

تبیین الگوی اصالت وجودی در تجربه گردشگری بافتهای تاریخی رهیافتی مبتنی بر حکمت متعالیه ملاصدرا (مورد مطالعه: شهر یزد)

حامد فلاح تفتی *

چکیده

این پژوهش به تبیین الگوی اصالت وجودی در تجربه گردشگری بافتهای تاریخی میپردازد و با بهره‌گیری از رهیافت حکمت متعالیه ملاصدرا، شهر یزد را مورد مطالعه قرار میدهد. هدف اصلی، واکاوی رابطه میان تجربه زیسته گردشگران و مفاهیم هستی‌شناختی اصالت بر پایه اصول تشکیک وجود و حرکت جوهری است. روش‌شناسی تحقیقی کیفی و پدیدارشناختی بوده و داده‌ها از طریق مصاحبه‌های عمیق نیمه‌ساختاریافته با ۲۵ گردشگر جمع‌آوری شده است. تحلیل مضمون داده‌ها، شبکه‌یی از مضامین پایه، سازنده و

فراگیر را آشکار ساخت که تجربه را از مراتب حسی تا استعلایی ترسیم میکند. یافته‌ها نشان میدهند تجربه گردشگری نه تنها یک سیر آفاقی کالبدی، بلکه تحولی جوهری در نفس گردشگر است که به استكمال وجودی منجر میشود. تفاوت‌های ادراکی میان گردشگران داخلی و بین‌المللی نیز برجسته گردید. در نتیجه، پیشنهادهایی برای طراحی تجارب تحول‌آفرین ارائه شد؛ از جمله گذار از شاخصهای کمی به ارزیابیهای کیفی و آموزش تسهیلگران تجربه. کلیدواژگان: اصالت وجودی، تجربه گردشگری، حکمت متعالیه، ملاصدرا، بافت تاریخی یزد.

* دانشیار گروه مدیریت گردشگری، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه علم و هنر، یزد، ایران؛ h.fallah@sau.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۹/۲۷ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۱/۲۳ نوع مقاله: پژوهشی

DOR: 20.1001.1.15600874.1405.31.3.??

فردنامه
صرد

پیوستگی و عمق تحول‌آفرین است و آن را از یک «تجربه وجودی» به یک «رویداد مصرفی» بدل می‌سازد (Packer & Ballantyne, 2016).

با وجود اذعان به ماهیت پیچیده روان‌شناختی تجربه گردشگر (Cutler & Carmichael, 2010)، چارچوب‌های تحلیلی رایج در مطالعات گردشگری که عمدتاً بر شاخصهای اقتصادی، الگوهای رفتاری و رضایت‌سنجی متمرکزند، برای واکاوی ابعاد وجودی و معناگرایی این تجربه ناکافی بنظر می‌رسند. این رویکردها، هرچند در جای خود ارزشمندند، اما قادر به تبیین چگونگی تبدیل یک «سفر بیرونی» (سیر آفاقی) به یک «سفر درونی» (سیر انفسی) و فرایند استکمالی که میتواند در تعامل با یک محیط تاریخی اصیل رخ دهد، نیستند (Knobloch et al., 2017). در واقع، شکافی نظری میان امکانات و توان مقاصد تاریخی برای ایجاد تحول درونی و ابزارهای مفهومی موجود برای تحلیل این فرایند وجود دارد.

در این راستا، نوشتار حاضر با هدف پر کردن این شکاف نظری، بسراغ یکی از غنیترین سنتهای فلسفی-اسلامی، یعنی «حکمت متعالیه» ملاصدرا می‌رود. این پژوهش استدلال میکند که نوآوریهای هستی‌شناختی صدرالمتألهین، چارچوبی منحصربفرد برای تبیین الگوی «اصالت وجودی» در تجربه گردشگری ارائه میدهد. بطور مشخص، نظریه «تشکیک وجود» یا مراتب داشتن هستی، این امکان را فراهم می‌آورد تا سطوح مختلف تجربه گردشگر، از ادراک حسی

