

پدیدارشناسی تجربه زیسته ساکنان بافت تاریخی شهر یزد در مواجهه با گردشگری*

شراره عظیمی

دکتری شهرسازی، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه هنر، تهران، ایران (نویسنده مسئول مکاتبات)

E-mail: Sharareh_azimi@yahoo.com

پروین پرتوی

استاد گروه برنامه‌ریزی شهری، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه هنر، تهران، ایران

E-mail: P.partovi@yahoo.com

چکیده

با تبدیل جامعه به مقصد گردشگری، زندگی ساکنان تحت تأثیر قرار گرفته و دستیابی به گردشگری پایدار با هدف حفظ و ارتقا و ویژگی‌های ساکنان اهمیت ویژه‌ای در عرصه برنامه‌ریزی توسعه گردشگری می‌یابد. با افزایش روند روبه‌رشد گردشگری داخلی و خارجی، توسعه گردشگری پایدار در یک منطقه نیازمند توجه به خواسته‌ها و ادراکات ساکنان نسبت به پدیده گردشگری بوده و نادیده گرفتن این موضوع می‌تواند چالش‌هایی را در بلندمدت برای توسعه گردشگری در منطقه ایجاد کند. پژوهش حاضر از پارادایم تفسیری و به‌طور خاص رویکرد پدیدارشناسی برگرفته از آرای هایدگر بهره برده است تا با تأکید بر وجه ادراکی گردشگری از منظر کسانی که آن را تجربه می‌کنند، یعنی ساکنان بافت تاریخی شهر یزد به موضوع بپردازد. جمع‌آوری داده‌ها از طریق مشاهدات میدانی و مصاحبه‌های عمیق نیمه‌ساختاریافته با ساکنان بافت تاریخی گردشگرپذیر شهر یزد و با استفاده از پدیدارشناسی اول شخص و آگزیستانسیال انجام شده است. داده‌ها نیز با بهره‌گیری از تحلیل محتوای کیفی کدگذاری شده و چارچوب مفهومی روایت پدیدارشناسانه ساکنان بافت تاریخی شهر یزد در مواجهه با پدیده گردشگری و مؤلفه‌های اصلی و فرعی آن تدوین شده است. بر اساس یافته‌های پژوهش، تجربه زیسته ساکنان بافت تاریخی (با مؤلفه‌های فرعی و ویژگی‌های فردی، روابط زیسته، ارزش‌ها) و ویژگی‌های زیست‌جهان بافت تاریخی (با مؤلفه‌های فرعی فضای کسب‌وکار، فضای کالبدی-محیطی، فضای اجتماعی و فضای شخصی-سکونت‌ی) به‌عنوان عوامل مؤثر در پدیدارشناسی تجربه زیسته ساکنان بافت تاریخی شهر یزد در مواجهه با گردشگری شناسایی شده‌اند.

کلیدواژه‌ها: پدیدارشناسی، گردشگری، تجربه زیسته، ساکنان، بافت تاریخی یزد

* این مقاله برگرفته از رساله دکتری شراره عظیمی با عنوان «پدیدارشناسی تجارب زیسته ساکنان بافت‌های تاریخی در مواجهه با گردشگری شهری به منظور سنجش پایداری اجتماعی جوامع میزبان (مورد پژوهی: بافت تاریخی شهر یزد)» است که با راهنمایی دکتر پروین پرتوی در دانشکده معماری و شهرسازی دانشگاه هنر انجام شده است.

مقدمه و بیان مسئله

گردشگری یک پدیده اجتماعی چندوجهی بوده و تشریح و تحلیل آن بر دو جنبه اساسی تمرکز می‌کند. اولین جنبه متکی بر گرایش بازاریابی اقتصادی و جنبه دوم نیز بر اساس چارچوب اجتماعی - فرهنگی می‌باشد. عموم متخصصان رشته گردشگری، جنبه نخستین را با بررسی پدیده گردشگری از موضع کمی و باقی گذاشتن خلاء در تحقیقات نظری و روش شناختی و شکافی که منعکس کننده یک رابطه پیچیده بین حقایق و معانی آنها می‌باشد، برگزیده‌اند (Castillo, 2011). این دوگانگی حاکمیت رویکرد اثبات‌گرا بر بررسی پدیده گردشگری را نشان می‌دهد و در عین حال بر حذف حجم قابل توجهی از مسائل فرهنگی و اجتماعی مرتبط با گردشگری در این‌گونه مطالعات، دلالت دارد. در واقع در یک جامعه پیچیده و چندفرهنگی، گردشگری یک پدیده همزیست بین سوژه و ابژه با ماهیت‌های گوناگون بوده و در کثرت و تعددی از جهان‌بینی که به جهانی شدن فرهنگ، اجتماع و اقتصاد اشاره دارد، غوطه‌ور است، پدیده‌ای میان فرهنگی، پیچیده در تکثری از روش‌ها که به محصولی چند فرهنگی توسط فرآیند جهانی شدن شکل می‌دهد (Jiménez & Nechar, 2015).

گردشگری دارای پتانسیل بالایی برای تأثیرگذاری بر زندگی ساکنان اجتماعات محلی بوده و هنگامی که یک جامعه تبدیل به مقصد گردشگری می‌شود، زندگی ساکنان آن تحت تأثیر فعالیت‌های گردشگری قرار می‌گیرد. حضور گردشگران در شهرهای میزبان دستاوردهای مثبت اقتصادی، اجتماعی و محیطی در عرصه‌های محلی و ملی برای شهر و کشور مقصد به همراه داشته است (Orbasli, 2000; Kim *et al.*, 2013; Andreck & Nyaupane, 2011; Aquino *et al.*, 2018). با این حال، منافع فزاینده اقتصادی موجب گردیده است تا آسیب‌هایی که این پدیده بر ساکنان، میراث تاریخی و فرهنگی وارد می‌آورد، مورد غفلت و کم‌توجهی واقع شود (Isaksson & Garvare, 2003). علیرغم تحقیقات گسترده درباره تأثیرات گردشگری در سال‌های اخیر، به چگونگی بازتاب معنا و مفهوم گردشگری بر زیست‌جهان ساکنان در مقاصد گردشگری و همچنین نحوه نگرش آنها نسبت به تأثیرات گردشگری کمتر توجه شده است (Jordana *et al.*, 2019, 213). این در حالی است که قضاوت مثبت و رضایتمندی ساکنان از حضور گردشگران در محیط سکونت‌شان، عاملی بنیادین در تبیین تصمیم‌گیری‌ها و سیاست‌گذاری‌های برنامه‌ریزان عرصه گردشگری به شمار می‌آید و بدیهی است که موفقیت و پایداری هر توسعه‌ای در گرو حمایت فعال جمعیت محلی از آن می‌باشد (Jackson, 2006). در واقع نارضایتی ساکنین محلی از توسعه گردشگری، در نهایت به توقف گردشگری در مقصد خواهد انجامید (Gursoy & Rutherford, 2004, 495).

بر اساس آمارهای موجود، شهر میراث جهانی یزد در سال‌های اخیر رشد قابل توجهی در گردشگری داشته و با توجه به اینکه یزد از جامعه مذهبی و سنتی برخوردار است، لذا انگیزه اقتصادی صرفاً دلیل بر مشارکت یا عدم مشارکت مردم نمی‌باشد و آنچه می‌تواند رضایت یا عدم رضایت ساکنین از گردشگری را تحت تأثیر خود قرار دهد، ادراک آنان از آثار گردشگری و نحوه رفتار گردشگران و همچنین تأثیری است که بر تجربه‌زیسته ساکنان می‌گذارد.

در این پژوهش زمینه اصلی، تعامل و مواجهه ساکنان با پدیده گردشگری است که به‌عنوان عاملی بیرونی بر روی تجربه‌زیسته ساکنان بافت تاریخی شهر یزد تأثیر گذاشته و لذا در تحقیق حاضر تلاش بر این است تا تجربه‌زیسته حاصل از این تعامل را با استفاده از رویکرد پدیدارشناسی توصیف و تفسیر نموده و از منظر متفاوت با سایر پژوهش‌های گردشگری که عموماً بر تأثیر اقتصادی این پدیده بر مقصد و روش‌های کمی و اثباتی تأکید داشته‌اند، به موضوع گردشگری و اثرات آن بر ساکنان بپردازد. از این رو، هدف اصلی پژوهش خوانش پدیدارشناسانه تجربه‌زیسته ساکنان متأثر از مواجهه با گردشگری است که

در این راستا به سؤالات زیر پاسخ خواهد داد:

- گردشگری چه تأثیری بر تجارب زیسته ساکنان بافت‌های تاریخی دارد؟
- از دیدگاه پدیدارشناسانه، معنا و مفهوم تجربه زیسته ساکنان بافت تاریخی شهر یزد در مواجهه با گردشگری شهری چگونه است؟

بنیادهای نظری

تجربه زیسته

تجربه زیسته، یکی از جنبه‌های اصلی اندیشه دیلتای و دیدگاه او درباره فلسفه حیات است. از نظر او حیات واقعیتی بیولوژیک و مشترک بین انسان و حیوان نیست بلکه امری است که ما آن را با تمام تنوع و پیچیدگی‌های آن تجربه کرده‌ایم. انسان علاوه بر اینکه قادر است حیات و زندگی خود را تجربه کند و این حیات در اعمال، رفتار، گفتار، خلاقیت‌ها و آفرینش‌های او تجلی پیدا می‌کند، می‌تواند به طریقی در تجربه حیاتی دیگران نیز سهیم شود (واعظی، ۱۳۸۰، ۱۰۷). از دید دیلتای، آدمیان در هویت بشری مشترک‌اند و تفاوت آنها تنها به خصوصیات تاریخی روزگارشان باز می‌گردد. پس اگر کسی بتواند فضای زمانه شخص دیگری را برای خود بازتولید کند، می‌تواند به درکی مشابه با او، در ابداع، ایجاد و تألیف آن موضوع دست یابد. راهیابی به حیات درونی انسان‌ها از طریق تجربه همدلانه یعنی نوعی بازسازی روان‌شناختی دنیای آنها، تنها راه شناخت و فهم تجلیات حیات آنان است و از آنجا که فهم با تفاهم همراه است، از طریق ارتباط میان جوینده فهم و موضوع مطالعه او که همان تجربه زیسته است فراهم می‌آید. درک تجلیات حیات انسان به معنای درک حالات درونی و ذهنی است و وظیفه فهم آن است که در این واقعیات محسوس فیزیکی نفوذ و رسوخ کند تا به آن چیزی که در دسترس و مشاهده حواس نیست دست یابد (بابک معین، ۱۳۹۴). بنابراین تجربه زیسته عبارت است از تجربه بی‌واسطه و حضوری از چیزی؛ تجربه‌ای که در آن بین عالم و معلوم، بین تجربه‌گر و تجربه‌شونده، اتحاد و هویت برقرار است و در مقابل تجربه دست دوم که با واسطه و حصولی است، قرار می‌گیرد (پالمر، ۱۳۷۷).

تجربه، مفهومی است که در طیفی گسترده از انتزاعی‌ترین تا عینی‌ترین حالت می‌تواند جای گیرد. تجربه حالتی است درونی در فرد و ناشی از چیزی است که فرد به صورت شخصی با آن مواجه و متحمل می‌شود و یا در طی آن زندگی می‌کند. تجربیات حاصل از گردشگری نیز چنین حالت‌هایی هستند که در مقاصد سفر به وجود می‌آیند (Jafari, 2000, 215-216).

تجربه گردشگری از دیدگاه متفکران گوناگون، ماهیت متفاوتی دارد و بر سر اینکه آیا گردشگری فعالیتی معمولی، صوری و بی‌اهمیت است و یا ناشی از تجارب جانبی و تصنعی، بحث‌های فراوانی وجود دارد. اغلب ساکنان مقاصد گردشگری، گردشگران را به چشم مسافرانی که به دنبال تفریح هستند، می‌نگرند. گرچه چنین توصیفی از آنان به دلایلی می‌تواند درست باشد، اما نگرشی سطحی به گردشگر محسوب می‌شود. در میان دیدگاه‌های متفاوت نگرش اریک کوهن (1979) در رابطه با تجربه گردشگری و تجارب حاصل از آن بسیار مورد توجه، عمیق‌تر و تأمل‌برانگیزتر است. سؤال اصلی کوهن در نظریه‌اش این است که آیا انسان خود را متعلق به مرکزی خاص در دنیا می‌داند و جایگاه این مکان در دنیا چگونه است؟ و چگونه از لحاظ فلسفی، شیوه‌های گوناگون تجارب گردشگری با انواع مختلف ارتباطی که بین فرد و انواع مراکز وجود دارد، مربوط می‌شود؟ در همین راستا کوهن به تشریح تجارب گردشگری می‌پردازد و این تجارب را به اشکال دیگر ارتباط بین انسان مدرن و مراکز مختلف ربط می‌دهد. کوهن در این مسیر به بسط نوع‌شناسی تجارب گردشگری می‌پردازد و پنج روش عمده از تجارب گردشگری را بیان می‌نماید؛

روش تفریحی، انحرافی، تجربی، آزمایشی و وجودی (آپوستولولوپوس، ۱۳۸۳، ۸۹-۹۱). همچنان که از ادبیات نظری کوهن برمی‌آید، وی تجربه‌های متفاوت افراد در سفر را موجب شکل بخشیدن به هویت و جهان‌بینی آنها می‌داند. در واقع کانون‌های ارزشی و رفتاری افراد می‌توانند در ارتباط با «دیگری‌ها» و دیگر کانون‌های ارزشی متمایز تحت تأثیر قرار گرفته و تغییر را پذیرا باشند. به طور کلی در ادبیات جامعه‌شناسی تغییر در ارزش‌ها را می‌توان تغییر در هویت افراد دانست. در واقع هویت هر شخص پیرامون ارزش‌های شناختی او شکل می‌گیرد و تجربه‌های حاصل از گردشگری موجب تغییر ارزش‌های افراد می‌شوند. به طور خلاصه در مطالعات جامعه‌شناسی گردشگری، تأثیرات این پدیده بر هویت اثبات شده است. برای مثال، گردشگری در بازسازی هویت‌های قومی، تغییر هویت مکان‌های محلی در مقاصد و حتی کمک به ساختن احساس هویت (و در بعضی از موارد، کاهش این احساس) در مکانی که توسعه گردشگری رخ می‌دهد، نقش مهمی بازی می‌کند (Jafari, 2000, 293).

بسیاری از تجارب گردشگری به در دسترس بودن و ارتباط روایت‌ها بستگی دارد (Chronis, 2012). روایت‌ها توسط مردم ساخته شده‌اند و ممکن است مبتنی بر واقعیت تاریخی باشند. از آنجا که فعالیت انسان ریشه در مکان دارد، بنابراین روایات مربوط به افراد نیز روایاتی در مورد مکان‌هاست. ترکیبی از تجربه‌زیسته و اسطوره‌ها، روایت گردشگری منحصر به فردی را بازگو می‌کنند (Rickly Boyd, 2009; Ebejer, 2019).

