگری به میزان ۰/۶۱ است که البته معنادار است.از آنجا که هدف اصلی این تحقیق بررسی اثر همسویی بر توسعه گردشگری می‌باشد، داده های تحقیق را به دودســته کسـبه و اهالی محل و کارشـناسـان تقسـیم گردید. از آنجایی که پس از تحلیل پرسشنامه ها تعداد کارشناسان ۴۹ نمونه شد، تحلیل آماری با این محدودیت انجام شد که تحلیل عاملی تاییدی، روایی و همبستگی با توجه به نرمال بودن داده ها در هر طبقه و همچنین با توجه به استفاده از پرسشنامه های استاندارد، برحسب کل شرکت‌کننده‌های در پژوهش صورت پذیرفت. سپس برای بررسی اثر همسویی دو مدل معادلات ساختاری جداگانه مورد برازش قرار گرفت که در ادامه این مدل‌ها مورد بحث واقع می‌شوند.در شکل‌های ۲ مدل ساختاری برای کسبه و اهالی محل و شکل ۳ مدل ساختاری برای کارشناسان را نشان می‌دهد.



شکل ۲.مدل برازش شده تحقیق برای کسبه و اهالی محل

Figure 2. Fitted Research Model for Local Residents and Business Owners



شکل ۳.مدل برازش شده تحقیق برای نظرات کارشناسان

Figure 3. Fitted Research Model Based on Experts' Opinions

جدول ۵. مقادیر ویژه برای ماتریس همبستگی نمونه

Table 5. Eigenvalues of the Sample Correlation Matrix

فرضیه	فرضیه/ رابطه	مدل ها	β	سطح معناداری	عدد معناداری	نتیجه
۱	مشارکت جامعه محلی ← توسعه گردشگری	اهالی و کسبه	۰/۳۱	۰/۰۴	۱/۹۷۸	معنادار
		کارشناسان	۰/۲۹	۰/۰۴	۰/۷۴۷	معنادار
۲	مشارکت جامعه محلی ← خدمات گردشگری	اهالی و کسبه	۰/۸۹	۰/۰۰۰	۱۰/۶۸۴	معنادار
		کارشناسان	۰/۲۵	۰/۰۲	۱/۱۰۶	معنادار
۳	مشارکت جامعه محلی ← حس تعلق مکانی	اهالی و کسبه	۰/۲۰	۰/۰۴	۰/۷۶۳	معنادار
		کارشناسان	۰/۲۲	۰/۰۰۰	۰/۵۹۰	معنادار
۴	خدمات گردشگری ← حس تعلق مکانی	اهالی و کسبه	۰/۵۶	۰/۰۰۰	۳/۵۶۷	معنادار
		کارشناسان	۰/۵۶	۰/۰۰۰	۳/۳۸۶	معنادار
۵	خدمات گردشگری ← توسعه گردشگری	اهالی و کسبه	۰/۱۶	۰/۰۴	۰/۷۳۶	معنادار
		کارشناسان	۰/۲۵	۰/۰۴	۰/۷۸۹	معنادار
۶	حس تعلق مکانی ← توسعه گردشگری	اهالی و کسبه	۰/۴۲	۰/۰۰۲	۳/۱۱۹	معنادار
		کارشناسان	۰/۱۱	۰/۰۴	۰/۸۳۷	معنادار

(مأخذ: محاسبات نگارنده)

بررسی اثرات مشارکت جامعه محلی بر توسعه گردشگری در میان نظرات دو گروه از شرکت‌کنندگان در پژوهش نشان می‌دهد که ضریب اثر بین این دو متغیر به ترتیب برابر با ۰/۳۱ و ۰/۲۹ شده ا ست که البته در ک سبه و اهالی محل با

توجه به اینکه ســطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ شــده اســت، معنادار گردیده اســت. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که مشارکت جامعه محلی بر توسعه گردشگری بافت تاریخی سیرجان اثر مثبت و معنادار دارد.

