



Exploring the Role of Historical Sites in Tourists' Place Attachment and Realizing Sense of Place: A case study of Zandieh Complex, Shiraz, Iran

Mahsa Sholeh¹ , Fateme Barzegar² , Sahand Lotfi³ 

1. (Corresponding Author) Department of Urban Planning and Design, Faculty of Art and Architecture, Shiraz University, Shiraz, Iran

Email: msholeh@shirazu.ac.ir

2. Department of Urban Planning and Design, Faculty of Art and Architecture, Shiraz University, Shiraz, Iran

Email: 77brzfateme@gmail.com

3. Department of Urban Planning and Design, Faculty of Art and Architecture, Shiraz University, Shiraz, Iran

Email: slotfi@shirazu.ac.ir

ARTICLE INFO

Article type:
Research Paper

Article History:

Received:

13 April 2026

Received in revised form:

27 June 2026

Accepted:

2 August 2026

Available online:

23 August 2026

Keywords:

*Sense of Place,
Place Attachment,
Tourists,
Historical Sites,
Zandieh Complex,
Shiraz.*

ABSTRACT

This study investigates the mechanisms underlying tourists' place attachment and sense of place within the historical Zandiyeh complex in Shiraz. Sense of place and the place attachment are central components to tourism and historic environment research. These components explain how individuals perceive, experience, and develop emotional connections with specific locations. These concepts enhance the quality of tourism experiences and help sustain the cultural values of historic environments. This applied research adopts a qualitative methodology and thematic analysis. Data were collected through open-ended questions based on experiential narratives from 61 tourists and citizens. The analysis included 138 textual narratives using MAXQDA software. The findings reveal that the sense of place in the Zandiyeh historical complex emerges from the interaction between two main dimensions: functional and perceptual-experiential components. The Functional components, including land-use, accessibility, and physical characteristics, provide the initial framework for experiencing the place, while perceptual-experiential components, including objective landscape, subjective landscape, meaning, memory, and sensory experience, play a decisive role in transforming a historic space into a meaningful place for users. The results demonstrate that enhancing the sense of place in historic environments cannot be achieved solely through physical conservation and the preservation of architectural values; rather, it requires simultaneous attention to the symbolic, identity-related, social, and experiential dimensions of place. Accordingly, policies for the management and regeneration of historic areas should move beyond the preservation of physical elements and focus on strengthening identity-defining features, improving environmental experience, and developing cultural and social activities.

Citation: Sholeh, M., Barzegar, F., & Lotfi, S. (2026). Exploring the Role of Historical Sites in Tourists' Place Attachment and Realizing Sense of Place: A case study of Zandieh Complex, Shiraz, Iran. *Journal of Urban Tourism*, 13 (3), 1-21.

<http://doi.org/10.22059/jut.2026.399468.1313>



© The Author(s)

Publisher: University of Tehran Press

Extended Abstract

Introduction

Historic urban areas represent some of the most valuable cultural, social, and spatial assets of cities. Beyond their architectural significance and historical importance, these environments function as living settings where collective memories, social interactions, cultural practices, and human experiences are continuously produced and reproduced. They provide a physical and symbolic connection between the past and the present, allowing communities and visitors to engage with layers of historical meaning embedded in urban space. However, contemporary processes of rapid urbanization, modernization, and spatial transformation have created significant challenges for historic environments. The rising emphasis on physical development and infrastructure improvement has often led to the neglect of the perceptual, emotional, and symbolic dimensions of place. Consequently, many historic areas have experienced declining environmental quality, weakened relationships between people and place, and spatial identity gradual erosion.

Recent studies in architecture, urban planning, environmental psychology, and tourism emphasize the experiential dimensions of historic environments. Rather than treating places as static, these approaches highlight their dynamic nature—outcomes of interaction among physical structures, social activity, cultural meanings, and human experience. In this context, the frameworks of “sense of place” and “place attachment” are central to understanding how individuals connect with their environments.

Sense of place is a multidimensional concept that describes the relationship between individuals and their surroundings through perceptual, emotional, cognitive, and symbolic processes. It emerges from the interaction among a place's physical characteristics, its functional patterns, social relationships, cultural values, and users' personal experiences. Unlike traditional approaches that define place primarily through physical characteristics, contemporary interpretations consider place as a meaningful construct created through

human engagement. A physical space becomes a meaningful place when it is capable of generate identities, emotional responses, memories, and personal or collective associations among its users.

A sense of place extends beyond visual appreciation and architectural quality. It includes memories, historical narratives, cultural meanings, lived experiences, and emotional responses that influence how individuals understand and value a place. Historic environments are particularly important in this regard because they contain multiple layers of meaning accumulated over time. Their architectural authenticity, cultural narratives, and connection to collective memory offer individuals opportunities to experience identity, continuity, and belonging. Therefore, historic places are not only preserved physical remains of the past but also active environments where meanings are continuously interpreted and reconstructed.

Place attachment, as a concept closely to the sense of place, refers to the emotional, cognitive, and behavioral relationship that individuals develop with specific environments. This attachment emerges through direct experiences, social interactions, personal memories, and recognition of the symbolic and functional values of places. In tourism studies, place attachment has gained considerable attention because it influences visitors' satisfaction, emotional engagement, destination loyalty, intention to revisit, and willingness to recommend destinations to others. Understanding how place attachment develops is therefore essential for improving tourism experiences and supporting the sustainable management of heritage environments.

Despite increased focus on these concepts, numerous studies examine sense of place and place attachment separately. Research often prioritizes physical, architectural, or historical aspects, paying less attention to how environmental qualities become meaningful experiences. The relationship between physical features, user perceptions, lived experiences, and emotional bonds with historic places remains underexplored. As the value of historic environments

depends on both preservation and user interpretation, further study is necessary to reveal how the sense of place and attachment arises.

The Zandiyeh historical complex in Shiraz, Iran, provides an appropriate context for investigating these relationships. As one of the most significant heritage complexes in Iran, it includes several significant historic components, including Vakil Bazaar, Vakil Mosque, Vakil Bathhouse, Karim Khan Citadel, and Nazar Garden (Pars Museum). The complex represents a unique combination of architectural heritage, commercial activities, cultural practices, and everyday urban life. Unlike purely preserved heritage sites, the Zandiyeh complex continues to function as a living urban environment where residents, visitors, traders, and cultural activities interact. This combination of historical significance and contemporary use creates a complex experiential setting in which meanings are produced, and place attachment can develop.

This study specifically investigates how the Zandiyeh historical complex contributes to tourists' sense of place and place attachment, contending that the experiential and symbolic dimensions of the environment are crucial for forming these bonds. It seeks to identify which environmental, experiential, and symbolic factors enable users to develop meaningful, emotional relationships with this historic urban environment.

Methodology

This applied study employed a qualitative approach and thematic analysis. Qualitative methods are chosen because sense of place and place attachment involve subjective perceptions and emotions that cannot be captured by quantitative data alone. These methods let researchers explore how individuals experience, interpret, and form connections with places through direct encounters.

Data were gathered through open-ended questions about participants' personal experiences. The questionnaire was distributed online to those who had visited the Zandiyeh complex. Questions covered perceptions, emotions, memories, and

interpretations of the complex's parts, especially the five main components: Vakil Bazaar, Vakil Bathhouse, Vakil Mosque, Nazar Garden (Pars Museum), and Karim Khan Citadel.

A total of 61 participants contributed to the study, providing 138 textual narratives describing their experiences. Purposeful sampling was employed to ensure that participants had direct experience of the environment under study. Data collection sustained until theoretical saturation was reached, meaning that additional narratives no longer generated substantially new concepts or themes.

Narratives were analyzed in MAXQDA using thematic analysis. First, researchers reviewed texts multiple times to understand overall experiences. They then identified units related to spatial perception, emotions, environmental qualities, and meanings. Initial codes were created inductively to allow themes to emerge from the narratives, rather than from preset categories.

Next, similar codes were grouped into categories. These categories were synthesized into main themes that reflect key dimensions of sense of place: accessibility, function, physical structure, objective landscape, and subjective landscape. Environmental challenges, such as insufficient services, limited facilities, poor lighting, and functional issues, were also identified as negative factors for visitors.

Several strategies were applied to enhance the credibility and reliability of the research. These included multiple reviews of the collected narratives and the coding process, continuous comparison between the raw data and extracted themes, thematic consistency evaluation, and consultation with experts in urban design and historic urban environments.

Results and discussion

The findings indicate that the sense of place in the Zandiyeh historical complex is a multilayered phenomenon shaped through the interaction of physical, functional, perceptual, social, and symbolic dimensions. The analysis of the participants' narratives demonstrates that no single dimension independently

accounts for users' experiences. Instead, a sense of place emerges from the combined contribution and mutual reinforcement of different environmental and experiential factors.

Among these dimensions, symbolic and meaningful aspects most strongly influenced visitor perceptions. Concepts such as connection to the past, historical identity, memorability, and culture recur in narratives. This illustrates visitors observe the Zandiyeh complex not just as historic buildings, but as a meaningful environment to connect with history, identity, and Shiraz's memory.

The perceptual and sensory dimension also played an imperative role in shaping memorable experiences. Participants frequently referred to architectural details, visual qualities, environmental sounds, spatial atmosphere, lighting conditions, and human presence as influential factors shaping their experiences. These findings demonstrate that historic environments create meaningful experiences through multiple senses rather than solely through visual appreciation. The combination of architectural character and social activity contributes to the formation of lasting mental images of places.

From a functional perspective, activities' diversity, accessibility, and spatial vitality were identified as important contributors to the sense of place. Among the different parts of the Zandiyeh complex, Vakil Bazaar demonstrated the strongest capacity to enhance visitors' experiences. Its continuous commercial activities, social interactions, pedestrian presence, and everyday vitality transform it into an active and dynamic historic environment. In contrast, less active areas with fewer social interactions and limited functions provided weaker experiences of place attachment.

At the physical level, architectural authenticity, spatial coherence, and preservation quality were recognized as fundamental factors shaping positive perceptions of the complex. However, the findings indicate that physical qualities alone are insufficient to create a strong sense of place. Historic elements become meaningful when they are supported by

human activities, social interactions, and opportunities for experiential engagement.

The findings suggest that the sense of place in the Zandiyeh historical complex should be understood as a dynamic process rather than a fixed characteristic determined only by physical attributes. This process begins with the perception of environmental qualities, develops through sensory and social experiences, and ultimately results in the formation of meanings and emotional bonds with the place.

A major contribution of this study is highlighting the dominant role of meaning in historic environments. While conventional heritage conservation approaches have often prioritized physical preservation, the findings demonstrate that the long-term value of historic places depends largely on their ability to generate meanings and emotional connections among users. Physical conservation is necessary, but without considering human experience, it cannot fully support the creation of strong relationships between people and historic environments.

The study also emphasizes the importance of social vitality in sustaining historic places. Vakil Bazaar illustrates how everyday activities and continuous human presence can preserve both historical value and social relevance. The findings suggest that historic environments remain meaningful when they continue to support social interaction, cultural practices, and everyday urban life.

Furthermore, the research reveals a reciprocal relationship between the sense of place and place attachment. Positive experiences contribute to the formation of meanings and emotional connections, while stronger attachment reinforces users' perceptions and appreciation of the place. This indicates that the relationship between people and historic environments is not linear but continuously reproduced through experience.

Conclusion

This study demonstrated that the sense of place and place attachment in the Zandiyeh historical complex are outcomes of a complex interaction among physical, functional, perceptual, social, and symbolic

dimensions. Although architectural authenticity and historical values provide the foundation for experiencing the place, symbolic factors such as memory, identity, meaning, and connection with the past play a central role in developing emotional relationships between users and historic environments.

The results suggest that the management of historic places should move beyond a purely conservation-oriented approach toward an experience-based framework. Such an approach should consider users' perceptions, social interactions, cultural activities, and meaning-making processes as equally important components of successful heritage management.

The Zandiyeh historical complex represents a valuable example of a living heritage environment with significant potential to strengthen urban identity, enhance sustainable tourism experiences, and foster deeper relationships between people and place. Realizing this potential requires integrating architectural conservation with cultural planning, improving visitor services, and activating historic spaces socially.

Funding

There is no funding support.

Authors' Contribution

Mahsa Sholeh: Scientific guidance of the article, supervision of methodology and analysis process, review and completion of scientific content, integration of the article text, final editing, preparation of the final version, and responsibility for correspondence and article submission.

Fatemeh Barzegar: Compilation and review of sources, development of theoretical foundations and analytical framework of the research, interpretation of findings, extraction of the initial structure of the article, effective participation in revising and finalizing the scientific text.

Sahand Lotfi: Participation in advancing research discussions, providing expert consultation during the study process, participation in evaluating results and scientific review of the article.

Conflict of Interest

Authors declared no conflict of interest.