سکنی‌گزینی

برپاداشتن مکان از طریق برپاداشتن عالم تحقق می‌یابد و زمانی کامل می‌شود که عالم برپاشده را قابل رؤیت سازیم. هایدگر در رساله «ساختن، باشیدن، اندیشیدن»، حضور عالم را با حضور چهارگانه زمین، آسمان، خدایان، میرایان ملازم دانسته است. این گونه مکان ساخته می‌شود و ساحتی برای سکنی‌گزیدن در مکان گشوده می‌گردد. سکونت خصوصیت اصلی و اساسی موجودیت و هستی است. من سکنی دارم یعنی من می‌باشم. گونه‌ای که تو هستی و من هستم؛ شیوه‌ای که ما انسان‌ها روی زمین هستیم، همان باشیدن است. باشیدن، سکنی‌گزیدن و بودن را ملازم یکدیگر معرفی می‌کند؛ چنانکه انسان تا جایی هست که «سکنی داشته باشد». معانی دیگری که از این واژه برداشت می‌شود آرامش، محافظت و پایداری است. محافظت و نگهداری به این معنا است که چیزی در ماهیت خودش رها شود و مشخصاً به خودش بازگردد. بنابراین، ویژگی بنیادین سکنی‌گزیدن نگهداری و محافظت است. چنین سکنی‌گزیدنی موجب تسکین و آرامش آدمی و پایداری جامعه می‌شود. حالت و شیوه‌ای که ما انسان‌ها روی زمین هستیم، سکنا ماست. بنابراین، نتایجی که برای کالبد مکان از سکنی‌گزیدن به دست می‌آید بر مفاهیمی چون محصوریت، قلمرو، محریت، هویت، آرامش و رضایت استوار است. ساختن و سکنی‌گزیدن در واقع به یک معنی هستند. چنان که زمانی که سکنی می‌گزینیم، در واقع ساخته‌ایم (ریخته‌گران، ۱۳۸۲، ۱۱۳). از نظر هایدگر عمیق‌ترین تجلی آسودن، سکنی‌گزینی است که سبکی از زندگی را که واجد قاعده‌مندی، تکرار و روایت است در برمی‌گیرد. روشی که پایه و اساس آن بر مراقبت و توجه نسبت به مکان‌ها، اشیا و مردم استوار است. حقیقت سکنی‌گزینی فقط در سایه ساختن و اندیشیدن صادقانه و در پرتو تحقق حضور چهارگانه در چیزها عملی می‌گردد و از این رو میرایان باید همواره سکنی‌گزینی را بیاموزند. ارتباط بین سکنی‌گزینی و سفر ارتباطی دیالکتیکی و موید نیاز انسان‌ها به ثبات و تغییر است (پرتوی، ۱۳۹۴، ۲۳۰-۲۳۱). به عقیده هایدگر، ساختن تنها وسیله برای سکونت کردن نیست، بلکه خود سکونت است. نکته قابل تأمل این است که هر ساختنی به سکنی‌گزیدن نمی‌انجامد. وقتی سکنی‌گزیدن حضور چهارگانه را در چیزها نگه دارد، در واقع ساخته است. محیط ساخته شده در واقع انعکاس نحوه در-جهان-بودن آدمی و دریافت

او از جهان است. به عبارت دیگر: انسان، ماهیتی غوطه‌ور و درگیر با جهان دارد (هایدگر، ۱۳۸۱، ۱۲). فضاهای شهری ظرف کنش‌های اجتماعی و فرهنگی است و لذا توجه به آن بستر مناسبی را جهت برقراری کنش سالم و سازنده فراهم می‌نماید. این نوع نگرش نیازمند تعامل سازنده با کاربران و ساکنان است؛ تعاملی که می‌تواند از طریق کندوکاو در تجربه زیسته افرادی که آن پدیده را تجربه کرده‌اند، بسیاری از وجوه پنهان آن پدیده را نمایان سازد و فهمی متفاوت از آن پدیده به دست دهد. این موضوع در مورد فهم تجربه زیسته ساکنان بافت‌های تاریخی گردشگرپذیر از پدیده گردشگری و اثرات منبعث از آن نیز مصداق دارد و از آنجا که سکونت بیانگر برقراری پیوندی پرمعنا بین انسان و محیطی مفروض می‌باشد و این پیوند از تلاش برای هویت یافتن و به مکانی احساس تعلق داشتن ناشی گردیده، بدین ترتیب انسان زمانی بر خود وقوف می‌یابد که مسکن گزیده و در نتیجه هستی خود در جهان را تثبیت کرده باشد. مکان اختصاصی هر فرد بخشی از هویت او را تشکیل داده و از آنجا که هر مکان به گونه‌ای کلی تعلق می‌پذیرد، افراد نیز به هویت‌های عمومی دست می‌یابند. از این رو مکان با برقراری اتحاد بین جمعی از انسان‌ها آنها را هویتی مشترک می‌بخشد (نوربرگ شولتز، ۱۳۸۱). لذا زمانی که مکانی به مقصد گردشگری تبدیل می‌شود، حضور گردشگران، برخوردها و فعالیت‌های آنان، بر معنا و احساس ساکنان نسبت به مکان سکونت خود تأثیر می‌گذارد و سبب دگرگونی هویت عمومی این مکان‌ها و به تبع آن تجربه زیسته ساکنانش می‌گردد.

نگرش جامعه میزبان به پدیده گردشگری

اصطلاح جامعه میزبان، به طور گسترده‌ای توسط متخصصان گردشگری پذیرفته شده و معمولاً در ادبیات گردشگری کاربرد دارد. بر اساس استدلال ماسون (2003) از آنجا که گردشگران همواره خوشایند نیستند، واژه‌هایی چون جامعه محلی، جامعه ساکن و جامعه مقصد نیز می‌توانند به جای واژه جامعه میزبان استفاده شوند. بر اساس نظر مدلیک (2003, 86) ساکنان مقصد گردشگری (شاغل و غیرشاغل در صنعت گردشگری) به عنوان جامعه میزبان در نظر گرفته می‌شوند. در این پژوهش نیز مقصود از جامعه میزبان، تمامی ساکنان بافت تاریخی شهر یزد است.

نگرش، نوعی ارزیابی و تصور ذهنی نسبت به جنبه یا نمودی خاص از زیست بوم از جانب افراد و متأثر از عواملی همچون طرز تفکر، احساسات و چگونگی برخورد و مواجهه فرد می‌باشد (McDougall & Munro, 1987, 87). اندریوتیس و وگان معتقدند که مهم‌ترین ویژگی ساکنان آن است که آنچه توسط آنان تجربه و ادراک می‌شود لزوماً با واقعیت موجود هماهنگ نیست (Andriotis & Voughan, 2003, 173). در واقع ادراک آنان از واقعیت (و نه خود واقعیت) است که بر روی نگرش و به تبع آن، طرز رفتار ساکنان تأثیر می‌گذارد. بسیاری از محققین بر این باورند که نگرش ساکنان نسبت به گردشگری، تنها بازتاب ادراک آنان از پیامدهای گردشگری نیست، بلکه چنین نگرشی در تعامل میان ادراک ساکنان و مجموعه عوامل تأثیرگذار بر نگرش آنان شکل می‌گیرد. در مورد مفهوم گردشگری از دیدگاه ساکنان بافت‌های گردشگرپذیر نیز بحث در خصوص فرآیند و تعامل‌های اجتماعی است که در «جریان» می‌باشند، مانند احساسی که در ما زنده می‌شود و یا از بین می‌رود. در اینجا ما با اشکال و ساخت‌هایی پویا سر و کار داریم که تأثیرات معنایی آنها تنها در موقعیت و عمل ساخته می‌شوند و به آنها نه به عنوان ناظر و شاهدی بیرونی بلکه به مثابه واقعیت‌هایی نظاره می‌کنیم که با ما مستقیماً وارد تعاملی پویا می‌شوند تا معنا در جریان این فرآیند تعاملی شکل گیرد (عادلی، ۱۳۹۱، ۸۴ به نقل از Lankford et al., 1994).

از جمله چارچوب‌های تحلیلی که به معرفی و تبیین شاخص‌هایی در راستای تشریح و تحلیل رابطه میان نگرش ساکنان نسبت به گردشگری و مدل‌سازی ساختاری ادراک ساکنان از پیامدهای گردشگری می‌پردازد، نظریه مبادله اجتماعی^۱ است. بر این اساس، روابط میان انسان‌ها بر پایه تعامل میان دو مفهوم هزینه و منفعت شکل می‌گیرد و افراد پس از ارزیابی سود و هزینه‌های یک مبادله تصمیم به مشارکت و یا عدم مشارکت در آن مبادله می‌گیرند. بر این مبنای قضاوت ساکنین از گردشگری با توجه به مبادلات صورت گرفته و تحت تأثیر ارزیابی آنها از منافع و هزینه‌هایی است که در قبال خدمات ارائه شده به گردشگران، دریافت می‌کنند (Mc Gehee & Andereck, 2004; Hsu et al., 2019; Yeager et al., 2019).

از آنجا که نگرش و برداشت ساکنان مقاصد گردشگری نسبت به توسعه گردشگری در برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری توسعه پایدار، بازاریابی و بهره‌برداری از برنامه‌های موجود و آینده گردشگری مهم است، لذا این موضوع به طور گسترده‌ای مورد مطالعه قرار گرفته است و بسیاری از مطالعات، به بررسی رابطه میان اثرات گردشگری و نگرش ساکنان نسبت به توسعه گردشگری پرداخته‌اند (Nunkoo & Ramkissoon, 2011). علاوه بر این زمانی که جامعه‌ای به مقصد گردشگری تبدیل می‌شود، علاوه بر نگرش ساکنان، کیفیت زندگی آنها نیز توسط توسعه گردشگری تحت تأثیر قرار می‌گیرد و مسئله‌ای مهم برای مدیران شهری می‌باشد (Aref, 2011; Lipovcan et al., 2014; Manap et al., 2011; Moscardo, 2012; Uysal, 2012; Uysal, Woo, Signal, 2012).

در بررسی ادبیات موجود و پیشینه مطالعاتی در زمینه نگرش ساکنان نسبت به اثرات گردشگری بر کیفیت زندگی‌شان می‌توان مطالعات را در سه گروه، دسته‌بندی نمود (Uysal et al., 2015):

- شناسایی ارتباط میان تأثیرات گردشگری و کیفیت زندگی
- مقایسه انواع مختلف ساکنان مقاصد گردشگری
- بررسی کیفیت زندگی ساکنان مقاصد گردشگری با توجه به سطح توسعه گردشگری در طول زمان که با توجه به مطالعات صورت گرفته سه نتیجه کلی استنباط می‌شود:
- نخست اینکه توسعه گردشگری نقش چشمگیری بر کیفیت زندگی ساکنان دارد و به طور کلی تحقیقات نشان می‌دهد که گردشگری در هر دو وجه مثبت و منفی مؤثر است. این ابعاد مثبت سبب افزایش کیفیت زندگی ساکنان شده در حالی که ابعاد منفی کیفیت زندگی را کاهش می‌دهند.
- دوم، همه ساکنان به طور مشابهی تأثیرات گردشگری را ادراک نمی‌کنند. کسانی که به طور مستقیم از طریق اشتغال از گردشگری بهره‌مند می‌شوند، در سطوح بالاتری از کیفیت زندگی نسبت به کسانی که به گردشگری وابسته نیستند قرار دارند. علاوه بر این برخی از تحقیقات نشان می‌دهند که ادراک ساکنان از تأثیر گردشگری و کیفیت زندگی ممکن است با توجه به متغیرهای مختلف جمعیتی از جمله نوع اقامت و سطح درآمد متفاوت باشد.
- و سوم اینکه، برداشت و نگرش ساکنان نسبت به گردشگری با توجه به سطح توسعه گردشگری از مراحل اولیه تا مراحل بعدی متفاوت است.

علاوه بر این، بخش عمده‌ای از تحقیقات در ارتباط با شناسایی، اندازه‌گیری و مقایسه متغیرهایی است که ممکن است بر نحوه ادراک ساکنان از گردشگری و تأثیرات آن مؤثر باشد. هدف از انجام چنین تحقیقاتی این است که واکنش ساکنین به گردشگری را توضیح داده و پیش‌بینی نمایند. بسیاری از مفسران توجه زیادی به مطالعات فراوان انجام شده در مورد موضوع و تنوع متغیرهای شناسایی شده معطوف داشته‌اند و اغلب تلاش کرده‌اند تا متغیرها تحت عناوین مشخصی طبقه‌بندی گردند. به عنوان مثال، هرپل (2004) به طور گسترده به عوامل اجتماعی، فضایی و وابستگی اقتصادی اشاره دارد، به این ترتیب که عوامل کلان

به کل جامعه و عوامل خرد به فرد ساکن مرتبط هستند. دیری و دیگران (2012) عوامل کلان را به عوامل خارجی و عوامل ارزشی را به عوامل داخلی تقسیم کرده‌اند. جدول ۱ متغیرهای اصلی در ادراک ساکنان تحت این دو عنوان را به‌طور خلاصه بیان می‌کند.

جدول ۱. متغیرهای ادراکات ساکنان

متغیرها	تأثیر در ادراکات	
متغیرهای بیرونی	میزان/ مرحله توسعه گردشگری	مدل‌های خطی «سنٹی» پیش‌بینی می‌کنند که در بخش‌های بیشتر توسعه‌یافته ادراکات حاصل از گردشگری منفی‌تر می‌شوند.
	نوع گردشگری/ گردشگران	ویژگی گردشگران، از جمله ملیت، ممکن است با ادراکات مثبت و منفی ساکنان ارتباط داشته باشد.
	تراکم گردشگران/ توسعه گردشگری	تراکم بیشتر گردشگران عموماً بیشترین ادراکات منفی حاصل از گردشگری را در پی دارد. با این حال، نگرش‌های مثبت به منافع اقتصادی حاصل، ممکن است مهم‌تر باشد.
	گردشگری فصلی	ادراکات گردشگری بر اساس فصل تغییر می‌کند؛ نگرش‌ها در فصول جذب بالای گردشگر و در فصول کم گردشگر متغیر می‌باشند.
	سطح توسعه ملی	با اینکه تحقیقات کمی در رابطه با این متغیر انجام شده، ساکنان مقاصد گردشگری کمتر توسعه‌یافته (از نظر اقتصادی)، فرصت‌های مثبت بیشتری را ادراک می‌کنند.
متغیرهای درونی	وابستگی اقتصادی/ اشتغال به گردشگری	نتایج بسیاری از مطالعات نشان می‌دهد که کار در بخش گردشگری و همچنین وابستگی به گردشگری به‌عنوان منبع درآمد سبب نگرش مثبت‌تر نسبت به گردشگری است. با این حال، متغیرهای مختلف (مثلاً سطح دستمزد در گردشگری) ممکن است بر این نگرش تأثیر گذارند.
	پیوستگی اجتماعی	پیوستگی اجتماعی، با اندازه‌گیری متغیرهایی مانند مدت زمان اقامت، مالکیت اموال، خانواده گسترده و غیره، تأثیر متقابل و گاهی متناقض بر تصورات گردشگری را تعیین می‌کند.
	فاصله از منطقه گردشگری	اگرچه ممکن است چنین تصور شود که نزدیکی بیشتر به منطقه گردشگری، سبب ایجاد ادراکات منفی‌تر نسبت به گردشگری است، اما چنین رابطه‌ای در مطالعات ثابت نشده و عوامل دیگر مثل ماهیت توسعه و وابستگی اقتصادی نیز تأثیر گذارند.
	تعامل با گردشگران	یافته‌ها حاکی از این موضوع است که ارتباط و تعامل با گردشگران به‌طور مثبت با حمایت از گردشگری همبستگی دارد، هرچند که برحسب ماهیت تماس و نوع گردشگر متفاوت است.
	ارزش‌های شخصی	اخیراً مطالعات رابطه میان ارزش‌های شخصی و ادراکات آنها از گردشگری را تأیید کرده‌اند.
	هویت اجتماعی/ وضعیت اجتماعی	برخی از همبستگی‌ها بین وضعیت اجتماعی ساکنان و ادراکات آنها از گردشگری مشخص شده است.
	جمعیت‌شناسی (سن، جنس و تحصیلات)	بعضی از مطالعات برخی ویژگی‌های اجتماعی-جمعیتی را با نگرش مثبت یا منفی مرتبط می‌کنند. برای مثال، ساکنان مسن‌تر ممکن است کمتر از جوانان به گردشگری توجه کنند. با این حال، برخی از نتیجه‌گیری‌ها چنین متغیرهایی را در ادراک ساکنان از گردشگری مؤثر نمی‌دانند.