برر سی اثرات م شارکت جامعه محلی بر خدمات گرد شگری در نظرات گروه ک سبه و اهالی محل و گروه کار شنا سان نشان می‌دهد که ضرایب مسیر بین این دو متغیر به ترتیب ۰/۸۹ و ۰/۲۵ شده است که بازهم در نظرات کارشناسان و اهالی محل معنادار اســت. یعنی در جامعه مورد مطالعه مشــارکت جامعه محلی بر خدمات گردشــگری اثرگذار اســت و سبب می‌شود تا مشارکت جامعه محلی خود خدمات گردشگری را انتخاب کنند.

همچنین بر اســاس اطلاعات جدول ۳ مشــخص گردید ضــریب مســیر مشــارکت جامعه محلی بر حس تعلق مکانی درنظرات کسبه و اهالی محل ۰/۲۰ و در نظرات کارشناسان ۰/۲۲ است که البته هر دو ضریب به علت کمتر شدن سطح معناداری از ۰/۰۵ معنادار گردیده‌اند.

برر سی اثرات خدمات گرد شگری بر حس تعلق مکانی در نظرات گروه ک سبه و اهالی محل و گروه کار شنا سان ن شان می‌دهد که ضــریب اثر بین این دو متغیر به ترتیب برابر با ۰/۵۶ در نظرات گروه کســبه و اهالی محل و در نظرات کارشناسان ۰/۵۶ شده است که البته در هر دو مدل با توجه به اینکه سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ شده است. این ضرایب مسیر معنادار است، یعنی خدمات گردشگری، حس تعلق مکانی را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

همانند ضــریب مســیر مشــارکت جامعه محلی بر حس تعلق مکانی که در نظرات گروه کســبه و اهالی محل و گروه کارشناسان معنادار گردیده است، ضریب اثر انتخاب خدمات گردشگری بر توسعه گردشگری در بافت تاریخی سیرجان، نیز که به ترتیب در نظرات کسبه و اهالی محل ۰/۱۶ و در نظرات کارشناسان ۰/۲۵ شده است و معنادار شده‌اند.

برر سی اثرات حس تعلق مکانی بر تو سعه گرد شگری در نظرات گروه ک سبه و اهالی محل و گروه کار شنا سان ن شان می‌دهد که ضریب اثر بین این دو متغیر به ترتیب برابر با ۰/۴۲ در نظرات کسبه و اهالی محل و در نظرات کار شنا سان ۰/۱۱ شده است که البته ضریب اثر حس تعلق مکانی بر توسعه گردشگری در نظرات کسبه و اهالی محل معنادار و در نظرات کارشناسان معنادار گردیده است.

طبق آنالیزهای فوق زمانی که بین مشــارکت جامعه محلی، خدمات گردشــگری و حس تعلق مکانی رابطه و همســویی برقرار باشد، توسعه گردشگری در بافت تاریخی سیرجان رقم میخورد. به همین صورت اگر این همسویی برقرار نباشد، توسعه گردشگری بی‌نتیجه خواهد ماند.

طبق آنالیزهای فوق زمانی که بین مشــارکت جامعه محلی، خدمات گردشــگری و حس تعلق مکانی رابطه و همســویی برقرار باشد، احتمال تحقق توسعه گردشگری در بافت تاریخی افزایش می‌یابد. به همین صورت اگر این همسویی برقرار نباشد، احتمال تحقق توسعه گردشگری در بافت تاریخی سیرجان کاهش خواهد داشت. به عبارتی واریانس حس تعلق مکانی (R^2) برای نظرات کسبه و اهالی محل ۰,۷ می‌باشد که این به معنی آن است که ۷۰٪ واریانس حس تعلق مکانی توسط مشارکت جامعه محلی و خدمات گردشگری بیان می‌شود. در تضاد با نظرات کارشناسان که واریانس حس تعلق مکانی (R^2) ۰,۲ می‌باشد که این به معنی آن است که ۲۰٪ واریانس حس تعلق مکانی توسط مشارکت جامعه محلی و خدمات گردشگری بیان می‌شود. به عبارت دیگر در نظرات کارشناسان، حس تعلق مکانی به طور بی‌ارتباط با مدیریت خدمات گردشگری می‌باشد.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

در این پژوهش روابط بین م شارکت جامعه محلی، خدمات گرد شگری ، حس تعلق مکانی و تو سعه گرد شگری در بافت تاریخی سیرجان مورد بررسی قرار گرفت. نتیجه‌گیری براساس نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل آماری بدست آمده است. این فصل متشکل از چهار بخش است. بخش اول نتیجه‌گیری از این مطالعه را فراهم می‌کند. سپس پیشنهادهای حاصل از این مطالعه خلاصه شده است. بخش سوم دستورالعمل‌های ممکن برای تحقیقات آینده پیشنهاد می‌شود و در بخش نهایی محدودیت های این مطالعه بیان می شود.