در پارادایم معاصر مطالعات گردشگری، «اصالت» (Authenticity) بمثابه یکی از کلیدیترین محرکهای تجربه گردشگر در مقاصد تاریخی و فرهنگی، جایگاهی محوری یافته است. این مفهوم که اغلب با میراث ملموس و ناملموس یک مکان گره خورده است، فراتر از صرف مشاهده بناهای تاریخی عمل کرده و بدنبال ایجاد پیوندی عمیق میان بازدیدکننده و هویت تاریخی-فرهنگی مقصد است (Zhou et al., 2023). شهر یزد، بعنوان نخستین شهر تاریخی ایران که در فهرست میراث جهانی یونسکو ثبت رسیده، نمونه‌ی برجسته از یک بافت تاریخی-مذهبی غنی است که از توانایی ارائه تجارب عمیق و چندلایه را برخوردار است. جاذبه‌های معماری منحصربفرد، بافت شهری نظاممند و پویا و تداوم حیات اجتماعی در این بستر تاریخی، فضایی را فراهم می‌آورد که میتواند بستری برای فراتر رفتن از یک بازدید سطحی و نیل به درکی عمیقتر از «روح مکان» باشد (Akgün et al., 2020). با این حال، مسئله اصلی آنجاست که بخشی قابل توجه از تجارب گردشگری در چنین مقاصدی، در سطح ادراک حسی و مصرف کالبدی فضا باقی میماند و به لایه‌های عمیقتر معنایی و فرهنگی نفوذ نمیکند. این رویکرد مصرف‌گرا، تجربه گردشگری را به مجموعه‌ی از فعالیتهای گسسته و لحظه‌ی تقلیل میدهد که فاقد

اولیه تا دریافتهای شهودی و عمیق معنایی، بصورت یک طیف پیوسته و دارای مراتب تحلیل شود. همزمان، اصل حرکت جوهری که بر پویایی و اشتداد ذاتی وجود در مراتب آن تأکید دارد، به ابزاری مفهومی برای تبیین فرایند وجودی و استکمالی سفر بدل میشود؛ سفری که در آن، نه تنها گردشگر در مکان جابجا میشود، بلکه نحوه و شدت وجود او نیز در تعامل با اصالت مقصد تاریخی، دستخوش تحول و تعالی میگردد.

مطالعات پیشین کمتر به تحلیل پدیدارشناسانه و عمیق تجربه زیسته گردشگران پرداخته‌اند. در سطح بین‌المللی، رویکردهای پدیدارشناسی غربی تلاش کرده‌اند این خلأ را با تمرکز بر تجربه چندحسی و بدنمند از مکان پر کنند (Fang et al., 2024; Pan et al., 2025). این دیدگاه، تجربه گردشگری را نه یک مشاهده صرف، بلکه یک درگیری فعال و بدنمند با محیط میداند که از طریق حواس پنجگانه شکل میگیرد و به ادراکات شناختی و عاطفی منجر میشود (Aksenova et al., 2022; Pharino et al., 2018). با این حال، این رویکردها نیز اغلب در تحلیل ابعاد روان‌شناختی و عاطفی تجربه متوقف میشوند و قادر به ارائه چارچوبی متافیزیکی برای تبیین تحول وجودی و استکمالی که میتواند در بطن یک سفر معنا دار رخ دهد، نیستند.

فقدان یک چارچوب نظری که بتواند تجربه گردشگری را در پیوند با مبانی عمیق فلسفی و

عرفانی فرهنگ ایرانی-اسلامی تحلیل کند، بوضوح احساس میشود. فلسفه اسلامی، با پیشینه‌ی غنی در هستی‌شناسی و انسان‌شناسی، ظرفیتهایی عظیم برای نظریه‌پردازی در این حوزه دارد. در این میان، حکمت متعالیه ملاصدرا، بعنوان یکی از برجسته‌ترین مکاتب فلسفی پس از ابن‌سینا، با ارائه نوآوریهای مفهومی چون اصالت وجود و حرکت جوهری، چارچوبی منحصر بفرد برای فهم هستی بمثابة یک واقعیت پویا، ذومراتب و در حال استکمال ارائه میدهد (اسماعیلی، ۱۴۰۲؛ زین‌العابدین و صلواتی، ۱۴۰۴).

هدف اصلی این پژوهش، واکاوی نظاممند و پدیدارشناسانه رابطه میان تجربه زیسته گردشگران و مفهوم هستی‌شناختی اصالت بر پایه مبانی حکمت متعالیه ملاصدراست. این هدف کلان از طریق اهداف فرعی دنبال میشود: نخست، فهم عمیق چگونگی تحقق تجربه اصالت در تعامل گردشگران با بافت تاریخی؛ دوم، شناسایی و تفکیک مراتب این تجربه، از ادراکات حسی اولیه تا سطوح عالیت‌ر تأمل، شهود و تحول درونی؛ سوم، تحلیل فرایند اشتداد و تکامل این تجربه در طول سفر، بمثابة حرکتی استکمالی در مراتب وجودی گردشگر. این رویکرد، پژوهش را از سطح توصیف صرف تجارب به سطح تبیین هستی‌شناختی آن ارتقا میدهد و در پی فهم پویایی و چندلایگی این پدیده در

چارچوب سیلان و تشکیک وجود است (Correia et al., 2013; Knobloch et al., 2017).