Acknowledgments

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

واکاوی نقش بناهای تاریخی در ایجاد دل‌بستگی مکانی گردشگران و تحقق حس مکان مطالعه موردی: مجموعه زندیه شیراز

مهسا شعله^۱ ✉، فاطمه برزگر^۲، سهند لطفی^۳

۱- نویسنده مسئول، بخش شهرسازی، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران. رایانامه: msholeh@shirazu.ac.ir

۲- بخش شهرسازی، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران. رایانامه: 77brzfateme@gmail.com

۳- بخش شهرسازی، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران. رایانامه: slotfi@shirazu.ac.ir

چکیده	اطلاعات مقاله
پژوهش حاضر با هدف واکاوی نقش مجموعه تاریخی زندیه شیراز در شکل‌گیری دل‌بستگی مکانی گردشگران و تحقق حس مکان انجام‌شده است. حس مکان و دل‌بستگی مکانی از مفاهیم بنیادین در مطالعات گردشگری هستند که بیانگر پیوندهای ادراکی، عاطفی و معنایی افراد با فضاها و تاریخی‌اند و می‌توانند کیفیت تجربه گردشگران را به‌طور قابل‌توجهی تحت تأثیر قرار دهند. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت کیفی است و با استفاده از روش تحلیل مضمون انجام‌شده است. داده‌ها از طریق پرسشنامه باز مبتنی بر روایت تجربه از ۶۱ گردشگر و شهروند گردآوری شد و در مجموع ۱۳۸ روایت متنی با استفاده از نرم‌افزار MAXQDA تحلیل گردید. یافته‌ها نشان داد که حس مکان در مجموعه زندیه تحت تأثیر دو دسته مؤلفه اصلی شامل عوامل عملکردی (کاربری، دسترسی و ویژگی‌های کالبدی) و عوامل ادراکی-تجربی (منظر عینی و منظر ذهنی) شکل می‌گیرد. در میان این مؤلفه‌ها، معنا، سرزندگی، غنای حسی و پیوند با گذشته بیشترین نقش را در تقویت دل‌بستگی مکانی و ایجاد تجربه مثبت برای گردشگران دارند. همچنین بازار وکیل به دلیل تنوع فعالیت‌ها، حضورپذیری بالا و پویایی فضایی، بیشترین سهم را در ارتقای حس مکان در میان بخش‌های مختلف مجموعه داشته است. نتایج پژوهش بیانگر آن است که تقویت حس مکان در فضاها و تاریخی صرفاً به حفاظت کالبدی محدود نمی‌شود، بلکه نیازمند توجه هم‌زمان به ابعاد فرهنگی، هویتی و تجربی فضا است. در نتیجه، بهبود کیفیت محیط، تقویت عناصر هویت‌بخش و توسعه برنامه‌های فرهنگی می‌تواند نقش مؤثری در افزایش دل‌بستگی مکانی گردشگران و پایداری گردشگری در بافت‌های تاریخی ایفا کند.	نوع مقاله: مقاله پژوهشی تاریخ دریافت: ۱۴۰۵/۰۱/۲۴ تاریخ بازنگری: ۱۴۰۵/۰۴/۰۶ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۵/۱۱ تاریخ چاپ: ۱۴۰۵/۰۶/۰۱ واژگان کلیدی: حس مکان، دل‌بستگی مکان، گردشگران، مکان‌های تاریخی، مجموعه زندیه، شیراز.

استناد: شعله، مهسا؛ برزگر، فاطمه و لطفی، سهند. (۱۴۰۵). واکاوی نقش بناهای تاریخی در ایجاد دل‌بستگی مکانی گردشگران و تحقق حس مکان مطالعه موردی: مجموعه زندیه شیراز. مجله گردشگری شهری، ۱۳ (۳)، ۲۱-۰۱.

<http://doi.org/10.22059/jut.2026.399468.1313>

مقدمه

گردشگری فرهنگی و تاریخی به عنوان یکی از مهم ترین گونه های گردشگری شهری، نقش قابل توجهی در بازآفرینی هویت شهری، ارتقای کیفیت تجربه فضایی و تقویت پایداری اقتصادی - فرهنگی شهرها ایفا می کند. در ادبیات طراحی شهری، «حس مکان» یکی از مفاهیم بنیادین در تبیین کیفیت محیط و تجربه فضایی کاربران محسوب می شود. حس مکان بیانگر نوعی ارتباط ادراکی، عاطفی و معنایی میان فرد و محیط است که در نتیجه تعامل میان ویژگی های کالبدی، فعالیتی و اجتماعی مکان شکل می گیرد. در امتداد این مفهوم، «دل بستگی مکانی» به عنوان پیوند عاطفی و شناختی میان افراد و مکان، نقش مهمی در تعمیق تجربه محیطی و تثبیت ارتباط انسان با فضا دارد. با وجود توجه گسترده به مفاهیم حس مکان و دل بستگی مکانی در مطالعات شهری و گردشگری، هنوز ابهاماتی در خصوص چگونگی نقش فضاهای تاریخی در شکل گیری این روابط وجود دارد. بخش قابل توجهی از پژوهش ها، حس مکان و دل بستگی مکانی را به صورت مستقل بررسی کرده اند و کمتر به تبیین سازوکار ارتباطی میان ویژگی های مکان تاریخی، تجربه گردشگر و تحقق حس مکان پرداخته اند. این پژوهش با هدف واکاوی نقش فضاهای تاریخی در ایجاد دل بستگی مکانی گردشگران و تحقق حس مکان در مجموعه تاریخی زندیه شیراز، تلاش می کند مؤلفه های مؤثر بر این فرآیند را از منظر تجربه گردشگران شناسایی و تحلیل نماید. در این راستا، پرسش اصلی پژوهش این است که مهم ترین مؤلفه های مؤثر بر شکل گیری حس مکان در مجموعه تاریخی زندیه شیراز کدام اند و دل بستگی مکانی گردشگران چگونه در تعامل با ویژگی های کالبدی، عملکردی و ادراکی فضا شکل می گیرد. همچنین این پژوهش به بررسی تفاوت تجربه و ادراک گردشگران در بخش های مختلف این مجموعه تاریخی می پردازد تا نقش تفکیکی هر یک از فضاها در تقویت یا تضعیف حس مکان مشخص شود. مطالعات مرتبط با حس مکان و دل بستگی مکانی در حوزه گردشگری و فضاهای تاریخی را می توان در چند محور اصلی طبقه بندی کرد که هر یک به جنبه ای از رابطه انسان و مکان در بسترهای فرهنگی و میراثی می پردازند: نخست حس مکان به عنوان یکی از مفاهیم بنیادین در مطالعات شهری، بیانگر پیوند شناختی، عاطفی و رفتاری افراد با محیط پیرامون است. در حوزه فضاهای تاریخی، محمدمرادی و همکاران (۲۰۲۴) با مقایسه دو سایت میراثی نشان دادند که تداوم حیات شهری و پویایی فعالیت های اجتماعی می تواند به شکل معناداری سطح حس مکان را ارتقا دهد. حبیب زاده و همکاران (۱۴۰۱) نیز با بررسی بافت های تاریخی، مؤلفه های فضایی - عملکردی، ادراکی - معنایی و کالبدی - فیزیکی را به عنوان مهم ترین عوامل تبیین کننده حس مکان معرفی کرده اند. قشقایی و همکاران (۱۴۰۳) در مطالعه بوشهر نشان دادند که حس مکان از سه بعد شناختی، عاطفی و رفتاری تشکیل شده است که در میان آن ها ابعاد شناختی و عاطفی از جایگاه برجسته تری برخوردارند. همچنین اساسی و همکاران (۱۴۰۲) با تمرکز بر عوامل مؤثر بر شکل گیری حس مکان ماندگار، نقش محیط، تصورات ذهنی و مدیریت را در ماندگاری تصویر یک مکان در اذهان عمومی برجسته دانسته اند. در حوزه گردشگری، پژوهش ها بر نقش حس مکان در ارزیابی مقصد و رضایت گردشگران تأکید دارند. شیخ بیگلو (۲۰۲۰) با بررسی گردشگران خارجی شهر شیراز نشان داد که جاذبه های گردشگری از طریق تقویت حس مکان بر رضایت گردشگران تأثیر می گذارند.

دومین دسته دل بستگی مکانی را به عنوان یکی از مفاهیم کلیدی در مطالعات گردشگری مطرح می کنند. کای و همکاران (۲۰۲۵) با انجام فرا تحلیل ۲۲۸ مطالعه تجربی، به بررسی پیامدهای دل بستگی مکانی در حوزه گردشگری پرداختند و نشان دادند که ویژگی های محیطی مقصد، خصوصیات روان شناختی گردشگران، میزان تجربه و درگیری با مقصد و همچنین ادراک افراد از مکان، از مهم ترین عوامل شکل دهنده دل بستگی مکانی هستند. در ارتباط با پیامدهای رفتاری دل بستگی مکانی، گونزالس-رورته و همکاران (۲۰۲۴) نقش تجربه های به یادماندنی گردشگری را در شکل گیری

قصد بازدید مجدد بررسی کردند. بخش دیگری از مطالعات بر هیجانات و تجربه‌های عاطفی در شکل‌گیری دل‌بستگی مکانی تمرکز داشته‌اند. در این راستا، لی و همکاران (۲۰۲۵) با بررسی گردشگران یک سایت میراث جهانی نشان دادند که هیجانات مثبت، به‌ویژه شادی، عشق و شگفتی، تأثیر مستقیمی بر دل‌بستگی مکانی و رضایت گردشگران دارند. سان و همکاران (۲۰۲۶) با مطالعه شهر تاریخی اوچیکو در ژاپن نشان دادند که دل‌بستگی مکانی بیش از آنکه حاصل مداخلات کالبدی یا مشارکت‌های رسمی باشد، از طریق شبکه روابط اجتماعی، تعاملات انسانی و شکل‌گیری معانی مشترک در میان افراد ایجاد می‌شود.

سر آخر نیز میراث فرهنگی و اصالت تاریخی از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر شکل‌گیری تجربه‌های معنادار گردشگری، تقویت حس مکان و توسعه دل‌بستگی مکانی به شمار می‌آیند. در این زمینه وو و همکاران (۲۰۲۶) با بررسی نقش اصالت برند و فرهنگ‌عامه در جشنواره‌های میراثی نشان دادند که ادراک اصالت، با تقویت حافظه و بازنمایی تجربه‌های فرهنگی، به شکل معناداری حس مکان گردشگران را افزایش می‌دهد. تان، سیو-کین و همکاران (۲۰۲۵) با مطالعه شهرهای تاریخی، تعامل میان تجربه میراثی، حس مکان و بهزیستی فردی را زمینه‌ساز تقویت هویت مکانی، دل‌بستگی عاطفی و احساس مسئولیت نسبت به حفاظت از میراث فرهنگی می‌دانند. دو و همکاران (۲۰۲۵) با بررسی نوسازی خرد فرهنگ محور در بافت‌های تاریخی نشان دادند که ادراک فرهنگ تاریخی، فعال‌سازی فضاهای شهری و تقویت منظر فرهنگی، از طریق افزایش هویت فرهنگی، وابستگی مکانی و هویت مکانی، به ارتقای حس مکان منجر می‌شوند. کیو (۲۰۲۳) نیز با تحلیل داده‌های شبکه‌های اجتماعی نشان داد که میراث فرهنگی ناملموس به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های اصلی هویت شهری، نقش مهمی در برجسته‌سازی جاذبه‌های فرهنگی، تقویت تجربه گردشگری و بهبود حس مکان ایفا می‌کند.

در نهایت مرور مطالعات پیشین نشان می‌دهد که حس مکان و دل‌بستگی مکانی دو مفهوم به‌هم‌پیوسته‌اند و در بستر فضاهای تاریخی و گردشگری تحت تأثیر عوامل کالبدی، اجتماعی، فرهنگی و ادراکی شکل می‌گیرند. بخش عمده پژوهش‌های موجود این مفاهیم را به‌صورت مستقل بررسی کرده‌اند و کمتر به تبیین سازوکار ارتباط میان ویژگی‌های فضاهای تاریخی، تجربه گردشگر، دل‌بستگی مکانی و شکل‌گیری حس مکان پرداخته‌اند. از سوی دیگر، علی‌رغم اهمیت مجموعه‌های تاریخی یکپارچه در شکل‌دهی تجربه گردشگری، مطالعات اندکی به بررسی این روابط در نمونه‌های شاخصی چون مجموعه تاریخی زندیه شیراز پرداخته‌اند. بر این اساس پژوهش حاضر درصدد است با تمرکز بر مجموعه زندیه شیراز، مؤلفه‌های مؤثر بر شکل‌گیری حس مکان و نحوه شکل‌گیری دل‌بستگی مکانی گردشگران را در تعامل با ویژگی‌های کالبدی، عملکردی و ادراکی فضا تبیین کند و از این طریق بخشی از خلأهای نظری و زمینه‌ای موجود را پوشش دهد.

مبانی نظری

مکان (Place) نه تنها به‌عنوان بستری برای تحول کالبدی عمل می‌کند، بلکه به‌مثابه رسانه‌ای فعال در تولید حافظه جمعی نیز نقش دارد و بر تداوم فرهنگ محلی، شکل‌گیری حافظه و همچنین واکنش‌های عاطفی و تجربه زیسته افراد اثر می‌گذارد (He et al., 2026: 2). این ارتباط دوسویه میان انسان و مکان، هویت مکان را آشکار ساخته و درک عمیق‌تری از آن ارائه می‌دهد (Seamon, 2012: 7). مکان صرفاً یک موقعیت جغرافیایی نیست، بلکه بستری زیستی و معنادار است که از تعامل سه عنصر اساسی رفتار انسانی، مفاهیم ذهنی و ویژگی‌های فیزیکی شکل می‌گیرد و تجربه‌ای

درهم‌تنیده از جهان درونی و بیرونی انسان را ایجاد می‌کند. در این چارچوب، مکان مجموعه‌ای از کنش‌ها، تجربه‌ها، اهداف و معانی فردی و جمعی است که در بستر زمان و فضا شکل گرفته و به زندگی انسان هویت می‌بخشد (Relph, 2009). فضاهای شهری زمانی که با تجربه انسانی پیوند می‌خورند، به مکان‌هایی با هویت مشخص تبدیل می‌شوند (Tuan, 1977). فضاهای شهری علاوه بر ایفای نقش اجتماعی و فرهنگی، از مهم‌ترین جاذبه‌های شهری برای گردشگران محسوب می‌شوند (Wu et al., 2023: 1-2). دل‌بستگی‌های موجود نیز می‌توانند به‌عنوان عاملی محرک برای مشارکت ساکنان در فرآیندهای هم‌آفرینی مکان سازی عمل کنند (Baumann et al., 2026: 2). دل‌بستگی به مقصد گردشگری را می‌توان یک رابطه احساسی مثبت دانست که بیانگر میزان هم‌هویتی فرد با مکان است که از طریق تعاملات اجتماعی به آن معنا داده می‌شود و یک ساختار چندوجهی است شامل وابستگی به مکان، هویت، تأثیر مکان و پیوند با مکان (میرقدر و همکاران، ۱۴۰۵: ۶۰).