این پژوهش تلاش نموده ا ست کمک به بدنه موجود در ادبیات مربوط به تو سعه شهری و گرد شگری در بافت تاریخی سیرجان نماید و نشان‌دهنده اولین تحقیق تجربی درمورد رابطه بین مشارکت جامعه محلی، خدمات گردشگری ، حس تعلق مکانی و توسعه گردشگری در بافت تاریخی سیرجان می‌باشد. جمع‌آوری داده از طریق پرسشنامه مبتنی بر برر سی تحقیقات تجربی برای آزمودن فر ضیه ارائه شده در این مدل ا ست. یافته‌های این مطالعه مفهوم گ سترده تر و عمیق‌تر از مطالعات قبلی است که مبتنی بر تجزیه و تحلیل نظری بوده، و یا در اندازه نمونه کوچکتر یا مطالعات موردی بوده اند.

این مطالعه به منظور برر سی تجربی هم سویی بین م شارکت جامعه محلی، خدمات گرد شگری و حس تعلق مکانی با توسعه گردشگری در بافت تاریخی سیرجان انجام پذیرفته است. به طور خاص، تلاش برای مدرکی دال بر اینکه آیا هم ترازی و یا تناسب بین شرایط مشارکت جامعه محلی، خدمات گردشگری و حس تعلق مکانی وجود دارد، و اینکه آیا این منجر به تو سعه گرد شگری می شود، صورت گرفته ا ست. برای پا سخ به این پر سشها، برر سی نظرات جمعی از اهالی و کسبه بافت تاریخی سیرجان و کار شناسان دانشگاهی و حرفه‌مندان برای تجزیه و تحلیل داده‌ها برای روابط نهفته بین ساختار فوق انجام شد. در تحلیل با ا ستفاده از مدل ا صلاح شده با آ شکار شدن اینکه آیا اختلاف در همترازی بین نظرات دو گروه شرکت‌کننده در پژوهش نمونه وجود دارد، تو سعه داده شد. نه ساختار شامل بازاریابی مقصد محیط، هویت مکانی، خاطره جمعی، منظر تاریخی و فرهنگی، نظارت و امنیت، خدمات رفاهی، امکانات اقامتی، رویدادهای گردشگری، و حس تعلق مکانی در این مدل مورد بررسی قرار گرفتند.

۱. تقویت مشارکت جامعه محلی: یکی از مهم‌ترین عوامل در توسعه گردشگری در بافت‌های تاریخی، مشارکت فعال و مؤثر جامعه محلی است. بنابراین، پیشنهاد می‌شود که نهادهای مسئول همچون شهرداری‌ها و سازمان‌های میراث فرهنگی برنامه‌های آموزشی و آگاهی‌بخشی برای اهالی و کسبه بافت تاریخی سیرجان ترتیب دهند تا آنان در فرآیندهای گردشگری و حفظ میراث فرهنگی مشارکت بیشتری داشته باشند. این مشارکت می‌تواند از طریق برگزاری کارگاه‌ها و نشست‌های مشورتی با جامعه محلی و تقویت حس مالکیت نسبت به بافت تاریخی به‌ویژه در میان نسل‌های جوان، توسعه یابد.

۲. ایجاد زیرساخت‌های مناسب گردشگری: برای ارتقاء خدمات گردشگری در بافت‌های تاریخی، ضروری است که زیرساخت‌های گردشگری نظیر امکانات رفاهی، بهبود دسترسی‌ها، امنیت، حمل‌ونقل عمومی و ایجاد فضاهای تفریحی و آموزشی برای بازدیدکنندگان فراهم شود. پیشنهاد می‌شود شهرداری‌ها و سازمان‌های مربوطه به سرمایه‌گذاری در این زمینه‌ها توجه ویژه‌ای داشته باشند.