منبع: Deery et al., 2012

نکته حائز اهمیت این است که، بسیاری از پژوهش‌ها درباره گردشگری (از جمله پژوهش‌های ذکر شده در فوق) بر اساس رهیافت اثباتی انجام شده و صرفاً با اتکا به تکنیک‌های آماری مختلف شکل گرفته‌اند و چرایی و چگونگی این واکنش مورد غفلت و کم‌توجهی قرار گرفته است. برخی نویسندگان، این پژوهش‌ها را به دلیل تقلیل پیچیدگی‌های تجربه انسانی به اعداد و آمارها و نیز به دلیل عدم کفایت آنها در ارائه تحلیلی کامل از ادراکات و معانی مورد نظر افراد نقد کرده‌اند. هرچند در دو دهه اخیر، مطالعاتی با رویکرد تحلیلی به بررسی مجموعه عوامل داخلی (طبیعت افراد و تنوع ادراکی آنان) و خارجی (ویژگی‌ها و خصوصیات مکان گردشگری) تأثیرگذار بر نوع قضاوت ساکنان از گردشگری پرداخته‌اند، لیکن بررسی مجموعه عوامل داخلی تنها شمار اندکی از پژوهش‌ها را به خود اختصاص داده است. پژوهش‌های مذکور نیز عمدتاً بر مبنای سنجش چگونگی ارزیابی ساکنان از هزینه‌ها و منافع گردشگری شکل گرفته‌اند و شمار زیادی از تحقیقات صورت گرفته صرفاً به بررسی منافع و هزینه‌های اقتصادی پرداخته و ابعاد اجتماعی - فرهنگی و محیطی، مورد کم‌توجهی قرار گرفته است. به عقیده این پژوهشگران تحقیقات به ندرت زمینه‌های جدیدی در حوزه مفاهیم، اخلاق و معرفت‌شناسی پژوهش گشوده‌اند و عموماً تأییدکننده و باز تولید کارهای پیشین باقی مانده‌اند. کانون‌های گردشگری و

تجربه‌های گردشگران تنها به‌عنوان متغیر زمینه‌ای در پژوهش‌هایی مورد استفاده قرار گرفته‌اند که غالباً با رویکرد پوزیتیویستی و بر اساس تسلط نگاه به گردشگری به‌عنوان صنعت انجام شده‌اند و گفتمان‌های پوزیتیویستی و تعهد به تجربه‌گرایی، کمی‌سازی، عینیت، فاصله (از موضوع تحقیق)، اعتبار و روایی نشانه‌های جریان مسلط در اغلب پژوهش‌های گردشگری بوده‌اند (Ateljevic et al., 2007, 18). جمال اورت (2007) نیز تأیید می‌کند که رهیافت کارکردگرا/کاربردی بر مطالعات گردشگری تسلط داشته است و مسلک اقتصاد و جنبه‌های بیرونی گردشگری (جنبه‌های معطوف به صنعت) به نحوی بر مسلک تأثیرات و جنبه‌های درونی گردشگری (جنبه‌های فرهنگی و اجتماعی) سایه افکننده است.

پیشینه مطالعات گردشگری با رویکرد پدیدارشناسی

پدیدارشناسی به‌عنوان نگرشی فلسفی و جامعه‌شناسی و همچنین یک الگوی روش‌شناسی به‌دنبال دستیابی به فهمی عمیق از پدیده‌هاست که به شناخت پدیده از طریق پی بردن به درک افراد از آن پدیده، نائل آید. بنابر نظر هایدگر پدیدار به معنای چیزی است که خود را نشان می‌دهد، چیزی ظاهر و آشکار (پرتوی، ۱۳۹۴، ۴۸).

در پدیدارشناسی پدیده مورد مطالعه بر اساس دیدگاه معرفت‌شناسی تفسیری و بر پایه ذهنیت افراد و معنایی که آنان در تجربه زندگی خود از پدیده دارند، بررسی می‌شود. تحقیقات پدیدارشناسی در پیش فرض‌های هستی‌شناسانه و معرفت‌شناسانه گوناگون ریشه دارند. پدیدارشناسی هرمنوتیکی منتسب به هایدگر، پایه در هستی‌شناسی رئالیستی و معرفت‌شناسی دارد که متضمن تفسیر هرمنوتیکی است. زبان در این رهیافت نقشی کلیدی در فهم دارد و بر اهمیت ژرف‌اندیشی پژوهشگر، تفسیر مشترک محقق و مشارکت‌کننده در تجربه تأکید می‌شود. پدیدارشناسی هرمنوتیک، خصلت‌های پدیدارشناسی و هرمنوتیک را یک‌جا در معنایی اصیل با خود به همراه دارد (پالمر، ۱۳۷۷، ۱۳۹). در پراتن‌گذاری پدیدار برای نیل به ساختار آگاهی (که هوسرل در آن جهت تلاش می‌کرد) ممکن نیست، زیرا فهم و تفسیر به نحوی ناگسستنی به یکدیگر پیوسته‌اند. این نکته شاید مهم‌ترین ویژگی و وجه تمایز پدیدارشناسی هرمنوتیکی هایدگر از پدیدارشناسی استعلایی هوسرل باشد. برای هوسرل پدیدارشناسی، مطالعه دقیق و علمی اشیا بود، به این منظور که به فهمی ماهوی از آگاهی و تجربه انسانی دست یابد (Valle et al., 1989). بسیاری از تحقیقات انجام شده با رویکرد پدیدارشناسی نیز در جست‌وجوی «ذات» پدیدار، به خصیصه‌های ویژه متن و تفسیر بی‌توجه بوده‌اند. هایدگر اما در جهت از میان بردن فاصله بین فرد و تجربه، پیشتر رفت و آن دو را عوامل سازنده یکدیگر که نمی‌توانند بدون وجود یکدیگر وجود داشته باشند، تفسیر نمود (هایدگر، ۱۳۸۹).

بنابراین هوسرل و هایدگر در کشف تجربه زیسته مسیرهای بسیار متفاوتی را طی کردند. در هرمنوتیک، «حقیقت» نه یک تلاش معطوف به ابژه است و نه چیزی که در معرض راستی‌آزمایی یا تأییدپذیری از طریق مجموعه‌ای از ابزارهای روشی باشد. حقیقت یک سازه تفسیری و مشتمل بر ارزیابی قابلیت اعتماد و یا اعتبار تفسیر محقق از تجربه شرکت‌کنندگان، آنچنان‌که توسط آنان توصیف شده است، می‌باشد. به علاوه در فرآیند تحقیق هرمنوتیکی یک تبادل تفسیری میان نظریه و داده وجود دارد که در جریان آن محقق، مثلاً از طریق به خدمت گرفتن دیدگاه‌های نظری دیگر و با هدف پیش بردن فرآیند تفسیر، در آن درگیر می‌شود. این یک فرآیند مکرر رفت و برگشت به ادبیات موضوع است تا بتوان مفاهیم حاصل از تحلیل تفسیرگر را شکل داد. بنابراین تحقیق تفسیرگرا پیرامون تجربه و معنا، مستلزم بحثی دقیق درباره تأمل است (Jamal & Hollinshead, 2001).

به طور کلی، پدیدارشناسی مطالعه تجربه زیسته یا جهان زندگی است و به جهان، آنچنان که به وسیله یک فرد زیسته می شود، نه جهان یا واقعیتی که چیزی جدای از انسان باشد، توجه دارد (امامی سیگارودی و دیگران، ۱۳۹۱، ۵۷). و نمانن درباره جایگاه تجربه در پدیدارشناسی بر این نظر است که اساساً پدیدارشناسی می کوشد به درک عمیق تر ماهیت یا معنای تجربه روزمره انسان ها دست یابد. هر چیز که خود را در عرصه آگاهی نمایان می سازد به طور بالقوه برای پدیدارشناسی جالب است، خواه چیز واقعی باشد یا تخیلی، به طور تجربی سنجش پذیر باشد یا به صورت ذهنی حس شود. آگاهی تنها ابزار دسترسی است که انسان ها نسبت به جهان دارند. و نمانن تأکید می کند تجربه تنها کافی نیست و این تجربه نیازمند تفسیر و تشریح است. تفسیر و تجربه دوسویه ملازم پژوهش پدیدارشناسانه هستند. او در آثار خود از مفهوم زیست جهان یاد می کند که به معنای دنیایی متشکل از تجربه های زیسته است که از تجربه های روزمره فرد در ارتباط با موضوعات تشکیل شده است (پنج تنی و دیگران، ۱۳۹۶، ۳۲-۳۳).

حقیقت در پدیدارشناسی هرمنوتیکی فارغ از جهان بیرونی قوام نمی یابد، بلکه در ارتباطی پیچیده با جهان شکل می گیرد. دو راهبرد اساسی در مطالعه تجربه، پدیدارشناسی هرمنوتیک را از رهیافت هوسرل متمایز می کند. چنانچه یک محقق بخواهد بر اساس دیدگاه هوسرل تجربه «گردشگری» را مطالعه کند و محقق دیگری رهیافت هرمنوتیکی را اتخاذ کند، هر دو محقق در فرآیند تفسیر درگیر خواهند شد، اما محقق نخست بر شناسایی ساختارهای اساسی آگاهی در تجربه گردشگری متمرکز می شود و روش علمی مبتنی بر عینیت و فاصله عاطفی از موضوع تحقیق را به خدمت می گیرد، در حالی که رویکرد دوم یک فرآیند گفت و گو محور است و ژرف اندیشی محقق در تفسیر تجربه از طریق گفت و گو میان تجربه گر و تجربه شونده حضور دارد. بنابراین فهم تفسیری نقشی کلیدی در رهیافت های هرمنوتیکی به پژوهش دارد. دریافت پدیدارشناسی هرمنوتیک از تجربه شخصی، آن را فرآیند قوام بخشیدن تجربه به طور مشترک توسط محقق و مشارکت کننده در تحقیق تلقی می کند. پژوهشگر و مشارکت کننده با هم داده ها را ایجاد و با هم در معنا بخشیدن به داده ها کار می کنند. مشارکت کننده از طریق گزارش کردن تفسیر خود به محقق در تحقیق، در تفسیر و در معنا بخشیدن به تجربه فعال می شود. در اینجا سطح دیگری از تفسیر اتفاق می افتد؛ با هم ساختن تجربه در فرآیند گزارش تجربه به محقق به وسیله شرکت کننده ای که متأثر از نیروهای فرهنگی و اجتماعی نیز هست (شریعتی مزینانی، ۱۳۹۴). از این رو پدیدارشناسی رهیافتی شایسته برای مطالعه درباره تجربه های گردشگری تلقی می شود. پدیدارشناسی از چشم اندازهای گوناگون هم به عنوان یک فلسفه و نظریه تفسیرگرا و هم به عنوان یک چارچوب روشی تلقی شده است. رویکردهای موجود پدیدارشناسی تفاوت های معناداری با یکدیگر دارند و این نکته ای است که تا حد زیادی در مطالعات گردشگری مورد غفلت قرار گرفته است. از این رو یک تحقیق پدیدارشناسی می تواند در دامنه وسیعی از پارادایم ها و از پژوهش توصیفی (همچون هوسرل و مرلوپوتنی) تا تفسیرگرا (هایدگر و گادامر) سازه گرا (رورتی، گادامر و شوتز) و ساختار شکنانه (نظیر ژاک دریدا) قرار بگیرد (شریعتی مزینانی، ۱۳۹۴).

پدیدارشناسی به عنوان گونه ای از پارادایم پسا اثبات گرایی ورودی آهسته اما پیوسته به مطالعات گردشگری و پژوهش در زمینه های مرتبط با اوقات فراغت داشته، با این حال بسیاری از پژوهش ها در بهترین حالت مبهم بوده و یا گزارش های مختصری از روش پدیدارشناسی دارند. لذا با وجود محبوبیت رو به رشد پدیدارشناسی در مطالعات گردشگری، پتانسیل پدیدارشناسی هرمنوتیکی برای پرداختن به مسائل تجربی و اگزیستانسیالیستی مربوط به «بودن در جهان» از منظر گردشگری تا حد زیادی ناشناخته باقی مانده است (Pernecky & Jamal, 2010).

در واقع با وجود عمومیت فزاینده پدیدارشناسی در مطالعات گردشگری، تلاش‌های گذشته در توضیح و تصریح پیش‌فرض‌های فلسفی و روش‌شناختی که بر رویکرد پژوهشگر و نحوه تفسیر داده‌ها تأثیر می‌گذارد، ناکافی بوده و با وجود اهمیت درک تجربه گردشگری در جهت منافع در هر دو حوزه علم و بازاریابی، ساخت نظریه و توسعه روش‌شناسی، در پدیدارشناسی تجارب گردشگری پیشرفت بسیار کندی را طی می‌کنند. جدول زیر سیر تحولات پدیدارشناسی در مطالعات گردشگری را نشان می‌دهد.

جدول ۲. تحولات رویکرد پدیدارشناسی در مطالعات گردشگری

پژوهشگر	موضوع پژوهش	کاستی‌ها
MacCannell (1976)	اعتبار ارتباط میان ایشیا و تجربه گردشگری	
Cohen (1979)	چارچوب و گونه‌شناسی تجارب گردشگری	فاقد توجیهات نظری پدیدارشناسانه
Masberg & Silverman (1996)	تجارب بازدیدکنندگان سایت‌های میراثی	تجزیه و تحلیل پرسشنامه محور
Uriely, Yonay & Simchai, (2002)	گونه‌شناسی کوهن	فاقد ملاحظات فلسفی و نظری
Uriely & Belhassen (2005)	طبقه‌بندی مصاحبه شونده‌گان گردشگر بر اساس گونه شناسی کوهن	تحلیل تفسیری و فاقد بحث فلسفی و نظری
بهره‌گیری از فلسفه هرمنوتیک با تکیه بر آراء گادامر و تمرکز بر موضوعات مربوط به روابط با دیگری، معنای مکان، هویت و بودن		
Li (2000), Ingram (2002), Pernecky (2006), Andriotis (2009)	استفاده از پدیدارشناسی توصیفی برای تصویر کردن ذات تجارب گردشگری	
Suvantola (2002)	پیشنهاد رویکرد پدیدارشناسی اگزستانسیالی برای کشف هستی‌شناسی تجارب گردشگری	شناسایی زمینه به‌عنوان لایه‌های معانی در هرمنوتیک و پاسااختارگرایی و تجربه‌زیسته در پدیدارشناسی
Pons (2003)	استفاده از آراء هایدگر برای قرار دادن پدیدارشناسی گردشگری در استعاره‌ای از سکونت و تجسم در گردشگری	
Reisinger & Steiner (2006)	استفاده از آراء هایدگر در مباحث اصالت و تفسیر گردشگری	
Jamal & Stronza (2008)	استفاده از نظرات هایدگر در مباحث جهانی- محلی و تجارب سکونت گردشگری	
Szarycz (2009)	تمرکز بر زبان، معنا و فهم برای تفسیر پدیدارشناسی هرمنوتیک	رد دوگانگی ذهن و جسم در پدیدارشناسی
Pernecky & Jamal (2010)	مطالعه تجربه‌زیسته در گردشگری و تدوین چارچوب هدایت کاربرد تحقیقات کیفی و پدیدارشناسی	

پدیدارشناسی، سنتی غنی جهت تحقیقات توصیفی و تفسیری تجارب زیسته در مطالعات گردشگری ارائه می‌دهد. دیدگاه‌های نظری جدید بر تغییر دیدگاه‌های اثبات‌گرایی گردشگری تأکید دارند. پست‌مدرنیسم، پاسااختارگرایی و مطالعات فلسفی، تئوری‌های جدیدی را در این زمینه مطرح کرده‌اند. چشم‌انداز جدا شده از گردشگر و تجربه گردشگری در مفاهیم و رویکردهای نظری و روش‌شناختی پیشین، به مطالعه تجربه‌زیسته در سفر و گردشگری نیاز خواهند داشت (Jamal, 2016, 717).