حس مکان

در ادبیات معاصر شهرسازی، شهرها دیگر صرفاً به‌عنوان مجموعه‌ای از عناصر و ساختارهای کالبدی در نظر گرفته نمی‌شوند، بلکه به‌مثابه فضاهایی سرشار از معنا، تجربه‌های زیسته و روایت‌های فضایی فهم می‌شوند؛ روایت‌هایی که کیفیت و نحوه شکل‌گیری آن‌ها می‌تواند نقشی تعیین‌کننده در میزان جذابیت و ظرفیت گردشگری شهرها داشته باشد (Cranmer et al., 2023: 2-3). لذا تأثیر محیط فیزیکی بر رفتار تنها به وجود یا عدم وجود برخی ویژگی‌های مکانی از یک دیدگاه عینی و بیرونی محدود نمی‌شود. بلکه رفتار افراد تا حد زیادی تحت تأثیر ادراکات ذهنی آنان از ویژگی‌های محیطی قرار دارد (Scheller et al., 2024: 2). افراد هویت‌های خود را بر اساس روایت‌هایی که درباره مکان‌ها در مواجهه با تغییرات می‌سازند شکل می‌دهند. در واقع، روایت‌ها میراث ناملموس مکان‌ها هستند. این روایت‌ها یک حس مکان منحصر به فرد ایجاد می‌کنند؛ یعنی تجربه زیسته مرتبط با زندگی روزمره و تجربه افراد از مکان‌ها (Pourbahador & Brinkhuijsen, 2023: 1).

در واقع مکان، فراتر از یک موقعیت انتزاعی، مجموعه‌ای از عناصر است که هویت محیطی را شکل می‌دهد. رابطه تعاملی انسان و مکان، هم بر محیط تأثیر می‌گذارد و هم از آن تأثیر می‌پذیرد. این تعامل، «حس مکان» را ایجاد می‌کند که ماهیت و معانی عمیق مکان را نشان می‌دهد (حارونی و همکاران، ۱۴۰۳: ۲). شکل‌گیری حس مکان به پیوند میان انسان و مکان وابسته است، و این پیوند از طریق عنصر مشترک «معنا» بین انسان و مکان ایجاد می‌شود. گویی معنایی در ذهن انسان با معنایی نهفته در مکان گره‌خورده و رابطه‌ای نامرئی از طریق این معنا، بین انسان و مکان برقرار می‌گردد (حسینی یزدی، ۱۴۰۲: ۱۲۰). حس مکان یک نگرش چندبعدی است که پیوند فرد با محیط فیزیکی را دربر می‌گیرد. بنابراین، حس مکان مفهومی سیال و پیچیده است که می‌توان آن را به‌عنوان «ساختار محلی احساس» در نظر گرفت؛ ساختاری که به‌صورت ذهنی و عاطفی افراد را به مکان‌ها پیوند می‌دهد (Meetiyagoda et al., 2024: 2-3). مکان‌های شهری از طریق کیفیت‌های محیطی، معانی و همچنین ویژگی‌ها و خصوصیات فیزیکی خود بر تجربه زیسته و شخصی ساکنان تأثیر می‌گذارند. لذا حس مکان به معنای، دل‌بستگی‌ها و هویت‌هایی اشاره دارد که افراد به یک مکان مشخص در جهان نسبت می‌دهند (Anderson et al., 2026: 2). حس مکان نه تنها بازتابی از خود مکان است، بلکه بازتابی از خود فرد نیز محسوب می‌شود. معانی و ارزش‌های قدرتمندی که از تاریخ، فرهنگ، ویژگی‌های فیزیکی، جامعه، داستان‌ها و روایت‌های یک مکان حاصل می‌شوند، معمولاً تأثیر قابل توجهی بر رفتار افراد دارند. این تأثیرات به‌طور مداوم

با احساس افراد نسبت به خود و تعلق آن‌ها به گروه‌های جمعی تعامل دارند و در نتیجه، حس مکان در همین فرایند شکل می‌گیرد. در این مسیر، افراد از طریق نگاه خود به جهان بیرونی فیزیکی و اجتماعی، به بازاندیشی درباره خود می‌پردازند و درک خود از خویشتن را شکل می‌دهند (Chen et al., 2021: 66). لذا تنها به یک احساس یا رابطه عاطفی با مکانی خاص محدود نمی‌شود، بلکه به‌عنوان یک ساختار شناختی عمل می‌کند که فرد از طریق آن، بر اساس ادراک شخصی، نیازها و هویت فردی‌اش، به افراد، اشیا و مفاهیم یک مکان احساس تعلق پیدا می‌کند (اساسی و همکاران، ۱۴۰۲: ۷۱).

تقویت حس مکان در فضاهای شهری حیاتی است. فضاهای شهری موفق، جایی هستند که تعاملات اجتماعی و پویایی شهری به اوج می‌رسد و خاطرات جمعی و تصورات مشترک درباره زندگی مدنی را در ذهن شهروندان شکل می‌دهد (بهزادپور و همکاران، ۱۴۰۱: ۴۸). حس مکان مفهومی میان‌رشته‌ای است که به پیوند انسان و مکان و حاصل تعامل ویژگی‌های محیطی، ادراکات ذهنی و تجربه‌های زیسته اشاره دارد. این مفهوم در نتیجه ارتباط بلندمدت افراد یا گروه‌ها با یک مکان شکل می‌گیرد، در طول زمان و میان نسل‌ها تداوم می‌یابد و به مکان هویت و معنا می‌بخشد. مکان ریشه در تجربه‌های ذهنی مانند خاطره، فرهنگ و تاریخ دارد، اما عوامل کالبدی و حسی محیط مانند طراحی فضا، منظر شهری و ویژگی‌های ادراکی نظیر طراحی فضا، منظر شهری، صداها، بوها و سایر ویژگی‌های محیطی نقش تعیین‌کننده دارند (Bo & Abdul Rani, 2025). به همین دلیل است که دل‌بستگی مکانی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین ابعاد عاطفی و شناختی رابطه انسان و مکان شناخته می‌شود که می‌تواند در تقویت و تعمیق حس مکان نقش مؤثری ایفا کند.

دل‌بستگی مکانی و تجربه گردشگری در مکان‌های تاریخی

دل‌بستگی مکانی، یعنی پیوند شناختی-عاطفی میان افراد و یک مکان معنادار که می‌تواند طیف گسترده‌ای از پیامدهای مثبت را تحت تأثیر قرار دهد. دل‌بستگی مکانی یک مفهوم چندعاملی است که شامل هویت مکانی، وابستگی مکانی و پیوند اجتماعی مبتنی بر مکان می‌شود. چارچوب سه‌گانه اسکنل و گیفورد^۱ (۲۰۱۰) دل‌بستگی مکانی را در سه بعد سازمان‌دهی می‌کند: شخص، فرایند و مکان. بعد شخص (دل‌بستگی‌های فردی یا گروهی به مکان) در پژوهش‌ها بسیار مورد توجه قرار گرفته است، درحالی‌که ابعاد مکان و فرایند تا حدی نادیده گرفته شده‌اند (Anderson et al., 2026: 2). حس مکان^۲ و دل‌بستگی مکانی^۳ مفاهیمی چندبعدی و میان‌رشته‌ای هستند که هر دو، معانی اجتماعی و طبیعی مکان را دربر می‌گیرند (Chen et al., 2021: 66). تعامل و تماس میان گردشگران و مقصد گردشگری می‌تواند پیوندی عاطفی میان افراد و مکان‌ها ایجاد کند. این مفهوم معمولاً با عنوان دل‌بستگی مکانی شناخته می‌شود و شامل ادراکات و احساساتی است که گردشگران در ارتباط با محیط مقصد تجربه می‌کنند (Lin et al., 2026: 1). دل‌بستگی مکانی توسط افرادی شکل می‌گیرد که معانی عاطفی - فرهنگی مشترکی را نسبت به یک مکان خاص به اشتراک می‌گذارند و در نتیجه ترکیبی از درک فردی و جمعی از آن مکان ایجاد می‌شود. این فرایند هم در بستر زندگی ساکنان یک مکان رخ می‌دهد و هم در زمینه بازدید گردشگران؛ جایی که روایت‌ها به‌عنوان پایه‌ای برای شکل‌گیری مکان عمل می‌کنند (Chen et al., 2021: 33). مکان‌ها می‌توانند جنبه‌های مختلفی از زندگی انسان را در خود جای دهند، از جمله تجربه‌های خوشایند و حتی تجربه‌های ناخوشایند یا هولناک. بنابراین، حس مکان می‌تواند هم مثبت و هم منفی باشد (Chen et al., 2026: 2).

1 Scannell & Gifford

2 Sense of place

3 Place Attachment

دل‌بستگی مکانی، به‌عنوان یکی از سازوکارهای اصلی در روابط انسان و مکان، تأثیر عمیقی بر وضعیت‌های روانی و رفتارهای اجتماعی افراد دارد. پژوهش‌های موجود نشان می‌دهند که سطح بالای دل‌بستگی مکانی می‌تواند به‌طور قابل‌توجهی رفاه روانی افراد را افزایش دهد. لذا هویت مکانی و وابستگی مکانی، به‌عنوان ویژگی‌های اصلی دل‌بستگی مکانی، نشان‌دهنده ارتباط قوی میان افراد و محیط‌هایشان هستند که از طریق خاطرات و پیوندهای عاطفی با مکان‌های خاص حفظ می‌شوند (Lin & van Amejide, 2026: 1). وابستگی به مکان رابطه نمادینی است که توسط مردم به اشتراک گذاشته می‌شود. اما دل‌بستگی فراتر از یک تجربه عاطفی و شناختی است و شامل باورهای فرهنگی و شیوه‌هایی است که افراد را به مکان مرتبط می‌کند (Cross, 2001: 1-2).

مکان‌های گردشگری از مهم‌ترین دارایی‌های مقاصد گردشگری به شمار می‌روند که نقش اساسی در جذب و انگیزش گردشگران برای سفر دارند. گردشگری میراث فرهنگی و بازدید از جاذبه‌های اصیل، منابعی برای کسب تجربه‌های منحصربه‌فرد هستند و از این‌رو به‌عنوان عوامل انگیزشی قدرتمندی برای انتخاب یک مقصد گردشگری خاص عمل می‌کنند. هر آنچه به‌عنوان میراث شناخته می‌شود، دارای اهمیت زمانی و مکانی است. از نظر زمانی، گذشته به‌عنوان یک ارزش برای زمان حال تلقی می‌شود و از نظر مکانی، یک مکان خاص به دلیل ویژگی‌های متمایز خود در مقایسه با سایر مکان‌ها ارزشمند می‌شود (Shaykh-Baygloo, 2026: 1-3). این مفهوم توضیح می‌دهد که «ساکنان محلی یا گردشگران چگونه مکان‌های تاریخی را ادراک می‌کنند، چه معانی‌ای به آن‌ها نسبت می‌دهند و چگونه دل‌بستگی شخصی به یک مکان شکل می‌گیرد» (Bolotova et al., 2017: 78). اگرچه در برخی مطالعات، حس مکان مستقیماً با دل‌بستگی مکانی برابر در نظر گرفته شده است، اما پژوهش‌های جدید میان این دو مفهوم تمایز قائل می‌شوند و یکی را نتیجه دیگری می‌داند (Agnew, 2014: 6).

بافت‌های تاریخی با برخورداری از پیشینه فرهنگی عمیق و الگوهای خاص زندگی، به‌عنوان یکی از مهم‌ترین بسترهای انتقال و نمایش ارزش‌های فرهنگی، نقش مهمی در تقویت هویت شهری و خودآگاهی فرهنگی جوامع ایفا می‌کنند (Ye et al., 2025: 2430). فرهنگ یکی از منابع مهم برای گردشگری به شمار می‌رود و بیشتر مقاصد گردشگری در جهان بر عناصر میراث فرهنگی تمرکز دارند. گردشگری میراث معمولاً بر جنبه‌های فرهنگی زندگی تکیه دارد و از گذشته‌های ملموس و ناملموس به‌عنوان منبعی برای توسعه گردشگری استفاده می‌کند (Song et al., 2025: 2). در محله‌ها و بافت‌های تاریخی، مطالعات ادراک فرهنگی عمدتاً بر گردشگران متمرکز بوده است (Ye et al., 2025: 2431). بافت‌های تاریخی شهرها که هسته اصلی هر شهری را تشکیل می‌دهند، نمایشگر تمدن و فرهنگ گذشته شهرها می‌باشد و نقش اساسی در جذب گردشگر در این مناطق دارند. توجه و بازآفرینی آن‌ها به‌منظور توسعه و پیشرفت در زمینه گردشگری در آن‌ها از اهمیت زیادی برخوردار است (حصاری و همکاران، ۱۴۰۱: ۱۳۷).