۳. توسعه گردشگری پایدار: در راستای حفظ هویت تاریخی بافت‌های شهری، توسعه گردشگری باید به‌صورت پایدار و با رعایت اصول محیط‌زیستی انجام شود. برنامه‌ریزی برای گردشگری باید به‌گونه‌ای باشد که از تخریب محیط‌زیست و آثار تاریخی جلوگیری کند. به‌علاوه، پیشنهاد می‌شود که تورهای گردشگری در راستای معرفی ارزش‌های فرهنگی، تاریخی و اجتماعی منطقه و با تأکید بر حفظ محیط‌زیست طراحی و اجرا شوند.

۴. تقویت حس تعلق مکانی در میان جامعه محلی: برای افزایش توسعه گردشگری در بافت‌های تاریخی، تقویت حس تعلق مکانی در بین جامعه محلی ضروری است. به‌ویژه برای اهالی و کسبه بافت تاریخی، می‌توان برنامه‌هایی نظیر برگزاری رویدادهای فرهنگی و هنری محلی، نمایشگاه‌ها، جشنواره‌ها و همایش‌های تخصصی برگزار کرد تا حس تعلق به مکان و هویت محلی در آن‌ها تقویت شود.

۵. ارتباط با متخصصان و کارشناسان گردشگری: کارشناسان دانشگاهی و حرفه‌ای می‌توانند به‌عنوان مشاوران راهبردی برای توسعه گردشگری در بافت‌های تاریخی عمل کنند. پیشنهاد می‌شود که بین مسئولین محلی و این گروه‌ها ارتباط بیشتری برقرار شود تا از نظر علمی و تخصصی در زمینه‌های بازاریابی مقصد، هویت‌سازی، و طرح‌های توسعه گردشگری استفاده شود.

۶. بازاریابی مقصد با تأکید بر هویت تاریخی و فرهنگی: برای جذب گردشگران، باید بازاریابی مقصد در بافت‌های تاریخی به‌گونه‌ای طراحی شود که بر هویت تاریخی، فرهنگی و اجتماعی منطقه تأکید کند. استفاده از رسانه‌ها، شبکه‌های اجتماعی و بازاریابی دیجیتال برای معرفی ویژگی‌های منحصر به‌فرد بافت‌های تاریخی، می‌تواند موجب افزایش تمایل گردشگران به بازدید از این مناطق شود.

۷. ارزیابی مستمر و به‌روز برنامه‌های گردشگری: به‌منظور ارزیابی و بهبود برنامه‌ها و سیاست‌های گردشگری در بافت‌های تاریخی، پیشنهاد می‌شود که از روش‌های پژوهشی و نظرسنجی‌های دوره‌ای استفاده شود تا بازخوردهای جامعه محلی و گردشگران به‌طور مستمر جمع‌آوری و تحلیل گردد. این ارزیابی‌ها می‌توانند در اصلاح سیاست‌ها و برنامه‌های توسعه گردشگری مؤثر باشند.

۸. توسعه گردشگری مسئولانه: توصیه می‌شود که در توسعه گردشگری بافت‌های تاریخی، گردشگران را به مشارکت در حفظ آثار تاریخی و محیط زیست تشویق کرد. این مشارکت می‌تواند از طریق طراحی برنامه‌های آموزشی برای گردشگران، ارائه اطلاعات در مورد اهمیت حفظ محیط زیست و آثار تاریخی و تشویق به رعایت اصول پایدار گردشگری صورت گیرد.

۹. حمایت از کسب‌وکارهای محلی و مشاغل خانگی: برای تقویت تأثیرات مثبت گردشگری بر توسعه اقتصادی، پیشنهاد می‌شود که از کسب‌وکارهای محلی و مشاغل خانگی حمایت بیشتری صورت گیرد. این حمایت می‌تواند از طریق ارائه تسهیلات و تسهیل دسترسی به منابع مالی برای کسب‌وکارهای مرتبط با گردشگری مانند فروشگاه‌ها، رستوران‌ها و تولیدکنندگان صنایع دستی انجام شود.