روش پدیدارشناسی امتیازات انکارناپذیری در مطالعه تجربه گردشگری دارد. نخست از این حیث که تجربه گردشگری یک موضوع انسانی است و مطالعه آن نیازمند روشی چون پدیدارشناسی است که مطالعات خود را به واقعیت‌های فیزیکی محدود نمی‌کند. دیگر اینکه چون تجربه، یک ادراک حسی است، هر فردی باید تفسیر شخصی خود از پدیده تجربه شده را بیان کند. به هنگام دریافت اطلاعات نیز ممکن است با داده‌هایی ناشناخته بر اساس دیدگاه‌های مختلف درباره تجربه گردشگری مواجه شد، از این رو رویکرد درون‌نگرانه پدیدارشناسی محقق را به شناسایی وجوه بنیادین تجربه گردشگری قادر می‌کند. از این رو هدف نهایی پدیدارشناسی نیل به معنای ذاتی مندرج در زیست‌جهان و به عبارتی بازگشت

به خود اشیا است. رویکرد پدیدارشناسی به چگونگی نگرش مردم به زیست جهان، ایجاد معنی و توصیف پدیده‌ها تأکید دارد. هدف از پدیدارشناسی، فهم زندگی و کشف این نکته است که مردم چگونه معنای زندگی اجتماعی خود را می‌سازند. این هدف زمانی محقق می‌شود که تجربه زیسته از دیدگاه مردم مورد مطالعه قرار گیرد. از منظر پدیدارشناسی، گردشگری رفتاری واجد معناست و فهم آن مستلزم ورود به اذهان گردشگران و ساکنان است.

روش پژوهش

همان‌طور که در بحث پدیدارشناسی اشاره شد؛ پدیدارشناسی، معانی تجارب زیسته افراد متعدد از یک مفهوم یا پدیده‌ای خاص را توصیف می‌کند (کرسول، ۱۳۹۱، ۷۹). پژوهش حاضر، سعی دارد که با نگاهی بی‌طرفانه به بازنمایی تجربه واقعی ساکنان از پدیده گردشگری در بافت تاریخی یزد پردازد، ولی در پی دستیابی به ذات پدیده، آن‌گونه که در پدیدارشناسی منتسب به هوسرل بیان می‌شود، نیست؛ بلکه سعی دارد با یک نگاه ضد ارزش‌گذاری، به تلفیق افق‌های معنایی گوناگون برآمده از تجربه ساکنان بافت تاریخی گردشگرپذیر یزد پردازد. در حقیقت این همان چیزی است که در نگاه پدیدارشناسانه هرمنوتیک فلسفی، به آن توجه می‌شود؛ یعنی بیان و تلفیق تجربه‌های متنوع افراد بدون تلاش جهت برخورد حذفی با تجربه‌های خاص و پذیرش این نکته که پیش‌فهم‌های مختلف افراد، زمینه فهم مختلف از پدیده‌های مختلف را فراهم می‌کند. در حقیقت هدف نهایی پژوهش، شناسایی، توصیف و تفسیر روایت‌های مختلف برآمده از تجربه ساکنان از مواجهه با پدیده گردشگری در بافت تاریخی یزد است و این هدف از طریق تلفیق تجارب افراد مختلف و با استفاده از تدبیرهای روش‌شناسی، مورد بررسی قرار گرفته است.

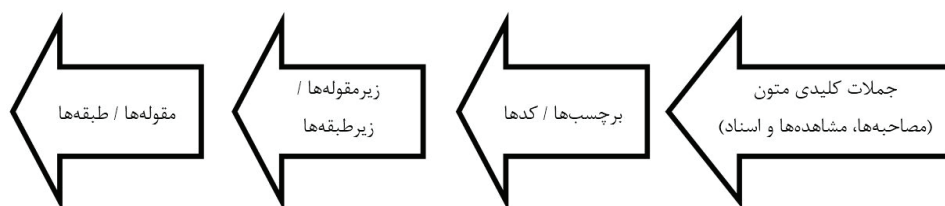
پژوهش حاضر، مطالعه‌ای است توصیفی-تفسیری، با هدف پدیدارشناسی تجربه زیسته ساکنان متأثر از مواجهه با گردشگری به‌منظور تدوین مدل مفهومی ساکنان بافت تاریخی شهر یزد در مواجهه با پدیده گردشگری، از منظر متفاوت با دیدگاه اثباتی. این پژوهش از نظر هستی‌شناسی، شناخت‌شناسی و روش‌شناسی، به‌طور عام در پارادایم تفسیری قرار داشته و به‌طور خاص از رویکرد پدیدارشناسانه هایدگر، با تأکید بر فرآیند فهم تجربه انسانی در بافتار و زمینه فرهنگی و اجتماعی بافت تاریخی و گردشگرپذیر شهر یزد بهره برده است.

روش جمع‌آوری داده‌ها در بخش نظری، بازبینی سیستماتیک منابع و مطالعه اسنادی و در بخش موردپژوهی، مشاهدات میدانی نیمه‌ساختاریافته^۲ محقق تجربه‌گر و مصاحبه‌های عمیق نیمه‌ساختاریافته^۳ از تجربه‌شوندگان یعنی ساکنان بافت تاریخی شهر یزد با استفاده از رویکردهای پدیدارشناسی اول‌شخص و آگزیستانسیال می‌باشد. انتخاب مشارکت‌کنندگان در این پژوهش هدفمند بوده و به‌عنوان مدت زمان حضور (سکونت یا اشتغال) در محدوده بافت تاریخی توجه گردیده است. تعداد مصاحبه‌ها بر مبنای روش‌های کیفی و تحقیقات پدیدارشناسانه، تابع قوانین از پیش تعیین شده‌ای نبوده و بزرگی حجم نمونه معیار نیست و تلاش شده با جلب اعتماد بیشتر، تعمیق داده‌ها و نکات دریافتی از ساکنان کافی باشد و مصاحبه‌ها تا دستیابی به پاسخ‌های تکراری یا به عبارتی رسیدن به اشباع نظری^۴ ادامه یافته است. در تدوین سؤالات باز این مصاحبه‌ها از مؤلفه‌ها و متغیرهای استخراج شده از مبانی نظری و ادبیات موضوع استفاده شده است. این درحالی است که هدف اصلی در هر سؤالی این بوده که گفت‌وگویی را در فضایی معین شروع نموده تا محقق بتواند به معانی عمیق‌تر تأثیر پدیده گردشگری بر تجارب زیسته ساکنان مشارکت‌کننده دست یابد. لیکن می‌توان در این راستا تحقیق را نیمه اکتشافی محسوب نمود. سؤالات

مصاحبه نیمه ساختاریافته در پژوهش حاضر به شکلی تدوین شده‌اند که بخشی از آنها، پرسش‌هایی درباره ویژگی‌های شخصی، موقعیت اجتماعی و اقتصادی، محل و مدت سکونت می‌باشد، بخشی از سؤالات هدفمند اما باز بوده و به دنبال کشف ادراک واقعی مصاحبه‌شونده از پدیده گردشگری در بافت تاریخی هستند و بخشی از سؤالات مواجهه‌ای بوده و متناسب با مقولاتی که مصاحبه‌شونده در پاسخ‌های خود مطرح می‌کند پرسیده می‌شوند. بخشی از سؤالات نیز به چگونگی احساس مصاحبه‌شونده از فضای مربوط به محل سکونت و یا اشتغال وی پرداخته‌اند.

بررسی داده‌ها در تحقیق پدیدارشناسی همچون تحقیقات کیفی، الگوی منظمی از تکرار جمع‌آوری و بررسی هم‌زمان داده‌هاست. این الگو اغلب تا اشباع داده‌ها ادامه می‌یابد (Priest et al., 2002). در این پژوهش نیز به منظور توصیف و تفسیر داده‌های حاصل از مصاحبه‌های عمیق با ساکنان بافت تاریخی یزد، از روش تحلیل محتوای استقرایی^۵ بهره برده شده است. تحلیل محتوا روشی انعطاف‌پذیر برای تحلیل داده‌های متنی است و گرچه انواع و زیر مجموعه‌های بسیار گسترده و متنوعی دارد، در هر حال مشتمل بر فرآیند کدگذاری داده‌های متنی می‌باشد و به دنبال کشف و استنباط پیام‌های آشکار و پنهان در متن و استنباط و استخراج معنا است. در تحلیل محتوای کیفی بیشتر به مضامین نهان متن و مصاحبه‌ها توجه می‌شود (Shannon, 2005, 1279).

در تحلیل محتوای استقرایی نیز پژوهشگر از به‌کارگیری طبقات از قبل تعیین شده اجتناب می‌ورزد و در عوض اجازه می‌دهد که طبقات و نام آنها از درون داده‌ها بیرون آیند. در این روش، به جای اینکه شروع گردآوری داده‌ها با اتکا به فرضیاتی باشد که از دل یک نظریه بیرون آمده است، نقطه شروع آن بر اساس سؤال و هدف پژوهش است. بنابراین پژوهشگر در داده‌ها کاملاً غرق شده تا به یک درک یا بصیرت جدیدی دست پیدا کند. ابتدا تحلیل داده‌ها با خواندن مکرر متن برای غوطه‌ور شدن در آنها و یافتن یک درک کلی آغاز می‌شود. سپس متون کلمه به کلمه خوانده می‌شود تا کدها استخراج شوند. این فرآیند به‌طور پیوسته از استخراج کدها تا نام‌گذاری آنها تداوم می‌یابد. پس از آن کدها بر اساس تفاوت‌ها یا شباهت‌هایشان به داخل طبقات دسته‌بندی می‌شوند و در پایان به ازای هر مفهوم، شواهدی از متن نقل قول می‌شود (Shan-non, 2005). بعد از اتمام کدگذاری داده‌ها، بر اساس اشتراکاتی که با یکدیگر دارند، تحت یک مقوله (یا طبقه) واحد درآورده می‌شوند. به این علت در نمودار از زیر مقوله‌ها یا زیر طبقه‌ها نام برده شده است که گاهی یک مقوله خود می‌تواند چندین زیر مقوله داشته باشد (مومنی‌راد و دیگران، ۱۳۹۲، ۲۰۸).



شکل ۱. مراحل کدگذاری در تحلیل محتوای کیفی با رویکرد استقرایی (Glaser & Strauss, 1990)

تفسیر کردن مهم‌ترین مرحله پژوهش پدیدارشناسانه است چنانکه دیوید سیمون یکی از شرایط معتبر بودن این نوع پژوهش را تناسب تفاسیر می‌داند و این بدان معناست که باید تناسب و تناظر دقیقی بین تجربه، بیان و تفسیر وجود داشته باشد و هنگام بیان و نگارش به‌صورت نظری هم دقیق بیان شود (Seamon, 2000). یکی از نکات بسیار مهم در مرحله تفسیر، در نظر گرفتن تحلیل و تفسیر داده‌ها به‌عنوان ترکیبی از افق‌های دید میان مشارکت‌کنندگان و پژوهشگر است.

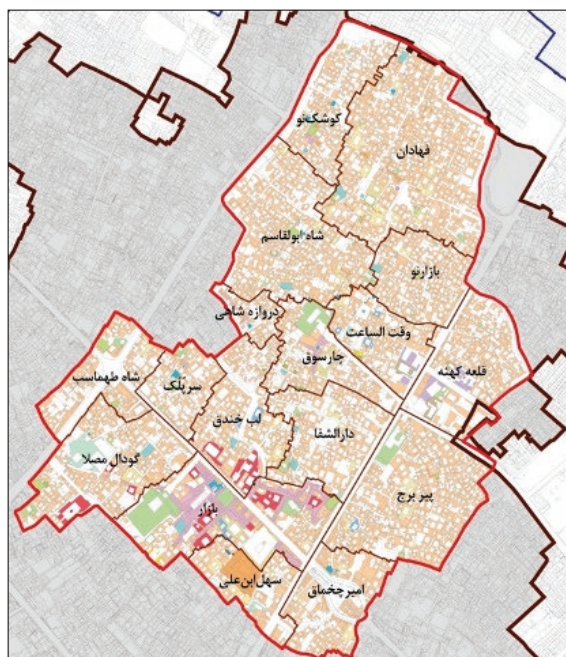
در این پژوهش در مرحله تفسیر داده‌ها افق‌های معنایی گوناگون شرکت‌کنندگان پس از انجام عملیات تلخیص و تشکیل مضامین اولیه در غالب جملات کلیدی، شکل داده شده است. شکل‌گیری جملات کلیدی در حقیقت جدا کردن تمامی جملاتی است که از نظر محقق در مراحل بعدی تفسیر داده‌ها می‌توانند به پیشبرد پژوهش کمک کنند. شکل دادن به افق‌های معنایی در غالب کدها گام بعدی تفسیر داده‌ها است؛ دستیابی به این کدها مستلزم درگیری مداوم و طولانی مدت با متون مصاحبه‌ها و تحلیل محتوای کیفی آنها و همچنین وجوه مختلف پدیده گردشگری و تأثیر آن بر زیست‌جهان ساکنان بافت تاریخی شهر یزد است؛ که در نتیجه این ارتباط تنگاتنگ و مداوم، در هر بار مرور مصاحبه‌ها و تجربه مجدد پدیده، افق‌های معنایی تازه و کدهای جدیدی برای محقق پدیدار می‌شود. بدین ترتیب از مجموع بیش از ۱۱ ساعت مصاحبه ضبط شده با ۳۱ نفر، بر اساس شباهت‌ها و تفاوت‌های ۲۵۶ جمله کلیدی، ۵۵ کد تشخیص داده شد. بیشتر مشارکت‌کنندگان سال‌های طولانی (بیش از ۲۰ سال) در بافت تاریخی یزد سکونت و یا اشتغال داشته‌اند و تغییرات ایجاد شده در زیست‌جهان محله‌شان را قبل و پس از توسعه گردشگری و ثبت بافت تاریخی یزد در میراث جهانی یونسکو ادراک نموده‌اند و بی‌تردید غنی‌ترین منبع جهت اکتشاف تجربه زیسته ساکنان بافت تاریخی گردشگرپذیر یزد می‌باشند. در مرحله بعد، تلفیق کدهای مختلف به منظور دستیابی به یک افق معنایی جدید در قالب زیرمقولات انجام خواهد شد. یکپارچه‌سازی نیز یکی از مراحل است که جهت بررسی و نقد افق‌های معنایی به دست آمده در مرحله تلفیق و به منظور دستیابی به مقوله‌ها، بهره گرفته می‌شود.