دلایل متعددی وجود دارد که چرا تأثیرات گردشگری بر حس مکان اهمیت دارند. یکی از مهم‌ترین دلایل این است که حس مکان مثبت و قوی جامعه مقصد حمایت از گردشگری را موجب می‌شود (Zhu et al, 2017). گردشگری میراثی را می‌توان بازنمایی و تفسیر تاریخ در بستر گردشگری دانست؛ گونه‌ای از تجربه گردشگری که امروزه بیش از گذشته بر مشارکت فعال و تجربه محور بازدیدکنندگان تأکید دارد. در چارچوب رویکردهای مبتنی بر پایداری فرهنگی، یکی از ویژگی‌های برجسته گردشگری میراثی، بهره‌گیری از تاریخ‌نگاری روایی است؛ رویکردی که با استفاده از روایت‌های تاریخی، گذشته را برای مخاطبان معاصر قابل‌درک و ملموس می‌سازد (Doyle & Kelliher, 2023: 2). زیرا حس مکان یکی از عوامل مهمی است که تمایل افراد به بازدید مجدد، میزان رضایت و وفاداری آن‌ها را افزایش می‌دهد. همچنین یکی از عوامل کلیدی در ارزیابی کیفیت و غنای تجربه سفر به شمار می‌رود (Lin et al., 2026: 3).

مطالعات نظری نشان می‌دهند که مکان‌های تاریخی فراتر از مجموعه‌ای از عناصر کالبدی، بستری برای شکل‌گیری معانی، تجربه‌های زیسته، خاطرات فردی و جمعی و تعاملات اجتماعی هستند. در چنین فضاهایی، ویژگی‌های کالبدی، عملکردی، ادراکی و معنایی محیط از طریق تجربه مستقیم گردشگران و شهروندان درک شده و زمینه شکل‌گیری ارتباطات عاطفی و شناختی با مکان را فراهم می‌آورند. این ارتباطات در قالب دل‌بستگی مکانی بروز یافته و به تدریج به تقویت حس مکان منجر می‌شوند. بر این اساس، در پژوهش فرض بر آن است که مؤلفه‌های مرتبط با نظام‌های کالبدی، کاربری، دسترسی، منظر عینی و منظر ذهنی فضاهای تاریخی مجموعه زندگی، از طریق ایجاد تجربه‌های معنادار، خاطره‌انگیز و هویت‌بخش، زمینه شکل‌گیری دل‌بستگی مکانی گردشگران را فراهم کرده و در نهایت به تحقق حس مکان منجر می‌شوند. بنابراین، دل‌بستگی مکانی به عنوان حلقه واسط میان ویژگی‌های محیطی مکان‌های تاریخی و شکل‌گیری حس مکان در نظر گرفته می‌شود.

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت، کیفی است و با بهره‌گیری از روش تحلیل مضمون به بررسی ادراکات، احساسات و تجربه‌های شهروندان و گردشگران از فضاهای تاریخی مجموعه زندیه شیراز می‌پردازد. تحلیل مضمون به عنوان یکی از روش‌های رایج در پژوهش‌های کیفی، امکان شناسایی، دسته‌بندی و تفسیر الگوهای معنایی موجود در داده‌های متنی را فراهم می‌کند و بستری مناسب برای شناخت ابعاد ذهنی و تجربی کاربران از محیط‌های تاریخی به شمار می‌رود. داده‌های پژوهش از طریق پرسشگری کیفی مبتنی بر روایت تجربه (فرم آنلاین)، در بستر شبکه اجتماعی اینستاگرام جمع‌آوری شد. این روش شامل پنج پرسش باز بود که به صورت جداگانه برای فضاهای اصلی مجموعه زندیه شامل بازار وکیل، حمام وکیل، مسجد وکیل، باغ نظر و ارگ کریم‌خان زند طراحی شد. از مشارکت‌کنندگان (گروه‌های سنی و جنسی مختلف) خواسته شد احساسات، برداشت‌های ذهنی و تجربه خود را پس از نخستین بازدید یا حضور در هر یک از این فضاها توصیف کنند. از آنجاکه تمامی مشارکت‌کنندگان تجربه حضور در همه فضاها را نداشتند، هر فرد صرفاً درباره مکان‌هایی که از آن‌ها بازدید کرده بود اظهار نظر نمود. در مجموع ۶۱ نفر در پژوهش مشارکت کردند و ۱۳۸ روایت و پاسخ متنی برای تحلیل گردآوری شد. فرآیند گردآوری داده‌ها تا دستیابی به اشباع نظری ادامه یافت. بررسی داده‌ها نشان داد که از حدود مشارکت‌کننده ۵۵ به بعد، مفاهیم جدید با فراوانی بسیار محدود ظاهر شدند و پاسخ‌ها به تدریج به سمت تکرار الگوهای معنایی مشابه حرکت کردند. در پاسخ‌های پایانی نیز کدها و مفاهیم جدیدی استخراج نشد؛ از این رو گردآوری داده‌ها پس از حصول اشباع نظری متوقف شد. پس از گردآوری داده‌ها، پاسخ‌ها در قالب جدولی مشتمل بر مشخصات فردی مشارکت‌کنندگان (جنسیت و وضعیت شهروندی یا گردشگر بودن) و مفاهیم و کلیدواژه‌های استخراج‌شده از نظرات سازمان‌دهی شد.

تحلیل داده‌ها با بهره‌گیری از رویکرد تحلیل محتوای کیفی و با استفاده از نرم‌افزار MAXQDA انجام شد. در مرحله نخست، تمامی پاسخ‌ها به صورت مکرر مطالعه و واحدهای معنایی مرتبط با تجربه فضایی کاربران استخراج گردید. سپس کدگذاری اولیه به صورت استقرایی و بدون اتکا به چارچوب‌های از پیش تعیین‌شده انجام شد. در ادامه، کدهای دارای شباهت مفهومی در قالب مقولات میانی سازمان‌دهی شدند و از تلفیق و انتزاع این مقولات، مضامین اصلی استخراج گردید. در نهایت، مضامین حاصل در قالب پنج نظام اصلی شامل نظام دسترسی، نظام کاربری، نظام کالبدی، نظام منظر ذهنی و نظام منظر عینی و همچنین مقوله مستقل چالش‌های محیطی طبقه‌بندی شدند. این فرآیند امکان شناسایی ساختارهای معنایی مؤثر بر شکل‌گیری حس مکان و دل‌بستگی مکانی در مجموعه تاریخی زندیه را فراهم ساخت. پایایی

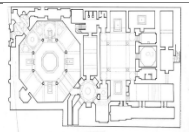
در پژوهش کیفی به معنای تکرارپذیری و ثبات فرآیند کدگذاری است. از این رو هم بازبینی درون کدگذار و بین کدگذاران انجام شد و هم مستندسازی دقیق فرآیند پژوهش صورت گرفت. به منظور تأمین روایی و اعتبار پژوهش، کدها، مقولات و مضامین استخراج شده توسط پنج نفر از متخصصان دارای مدرک دکتری و سابقه پژوهشی در حوزه طراحی شهری و گردشگری در بافت تاریخی مورد ارزیابی قرار گرفت. پس از دریافت نظرات اصلاحی، ساختار کدگذاری و مضامین بازبینی و نسخه نهایی تحلیل بر اساس توافق خبرگان تدوین شد. همچنین برای افزایش قابلیت اعتماد یافته‌ها، تحلیل داده‌ها در چند مرحله و با بازخوانی مکرر داده‌های خام انجام گرفت و ارتباط میان داده‌ها، کدها، مقولات و مضامین به صورت مستمر مورد کنترل قرار گرفت.

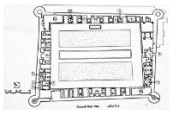
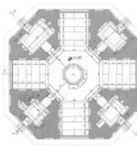
محدوده مورد مطالعه

محدوده مورد مطالعه این پژوهش، مجموعه تاریخی زندیه در بافت مرکزی و تاریخی شهر شیراز است؛ مجموعه‌ای یکپارچه و ارزشمند از دوره زندیه که متشکل از عناصر شاخصی همچون بازار وکیل، مسجد وکیل، حمام وکیل، ارگ کریمخان زند و باغ نظر (موزه پارس) می‌باشد. این مجموعه به عنوان یکی از مهم‌ترین کانون‌های میراث فرهنگی شهر شیراز، واجد لایه‌های متعدد کالبدی، تاریخی و معنایی است که در تعامل با یکدیگر، بستری غنی برای تجربه فضایی و ادراک محیطی گردشگران فراهم می‌آورد. اهمیت مجموعه زندیه صرفاً در ارزش‌های معماری و تاریخی آن خلاصه نمی‌شود، بلکه در نقش آن به عنوان یک فضای زنده شهری و محل تلاقی تجربه، خاطره و معنا نیز قابل تبیین است. تنوع کارکردی و فضایی عناصر تشکیل دهنده این مجموعه، شرایطی را ایجاد کرده است که گردشگران در مواجهه با آن، تجربه‌ای چندلایه از ادراک بصری، تعامل اجتماعی و دریافت معنایی از مکان را تجربه کنند؛ امری که می‌تواند به شکل‌گیری و تقویت حس مکان و دل‌بستگی مکانی منجر شود.

بر این اساس، مجموعه زندیه به عنوان محدوده مورد مطالعه این پژوهش انتخاب شده است تا نقش ویژگی‌های کالبدی، عملکردی و ادراکی فضا در شکل‌گیری حس مکان و دل‌بستگی مکانی گردشگران مورد تحلیل قرار گیرد. تمرکز این مطالعه بر آن است که نشان دهد چگونه تعامل میان عناصر تاریخی و تجربه زیسته گردشگران، زمینه‌ساز ایجاد معنا، تعلق و پیوند عاطفی با این مجموعه تاریخی می‌شود. جدول ۱ نیز اطلاعات کلی مربوط به اجزای اصلی مجموعه زندیه و بناهای شاخص آن را ارائه می‌دهد تا درک ساختار فضایی، تنوع عملکردی و ویژگی‌های میراثی این مجموعه تسهیل گردد.

جدول ۱. مجموعه بناهای تاریخی زندیه

مجموعه زندیه	سال ساخت	پلان	تصاویر	منابع
مسجد وکیل	۱۱۸۰ (ه-ق)			(لاری پور و دادور، ۱۳۹۷: ۱۲۴) (احمدی و هوایی، ۱۳۹۹: ۵۱)
حمام وکیل	۱۱۷۲ تا ۱۱۹۳ (ه-ق)			(امیدوار و رزمجویی، ۱۳۹۸: ۴۹۹)
بازار وکیل	۱۱۸۳ تا ۱۱۸۷ (ه-ق)			(مشبکی اصفهانی و مشبکی اصفهانی، ۱۳۹۸: ۴۹)

(مهران و همکاران، ۱۳۹۵)			ارگ کریم‌خان زند ۱۱۸۰ (ه-ق)
(اسدیپور، ۱۳۹۸: ۸ تا ۱۱)			باغ نظر (موزه پارس) ۱۱۶۳ تا ۱۱۹۳ (ه-ق)

یافته‌ها

یافته‌های پژوهش حاضر حاصل تحلیل ۱۳۸ روایت و دیدگاه ثبت‌شده از ۶۱ نفر از شهروندان شیرازی و گردشگران درباره فضاهای تاریخی مجموعه زندیه شیراز است. خروجی تحلیل داده‌ها منجر به شناسایی مجموعه‌ای از مضامین و مؤلفه‌های مؤثر بر ادراک و تجربه کاربران از فضاهای تاریخی مورد مطالعه شد. این مضامین در قالب پنج نظام اصلی شامل نظام دسترسی، نظام کاربری، نظام کالبدی، نظام منظر ذهنی و نظام منظر عینی طبقه‌بندی شدند. همچنین بخشی از داده‌ها به چالش‌ها و کاستی‌های ادراک‌شده در فضاهای مورد مطالعه اختصاص داشت. جدول (۲) نمونه‌ای از فرآیند استخراج کلمات کلیدی اولیه، کدها، مقولات را نشان می‌دهد. در ادامه، یافته‌های پژوهش بر اساس نظام‌های استخراج‌شده ارائه می‌شوند.