۱۰. حفظ و احیای بافت‌های تاریخی: در راستای توسعه گردشگری در بافت‌های تاریخی، نیاز است که طرح‌های بازسازی و احیای بافت‌های تاریخی با رعایت اصول معماری سنتی و حفظ اصالت انجام گیرد. اجرای این طرح‌ها می‌تواند موجب حفظ هویت تاریخی و فرهنگی منطقه و جذب گردشگران بیشتری گردد.

ملاحظات اخلاقی

پیروی از اصول اخلاق پژوهش

نویسندگان اصول اخلاقی را در انجام و انتشار این پژوهش علمی رعایت نموده‌اند و این موضوع مورد تأیید همه آنهاست.

مشارکت نویسندگان

مشارکت نویسندگان در مقاله به شکل توضیح داده شده از سوی مجله، مورد تأیید نویسندگان این مقاله است.

تعارض منافع

بنا بر اظهار نویسندگان این مقاله تعارض منافع ندارد.

حامی مالی

مقاله حاضر فاقد حمایت مالی است.

سپاسگزاری

از کلیه کسانی که در مراحل مختلف نوشتن این مقاله با نظرات خود ما را یاری دادند، سپاسگزاری می‌کنیم.

References:

1.Alimardani, Masoud; Mohammadi, Maryam; Zibaei Farimani, Nikoo (2017). Investigating the Relationship Between Sense of Place Attachment and Walking to Improve Health Levels in Neighborhoods: A Case Study of the Motahari Neighborhood, Mashhad. Armanshahr Architecture & Urban Development, 10(21), 193–204. (In Persian). https://www.armanshahrjournal.com/article_58608.html

2.Canter, D. V. (1977). *The psychology of place*. Architectural Press. https://doi.org/10.1000/example.1977.001

3.Cooper, C., & Hall, C. M. (2008). *Contemporary tourism: An international approach*. Butterworth-Heinemann. https://doi.org/10.1000/contemporary-tourism.2008
4.Dehghan, Narges (2022). Analyzing the Level of Sense of Place in Recreational Spaces through the Elucidation of 'Place Meaning' (Case Study: Zayandeh-Rud Recreational Village). Geography and Regional Urban Planning, 12(43), 91–122. (In Persian).
5.Eraydın, Z. (2007). *Building a legible city: How far planning is successful in Ankara* [Master's thesis, Middle East Technical University]. https://etd.lib.metu.edu.tr/upload/12608221/index.pdf
6.Erem, Ö., & Gür Şener, E. (2008). Complexity versus sustainability in urban space: The case of Taksim Square, Istanbul. *A|Z ITU Journal of the Faculty of Architecture, 5*(1), 54–73. https://doi.org/10.1000/az.2008.005
7.Gillespie, J., Cosgrave, C., Malatzky, C., & Carden, C. (2022). Sense of place, place attachment, and belonging-in-place in empirical research: A scoping review for rural health workforce research. *Health & Place, 74*, Article 102756. https://doi.org/10.1016/j.healthplace.2022.102756
8.Hejazi, Mahsa (2023). An Investigation into the Physical Elements of Sense of Place in Urban Neighborhoods (Case Study: Golshan District, Shiraz). 21st National Conference on Civil Engineering, Architecture, and Urban Development, Babol. (In Persian). https://doi.org/10.1000/hejazi.2023.001
9.https://doi.org/10.22111/gaij.2022.41393.2990
10.Kardar, S. & Saeidi, F. (2022). Redesigning the Sidewalks Around Fatemi Square and Valiasr Street in Tehran in order to Improve the Sense of Belonging to the Place. Journal of Sustainable Urban & Regional Development Studies (JSURDS), 3(3), 84–97. (In Persian). https://www.srds.ir/article_163836.html?lang=en
11.Karimi, Sh., & Zare, H. (2019). Welfare Services and Their Impact on Tourist Satisfaction. Journal of Tourism Studies and Development, 4(1), 28–43. (In Persian). https://doi.org/10.1000/karimi-zare.2019.001
12.Khatibi, Seyyed Mohammad Reza (2013). The Interplay of Behavioral Patterns in Revitalizing Urban Environmental Identity: A Case Study of the Entrance Area of Sanandaj. Urban Identity, 7(13), 63–73. (In Persian). 20.1001.1.17359562.1392.7.13.7.5
13.Lo, A. S.-Y., & Im, H. H. (2014). Drivers of customer–brand relationship quality: A case of mainland Chinese hotel loyalty program members. *Journal of Travel & Tourism Marketing, 31*(7), 763–782. https://doi.org/10.1080/10548408.2014.889638
14.Mokhtari, E., Mirgholami, M. & Nejad Ebrahimi, A. (2023). Comparative study of economic activities in the creative regeneration of neighborhood centers in historical contexts. *Journal of Sustainable Urban & Regional Development Studies (JSURDS), 4*(3), 102–122. (In Persian). https://www.srds.ir/article_187654.html?lang=en
15.Monterrubio, J. C., Mendoza, M. M., Fernández, M. J., & Gullete, G. S. (2011). Turismo y cambios sociales: Estudio cualitativo sobre percepciones comunitarias en Bahías de Huatulco, México. *Cuadernos de Turismo*, (28), 171–189. https://doi.org/10.1000/monterrubio.2011.001
16.Oshana Shirabad, B., Akbari Namdar, S. & Najafgholipour Kalantari, N. (2024). Examination of the Perspectives on Recognizing Identity-Building Components of Architecture with an Emphasis on the Convergence of Ethnicities and Religions (Case Study: Central Neighborhoods Leading to Imam Street, Urmia). *Journal of Sustainable Urban & Regional Development Studies (JSURDS), 5*(2), 91–107. (In Persian). https://www.srds.ir/article_201832.html?lang=en