در پایان به منظور دستیابی به صحت و اعتبار مطالعه، معیارهای ارایه شده از سوی لینکلن و گوبا (1985)، یعنی مقبولیت، اعتمادپذیری، اتکاپذیری، انتقال‌پذیری و تصدیق‌پذیری مورد استفاده قرار خواهد گرفت. بنابراین در مورد پژوهش حاضر، بعد از کدگذاری داده‌ها، بازگشت به متن مصاحبه‌ها و تحریرهای میدانی به منظور تجدیدنظر درباره کدها و مقولات شناسایی شده، انجام شده است.

بررسی موردی: بافت تاریخی شهر یزد

بافت تاریخی شهر یزد در روند پیدایش و تکوین خود، شرایط و موقعیت‌های خاص فرهنگی، سیاسی و اقتصادی متفاوتی را تجربه کرده و نشانه‌هایی از هویت فرهنگی ادوار تاریخی مختلف را در دل خود دارد. بافت تاریخی مرکزی شهر که در محدوده عرصه ثبت میراث جهانی یونسکو قرار گرفته در حال حاضر دارای ۱۷ محله می‌باشد (پایگاه میراث جهانی شهر یزد، ۱۳۹۵).

علی‌رغم افزایش جمعیت شهر در سال‌های اخیر و همچنین افزایش جمعیت در محدوده‌های توسعه یافته، محلات ناحیه تاریخی با کاهش شدید جمعیت مواجه گشته و بازماندگان از نسل‌های گذشته که در این مکان می‌زیسته‌اند، بار سفر از این محله‌ها بسته و به محله‌های جدید با امکانات مدرن‌تر مهاجرت کرده‌اند، به گونه‌ای که محلات تاریخی شهر یزد در سال‌های اخیر نزدیک به نیمی از جمعیت ساکن و بومی خود را از دست داده و نرخ رشد جمعیت در آن منفی بوده است (به نقل از مرکز آمار ایران - سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۹۰). بدین ترتیب بافت اجتماعی محدوده تاریخی شهر یزد دستخوش تغییر و تحولاتی در رابطه با گونه‌های اجتماعی ساکنین و نحوه سکونت شده است.



شکل ۲. محدوده محلات بافت تاریخی شهر یزد (پایگاه میراث جهانی شهر یزد، ۱۳۹۵)

جدول ۳. شاخص‌های جمعیتی بافت تاریخی در سال ۸۵ و ۹۰

عرضه بافت تاریخی			حریم بافت تاریخی			محدوده شهر یزد			سال
تراکم جمعیتی	نرخ رشد	جمعیت	تراکم جمعیتی	نرخ رشد	جمعیت	تراکم جمعیتی	نرخ رشد	جمعیت	
۴۸.۶	-۳.۴۷	۹۴۶۸	۶۲.۸	-۲.۳۴	۴۲۸۱۵	۳۲.۳	۲.۸۴	۴۳۲۱۹۴	۱۳۸۵
۳۷.۹	-۴.۸۴	۷۳۸۹	۵۴.۵	-۳.۲۶	۳۶۲۶۶	۳۲.۱	۲.۳۸	۴۸۶۱۵۲	۱۳۹۰

منبع: مرکز آمار ایران

یزد در سال‌های اخیر با توجه به آمارهای موجود از رشد قابل توجهی در زمینه صنعت گردشگری برخوردار بوده (سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان یزد، ۱۳۹۴) و ثبت بافت تاریخی شهر در میراث جهانی یونسکو نیز بر این روند تأثیر بیشتری گذاشته است. شایان ذکر است که در سال‌های اخیر تعداد زیادی اقامتگاه گردشگری در بافت تاریخی احداث شده‌اند.

جدول ۴. آمار گردشگران خارجی و داخلی وارد شده به یزد

سال	۱۳۸۰	۱۳۸۵	۱۳۹۰	۱۳۹۱	۱۳۹۲	۱۳۹۳	۱۳۹۴	۱۳۹۵	۱۳۹۶
تعداد گردشگر خارجی	۱۰۸۰۴	۲۱۶۰۸	۱۴۰۶۴	۱۸۲۸۲	۲۳۳۸۵	۶۰۰۴۵	۶۶۶۴۶	۱۱۳۵۰۰	۱۲۶۰۶۶
تعداد گردشگر داخلی	۶۷۴۶۸	۱۷۱۷۸۰	۱۸۱۳۷۴	۲۰۴۸۵۸	۱۸۴۲۰۳	۲۳۵۱۷۵	۲۶۱۸۷۸	۳۳۵۲۸۲	۲۷۷۱۹۱

منبع: سالنامه آماری استان یزد، ۱۳۹۶

یافته‌های پژوهش

بنابر نظر سیمون (۱۹۹۶) در پدیدارشناسی محیط و مکان سه موضوع اصلی مورد آزمون و بررسی قرار می‌گیرد (بهزادفر و شکیبامنش، ۱۳۹۳، ۶):

- خصوصیات اساسی و ارتباطات درونی تجربه محیطی؛
 - خصوصیات اصلی محیط و کیفیات فضایی که موجب ارتقاء شخصیت خاص مکان و چشم‌انداز می‌شود؛
 - زمینه‌های ارتباط انسان با محیط و ارتقای بصیرت‌ها و دیدگاه‌ها در زمینه طراحی و برنامه‌ریزی که بیشتر با روح مکان در تماس است.
- براین اساس، در بخش حاضر به بیان پدیدارشناسانه از تجربه زیسته ساکنان بافت تاریخی شهر یزد در مواجهه با پدیده گردشگری پرداخته می‌شود.

روایت پدیدارشناسانه اول شخص از مواجهه با بافت تاریخی گردشگرپذیر یزد

در بررسی پدیدارشناسانه اول شخص، محقق تجربه دست اول خویش را درباره پدیده، پایه بررسی ویژگی‌های خاص آن پدیده و کیفیت‌های آن قرار می‌دهد (پرتوی، ۱۳۹۴، ۱۶۹-۱۷۰). این روایت نیز، تجربه ایست پدیدارشناسانه به منظور ادراک محقق از زیست‌جهان بافت تاریخی شهر یزد در مواجهه با پدیده گردشگری، بر پایه حضور در فضا و دریافت اول شخص. در این تجربه، فضای زیسته بافت تاریخی شهر یزد و روابط زیسته ساکنان در مواجهه با پدیده گردشگری و تعامل با گردشگران، بررسی و در ابعاد هستی‌شناسانه، توصیف و تفسیر می‌گردد.

حسی مبهم برای مکاشفه، انسان را جذب گشت‌وگذار در کوچه پس‌کوچه‌های بافت تاریخی می‌کند؛ گذرهای پریپیچ‌وخم، دیوارهای خشتی و بدون روزن به درون، سایه روشن پایاب قنات‌ها، کوچه‌های سرپوشیده و ساباط‌ها، همگی انسان را به تخیل درباره آنچه دیده نمی‌شود وامی‌دارند. بافت تاریخی یزد، سکونتگاهی است که برهم‌کنشی بین آشکار و پنهان و ارتباط زمین و آسمان را به خوبی می‌شناسد و آن را حفظ می‌کند و کشف و تخیل انسان را برمی‌انگیزد و از این رو همیشه زنده و جذاب باقی می‌ماند. از خیابان فهادان، می‌توان قدم در کوچه بقعه دوازده امام گذاشته و وارد بافت (ورودی شمالی) شد. این کوچه به مجموعه‌ای از پربازدیدترین جاذبه‌های گردشگری شهر یزد می‌انجامد. با ورود به کوچه، سنگ‌فرش خیابان، دیوارهایی که کاهگل آنها مرمت و نو شده‌اند و نماهایی که به سبک قدیم اما با رنگ و لعاب جدید، نوسازی شده‌اند، همه نشان از تغییرات کالبدی گسترده‌ای در گذرهای اصلی گردشگری بافت در سال‌های اخیر دارند.



شکل ۳. مرمت کالبدی (بدنه و کف) محورهای گردشگری بافت تاریخی شهر یزد در سال‌های اخیر (زمستان ۱۳۹۷)

سلسله مراتبی از محرمیت با انتقال از فضای عمومی و خیابان‌های اصلی بافت به خیابان‌های باریک و نیمه‌عمومی درون محلات و سپس کوچه‌های مسقف نیمه‌خصوصی و در نهایت به فضای خصوصی منازل، تجلی می‌یابد. حسینیه‌های واقع در محلات با ایجاد محسوریت و تمرکز، فضاهایی جهت مواجهه‌های انسانی را ممکن می‌سازند. مکان‌هایی که در ایام خاص محل اجتماع مردم شهر و محله برای عزاداری‌ها و برگزاری آیین‌های مذهبی و در ایام عادی ساعت‌ها حضور در جمع همسایگان، نگاه کردن به رفت و آمد مردم و گردشگران و زندگی جمعی، تعلق داشتن و هویت را به ساکنان خود هدیه می‌کنند.

در ادامه مسیر و پس از گذر از کوچه‌های آشتی‌کنان، از زیر ساباط‌ها، طاق‌ها و تویزه‌ها و عبور از میان بازارچه‌ها و حسینیه‌های محلات فهادان و شاه‌ابوالقاسم، تجربه رویایی حقیقی و آرامشی خیال‌انگیز در کوچه پس‌کوچه‌های بافت قدیم یزد، معنای بودن در جهان یزدی‌ها بی‌اختیار بر هر گردشگری القا می‌گردد. مسجدجامع کبیر یزد، در مرکز بافت تاریخی، کاملاً خواناست و به واسطه گنبد و گلدسته‌ها، حس جهت‌یابی را تأمین می‌کند. با ورود به محوطه مسجدجامع، مکانی که چهارگانه زمین، آسمان، ایزدان و میرایان در یک مکان گرد هم آورده شده، با ایجاد حس مکان، خلوتی برای مراقبه و تفکر فراهم است. در کنار راهنمای گردشگری که در حال توضیح شاهکارهای این اثری هنری است، تعدادی از یزدی‌ها نیز ایستاده‌اند و با دقت به توضیحات گوش می‌دهند و گاه از وصف این داشته‌گرانقدر خود حیرت می‌کنند.



شکل ۴. حضور توأمان گردشگران و ساکنان یزدی در مسجد جامع (زمستان ۱۳۹۷)

پس از خلوت عرفانی و شاعرانه مسجدجامع و ورود به محوطه چارسوق و بازار صراف‌ها و خان، از دین به دنیا رسیده و می‌توان هنر و صنایع‌دستی یزد را از نزدیک دید و رهاوردی از آن برگزید. ورود گردشگر به بافت تاریخی شهر یزد سبب رونق دوباره بازارچه‌های محلی و همچنین کسب‌وکارهای مرتبط با گردشگری شده است. به این ترتیب که بازارچه‌های محلات بافت از نظر کالبدی احیا شده و عموماً تبدیل به محل عرضه و فروش صنایع‌دستی و یا غذاهای محلی یزدی و همچنین کافه‌هایی با ظاهری سنتی و ارائه محصولات بومی یزدی و همچنین مدرن در کنار خدمات‌دهی به ساکنان محلی شده‌اند. علاوه بر این استفاده از فضاها و اتاق‌های موجود در ابنیه تاریخی از جمله مدرسه ضیائیه (زندان اسکندر) به‌عنوان کارگاه‌های ساخت و فروش اشیاء تزئینی سنتی از جمله کاشی و زیورآلات مسی و همچنین محصولات نساجی، علاوه بر خدمات‌دهی به گردشگران، زمینه اشتغال را برای ساکنین بافت (به‌ویژه زنان و کهنسالان) ایجاد نموده و در بهبود وضعیت اقتصادی و معیشت خانوارهای ساکن در بافت مؤثر بوده است. علاوه بر این برخی کارگاه‌های تولید محصولات سنتی از جمله کارگاه‌های شهربافی و کاشی‌کاری نیز در محلات بافت رونق گرفته و از تعطیلی و زوال آنها به واسطه استقبال گردشگران از صنایع‌دستی بومی یزد جلوگیری شده است. این موضوع در محدوده مسجدجامع و چارسوق و میدان

امیرچخماق و خیابان قیام (بازار خان، زرگرها، مسگرها، سراجها) به شکل کلان تر دیده می شود. به گونه ای که ارزش اقتصادی واحدهای تجاری موجود در این محدوده ها نسبت به چند سال گذشته و قبل از ثبت جهانی یزد چندین برابر شده و مغازه هایی که در ایام نه چندان دور متروکه و تعطیل شده بودند مجدداً فعالیت خود را از سر گرفته اند.



شکل ۵. رونق کسب و کارها، کارگاهها و صنایع دستی در محلات بافت تاریخی (زمستان ۱۳۹۷)

پدیده ای که در مسیرهای گردشگری بافت بسیار چشمگیر است، تعداد زیاد هتلها و اقامتگاههای بومگردی، کافهها و رستورانها و همچنین کارگاهها و مغازههای فروش صنایع دستی یزد است که با مرمت خانههای تاریخی به خدمات گردشگری اختصاص یافته و روند تبدیل خانههای قدیمی به اقامتگاه بومگردی در بافت همچنان ادامه دارد. صاحبان خانههای تاریخی که در چند سال اخیر به علت فرسودگی شدید کالبدی، ضعف در خدمات و امکانات محلی و افول ارزش اقتصادی و اجتماعی، خانههای خود را ترک و به بافتهای پیرامونی نقل مکان کرده و یا به مهاجران افغان و عرب اجاره داده اند، پس از ثبت بافت تاریخی شهر یزد در میراث جهانی یونسکو و چندین برابر شدن ارزش اقتصادی ابنیه بافت، خانههای متروکه و یا اجاره داده شده خود را پس از اخذ مجوز از سازمان میراث فرهنگی یزد، مرمت کرده و به هتل، اقامتگاه بومگردی و سایر خدمات گردشگری تبدیل کرده اند.



شکل ۶. تبدیل خانههای قدیمی بافت تاریخی به خدمات ویژه گردشگری (زمستان ۱۳۹۷)

موضوع خدمات دهی جهت اسکان مسافران و گردشگران به صورت غیررسمی نیز توسط ساکنان بافت تاریخی اتفاق می افتد، به این ترتیب که یزدی های ساکن در بافت تاریخی تعدادی از اتاقهای منزل مسکونی خود را جهت اقامت گردشگران مهیا کرده و در فصول گردشگری به صورت مشترک در فضای خانه شان با مسافران زندگی می کنند. این خانههای بومی و بی تکلف به ویژه برای گردشگران خارجی به منظور اقامت چند روزه و دیدار فرهنگ سنتی مردمان دیار یزد از نزدیک و زندگی با آنان با استقبال

بسیاری روبرو شده است. پذیرش غریبه‌هایی از سراسر ایران و جهان به عرصه درونی و به محرم‌ترین فضای خانواده یعنی خانه، با توجه به سابقه فرهنگ مذهبی و سنتی مردم یزد و اهمیت موضوع محرمیت، به‌منظور کسب منفعت اقتصادی از طریق تنها داشته ارزشمند قابل عرضه ساکنان به گردشگران که اکنون به‌عنوان منبع درآمد برای ساکنان بافت تاریخی محسوب می‌شود، نشان از تغییر تدریجی فرهنگ و سنت و عادات یزدی‌ها به واسطه تنگناهای معیشتی و وجود فرصتی اقتصادی به نام گردشگری در بافت تاریخی شهر یزد می‌باشد.