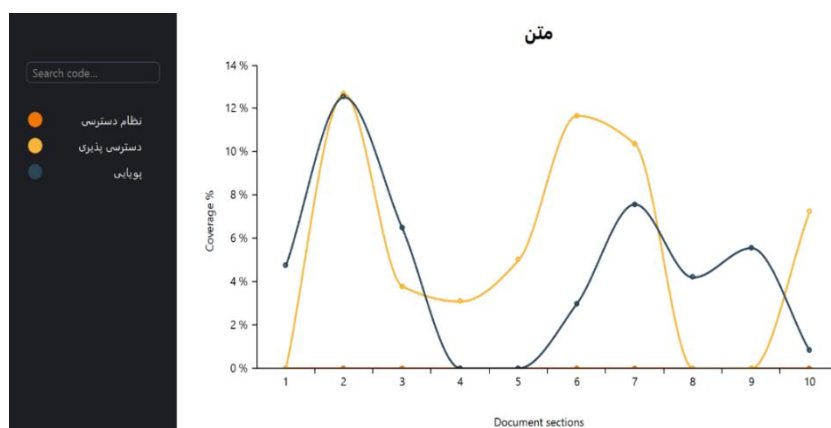
جدول ۲. تحلیل محتوا و کدگذاری

جنسیت	نقش فرد	مکان	متن (نظرات افراد)	کلمات کلیدی متن	کدگذاری اولیه	مقولات میانی
آقا ۱	گردشگر داخلی	حمام وکیل	حس نوستالژیک قدیم و صاف و صادقی و زندگی آرام	نوستالژی - صداقت - آرامش	خاطره‌انگیزی - اصالت - دنجی	پیوند با گذشته - معنا - ارتباط عاطفی
خانم ۲	ساکن شیراز	بازار وکیل	حس شادابی و پولداری به خاطر سرزندگی و رنگی بودنش	شادابی - رنگی بودن	سرزندگی - درگیر شدن حواس پنج‌گانه	سرزندگی - زیبایی‌شناسی - غنای حسی (بینایی)
خانم ۳	گردشگر داخلی	بازار وکیل	چنین تجمعی توی بازار همیشه به من حس زنده بودن شهر رو داده. مثل وقتی که میگن اگه جایی شلوغ باشه یعنی فضا زنده هست.	زنده بودن - تجمع - شلوغی	سرزندگی - تجمع پذیری	سرزندگی - تعامل اجتماعی - پویایی
آقا ۴	گردشگر داخلی	ارگ کریم خان زند	حس غرور و فکر به تاریخ	غرور - تاریخ	معنا - حس زمان	معنا - پیوند با گذشته - شکوه
خانم ۵	ساکن شیراز	مسجد وکیل	بسیار شگفت‌انگیز - زیباست - هنر و معماری عالی داره - نماد خالق و خلقت	شگفتی - زیبایی - معماری	جذابیت بصری	زیبایی‌شناسی - هویت

با استناد به کدگذاری‌های انجام‌شده در متن، که نمونه‌ای از آن‌ها در جدول ۲ نمایش داده‌شده، و بر پایه محاسبه میانگین درصد پوشش هر مؤلفه در نمودارهای تحلیلی، میزان برجستگی نسبی هر مؤلفه مشخص گردید. نتایج حاصل بر اساس نظام‌های طراحی شهری به شرح زیر قابل تبیین است:

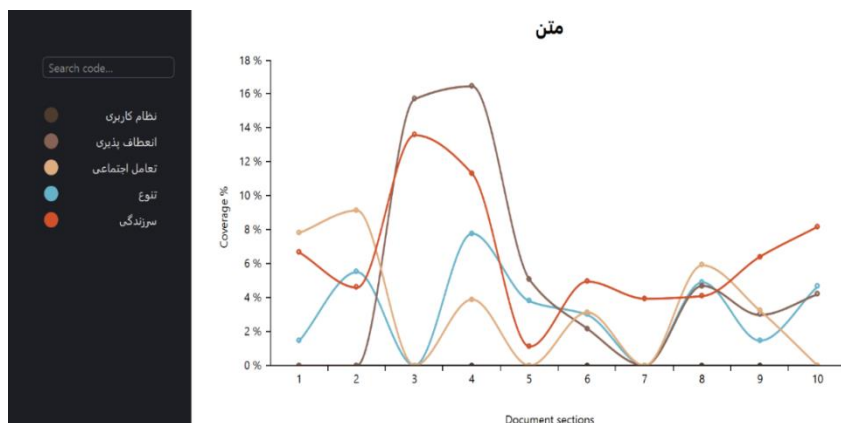
نظام دسترسی: نظام دسترسی در این پژوهش شامل دو مؤلفه «دسترسی پذیری» و «پویایی» است و به نحوه دسترسی کاربران به فضاها و بناهای تاریخی مجموعه زندیه و همچنین میزان فعالیت و جریان حضور در محیط اشاره دارد. نتایج تحلیل مضامین نشان می‌دهد که در میان کدهای مرتبط با این نظام، مؤلفه «پویایی» با میانگین ۴ درصد و مؤلفه «دسترسی پذیری» با میانگین ۳ درصد از مجموع کدهای استخراج شده را به خود اختصاص داده‌اند (شکل ۱).

فراوانی بیشتر مؤلفه پویایی نشان می‌دهد که مشارکت کنندگان، حضور فعالیت‌ها، جریان مستمر رفت‌وآمد و زنده بودن محیط را به عنوان بخشی از تجربه خود از مجموعه زندیه مطرح کرده‌اند. همچنین، تکرار کدهای مرتبط با دسترسی پذیری بیانگر آن است که سهولت دسترسی به فضاها و امکان حرکت میان بخش‌های مختلف مجموعه در ادراک کاربران از کیفیت محیط نقش داشته است. بر این اساس، نظام دسترسی یکی از ابعاد مؤثر در تجربه فضایی کاربران از مجموعه زندیه محسوب می‌شود و در کنار سایر نظام‌های شناسایی شده، در شکل‌گیری ادراک آنان از محیط تاریخی نقش دارد.



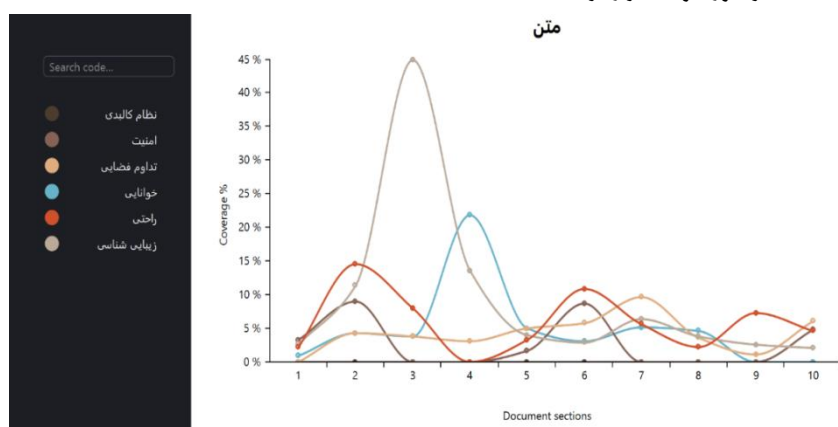
شکل ۱. نظام دسترسی

نظام کاربری: نظام کاربری شامل مؤلفه‌های «سرزندگی»، «تعامل اجتماعی»، «تنوع» و «انعطاف‌پذیری» است که به کیفیت فعالیت‌ها و نحوه استفاده از فضاهای شهری در مجموعه زندیه اشاره دارند. یافته‌ها نشان می‌دهد که مؤلفه «سرزندگی» با میانگین ۹ درصد، بالاترین سهم را در میان مؤلفه‌های این نظام و همچنین یکی از بالاترین مقادیر در کل پژوهش به خود اختصاص داده است. این مؤلفه در روایت‌ها با مفاهیمی همچون شلوغی مثبت، حضور مردم، پویایی فعالیت‌ها و انرژی فضایی همراه بوده است. سه مؤلفه دیگر شامل «تعامل اجتماعی»، «تنوع کاربری» و «انعطاف‌پذیری» هر کدام با میانگین حدود ۳ درصد در داده‌ها مشاهده شده‌اند. این مؤلفه‌ها به ترتیب به تعامل میان کاربران، تنوع فعالیت‌ها و قابلیت تغییرپذیری فضاها در پاسخ به نیازهای مختلف اشاره دارند.



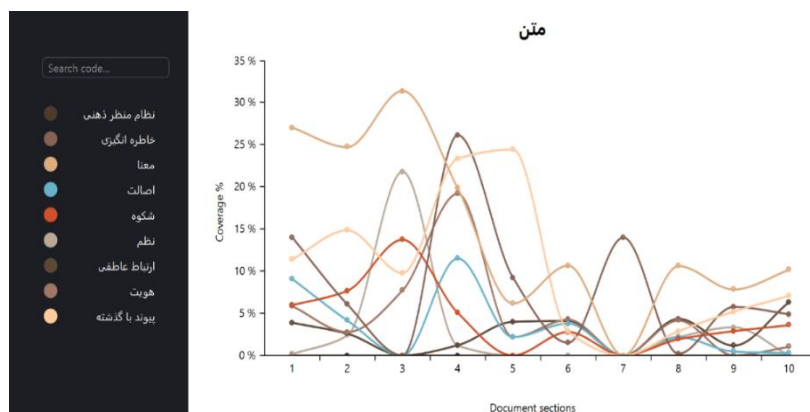
شکل ۲. نظام کاربری

نظام کالبدی: نظام کالبدی شامل مؤلفه‌های «زیبایی‌شناسی»، «راحتی»، «امنیت»، «خوانایی» و «تداوم فضایی» است که به ویژگی‌های فیزیکی و ساختاری محیط اشاره دارند. نتایج تحلیل نشان می‌دهد که مؤلفه‌های «زیبایی‌شناسی» و «راحتی» هرکدام با میانگین ۵ درصد، بیشترین سهم را در این نظام داشته‌اند. این مؤلفه‌ها در داده‌ها با مفاهیمی مانند جذابیت بصری، هماهنگی معماری، کیفیت بصری فضا و آسایش محیطی همراه بوده‌اند. در مقابل، مؤلفه‌های «امنیت»، «خوانایی» و «تداوم فضایی» هرکدام با میانگین ۲ درصد، سهم کمتری را به خود اختصاص داده‌اند. این نتایج نشان می‌دهد که اگرچه ویژگی‌های بصری و آسایشی در ادراک کاربران برجسته بوده‌اند، اما برخی ابعاد ساختاری و ادراکی مانند خوانایی و امنیت کمتر موردتوجه قرار گرفته‌اند.



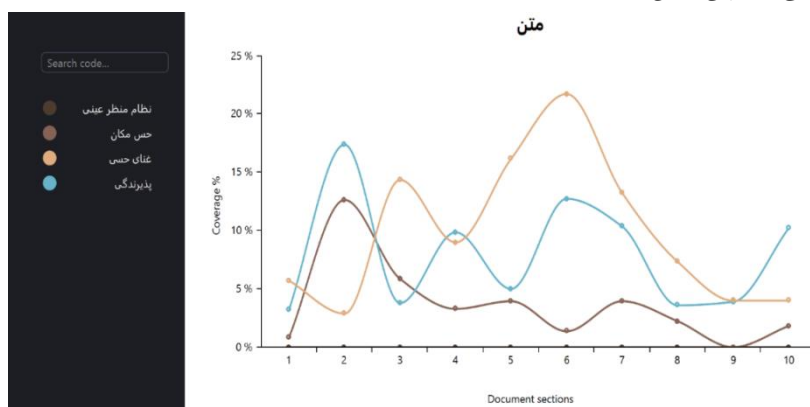
شکل ۳. نظام کالبدی

نظام منظر ذهنی: نظام منظر ذهنی شامل مؤلفه‌های «معنا»، «پیوند با گذشته»، «خاطره‌انگیزی»، «هویت»، «اصالت»، «شکوه»، «ارتباط عاطفی» و «نظم» است که به ابعاد ادراکی، ذهنی و معنایی تجربه کاربران از فضا اشاره دارد. بر اساس یافته‌ها، مؤلفه «معنا» با میانگین ۱۲ درصد، بیشترین فراوانی را در میان تمامی مؤلفه‌های پژوهش به خود اختصاص داده است. این مؤلفه در روایت‌های مشارکت‌کنندگان با ادراکاتی نظیر درک ارزش تاریخی، احساس غرور، و فهم لایه‌های معنایی فضا همراه بوده است. مؤلفه «پیوند با گذشته» با میانگین ۸ درصد در رتبه بعدی قرار دارد و به تجربه ارتباط ذهنی کاربران با تاریخ و گذشته مجموعه اشاره می‌کند. همچنین «خاطره‌انگیزی» با ۵ درصد سهم قابل‌توجهی در شکل‌گیری ادراک ذهنی کاربران داشته است. سایر مؤلفه‌ها شامل «هویت»، «اصالت» و «شکوه» هرکدام با میانگین ۴ درصد، «ارتباط عاطفی» با ۳ درصد و «نظم» با ۲ درصد در داده‌ها مشاهده شده‌اند.



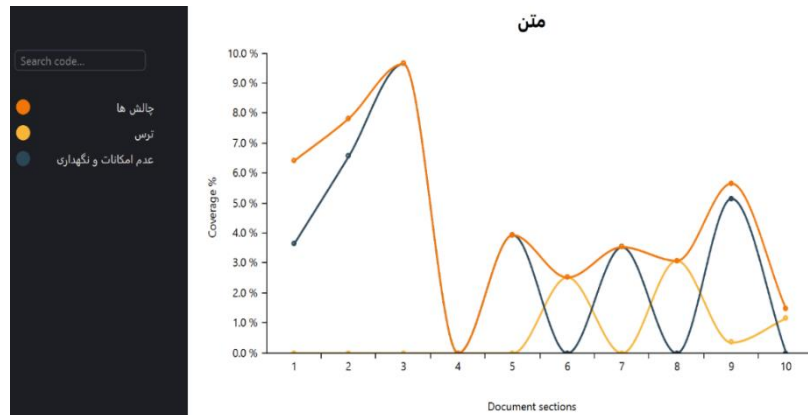
شکل ۴. نظام منظر ذهنی

نظام منظر عینی: نظام منظر عینی شامل مؤلفه‌های «غنای حسی»، «پذیرندگی» و «حس مکان» است که به ویژگی‌های قابل ادراک و تجربه مستقیم محیط اشاره دارند. یافته‌ها نشان می‌دهد که مؤلفه «غنای حسی» با میانگین ۸ درصد، بیشترین سهم را در این نظام و همچنین از مؤلفه‌های برجسته کل پژوهش به خود اختصاص داده است. این مؤلفه در داده‌ها با تجربه‌های چند حسی از جمله دیداری، شنیداری و فضایی همراه بوده است. مؤلفه «پذیرندگی» با میانگین ۵ درصد در رتبه بعدی قرار دارد و به قابلیت پذیرش حضور کاربران در فضا و میزان راحتی تعامل با محیط اشاره دارد. در نهایت، مؤلفه «حس مکان» با میانگین ۲ درصد کمترین سهم را در این نظام داشته است، اما همچنان در شکل‌گیری تجربه کلی کاربران نقش داشته است.