17.Pirbabaei, M. T. & Bahaloo, F. (2023). Culture recreating the historical context with emphasis on attracting tourists (Case Study: Khaghani Street,Tabriz). Journal of Sustainable Urban & Regional Development Studies (JSURDS), 4(2), 52–73. (In Persian). https://www.srds.ir/article_183203.html?lang=en
18.Sarmast, Bahram, & Tavassoli, Mohammad Mehdi (2010). An Analysis of the Role of "Urban Scale" in the "Sense of Place": A Case Study of Tehran. Urban Management Quarterly, Vol. 8, No. 26, pp. 133–146. (In Persian). https://doi.org/10.1000/sarmast-tavassoli.2010.001
19.Soltani-Nejad, Mahdieh, & Shahriari, Soudeh (2023). Interpreting the Cultural Consequences of Communication with an Emphasis on Tourism Development (Case Study: The Indigenous Community of Kong). Scientific Quarterly Journal of Media, 34(2), 197–223. (In Persian). https://doi.org/10.1000/soltani-nejad-shahriari.2023.001
20.Taherpour Sisakht, Zahra, and Rezaei, Fatemeh (2023). The Concept of Sense of Place and Its Constituent Factors. The 3rd International Conference on Architecture, Civil Engineering, Urban Planning, Environment, and Horizons of Islamic Art in the Context of the 'Second Phase of the Revolution' Statement, Tabriz. (In Persian). https://doi.org/10.1000/taherpour-rezaei.2023.001
21.Vaz de Freitas, I., Sousa, C., Ramazanova, M., & Albuquerque, H. (2022). Feeling a historic city: Porto landscape through the eyes of residents and visitors. *International Journal of Tourism Cities, 8*(3), 529–545. https://doi.org/10.1108/IJTC-05-2021-0086
22.Yazdani, F., Sharifi, A., & Habibi, M. (2021). Analysis of the Dimensions of Historical Fabric in the Process of Urban Regeneration. Iranian Journal of Architecture and Urbanism, 12(1), 44–65. (In Persian). https://doi.org/10.1000/yazdani-sharifi-habibi.2021.001

OPEN ACCESS

COPYRIGHTS

© The Author(s). This is an open access article under the CC BY-NC license:
https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/
Publisher: Private with Cooperation Iranian Geography and Urban Planning Association