شکل ۷. آماده‌سازی خانه جهت اسکان گردشگران توسط ساکنان بافت تاریخی یزد و دعوت از مسافران به‌منظور بازدید (زمستان ۱۳۹۷)

از دیگر تغییراتی که در سال‌های اخیر و پس از افزایش ورود گردشگران داخلی و خارجی به بافت تاریخی شهر یزد به شدت مشهود است، حیات شبانه بافت و انجام فعالیت به‌ویژه در مسیرهای گردشگری و مجاورت کافه‌ها، رستوران‌ها و بازارچه‌هایی است که پس از تاریکی و در ساعات شب نیز به گردشگران خدمات ارائه می‌دهند. این موضوع سبب افزایش پویایی و همچنین امنیت بافت در تمامی ساعات شبانه روز شده است. به گونه‌ای که گردشگران نیز در ساعات پایانی شب با آسودگی کامل در معابر بافت قدم می‌زنند. البته لازم به ذکر است که در بیشتر کوچه‌ها دوربین‌هایی جهت کنترل و افزایش امنیت نصب شده است.

از جمله تأثیرات دیگر توسعه گردشگری در بافت تاریخی شهر یزد، موضوع افزایش ترافیک در معابر باریک و پر پیچ و خم بافت و همچنین کمبود پارکینگ برای گردشگران علاوه بر ساکنین با توجه به نبود فضایی جهت پارکینگ در خانه‌های تاریخی بافت قدیم می‌باشد. ترافیک سواره به‌ویژه در تعطیلات نوروز سبب اغتشاش در بافت و گاه درگیری میان ساکنان و گردشگران می‌شود. گفتنی است که غالب ساکنان بافت تاریخی جهت تردد در بافت از موتور سیکلت استفاده می‌کنند همچنین توسعه گردشگری در بافت تاریخی شهر یزد، سبب گسترش فرهنگ دوچرخه سواری که از گذشته در میان مردمان یزدی رونق داشته، شده است و ایستگاه‌های اجاره دوچرخه به گردشگران در بافت تاریخی نیز فعال شده است. یکی از نمودهای آشکار ورود گردشگران به بافت تاریخی شهر یزد، تفاوت‌های بسیار در نحوه پوشش ساکنان بافت و گردشگران می‌باشد. باین حال یزدی‌ها با توجه به سابقه همزیستی با ادیان و فرهنگ‌های مختلف (زرتشتی‌ها و یهودی‌ها) این تفاوت‌های فرهنگی و پوششی را پذیرفته و از مسافران و گردشگران استقبال می‌کنند. باین حال، برخی رفتارهای گردشگران در فضاهایی خاص نظیر حسینیه‌ها و مساجد و بالا رفتن از عناصر مقدسی مثل نخل حسینیه‌ها و منبر مسجد جامع و عکس گرفتن با آنها به گونه‌ای ناهنجار از دید یزدی‌های سنتی و معتقد، بی‌احترامی به فرهنگ و مذهب آنها محسوب شده و در برخی موارد ساکنین نسبت به این موضوعات واکنش‌هایی از تذکر تا برخوردهای فیزیکی نشان می‌دهند.

با فاصله گرفتن از مسیرهای گردشگری و ورود به درون بافت و محلات مسکونی، چهره معابر و ساختمان‌ها تفاوت چشمگیری می‌کند. دیگر از کفپوش‌های سنگفرش شده، دیوارهایی با خشت‌مال نو و با کیفیت، روشنایی‌های سالم و کافی، پاکیزگی و نبود زباله در معابر اثری نیست. چهره نیازمند توجه و اصلاح بافت تاریخی را باید در کوچه پس‌کوچه‌های به دور از محورهای گردشگری جست. آنچه که گردشگری از مرمت و امکانات برای ساکنان بافت تاریخی شهر یزد به ارمغان آورده است تنها در مسیرهای تعیین شده و نزدیک به مراکز جاذب گردشگر، نمود یافته است و قامت بافت در نقاط دور از این مراکز همچنان نحیف و نیازمند رسیدگی است به گونه‌ای که تعداد قابل توجهی از منازل موجود در این بخش‌ها همچنان در روند متروکه شدن و یا واگذاری به اتباع افغان و عرب هستند.



شکل ۸. شرایط نامناسب کالبدی و محیطی در محدوده‌های خارج از مسیر گردشگری بافت (زمستان ۱۳۹۷)

روایت پدیدارشناسانه اگزستانسیال از تجربه زیسته ساکنان بافت تاریخی گردشگرپذیر یزد

پایه و اساس تعمیم در تحقیق پدیدارشناسانه اگزستانسیال، تجربه ویژه افراد و گروه‌هایی است که درگیر موقعیت‌های واقعی هستند (پرتوی، ۱۳۹۰، ۱۷۰)، لذا این بخش روایتی است پدیدارشناسانه از گفت‌وگو با ساکنان و شاغلان در بافت تاریخی شهر یزد به منظور ادراک روابط زیسته آنها در مواجهه با پدیده گردشگری، بر پایه مصاحبه‌های فردی و گروهی عمیق و نیمه‌ساختاریافته و دریافت اگزستانسیال. به منظور توصیف و تفسیر مصاحبه‌های انجام شده نیز با بهره‌گیری از تحلیل محتوای کیفی استقرایی، هر یک از مصاحبه‌ها مکتوب و پس از چندین بار مطالعه، جملات کلیدی شناسایی و در بازخوانی مجدد، شباهت‌ها و تفاوت‌های این جملات منجر به شکل‌گیری کدها شده‌اند. در مرحله بعدی، مفاهیمی که در کدگذاری تجزیه شده‌اند در ترکیبی جدید به یکدیگر متصل و زیرمقولات را ایجاد می‌کنند. در نهایت ۹ مقوله (که در واقع مفاهیم اصلی مطرح شده توسط مردم هستند) به شرح ذیل استخراج شده‌اند:

• مزایای اقتصادی

یکی از مقوله‌های با اهمیت که عموم مشارکت‌کنندگان به آن اشاره کرده‌اند رونق اقتصادی در بافت تاریخی از طریق اشتغال‌زایی و کسب‌وکارهای مرتبط با خدمات گردشگری (هتل‌ها، رستوران‌ها، شیرینی‌فروشی، صنایع دستی و سنتی، فروش، حمل و نقل)، افزایش ارزش خانه‌های قدیمی و مغازه‌های موجود در مسیر گردشگری و استفاده مجدد از آنها می‌باشد. به‌عنوان نمونه مشارکت‌کننده ۲ که یکی از ساکنین و شاغلین بافت در میدان امیرچخماق است چنین می‌گوید: «ارزش وجود گردشگر از نظر اقتصادی برای مردم و مسئولان روشن شده و آثار تاریخی را حفظ کردن. خون‌های قدیمی که زمانی فراموش شده و در حال تخریب بودن و همه به دنبال ساختنشون به سبک جدید بودن، الان همگی حفظ می‌شن...».

مشارکت‌کننده ۱۳ که در میدان وقت‌الساعت صاحب یک کبابی است چنین اظهار می‌کند: «بعد از اومدن گردشگر کسب و کار خیلی بهتر شده ... مکان‌های گردشگری خیلی خوبی ساختن ... خیلی از جوونا دارن تو این جاها کار می‌کنن و برای معیشت مردم مخصوصاً کسبه این منطقه خیلی خوب بوده».

• حفظ و تداوم زندگی در بافت

از دیگر مقوله‌های مورد تأکید مشارکت‌کنندگان از اثرات گردشگری، جلوگیری از تخلیه جمعیتی بافت از ساکنان اصیل و تخریب خانه‌های قدیمی، تزریق نشاط و پویایی و انرژی مثبت توسط گردشگر، تمایل ساکنان برای دیدن رفت و آمد و فعالیت‌های گردشگران و ایجاد انگیزه برای ادامه کار و زندگی در بافت می‌باشد. بدین ترتیب که مشارکت‌کننده ۱۹ که یکی از مغازه‌داران بازارچه فهادان است و از کودکی در این محله ساکن می‌باشد، می‌گوید: «آمدن گردشگر برای بافت قدیم یزد خیلی خوبه، ما که اینجا زیر بازار ایستادیم دیگه تنها نیستیم و دلمون را به اومدن مسافر خوش کردیم. قبلاً کسی به محله ما نمیومد و اینجا از بی‌حوصلگی خوابمون می‌برد ولی الان محله آباد شده و خانه‌ها و مغازه‌ها را بازسازی کردن... توریست‌ها حتی اگر خرید هم نکنن همین که می‌بینیمشون دلمون باز می‌شه. اگه گردشگر نبود بافت خالی می‌شد و خونه‌های قدیمی تخریب می‌شدن».

• احیای کالبدی و عملکردی بافت

یکی از مقولاتی که بیشتر ساکنان به آن اشاره داشتند، حفاظت از آثار تاریخی و خانه‌های قدیمی بافت و جلوگیری از تخریب آنها پس از ثبت جهانی، کفسازی خیابان‌ها و بازسازی خانه‌های قدیمی و تبدیل به هتل، اقامتگاه بومگردی، رستوران و خدمات مربوط به گردشگری و استفاده مجدد از آنها توسط ساکنان و همچنین سرمایه‌گذاران خارج از بافت است. به‌عنوان مثال مشارکت‌کننده ۱۱ که یکی از کسبه خیابان مسجدجامع است و در همان محل نیز سکونت دارد بیان می‌کند: «چند سال پیش خونه‌های اینجا خیلی ارزان بود... اکثر ساکنای قدیمی رفتن، خونه‌هاشون رو اجاره دادن، مخصوصاً به افغانی‌ها. اما بعد از ثبت جهانی که دیگه قیمت‌ها بالا رفت و املاک ارزش پیدا کرد، برای تبدیل کردن خونه‌ها به هتل و مهمونسرا اونها رو از اجاره پس گرفتن».

• افزایش امنیت

فعالیت شبانه خدمات گردشگری و واحدهای تجاری، جلوگیری از شب‌مردگی و برقراری امنیت در بافت از جمله مقولات مورد اشاره ساکنین بافت تاریخی یزد است. در این مورد مشارکت‌کنندگان ۱۷ و ۱۸ که صاحبان یک اقامتگاه بومگردی در محله فهادان هستند چنین اظهار کرده‌اند: «رواج گردشگری فرهنگ این محله‌ها رو خیلی عوض کرده ... قبلاً کسی جرئت نمی‌کرد شب داخل بافت بیاد. محله فهادان به محله جنگل معروف بود و همیشه توش دعوا و چاقوکشی می‌شد ... ولی وقتی بحث توریست مطرح شد ساکنان خودشون متوجه شدن که اگه قرار باشه این بد اخلاقی‌ها باشه، گردشگر به محله‌شون نمیاد و رونق اقتصادی هم ایجاد نمی‌شه... قدیم ترها کسی جرات نمی‌کرد شب‌ها وارد محله مسجدجامع بشه. اما الان امنیت برقرار شده و حتی نیمه شب هم توریست تو محل رفت و آمد می‌کنه».

• تغییر در ارزش‌های اجتماعی و اخلاقی ساکنان بر اساس منافع گردشگری

یکی از نمودهای آشکار در ارتباط با ساکنان بافت تاریخی شهر یزد، تمایل ساکنان به تبدیل خانه‌ها به اقامتگاه‌های بومگردی، اجابت ساکنین از درخواست گردشگران برای بازدید و عکاسی از منازل قدیمی‌شان

و اجاره اتاق‌های خانه به گردشگران و سکونت هم‌زمان با غریبه‌هایی به نام گردشگر در خانه می‌باشد. در مصاحبه با مشارکت‌کننده ۲۳ که یکی از خانم‌های ساکن در محله کوشک‌نو است و در ابتدای مصاحبه از بدحجابی گردشگران گله‌مند و از توسعه گردشگری به دلیل تفاوت‌های فرهنگی و مذهبی ناراضی بود اما در ادامه با اشتیاق و اصرار برای دیدن خانه‌اش دعوت و بیان می‌کند: «خونه ما قدیمی، گردشگر/اینجور خونه‌ها رو خیلی دوست دارند، مخصوصا خارجیا... میگن توش آرامش می‌گیرن... اگه توانایی مالی داشتیم و می‌تونستیم خرج خونمون کنیم و مجوز بومگردی بگیریم، کلی پول توش بود، مخصوصا تو ایام عید... من الان دو تا از اتاق‌های خونه رو حاضر کردم که برا عید به گردشگر اجاره بدم...».

• تعامل میان فرهنگی و فرصت‌های اجتماعی

آشنایی گردشگران با تاریخ و فرهنگ اصیل یزد و ایران و همچنین مردم یزد با فرهنگ و تمدن گردشگران و اشتیاق مردم محلی به یادگیری زبان انگلیسی برای ارتباط با گردشگران خارجی از جمله مقولات مورد اشاره تعداد زیادی از مشارکت‌کنندگان است. در این باره مشارکت‌کننده ۹ چنین می‌گوید: «شهر یزد محیط کوچیکی داره. قبلا که توریست به یزد میومد چهره‌های غریبه و متفاوت برای مردم خیلی عجیب بود. ساکنان برای توریستا و دانشجویایی که از شهرهای دیگه میومدن خیلی سخت ارتباط برقرار می‌کردن. اما الان اومدن غریبه برای مردم شهر عادی شده و حداقل موضوع عجیبی نیست». مشارکت‌کننده ۸ هم اشاره می‌کند که: «از وقتی گردشگرای خارجی به یزد ما اومدن من و خانمم برا اینکه بتونیم باهاشون حرف بزیم داریم زبان یاد می‌گیریم».

علاوه بر این آشنایی مردم یزد با آثار ارزشمند بافتشان به واسطه گردشگر از دیگر مقولات بیان شده است. به‌عنوان مثال مشارکت‌کننده ۱۱ چنین اظهار می‌دارد: «ما قبلا به میراث تاریخی مون دقت نمی‌کردیم و عادی از کنارشون رد می‌شدیم، مثلا خیلی چیزا رو در مورد مسجد جامع و کاشی‌کاریاش نمی‌دونستیم. اما الان راهنماهای گردشگر که واسه توریستا توضیح می‌دن ما هم کنارشون گوش می‌دیم... با ارزشا و ویژگی‌هاش آشنا شدیم. الان قدر مسجد و خونه و محله خودمون رو که از بچگی توش بزرگ شدیم، می‌دونیم».

• حس تعلق و دلبستگی اجتماعی

وجود احساس آرامش و حس تعلق در بافت، حس و حال خوب و باصفا بودن خانه‌های قدیمی با بوی کاهگل، وجود آرامش بافت تاریخی، روابط همسایگی قوی و شناخت ساکنان بافت از یکدیگر و نظارت اجتماعی شدید بر ساکنان، شاغلان و گردشگران بافت، از جمله مقولات بیان شده توسط ساکنان است. مثلا مشارکت‌کنندگان ۲۱ و ۲۲ در مصاحبه گروهی در ناوایی محله شاه‌ابوالقاسم چنین عنوان نمودند: «تو محله‌های قدیمی خونه‌ها دلبازتره. حیاط داره. خَش‌تره... بوی کاهگل که میاد آدم کیف می‌کنه... مهم‌تر اینکه همسایه از همسایه خبر داره...». مشارکت‌کننده ۱۹ نیز چنین بیان می‌کند: «من و زن و بچم تو خونه‌های جدید نمی‌تونیم بمونیم، آدم از زیر خشت و گل نمی‌تونه بره زیر آهن بخوابه...». علاوه بر این موضوع حفاظت ساکنان از بافت در مقابل تخریب و تغییر کالبدی و آلودگی‌های محیطی بعد از ثبت جهانی بافت و توسعه گردشگری مورد تأکید قرار گرفته است. مشارکت‌کننده ۳ اشاره می‌کند: «الان اینجا آباد شده، اگه کسی بخواد به بافت لطمه بزنه، مثلا جایی رو کلنگ بزنه یا سیمان بکشه باهاش برخورد می‌کنیم چون همه باید از کاهگل استفاده کنن، چون حالت قدیمی بافت خراب میشه و دیگه گردشگر نمیاره...».