شکل ۵. نظام منظر عینی

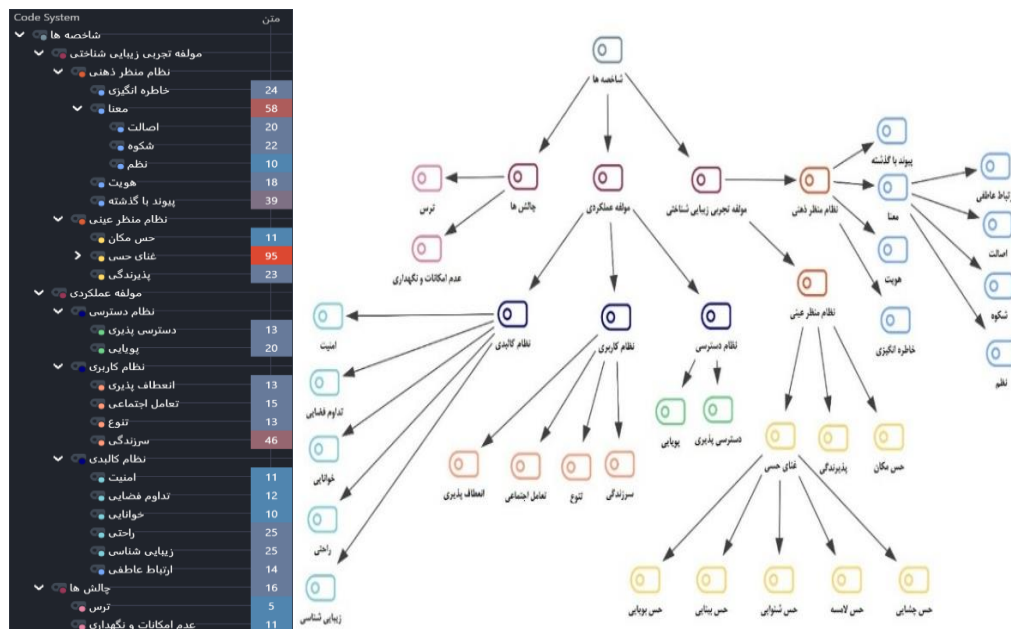
چالش‌های ادراک‌شده: در کنار مؤلفه‌های مثبت، برخی چالش‌ها نیز در داده‌ها شناسایی شد که شامل «کمبود امکانات» و «حس ترس در برخی فضاها» است. نتایج نشان می‌دهد که «کمبود امکانات» با میانگین ۲ درصد بیشترین سهم را در میان چالش‌ها داشته است. این مؤلفه عمدتاً به نبود زیرساخت‌های رفاهی، خدماتی و تسهیلات مناسب برای گردشگران اشاره دارد. مؤلفه «حس ترس» با میانگین ۱ درصد در رتبه بعدی قرار گرفته است که بیشتر در ارتباط با برخی فضاهای کم‌نور یا کم‌رفت‌وآمد گزارش شده است. در مجموع، سهم چالش‌ها در مقایسه با مؤلفه‌های مثبت، پایین‌تر بوده و نشان‌دهنده غلبه تجربه‌های مثبت کاربران از مجموعه زندیه است.



شکل ۶. چالش‌های ادراک‌شده

نمودار درختی معیارها

در ادامه تحلیل داده‌ها، نمودار درختی معیارها (شکل ۷) روابط میان نظام‌های پنج‌گانه شامل منظر ذهنی، منظر عینی، نظام دسترسی، نظام کاربری و نظام کالبدی به همراه چالش‌های شناسایی شده را نمایش می‌دهد. در این نمودار، ارتباط میان مؤلفه‌ها به صورت جهت‌دار (فلش‌ها) مشخص شده است که بیانگر نوعی وابستگی و تعامل میان عناصر مختلف ادراک فضایی در مجموعه زندیه است. این ساختار امکان درک هم‌زمان روابط سلسله‌مراتبی و پیوندهای میان نظامی را فراهم می‌سازد. همچنین جدول مربوط به فراوانی کدها، توزیع معیارهای استخراج‌شده در پنج نظام اصلی و چالش‌های مرتبط را نشان می‌دهد. در این جدول، هر نظام به همراه زیرمجموعه مؤلفه‌های آن و تعداد تکرار هر کد در داده‌های متنی ارائه شده است که مبنای محاسبه درصد فراوانی‌ها قرار گرفته است.

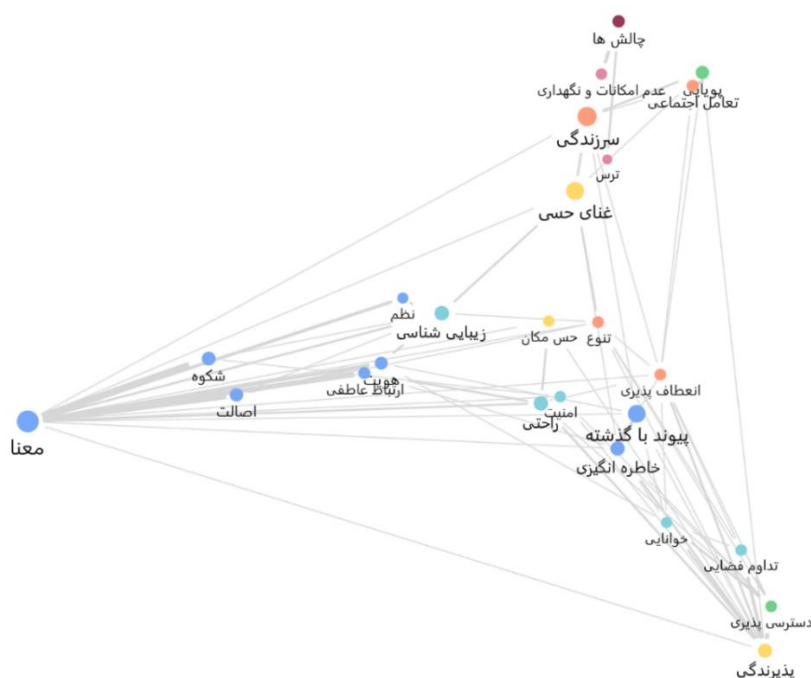


شکل ۷. نمودار درختی معیارها و فراوانی آن‌ها

نمودار شبکه‌ای معیارها

نمودار شبکه‌ای معیارها (شکل ۸) ساختار ارتباطی میان مؤلفه‌های شناسایی شده را به صورت یک شبکه مفهومی نمایش می‌دهد. در این نمودار، هر مؤلفه به صورت یک گره و روابط میان آن‌ها به صورت خطوط ارتباطی ترسیم شده است. اندازه

گره‌ها بیانگر میزان فراوانی و اهمیت نسبی هر مؤلفه در داده‌ها و رنگ‌بندی آن‌ها نشان‌دهنده طبقه‌بندی در نظام‌های پنج‌گانه است. بر اساس این شبکه مفهومی، مؤلفه «معنا» دارای بیشترین میزان ارتباط با سایر مؤلفه‌ها و بالاترین سطح مرکزیت در شبکه است، به‌گونه‌ای که به‌عنوان مؤثرترین و محوری‌ترین عنصر در ساختار ادراکی مجموعه زندگی قابل‌شناسایی است.

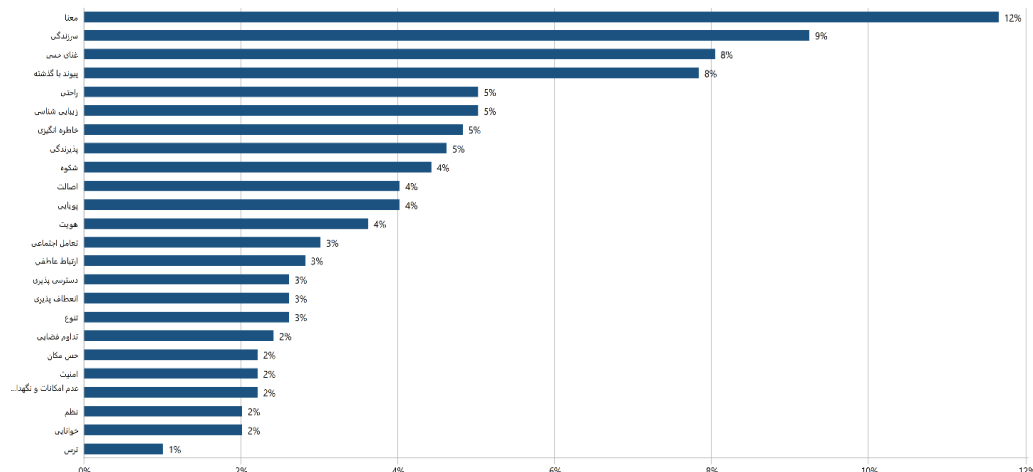


شکل ۸. نمودار شبکه‌ای معیارها

نمودار میله‌ای معیارها

بر اساس نتایج حاصل از تحلیل محتوای داده‌ها و محاسبه درصد فراوانی مؤلفه‌ها در نظام‌های مختلف، ترتیب اهمیت نسبی آن‌ها به‌صورت زیر مشخص شده است:

مؤلفه «معنا» با ۱۲ درصد، بالاترین فراوانی را در میان تمامی کدهای استخراج‌شده به خود اختصاص داده است. پس‌از آن، مؤلفه «سرزندگی» با ۹ درصد و ترکیب «غنای حسی» و «پیوند با گذشته» با ۸ درصد در رتبه‌های بعدی قرار دارند. در مقابل، کمترین فراوانی مربوط به مؤلفه «ترس از محیط» با ۱ درصد بوده است که سهم بسیار محدودی در داده‌های تحلیل‌شده داشته است. این نتایج در قالب نمودار میله‌ای (شکل ۹) به‌منظور مقایسه بصری میان مؤلفه‌ها ارائه شده است.



شکل ۹. نمودار میله‌ای مقایسه تطبیقی معیارها

بحث

یافته‌های این پژوهش نشان داد که شکل‌گیری حس مکان در مجموعه تاریخی زندیه بیش از آنکه متکی بر ویژگی‌های صرفاً کالبدی باشد، حاصل تعامل میان مؤلفه‌های معنایی، ادراکی، حسی و عملکردی است. ارزش یک مجموعه تاریخی تنها در اصالت معماری یا قدمت بناها خلاصه نمی‌شود، بلکه زمانی به تجربه‌ای ماندگار برای گردشگران تبدیل می‌شود که بتواند مفاهیم فرهنگی، تاریخی و هویتی را در ذهن آنان بازنمایی کند. از این منظر، نتایج پژوهش حاضر با مطالعات محمدمردادی و همکاران (۲۰۲۴) و حبیب‌زاده و همکاران (۱۴۰۱) همسو است. در مجموعه زندیه، مؤلفه‌های معنایی نسبت به سایر ابعاد نقش برجسته‌تری در تجربه گردشگران دارند و همین موضوع جایگاه ویژه این مجموعه را به‌عنوان فضایی هویت‌بخش و فرهنگی آشکار می‌سازد. برجسته بودن مؤلفه‌هایی مانند پیوند با گذشته، خاطره‌انگیزی و هویت نیز بیانگر آن است که تجربه گردشگران از مجموعه زندیه تنها به مشاهده آثار تاریخی محدود نمی‌شود، بلکه از طریق بازخوانی تاریخ، تداعی خاطرات و ادراک تداوم فرهنگی، رابطه‌ای عمیق با مکان شکل می‌گیرد. این یافته با نتایج پژوهش‌های تان و همکاران (۲۰۲۵)، وو و همکاران (۲۰۲۶) و کیو (۲۰۲۳) همخوانی دارد که نقش میراث فرهنگی، اصالت تاریخی و عناصر فرهنگی ملموس و ناملموس را در شکل‌دهی هویت مکانی، حس مکان و دل‌بستگی مکانی تأیید کرده‌اند.

از سوی دیگر، نتایج پژوهش نشان داد که سرزندگی و پویایی محیط یکی از مؤلفه‌های مهم در تجربه کاربران از مجموعه زندیه است. ارزش یک فضای تاریخی تنها به گذشته آن وابسته نیست، بلکه استمرار فعالیت‌های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی نیز در تداوم حیات مکان نقش اساسی دارد. این یافته با نتایج محمدمردادی و همکاران (۲۰۲۴) که بر نقش پویایی فعالیت‌های اجتماعی در ارتقای حس مکان تأکید داشتند، همسو است. همچنین با پژوهش سان و همکاران (۲۰۲۶) نیز مطابقت دارد که شکل‌گیری دل‌بستگی مکانی را بیش از مداخلات کالبدی، حاصل تعاملات اجتماعی و روابط انسانی می‌دانند. حضور فعال بازار وکیل و تعامل مستمر گردشگران، شهروندان و فعالیت‌های اقتصادی در این بخش از مجموعه زندیه را می‌توان نمونه‌ای از همین فرایند دانست که موجب تقویت تجربه فضایی و افزایش کیفیت ادراک کاربران شده است.