• غرور و افتخار اجتماعی

یکی از مقولاتی که در مصاحبه‌ها مورد بیشترین تأکید قرار گرفت، احساس افتخار و خوشحالی از ثبت یزد در میراث جهانی یونسکو و شناخته شدن شهر در سطح دنیا، حس غرور و تعجب از استقبال تعداد زیاد گردشگر داخلی و خارجی برای بازدید از شهر یزد و رضایت و مباهات از سکونت در بافت تاریخی بود. مشارکت‌کنندگان ۴ که گروهی از خانم‌های ساکن در بافت مسکونی پشت دیوار قلعه هستند، بیان می‌نمایند: «از اینکه مردم به اینجا سفر می‌کنند و مشتاق دیدن شهر ما هستند خیلی تعجب می‌کنیم چون همیشه اینجا بودیم و خشت و گل برای ما عادی شده... از اینکه گردشگر به یزد ما میاد خوشحالیم و افتخار می‌کنیم... شب‌های عید ما جلوی در می‌شینیم و رفت و آمد گردشگر را نگاه می‌کنیم... خیلیا برای بازدید از خانه ما میان...» و یا مشارکت‌کننده ۲۰ که پیرمردی ساکن در محله شاه‌ابوالقاسم است می‌گوید: «از زمانی که یزد ثبت جهانی شده، خارجیا که تو اینترنرت نگاه می‌کنن اسم یزد ما رو می‌بینن... شهر ما تو دنیا مطرح و مهم شده و ما افتخار می‌کنیم».

• ناهنجاری‌های اجتماعی و اخلاقی

از جمله مقولاتی که ساکنان و کسبه کهن‌سال بافت به آن اشاره داشتند، ناراحتی از تفاوت قابل توجه پوشش ساکنان بافت با گردشگران داخلی و خارجی و ترس از تغییر فرهنگ نسل آینده و همچنین نارضایتی و برخورد برخی از ساکنان با گردشگرانی که به مقدسات و سنت‌های فرهنگی و مذهبی یزد نادانسته بی‌حرمتی می‌کنند. در این زمینه مشارکت‌کننده ۱۳ چنین اظهار می‌دارد: «حضور گردشگر به شکل کلی خوبه، اما باید کنترل بشه، یزد ما تا حدودی داره بی‌بند و بار می‌شه... یزدی‌ها به زمانی خیلی معتقد و مذهبی بودن ولی الان نه. از وقتی توریست زیاد شده بچه‌های ما رو از نظر اعتقادی و پوشش تحت تأثیر قرار دادن».

ارائه مدل مفهومی پدیدارشناسی ساکنان بافت تاریخی شهر یزد در مواجهه با گردشگری

قدم زدن در فضا و خیابان‌های بافت تاریخی شهر یزد که جهت مناسب خود را در جهان یافته است و بخشی از وجود را فرامی‌خواند، با قدم زدن در فضاهای شهری جدید بسیار متفاوت است. به همین ترتیب ورود به محوطه مسجدجامع یا میدان امیرچخماق و یا بازار خان، زرگرها، مسگرها، سراج‌ها و یا کوچه‌های آشتی‌کنان در دل محله فهادان که جنبه‌ای از وجود را حاضر می‌کند با ورود به یک مرکز خرید و یا یک خیابان شلوغ فرق دارد. فضا به‌عنوان «چیز» جایی فراهم می‌آورد تا چهارگانه در آنجا وحدت یابند. با گردهم آوردن چهارگانه در یک فضا، «مکان» پدیدار می‌گردد، لذا برپا شدن مکان با یگانگی و انجمن زمین، آسمان، خدایان و میرایان حاصل می‌شود. شولتز (۱۳۸۱) چنین تفسیر می‌کند: «باشیدن یعنی گردآوری کردن جهان چونان یک چیز یا ساختمان عینی». ساختن مکان در بافت تاریخی شهر یزد نیز تجلی پیدا کرده است. معماری و شهرسازی کهن، مفاهیم محیط را گردآوری و از طریق ساختن عینی می‌کند. مفاهیمی که هایدگر در قالب چهارگانه مطرح کرده است، هر یک در نسبتی با بافت تاریخی یزد، مکان سکنی‌گزیدن را آشکار می‌کنند. «زمین» به‌عنوان بستر زیست و فعالیت آدمیان و «آسمان» سرچشمه کیهان و فضا، محمل خورشید و زمان، روز و شب، فصل و ماه، روشنائی و تاریکی؛ حضورپذیری، نحوه ارتباط مردم با یکدیگر و فضا بر بعد «میرایان» و جنبه قدسی و معنوی موجود در فضا که در ارتباط با آسمان نیز می‌تواند باشد، بر حضور «خدایان» صحنه می‌گذارد.

بافت تاریخی یزد به مثابه «چیز»، هستی چهارگانه را در یک «جای» مشخص که می‌توانیم آن را یک «مکان» بنامیم، گردآوری می‌کند. بنابراین، ضمن برپا شدن مکان، فضایی برای حضور چهارگانه گشوده می‌شود و نیاز سکنی‌گزیدن نیز مرتفع می‌گردد؛ چرا که انسان نیازمند سکنی‌گزیدن در مکان است و سکنی‌گزیدن، به مکانیت او به‌عنوان در - عالم - بودن (being - in the world) پاسخ مثبت می‌دهد. سکنی‌گزیدن تنها به‌عنوان یک بعد از ابعاد فضای وجودی مطرح نیست، بلکه کنشی اساسی برای انسان است که در پرتو آن، مکان و فضا در ذات خود آشکار می‌شوند و این آشکارگی کارکرد دیگر سکنی‌گزیدن است. سکونت در بافت‌های تاریخی یکی از ابعاد هستی انسان است که در دوران جدید، کمتر از دیدگاه پدیدارشناسانه به آن پرداخته شده است. وقتی جامعه محلی با گردشگران تماس پیدا می‌کنند، با توجه به میزان شباهت و یا تفاوت فرهنگی، با مشکلاتی مواجه می‌شوند که معمولاً این مشکلات در ارتباطات کلامی، علائم غیرکلامی و رفتار و قواعد تعاملی پیش می‌آید. این تفاوت‌ها می‌تواند هم تأثیرات مثبت مانند حفظ و تقویت مبانی فرهنگی، گسترش و بهبود وضعیت مراکز فرهنگی و هنری، حفظ و توسعه هنرهای بومی و سنتی، شناخت بیشتر ساکنان محلی از فرهنگ بومی، افزایش غرور ملی و فرهنگی، مبادلات فرهنگی، بهبود درک و تصور درباره فرهنگ‌های دیگر، همگرایی و یکپارچگی افراد محلی داشته باشد و هم تأثیراتی منفی همچون صدمه دیدن اصالت الگوهای فرهنگ بومی، اثر نمایشی و کالایی شدن فرهنگ بومی، تغییرات درونی و بیرونی، همانندسازی فرهنگی و عارضه تشابه به بیگانگان، تعارضات میان افراد به دلیل سوتفاهمات فرهنگی بر جامعه محلی از خود نشان دهند.

بدین ترتیب نتایج حاصل از پدیدارشناسی بررسی‌های عمیق اسنادی، مشاهدات میدانی نیمه‌ساختاریافته محقق و مصاحبه‌های ژرف‌کاوانه نیمه‌ساختاریافته با ساکنان بافت تاریخی شهر یزد، به‌منظور کشف معنای واقعی پدیده گردشگری و ادراک تجربه زیسته ساکنان، با استفاده از تکنیک کدگذاری، مقوله‌بندی و استخراج شد. با جمع‌بندی این موارد چارچوب مفهومی پدیدارشناسانه ساکنان بافت تاریخی شهر یزد در مواجهه با گردشگری و مؤلفه‌های اصلی و فرعی آن ارائه شده است.



شکل ۹. مدل مفهومی روایت پدیدارشناسانه ساکنان بافت تاریخی شهر یزد در مواجهه با پدیده گردشگری

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

نگاه تجربیدی به اثرات پیچیده و چندبُعدی پدیده گردشگری و در نظر نگرفتن نیازهای متنوع و متفاوت تجربه‌کنندگان فضاهای گردشگری (ساکنان و گردشگران) و همچنین پاسخ‌های تک‌بعدی و غیرفراگیر برنامه‌ریزان گردشگری، سبب مغفول ماندن بسیاری از وجوه پنهان این پدیده شده است. مقاله حاضر با در نظر داشتن این ضرورت، به پدیدارشناسی تجربه‌زیسته ساکنان بافت تاریخی شهر یزد در مواجهه با پدیده گردشگری پرداخته است. در پژوهش حاضر با بهره‌گیری از آرای هایدگر و همچنین تحلیل محتوای کیفی، افق‌های معنایی تجربه‌گر و تجربه‌شونده تلفیق گشته و افق‌های معنایی جدیدی شکل یافته است که زمینه فهم عمیق از این پدیده را ایجاد خواهد کرد.

نتایج حاصل از بررسی‌های عمیق اسنادی مدارک موجود و شناسایی وضعیت بافت بر اساس تحلیل محتوای کیفی گزارش‌ها، کتب و طرح‌ها نشان از تخلیه جمعیتی و گریز ساکنان اصیل بافت تاریخی شهر یزد، در دهه‌های گذشته به علت فرسودگی شدید کالبدی و عملکردی، عدم وجود ایمنی و امنیت، آلودگی‌های محیطی و فقدان خدمات و امکانات مورد نیاز ساکنان و در مقابل جایگزینی جمعیت مهاجر غیربومی بدون حس تعلق و دلبستگی به بافت دارد که سبب کاهش سرمایه‌های اجتماعی، اقتصادی و محیطی، نزول کیفیت زندگی، دگرگونی هویتی و فقدان حضورپذیری و حرکت به سمت متروکه شدن و تخریب گنجینه معماری، فرهنگی و اجتماعی بافت تاریخی شهر شده بود. در حال حاضر بافت تاریخی شهر یزد به کمک توسعه پدیده گردشگری و رونق آن در سایه ثبت در میراث جهانی یونسکو، از بحران تخلیه جمعیتی، متروکه و مخروبه شدن رهایی یافته و در ظاهر مزایای اقتصادی، مرمت کالبدی و احیای عملکردی، ارتقا امنیت، سرزندگی و تعلق سبب افزایش کیفیت زندگی ساکنان و شاغلان در بافت شده است. به گونه‌ای که یزیدی‌ها به یزیدی بودنشان و سکونت در گنجینه بافت تاریخی‌شان در برابر جهانیان می‌بالند و کوچه‌ها و خیابان‌های بافت، خانه‌های قدیمی، راسته‌های بازار و بازارچه‌های محلی که در سال‌های گذشته، غبار فراموشی و تنهایی را تجربه کرده بودند، اکنون با استقبال مردمان یزد و گردشگران از نقاط گوناگون جهان مواجه شده‌اند.

با این حال و با نگاهی ژرف‌تر بر آثار توسعه گردشگری بر تجربه‌زیسته ساکنان و روندی که اکنون در زیست‌جهان بافت تاریخی شهر در حال اتفاق و رواج است، ابعاد پنهان دیگری از تأثیر این پدیده را می‌توان ادراک کرد. بدین ترتیب که زیست‌جهان یزیدی‌ها در حال تغییر است. عرصه درون و برون در بافت تاریخی در حال دگرگونی است. بخش قابل توجهی از مردم یزد دیگر درون‌گرا نیستند، برون‌گرا شده‌اند. معنای قلمرو و حریم خصوصی در محدوده‌ها و مسیرهای گردشگری در حال افول است. دیدگاه ساکنان نسبت به خانه و محل سکونتشان تغییر کرده است، درب منازلشان را به روی گردشگران گشوده‌اند و آنها را دعوت می‌کنند به دیدار خانه‌ها، هویت و سبک زندگی‌شان. معنای خانه و محله به عنوان حریم امن و محل آسودن در جهان ساکنان بافت تاریخی در حال تغییر است. به گونه‌ای که از خانه به عنوان کالایی باارزش جهت نمایش به غریبه‌ها و اجاره جهت اقامت گردشگران استفاده می‌گردد. موضوع دیگر رواج دیدگاه کالایی و نمایشی نسبت به ارزش‌های فرهنگی و هنرهای بومی و سنتی است بدین صورت که ساکنان بافت، رسوم، هنر و آیین‌شان را به نمایش گذاشته تا بیگانگان و گردشگران آنها را بشناسند، تحسین‌شان کنند و از این طریق بر تاریخ و معماری شکوهمند و ارزش‌های فرهنگی و هنری‌شان بیالند و از این نمایش منفعت اقتصادی نیز کسب کنند، در این میان تغییر اجرای رسوم و آیین‌های محلی، جهت مقبولیت و اثرگذاری بیشتر در نظر گردشگران خطری است که پایداری اصالت اجتماعی و فرهنگی را تهدید می‌کند.