یکی دیگر از نتایج قابل‌توجه پژوهش، اهمیت غنای حسی در ادراک گردشگران از مجموعه زندیه است. این یافته نشان می‌دهد که تجربه فضاهای تاریخی فرایندی چند حسی است و کیفیت‌های بصری، شنیداری، فضایی و حتی تعاملات

اجتماعی، همگی در شکل‌گیری تجربه گردشگری نقش دارند. این نتیجه با مطالعات اساسی و همکاران (۱۴۰۲) که بر نقش ادراکات ذهنی و تصویر ماندگار محیط تأکید کرده‌اند و نیز با نتایج لی و همکاران (۲۰۲۵) که هیجانات مثبت را زمینه‌ساز دل‌بستگی مکانی و رضایت گردشگران می‌دانند، قابل تبیین است.

نتایج این پژوهش همچنین نشان می‌دهد که میان مؤلفه‌های معنایی، تجربه محیطی و دل‌بستگی مکانی رابطه‌ای نزدیک برقرار است. اگرچه پژوهش حاضر به صورت مستقیم روابط علی میان این متغیرها را اندازه‌گیری نکرده است، اما الگوی استخراج‌شده از داده‌های کیفی نشان می‌دهد که تجربه معنا، هویت، خاطره و غنای حسی می‌تواند زمینه شکل‌گیری دل‌بستگی مکانی را فراهم کند و این دل‌بستگی نیز در نهایت به تقویت حس مکان بینجامد. این برداشت با نتایج فرا تحلیل کای و همکاران (۲۰۲۵) و پژوهش شیخ‌بیگلر (۲۰۲۰) همسو است که دل‌بستگی مکانی را حلقه ارتباطی میان ویژگی‌های مقصد، تجربه گردشگری و پیامدهایی مانند رضایت و وفاداری معرفی کرده‌اند.

در مقابل، هرچند مؤلفه‌هایی مانند کمبود امکانات خدماتی، ضعف نورپردازی و احساس ناامنی سهم کمتری در ادراک کاربران داشتند، اما وجود آن‌ها نشان می‌دهد که کیفیت تجربه گردشگران همچنان تحت تأثیر برخی کاستی‌های مدیریتی و عملکردی قرار دارد. این نتیجه با یافته‌های دو و همکاران (۲۰۲۵) همخوانی دارد که نقش مدیریت، خدمات شهری و برنامه‌های بازآفرینی را در تقویت هویت فرهنگی و حس مکان برجسته کرده‌اند. بنابراین، حفاظت از ارزش‌های تاریخی به‌تنهایی برای ارتقای تجربه گردشگری کافی نیست و بهبود کیفیت خدمات، مدیریت فضا و ارتقای امکانات نیز بخشی از فرایند تقویت حس مکان محسوب می‌شود.

نتیجه‌گیری

بر اساس یافته‌های پژوهش، مهم‌ترین عامل مؤثر بر تجربه گردشگران در مجموعه زندیه «معنا» و «پیوند با گذشته» است. بنابراین پیشنهاد می‌شود در کنار تمرکز بر حفاظت فیزیکی و مرمت کالبدی بناها، رویکردهای مبتنی بر روایت‌پردازی تاریخی و تقویت خوانش فرهنگی فضا در مجموعه موردتوجه قرار گیرد؛ به‌گونه‌ای که امکان درک لایه‌های معنایی، تاریخی و هویتی مکان برای بازدیدکنندگان به‌صورت مؤثرتری فراهم شود. طراحی مسیرهای هدفمند، نصب تابلوهای روایت محور چندزبانه، استفاده از فناوری‌های واقعیت افزوده (AR) برای بازنمایی رویدادهای تاریخی دوره زندیه و ارائه محتوای دیجیتال مبتنی بر داستان‌های تاریخی می‌تواند در انتقال معانی تاریخی و تقویت ارتباط ذهنی گردشگران با فضا مؤثر باشد.

با توجه به جایگاه بالای مؤلفه «سرزندگی» در یافته‌ها، پیشنهاد می‌شود فضاهای کم‌تحرك مجموعه، به‌ویژه باغ نظر، از طریق استقرار فعالیت‌های فرهنگی و اجتماعی زمان‌بندی شده فعال شوند. برگزاری بازارچه‌های صنایع‌دستی، اجراهای موسیقی سنتی، نمایش‌های آیینی مرتبط با تاریخ شیراز و برنامه‌های شبانه فرهنگی می‌تواند به افزایش حضورپذیری و ارتقای سرزندگی فضا کمک کند. از آنجاکه «غنای حسی» یکی از مؤلفه‌های اصلی تجربه کاربران بوده است، پیشنهاد می‌شود طراحی محیطی مجموعه بر تقویت تجربه چند حسی گردشگران متمرکز شود. استفاده از نورپردازی هوشمند متناسب با معماری زندیه، بازآفرینی صداها، بهره‌گیری از عناصر گیاهی معطر در مسیرهای گردشگری و طراحی فضاهای مکث و مشاهده می‌تواند کیفیت تجربه حسی بازدیدکنندگان را ارتقا دهد.

با توجه به اینکه مهم‌ترین چالش شناسایی‌شده در پژوهش، کمبود امکانات خدماتی بوده است، پیشنهاد می‌شود امکانات مورد نیاز گردشگران شامل فضاهای استراحت، خدمات راهنمای گردشگری و خدمات رفاهی متناسب با ظرفیت

بازدید مجموعه توسعه یابد. این اقدام می‌تواند ضمن افزایش رضایت کاربران، مدت زمان حضور آنان در مجموعه را نیز افزایش دهد. همچنین پیشنهاد می‌شود مدیریت مجموعه زندیه از رویکرد «مدیریت تجربه محور مکان» به‌جای «مدیریت صرف بنا» استفاده کند؛ به‌گونه‌ای که موفقیت مجموعه نه‌تنها بر اساس میزان حفاظت کالبدی، بلکه بر مبنای شاخص‌هایی نظیر کیفیت تجربه بازدید، میزان تعامل کاربران با فضا، شکل‌گیری دل‌بستگی مکانی و تقویت حس مکان ارزیابی شود.

پژوهش حاضر با هدف واکاوی نقش بناهای تاریخی در ایجاد دل‌بستگی مکانی گردشگران و تحقق حس مکان، به بررسی کیفی تجربه بازدیدکنندگان از مجموعه تاریخی زندیه شیراز پرداخت. یافته‌های حاصل از تحلیل داده‌ها نشان داد که حس مکان در این مجموعه، حاصل تعامل پیچیده و چندلایه میان مؤلفه‌های معنایی (پیوند با گذشته، خاطره‌انگیزی، هویت)، ادراکی-حسی (غنا، بصری، شنیداری و فضایی)، عملکردی (سرزندگی، تعاملات اجتماعی، امکانات خدماتی) و کالبدی (اصالت معماری، کیفیت فضا) است. در این میان، مؤلفه‌های معنایی نسبت به سایر ابعاد نقشی برجسته‌تر در تجربه گردشگران ایفا می‌کنند که نشان‌دهنده ظرفیت بالای این مجموعه در بازنمایی هویت تاریخی و فرهنگی شیراز است. از سوی دیگر، نتایج پژوهش تأکید می‌کند که دل‌بستگی مکانی و حس مکان در مجموعه زندیه نه به‌عنوان دو پدیده مستقل، بلکه در قالب یک فرایند به‌هم‌پیوسته شکل می‌گیرند: تجربه ویژگی‌های اصیل و غنی محیط، زمینه‌ساز شکل‌گیری معنا و پیوند عاطفی با مکان می‌شود و این پیوند عاطفی در نهایت به دل‌بستگی مکانی و تقویت حس مکان منجر می‌گردد. بنابراین مجموعه تاریخی زندیه، فراتر از یک اثر معماری ارزشمند، مکانی زنده و معناآفرین است که توانسته است پیوندی عمیق میان گذشته پرافتخار ایران و تجربه زیسته گردشگران معاصر برقرار کند. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که موفقیت یک بنای تاریخی در ایجاد دل‌بستگی مکانی و حس مکان، در گرو توجه هم‌زمان به حفظ اصالت تاریخی، تقویت معانی فرهنگی، غنا، تجارب حسی و پویایی فعالیت‌های اجتماعی است که می‌تواند در مدیریت و برنامه‌ریزی فضاهای تاریخی موردتوجه قرار گیرد.

حامی مالی

این اثر، حامی مالی نداشته است.

سهم نویسندگان در پژوهش

مهم‌سا شعله، هدایت علمی مقاله، نظارت بر روش‌شناسی و فرایند تحلیل، بازنگری و تکمیل محتوای علمی، یکپارچه‌سازی متن مقاله، ویرایش نهایی، آماده‌سازی نسخه نهایی و مسئولیت مکاتبات و ارسال مقاله. فاطمه برزگر: گردآوری و مرور منابع، تدوین مبانی نظری و چارچوب تحلیلی پژوهش، تفسیر یافته‌ها، استخراج ساختار اولیه مقاله، مشارکت مؤثر در اصلاح و نهایی متن علمی. سهند لطفی: مشارکت در پیشبرد مباحث پژوهش، ارائه مشاوره تخصصی در فرایند انجام مطالعه، مشارکت در ارزیابی نتایج و بازبینی علمی مقاله.

تضاد منافع

نویسندگان اعلام می‌دارند که هیچ تضاد منافی در رابطه با نویسندگی و یا انتشار این مقاله ندارند.

تقدیر و تشکر

نویسندگان از همه‌کسانی که در انجام این پژوهش به ما یاری رساندند، به‌ویژه کسانی که کار ارزیابی کیفیت مقاله را انجام دادند، تشکر و قدردانی می‌نمایند.

منابع

- احمدی، محمدرضا و هوایی، فاطمه. (۱۳۹۹). گذری بر ناگفته‌های مسجد وکیل شیراز. پژوهش‌های مرمت و مطالعات معماری ایرانی/اسلامی، ۳(۸)، ۴۹-۶۴.
- اساسی، وریا؛ اعتصام، ایرج و شاهچراغی، آزاده. (۱۴۰۲). عوامل مؤثر بر شکل‌گیری حس مکان ماندگار در اذهان عمومی. هویت شهر، ۱۷(۵۳)، ۶۳-۷۴. [Doi: 10.30495/hoviatshahr.2023.18091.10653](https://doi.org/10.30495/hoviatshahr.2023.18091.10653)
- اسدیپور، علی. (۱۴۰۰). عمارت‌های باغ نظر شیراز و دگرگونی‌های کالبدی-کارکردی آن‌ها. مطالعات معماری ایران، ۸(۱۶)، ۲۴-۵. <https://doi.org/10.22052/1.16.5>
- امیدوار، فرهاد و رزمجویی، فاطمه. (۱۳۹۸). حمام‌های تاریخی، به‌عنوان مکان سوم (مطالعه موردی: حمام وکیل شیراز). پژوهشنامه تاریخ سیاست و رسانه، ۲(۴)، ۴۹۱-۵۰۶.
- بهزادپور، محمد؛ الفتی، نرگس و امامعلی زاده، مهدی. (۱۴۰۱). بررسی حس مکان در بناهای تاریخی دوره قاجار؛ نمونه موردی مدرسه و آبانبار سردار محله آخوند. شبک، ۸(۱۱ (پیاپی ۶۴))، ۱۳۱-۱۴۰.
- حارونی، حانیه؛ میرزایی، زینب و مرتضی، رامتین. (۱۴۰۳). بررسی ویژگی‌های کیفی پاتوق‌های شهری در ایجاد حس مکان (نمونه موردی: میدان جلفا اصفهان). معماری‌شناسی، ۷(۳۱)، ۳۹-۲۹.
- حبیب‌زاده کوزه‌کنانی، سیدجواد؛ عبدالله‌زاده طرف، اکبر؛ ستاری ساربانقلی، حسن و پاکدل فرد، محمدرضا. (۱۴۰۱). تحلیلی بر عوامل تبیین‌کننده حس مکان در بافت‌های تاریخی (مورد پژوهی: شهر تبریز). معماری و شهرسازی پایدار، ۱۰(۲)، ۹۵-۱۰۶. [doi: 10.22061/jsaud.2022.8440.1969](https://doi.org/10.22061/jsaud.2022.8440.1969)
- حسینی یزدی، فاطمه‌السادات. (۱۴۰۲). تأثیر کهن‌الگوها در ارتقای حس مکان فضای معماری (مورد مطالعاتی: کهن‌الگوی ماندالا در گنبد رومی اثر نادر خلیلی). فصلنامه علمی-تخصصی مطالعات میان‌رشته‌ای هنر و علوم انسانی، ۱۶(۲)، ۱۰۹-۱۲۵.
- حصاری، ژیلا؛ وطن‌پرست، مهدی و مافی، عزت‌الله. (۱۴۰۱). بازآفرینی بافت تاریخی شهری با رویکرد توسعه گردشگری نمونه موردی: منطقه هفت شهرداری مشهد. مجله گردشگری شهری، ۹(۴)، ۱۵۳-۱۳۷. [doi: 10.22059/jut.2022.341349.1031](https://doi.org/10.22059/jut.2022.341349.1031)
- قشقایی، رضا؛ موحد، خسرو و مضطر زاده، حامد. (۱۴۰۳). سنجش حس مکان و شناسایی مؤلفه‌های مؤثر بر آن در توسعه سواحل شهری؛ مورد پژوهی: ساحل بوشهر. نشریه مدیریت شهری و روستایی، ۲۳(۷۴)، ۱۶۷-۱۴۸.
- لاری پور، نگین و دادور، ابوالقاسم. (۱۳۹۷). تحلیل نشانه‌شناسی صورت و معنا در مسجد وکیل شیراز. مطالعات هنر اسلامی، ۱۴(۲۹)، ۱۱۵-۱۴۳. [doi: 10.22034/ias.2018.91843](https://doi.org/10.22034/ias.2018.91843)
- مشبکی اصفهانی، علیرضا و مشبکی اصفهانی، محمدرضا. (۱۳۹۸). مقایسه تطبیقی نظام معماری بازار قیصریه اصفهان و بازار وکیل شیراز با رویکرد کالبدی. مطالعات طراحی شهری و پژوهش‌های شهری، ۲(۲)، ۴۱-۵۴.
- مهران، محمدمهدی؛ عارف‌پور، محمدمهدی و عبدالرضایی اناری، فائزه. (۱۴۰۰). معماری در ساختار ارگ کریمخان زند. همایش ملی جلوه‌های هنر و معماری مکتب زند و قاجار شیراز.
- میرقدر، لیلا؛ باصولی، مهدی و جهانیان، منوچهر. (۱۴۰۵). تأثیر ذهن آگاهی، بهزیستی و دل‌بستگی به مکان بر وفاداری گردشگر مطالعه موردی: موزه‌های کاخ چهل‌ستون و کلیسای وانک اصفهان. مجله گردشگری شهری، ۱۳(۱)، ۷۴-۵۵. [doi: 10.22059/jut.2026.400675.1320](https://doi.org/10.22059/jut.2026.400675.1320)