پی نوشت

1. Social Exchange Theory
 2. Semi-Structured Field Observations
 3. Semi-Structured Interview
۴. هدف نمونه‌گیری در روش‌های کیفی، فهم پدیده مورد نظر است. از این رو در پژوهش پدیدارشناسی محققین باید از میان افرادی که تجارب کافی در مورد پدیده مورد مطالعه دارند و می‌توانند بهترین اطلاعات را در مورد موضوع ارائه دهند، انتخاب شوند. به چنین افرادی منابع اطلاعاتی گفته می‌شود و باید در بافت معینی به‌عنوان نمونه دیده شوند. اشیاء داده‌ها تعیین‌کننده حجم نمونه در پژوهش پدیدارشناسی است، بدین صورت که در هنگام تحلیل داده‌ها، دسته‌بندی‌های مفاهیم کامل و ارتباط بین دسته‌بندی‌ها به خوبی معین می‌شود و کدهای جدیدی از تحلیل داده‌ها استخراج نشود (عابدی، ۱۳۸۹، ۲۱۳-۲۱۴).
5. Inductive qualitative content analysis

فهرست منابع

- امامی سیگارودی، عبدالحسین، دهقان نیری، ناهید، رهنورد، زهرا، نوری، و سعید، علی (۱۳۹۱). روش شناسی تحقیق کیفی: پدیدارشناسی. پرستاری و مامایی جامع نگر، ۲۲(۲)، ۵۶-۶۳.
- آپوستولو پولوس، یورکوس (۱۳۸۳). جامعه شناسی گردشگری (مترجم: بیژن شفیعی). رشت: انتشارات وارسته.
- بابک معین، مرتضی (۱۳۹۴). معنا به‌مثابه تجربه زیسته. تهران: انتشارات سخن.
- بهزادفر، مصطفی، و شکیبامتش، امیر (۱۳۹۳). جستاری بر فلسفه پدیدارشناسی مکان؛ بررسی اندیشه‌های دیوید سیمون در رابطه با مفهوم خانه به‌مثابه یک مکان. هویت شهر، ۸(۱۷)، ۵-۱۴.
- پالمر، ریچارد (۱۳۷۷). علم هرمنوتیک: نظریه تاویل در فلسفه‌های شلایرماخر، دیلتای، هایدگر، گادامر (مترجم: محمد سعید حنایی کاشانی). تهران: هرمس.
- پایگاه میراث جهانی شهر تاریخی یزد <http://hcyb.ir>
- پرتوی، پروین (۱۳۹۴). پدیدارشناسی مکان. تهران: مؤسسه تألیف، ترجمه و نشر آثار هنری «متن».
- پنج‌تنی، منیره، منصوریان، یزدان، و مبینی، مهتاب (۱۳۹۶). پدیدارشناسی تجربه زیباشناختی مکان: مطالعه موردی میدان نقش جهان. پژوهش‌های فلسفی، ۱۱(۲۰)، ۲۳-۶۰.
- ریخته‌گران، محمدرضا (۱۳۸۲). مقالاتی درباره پدیدارشناسی، هنر، مدرنیته. تهران: ساقی.
- شریعتی مزینانی، سعید (۱۳۹۴). رهیافت پدیدارشناسانه در مطالعات گردشگری. دو فصلنامه مطالعات اجتماعی گردشگری، ۳(۶)، ۹-۳۸.
- عابدی، حیدرعلی (۱۳۸۹). کاربرد روش تحقیق پدیده‌شناسی در علوم بالینی. فصلنامه راهبرد، ۱۹(۵۴)، ۲۰۷-۲۲۴.
- عادل، سمیرا (۱۳۹۱). بررسی نگرش جامعه‌میزبان نسبت به گردشگری و پیامدهای آن در یک بافت زنده تاریخی، پژوهش موردی: بافت تاریخی فهادان یزد. هنرهای زیبا، ۴(۱۷)، ۸۱-۹۴.
- کرسول، جان (۱۳۹۱). بویس کیفی و طرح پژوهش: انتخاب از میان پنج رویکرد روایت پژوهی، پدیدارشناسی، نظریه داده‌بنیاد، قوم‌نگاری، مطالعه موردی (مترجمان: حسن دانایی‌فرد و حسین کاظمی). تهران: اشراقی.
- مرکز آمار ایران www.amar.org.ir
- مومنی راد، اکبر، علی آبادی، خدیجه، فردانش، هاشم، و مزینی، ناصر (۱۳۹۲). تحلیل محتوای کیفی در آیین پژوهش: ماهیت، مراحل و اعتبار نتایج. فصلنامه اندازه‌گیری تربیتی، ۱۴(۴)، ۱۸۷-۲۲۲.
- نوربرگ شولتز، کریستین (۱۳۸۱). مفهوم سکونت، به سوی معماری تمثیلی (مترجم: محمود امیر یاراحمدی). تهران: انتشارات آگه.
- واعظی، احمد (۱۳۸۰). درآمدی بر هرمنوتیک. تهران: پژوهشکده فرهنگ و اندیشه معاصر.
- هایدگر، مارتین (۱۳۸۱). شعر زبان و اندیشه‌های (مترجم: عباس منوچهری). تهران: مولی.
- هایدگر، مارتین (۱۳۸۹). هستی و زمان (مترجم: سیاوش جمادی). تهران: انتشارات ققنوس.

- Andereck, K. L. & Nyaupane, G. P. (2011). Exploring the nature of tourism and quality of life: perceptions among residents. *Journal of Travel Research*, 50, 248–260.
- Andriotis, K. (2009). Sacred Site Experience. A Phenomenological Study. *Annals of Tourism Research*, 36(1), 64–84.
- Andriotis, K., & Voughan, R. D. (2003). Urban Residents' Attitudes toward Tourism Development: The Case of Crete. *Journal of Travel Research* 42(2), 172–185.
- Aquino, R. S., Lück, L., & Schänzel, H. A. (2018). A conceptual framework of tourism social entrepreneurship for sustainable community development. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 37, 23–32.
- Aref, F. (2011). The effects of tourism on quality of life: a case study of Shiraz, Iran. *Life Science Journal*, 8(2), 26–30.
- Ateljevic, I., Pritchard, A., & Morgan, N. (2007). *The critical turn in tourism studies*. Amsterdam: Elsevier.
- Castillo, M. (2011). Critical Epistemology of Tourism: What is it? *Tourism Analysis*, 22(3), 516–538.
- Chronis, A. (2012). Tourists as story-builders: Narrative construction at a Heritage Museum. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 29(5), 444–459.
- Cohen, E. (1979). Rethinking the Sociology of Tourism. *Annals of Tourism Research*, 6(1), 18–35.
- Deery, M., Jago, L. & Fredline, L. (2012). Rethinking social impacts of tourism research: A new research agenda. *Tourism management*, 33, 64–73.
- Ebejer, J. (2019). Urban heritage and cultural tourism development: a case study of Valletta's role in Malta's tourism. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 17 (3), 306–320.
- Glaser, B. G., & Strauss, A. (1990). Grounded theory research: Procedures, canons, and evaluative criteria. *Qualitative Sociology*, 13(1), 3–21.
- Gursoy, D., & Rutherford, D. (2004). Host Attitudes toward Tourism: An Improved Structural Model. *Annals of Tourism Research*, 31 (3), 495 – 516.
- Harrill, R. (2004). Residents' attitudes toward tourism development: a literature review with implications for tourism planning. *Journal of Planning Literature*, 18(3), 251–266.
- Hsu, C., Chen, M., & Yang, S. (2019). Residents' Attitudes toward Support for Island Sustainable Tourism. *Sustainability*, 11, 5051.
- Ingram, G. (2002). Motivations of farm tourism hosts and guests in the South West Tapestry Region, Western Australia: A phenomenological study. *Indo-Pacific Journal of Phenomenology*, 2(1), 1–12.
- Isaksson, R., & Garvare, R. (2003). Measuring Sustainable Development Using Process Models. *Managerial Auditing Journal*, 18(8), 649 – 656.
- Jackson, G. (2006). Developing Regional Tourism in China: The Potential for Activating Business Clusters in a Socialist Market Economy. *Tourism Management*, 27 (4), 695 – 706.
- Jafari, J. (2000). *Encyclopedia of tourism*. Los Angeles: Routledge.
- Jamal, T. (2016). *Encyclopedia of Tourism: Phenomenology*. Switzerland: Springer.
- Jamal, T. B., & Everett, J. (2007). Resisting rationalisation in the natural and academic life-world: critical tourism research or hermeneutic charity? In I. Ateljevic, A. Pritchard and N. Morgan (Eds.), *the Critical Turn in Tourism Studies* (57–76). Oxford: Elsevier.

- Jamal, T., & Hollinshead, K. (2001). Tourism and the forbidden zone: The underserved power of qualitative inquiry. *Tourism Management*, 22(1), 63–82.
- Jamal, T., & Stronza, A. (2008). “Dwelling” with ecotourism in the Peruvian Amazon: Cultural relationships in local–global spaces. *Tourist Studies*, 8(3), 313–336.
- Jiménez, C. N., & Nechar, M. C. (2015). Phenomenon of Tourism. In Jafar Jafari, Xiao, Hongge (Eds.), *Encyclopedia of Tourism*. Switzerland: Springer.
- Jordana, E., J. Spencer, D. M., & Prayag, G. (2019). Tourism impacts, emotions and stress. *Annals of Tourism Research*, 75, 213–226.
- Kim, K., Uysal, M., & Sirgy, M. J. (2013). How does tourism in a community impact the quality of life of community residents? *Tourism Management*, 36, 527–540.
- Li, Y. (2000). Geographical consciousness and tourism experience. *Annals of Tourism Research*, 27(4), 863–883.
- Lincoln, Y. S. & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic Inquiry*. Newbury Park, CA, USA: Sage.
- Lipovcan, L., Brajsa–Zganec, N., & Poljanec–Boric, S. (2014). What is good for tourists should be good for residents too: the relationship between the quality of the touristic offer and subjective well-being of residents. *Tourism Analysis*, 19(6), 719–190.
- MacCannell, D. (1976). *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class Schoecken*. New York: Schocken Book.
- Manap, A. A., Aman, O., & Rahmiati, F. (2011). *The impact of tourism innovation on quality of life residents in the community: a case study of Sungai Melaka*. International conference on management (ICM 2011) proceeding, 334–342. June 13–14, June 2011, Penang, Malaysia.
- Masberg, B. A., & Silverman, L. H. (1996). Visitor experiences at heritage sites: A phenomenological approach. *Journal of Travel Research*, 34(4), 20–25.
- Mason, J. (2003). *Qualitative Researching*. London: Sage Publications Ltd.
- Mc Gehee, N. G., & Andereck, K. (2004). Factors predicting rural residents' support of tourism. *Journal of Travel Research*, 43(2), 131–140.
- McDougall, G. H., & Munro, H. (1987). Scaling and attitude measuremet in tourism and travel research. In J. R. B Ritchie, Goeldner, C. R. (Eds.), *Travel, tourism, and hospitality research. A handbook for managers and researchers* (87–100). New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Moscardo, G. (2012). Building social capital to enhance the quality I life of destination residents. In M. Uysal, R. Perdue, & M. J. Sirgy (Eds.), *Handbook of tourism and quality-of-life research: Enhancing the lives of tourists and residents of host communities* (403–421). Dordrecht, Netherlands: Springer.
- Nunkoo, R., & Ramkissoon, H. (2011). Developing a community support model for tourism. *Annals of Tourism Research*, 38(3), 964–988.
- Orbasli, A. (2000). *Tourists in Historic Towns*. London: Urban Conservation and Heritage Management.
- Pernecky, T., & Jamal, T. (2010). (Hermeneutic) Phenomenology in Tourism Studies. *Annals of Tourism Research*, (37) 4, 1055–1075.
- Pons, P. O. (2003). Being–on–holiday: tourist dwelling, bodies and place. *Tourist Studies*, 3(1), 47–66.

- Priest, H., Roberts, P., & Woods, L. (2002). An Overview of Three Different Approaches to the Interpretation of Qualitative Data, Part 1: Theoretical Issues, Qualitative Approaches. *Nurse Researcher*, 10(1), 30–42
- Reisinger, Y., & Steiner, C. (2006). Reconceptualising interpretation: The role of tour guides in authentic tourism. *Current Issues in Tourism*, 9(6), 481–498.
- Rickly Boyd, J. (2009). The tourist narrative. *Tourist Studies*, 9(3), 259–280.
- Seamon, D. (1996). A singular impact: Edward Relph's place and placelessness. *Environmental and Architectural Phenomenology Newsletter*, 7(3), 5–8.
- Seamon, D. (2000). A way of seeing people and place: Phenomenology in environment–behavior research. In S. Wapner, J. Demick, T. Yamamoto, & H. Minami (Eds.), *Theoretical perspectives in environment–behavior research: Underlying assumptions, research problems, and methodologies* (157–178). Kluwer Academic Publishers. https://doi.org/10.1007/978-1-4615-4701-3_13.
- Shannon, S. (2005). Three approaches to qualitative content analysis. *Qualitative Health Research*, 15(9), 1277–88.
- Suvantola, J. (2002). *Tourist's experience of place*. Aldershot: Ashgate Publishing Limited.
- Szarycz, G. S. (2009). Some issues in tourism research phenomenology: A commentary. *Current Issues in Tourism*, 12(1), 47–58.
- Uriely, N., & Belhassen, Y. (2005). Drugs and tourists' experiences. *Journal of Travel Research*, 43(3), 238–246.
- Uriely, N., Yonay, Y., & Simchai, D. (2002). Backpacking experiences: A type and form analysis. *Annals of Tourism Research*, 29(2), 520–538.
- Uysal, M., Perdue, R., & Sirgy, R. (2012). *Handbook of tourism and quality of life research: Enhancing the lives of tourists and residents of host communities*. Dordrecht, the Netherlands: Springer.
- Uysal, M., Sirgy, M. J., Woo, E., & Kim, H. (2015). Quality of life (QOL) and well-being research in tourism. *Tourism Management*, 53, 244–261.
- Uysal, M., Woo, E., & Signal, M. (2012). The Tourist Area Life Cycle (TALC) and its effect on the quality of life (QOL) of destination community. In M. Uysal, R. Perdue, & M. J. Sirgy (Eds.), *Handbook of tourism and quality-of-life research: Enhancing the lives of tourists and residents of host communities* (423–444). Dordrecht, Netherlands: Springer.
- Valle, R. S., King, M., & Halling, S. (1989). An introduction to existential–phenomenological thought in psychology. In R. S. Valle & S. Halling (Eds.), *Existential–phenomenological perspectives in psychology: Exploring the breadth of human experience* (3–16). Plenum Press, New York: Springer.
- Yeager, E. P., Boley, B. B., Woosnam, K. M., & Green, G. T. (2019). Modeling Residents' Attitudes toward Short-term Vacation Rentals. *Journal of Travel Research*, first published online: September 30. <https://doi.org/10.1177/0047287519870255>.

The Phenomenology of Lived Experiences of Yazd Historical District Residents in Encountering Tourism

Sharareh Azimi

PhD in Urban Planning and Design, Faculty of Architecture and Urban Planning, University of Art, Tehran, Iran
(Corresponding Author)

Parvin Partovi

Professor, Department of Urban Planning, Faculty of Architecture and Urban Planning, University of Art, Tehran, Iran

Abstract

As a society becomes a destination for tourism, the lives of its residents are affected and achieving sustainable tourism to preserve and enhance the characteristics of the residents is of particular importance in the field of tourism planning and development. The presence of tourists in the host cities has positive economic, social, and environmental impact on the local and national levels, however, increasing economic interests have affected residents as well as historical and cultural heritage. With increasing the growing trend of internal and external tourism, sustainable tourism development in a district requires attention to desires and perceptions of the host community to tourism phenomenon, and overlooking this matter can create challenges for tourism development in the long term. Tourism is a multi-faceted phenomenon, and its analysis focuses on two basic aspects. The first aspect relies on the trend of economic marketing and the second aspect is based on the socio-cultural framework. The general public has been opting for the first aspect by examining the phenomenon of tourism from the quantitative position and leaving the gap in the theoretical and methodological research and this gap reflects a complex relationship between the facts and their meanings. This duality shows the dominance of the positivism approach to the study of tourism phenomenon while also implies eliminating a significant volume of cultural and social issues related to tourism in such studies. According to available statistics, the Historic City of Yazd has had a significant growth in tourism in recent years. Considering the fact that Yazd is a religious society, economic motivation is not merely a reason for participation or non-participation of the residents. The factors that determine the satisfaction of residents toward tourism are their perception of tourism, the tourists behaviour, and the impact that tourism has on the lived experience of residents. This research uses the interpretive paradigm and in particular, the phenomenological approach derived from Heidegger's ideas to address the perceptual aspect of tourism from the perspective of those experiencing it, namely the host community. Data collection has been carried out through semi-structured field observations and semi-structured deep interviews from residents in Yazd historical district using the first-person approach and existential phenomenology. The data has been analyzed by using qualitative content analysis method with coding process, and the conceptual framework of the phenomenological narrative of residents in Yazd historical district from the tourism phenomenon and its main and subsidiary elements has been developed. According to the research findings, lived experience of historical district residents (in term of individual characters, lived relations, values) and lifeworld characteristics of the historical district (in term of business space, physical space, social space, and individual-residence space), have been identified as influencing factors in the phenomenology of lived experiences of Yazd historical district residents in encountering tourism.

Keywords: Phenomenology, tourism, lived experience, residents, Yazd historical districts