References

- Agnew, J. A. (2014). *Place and politics: The geographical mediation of state and society*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315756585>
- Ahmadi, M. R., & Hevai, F. (2019). A review of the unspoken aspects of Vakil Mosque of Shiraz. *Iranian and Islamic Architectural and Restoration Research*, 3(8), 49-64. [In Persian]
- Anderson, T., Ratcliffe, E., & Gatersleben, B. (2026). Physical environments of favourite urban places enable place attachment through afforded meaningful experiences. *Journal of*

- Environmental Psychology*, 111, 102977. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2026.102977>
- Asad-pour, A. (2022). The buildings of Nazar Garden in Shiraz and their physical/functional modifications. *Journal of Iranian Architecture Studies*, 8(16), 5-24. <https://doi.org/10.22052/1.16.5> [In Persian]
- Asasi, V., Etesam, I., & Shahcheraghi, A. (2023). Factors affecting the formation of a lasting sense of place in public minds. *Hoviat-e Shahr*, 17(53), 63-74. <https://doi.org/10.30495/hoviatshahr.2023.18091.10653> [In Persian]
- Baumann, H., Hunziker, M., & Grêt-Regamey, A. (2026). Rethinking people-place bonds: Insights from a multi-city study on place attachment and place making for inclusive urban planning. *Cities*, 175, 107144. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2026.107144>
- Behzadpour, M., Olfati, N., & Emamalizadeh, M. (2022). Investigating the sense of place in historical buildings of the Qajar period: A case study of Sardar School and Water Reservoir in Akhound Neighborhood. *Shabak*, 8(1), 131-140. [In Persian]
- Bo, L., & Abdul Rani, M. F. (2025). The value of current sense of place in architectural heritage studies: A systematic review. *Buildings*, 15(6), 903. <https://doi.org/10.3390/buildings15060903>
- Bolotova, A., Karaseva, A., & Vasilyeva, V. (2017). Mobility and sense of place among youth in the Russian Arctic. *Sibirica: Interdisciplinary Journal of Siberian Studies*, 16(3), 77-123. <https://doi.org/10.3167/sib.2017.160305>
- Cai, X., Hu, Z., He, J., Zou, X., & Morrison, A. M. (2025). A meta-analysis of the antecedents and outcomes of tourist place attachment. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 64, 101256. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2025.02.006>
- Chen, N. C., Hall, C. M., & Prayag, G. (2021). *Sense of place and place attachment in tourism*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429279089>
- Chen, X., Yang, C., & Wang, R. Y. (2026). Constraint and place attachment in navigation: A hybrid sense of place of Chinese boat crew on the Lancang-Mekong River. *Geoforum*, 168, 104485. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2025.104485>
- Cranmer, E. E., Tom Dieck, M. C., & Jung, T. (2023). The role of augmented reality for sustainable development: Evidence from cultural heritage tourism. *Tourism Management Perspectives*, 49, 101196. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2023.101196>
- Cross, J. E. (2001). *What is sense of place?* [Paper presentation]. 12th Headwaters Conference, Western State College. <http://hdl.handle.net/10217/180311>
- Doyle, J., & Kelliher, F. (2023). Bringing the past to life: Co-creating tourism experiences in historic house tourist attractions. *Tourism Management*, 94, 104656. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2022.104656>
- Du, J., Yu, Z., Cheng, S., Li, L., & Miao, C. (2025). Exploring the role of government-driven culture-led micro-regeneration in shaping the sense of place within urban historic districts in China. *Cities*. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2025.106575>
- González-Reverté, F., Corrons, A., & Gomis-López, J. M. (2024). Exploring the role of memorable tourism experiences and place attachment in the revisit intention of tourists staying in short-term rentals. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*. <https://doi.org/10.1108/JHTI-05-2024-0451>
- Habibzadeh Kouzekanani, S. J., Abdollahzadeh Taraf, A., Sattari Sarbanqoli, H., & Pakdelfard, M. R. (2022). An analysis of the factors explaining sense of place in historical fabrics (Case study: Tabriz). *Journal of Sustainable Architecture and Urban Design*, 10(2), 95-106. <https://doi.org/10.22061/jsaud.2022.8440.1969> [In Persian]
- Harouni, H., Mirzaei, Z., & Mortaheb, R. (2024). Investigating the qualitative characteristics of urban gathering places in creating a sense of place (Case study: Jolfa Square, Isfahan). *Memarishenasi*, 7(31), 29-39. [In Persian]
- He, X., Yang, J., & Lu, A. (2026). Textual analysis-based cognitive evaluation of places of memory in Nanjing's Riverside Urban District. *Frontiers of Architectural Research*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1016/j.foar.2026.02.004>
- Hessari, J., Watanparast, M., & Mafi, E. (2023). Recreating the urban historical context with a tourism development approach (Case study: District 7 of Mashhad Municipality). *Journal*

- of *Urban Tourism*, 9(4), 137-153. <https://doi.org/10.22059/jut.2022.341349.1031> [In Persian]
- Hosseini Yazdi, F. S. (2023). The effect of archetypes in enhancing the sense of place in the architectural space (Case study: The mandala archetype in the Roman dome by Nader Khalili). *Interdisciplinary Studies of Arts and Humanities*, 16(2), 109-125. [In Persian]
- Laripour, N., & Abolghasem, D. (2018). Semiotic analysis of form and meaning in Vakil Mosque in Shiraz. *Islamic Art Studies*, 14(29), 115-143. <https://doi.org/10.22034/ias.2018.91843> [In Persian]
- Li, H., Bibi, S., Kanwal, S., Khan, A., & Hussain, B. (2025). Understanding of cultural heritage tourists' emotional experiences: How place attachment and satisfaction determine behavioral intentions. *Acta Psychologica*. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2025.105429>
- Lin, R., Zhu, B.-W., Xiong, L., & Tzeng, G.-H. (2026). Linking landscape features of urban parks to visitors' sense of place: A novel hybrid machine learning approach. *Journal of Destination Marketing & Management*, 39, 101055. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2025.101055>
- Lin, S., & van Ameijde, J. (2026). The impact of urban renewal on place attachment: A framework to enhance social structures and resident satisfaction. *Cities*, 172, 106894. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2026.106894>
- Meetiyagoda, L., Mahanama, P. K. S., & Ley, A. (2024). A ladder of sense of place: Case study of Crow Island Beach Park, Sri Lanka. *Cities*, 145, 104695. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2023.104695>
- Mehran, M., Arefpour, M., & Anari, F. (2021). Architecture in the structure of Arg-e Karim Khan Zand. In *Proceedings of the National Conference on Manifestations of Art and Architecture of Zand and Qajar School of Shiraz*. [In Persian]
- Mirghadr, L., Basouli, M., & Jahanian, M. (2026). The effect of mindfulness, well-being and place attachment on tourist loyalty: A case study of Chehelsotun palace and Vank cathedral museums in Isfahan. *Journal of Urban Tourism*, 13(1), 55-74. <https://doi.org/10.22059/jut.2026.400675.1320> [In Persian]
- Mohammad-Moradi, A., Yazdanfar, S.-A., Khanmohammadi, M.-A., Norouzian-Maleki, S., & Shaheen, P. (2024). A comparison of the sense of place between two urban heritage sites (Oudlajan historic neighborhood, Tehran, and Shah Abol-Ghasem, Yazd). *Frontiers of Architectural Research*. <https://doi.org/10.1016/j.foar.2024.07.004>
- Moshabaki Esfahani, A., & Moshabaki Esfahani, M. (2019). Comparative analysis of the architectural system of Qeysarie Bazaar of Isfahan and Vakil Bazaar of Shiraz with a physical approach. *Urban Design and Urban Research Studies*, 2(2), 41-54. [In Persian]
- Omidvar, F., & Razmjoui, F. (2020). Historical baths as third places (Case study: Vakil Bath of Shiraz). *Journal of Research in History, Politics and Media*, 2(4), 491-506. [In Persian]
- Pourbahador, P., & Brinkhuijsen, M. (2023). Municipal strategies for protecting the sense of place through public space management in historic cities: A case study of Amsterdam. *Cities*, 136, 104242. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2023.104242>
- Qashqaei, R., Movahed, K., & Moztarzadeh, H. (2024). Assessing the sense of place and identifying the components affecting it in the development of urban beaches: Case study: Bushehr beach. *International Journal of Urban and Rural Management*, 23(74), 148-167. <http://ijurm.imo.org.ir/article-1-3481-fa.html> [In Persian]
- Qiu, Q. (2023). Identifying the role of intangible cultural heritage in distinguishing cities: A social media study of heritage, place, and sense in Guangzhou, China. *Journal of Destination Marketing & Management*. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2023.100764>
- Relph, E. (2009). A pragmatic sense of place. *Environmental and Architectural Phenomenology*, 20(3), 24-31.
- Scheller, D. A., Sterr, K., Humpe, A., Mess, F., & Bachner, J. (2024). Physical activity through place attachment: Understanding perceptions of children and adolescents on urban places by using photovoice and walking interviews. *Health & Place*, 90, 103361. <https://doi.org/10.1016/j.healthplace.2024.103361>
- Seamon, D. (2012). Place, place identity, and phenomenology: A triadic interpretation based on J.G. Bennett's systematics. In *The role of place identity in the perception, understanding, and design of built environments* (pp. 3-21). <https://doi.org/10.2174/978160805413811201010003>

- Shaykh-Baygloo, R., & Soltani, Z. (2026). From authenticity to loyalty via subjective well-being and place attachment: Evidence from a World Heritage Site across local, national, and international visitors. *Journal of Destination Marketing & Management*, 39, 101059. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2025.101059>
- Song, H., Chen, J., & Li, P. (2025). Decoding the cultural heritage tourism landscape and visitor crowding behavior from the multidimensional embodied perspective: Insights from Chinese classical gardens. *Tourism Management*, 110, 105180. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2025.105180>
- Sun, S., Okada, J., & Nakajima, N. (2026). Reproducing place attachment through people-centered heritage practices: Relationship making in Uchiko Town, Japan. *Cities*. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2026.107234>
- Tan, S.-K., Chong, P.-K., Tan, S.-H., & Tan, B.-C. (2025). Cultivating a productive sense of place: Heritage experience, wellbeing, and urban preservation in historic cities. *Wellbeing, Space and Society*, 9, 100318. <https://doi.org/10.1016/j.wss.2025.100318>
- Tuan, Y. (1977). *Space and place: The perspective of experience*. University of Minnesota Press.
- Wu, L., Liu, P., & Le, D. (2023). The role of public space in constructing experience capital: A longitudinal analysis in the hotel context. *Tourism Management*, 97, 104735. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2023.104735>
- Wu, Y., Wang, J., Tang, B., & Cui, Y. (2026). Enchantment of heritage festivals: How brand authenticity and pop culture involvement affect tourists' sense of place. *Tourism Management Perspectives*, 61, 101453. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2026.101453>
- Ye, Y., Zhao, T., Shi, X., Liu, P., & Fei, T. (2025). The identification of cultural genes in historic districts and their influences on cultural perception: Case study in Central Street in Harbin, China. *Journal of Asian Architecture and Building Engineering*, 24(4), 2430-2446. <https://doi.org/10.1080/13467581.2024.2373823>
- Zhu, H., Liu, J., Wei, Z., Li, W., & Wang, L. (2017). Residents' attitudes towards sustainable tourism development in a historical-cultural village: Influence of perceived impacts, sense of place, and tourism development potential. *Sustainability*, 9(1), 61-76. <https://doi.org/10.3390/su9010061>