برای دستیابی به این اهداف، مجموعه‌یی از سؤالات پژوهشی جامع تدوین شده است که چارچوب تحقیق را شکل می‌دهند. سؤال اول اینست که گردشگران در بافت تاریخی یزد، اصالت را چگونه تجربه و معنا میکنند؟ سؤال دوم به مراتب این تجربه می‌پردازد؛ لایه‌ها و سطوح مختلف تجربه اصالت وجودی، از منظر نظریه تشکیک وجود ملاصدرا، کدامند؟ سؤال سوم بر پویایی و تحول وجودی سفر متمرکز است؛ اینکه فرایند اشتداد و تکامل تجربه گردشگر در گذر زمان، بر پایه اصل حرکت جوهری و سیلان مستمر وجود، چگونه قابل تبیین است؟ سؤال چهارم به رابطه میان ابعاد بیرونی و درونی سفر می‌پردازد؛ تعامل میان سیر آفاقی (مشاهده کالبد تاریخی) و سیر انفسی (تحول درونی) در شکل‌گیری تجربه اصالت وجودی چگونه است؟

اهمیت این جستار در دو سطح علمی و کاربردی قابل تبیین است. در سطح علمی، این مطالعه با ارائه یک چارچوب نظری غیرغربی و متافیزیکی، به غنای ادبیات نظری گردشگری کمک کرده و پارادایمهای عمدتاً روان‌شناختی و جامعه‌شناختی غربی را بچالش میکشد. در سطح کاربردی، یافته‌های این تحقیق میتواند به مدیران مقاصد گردشگری و سیاستگذاران فرهنگی کمک کند از رویکردهای صرفاً کالبدی و

خدماتی فراتر رفته و راهبردهایی برای طراحی تجارب عمیق و تحول‌آفرین تدوین نماید.

چارچوب نظری و مبانی فلسفی

در سپهر مطالعات گردشگری، مفهوم «اصالت» بمثابة یک سازه چندوجهی، نقشی تعیین‌کننده در شکلدهی به تجربه، رضایت و رفتار مصرف‌کننده ایفا میکند. پیشتر این مفهوم از منظرهای گوناگون مورد واکاوی قرار گرفته که میتوان آنها را در یک طیف از اصالت شیء‌محور تا اصالت وجودی دسته‌بندی کرد. اصالت شیء‌محور که ریشه در پارادایم موزه‌یی دارد، بر واقعی بودن و منشأ تاریخی مصنوعات و میراث ملموس تأکید میکند (Li et al., 2024). در مقابل، اصالت نمادین یا ساخت‌گرا، بر این نکته تمرکز دارد که اصالت نه یک ویژگی ذاتی، بلکه برساخته‌یی اجتماعی است که از طریق تفاسیر و روایتها شکل میگیرد (Matteucci, 2013). با این حال، رویکردهای جدیدتر بسمت اصالت وجودی گرایش یافته‌اند؛ حالتی که در آن گردشگران از طریق فعالیتهای گردشگری به خود واقف‌شان نزدیکتر میشوند و احساس‌هایی از قیود زندگی روزمره را تجربه میکنند. این تمایزات مفهومی که در جدول ۱ بصورت تحلیلی ارائه شده‌اند، چارچوبی نظری برای فهم تطور معنایی مفهوم اصالت از رویکرد شیء‌محور به رویکرد وجودی فراهم می‌سازند (Cutler & Carmichael, 2010).

جدول ۱: چارچوب تحلیلی ابعاد مفهوم اصالت در گردشگری

ردیف	بعد اصالت	تعریف مفهومی	تمرکز اصلی در تجربه گردشگر	ارجاع کلیدی
۱	اصالت شیء محور / Objective Authenticity	تأکید بر اصالت و منشأ تاریخی و غیرقابل انکار اشیاء، بناها و مصالح واقعی (مستقل از ادراک گردشگر).	جستجوی شواهد عینی، تأیید صحت تاریخی، حس قدمت ملموس و لمس مصالح اصیل (خشت، کاهگل، بادگیر).	(Li et al., 2024; MacCannell, 1973; Ning, 2017; Zhou et al., 2023: p. 202)
۲	اصالت نمادین یا ساخت گرا / Constructed / Symbolic Authenticity	اصالت بعنوان یک برساخته اجتماعی که از طریق روایتها، تفسیرها، نمادها و بازنماییها تولید میشود.	تفسیر و درک معانی فرهنگی الصاق شده به مکانها؛ پذیرش روایتهای تاریخی و شفاهی حتی اگر کاملاً «واقعی» نباشند.	(Cohen, 2013; Matteucci, 2013)
۳	اصالت وجودی / Existential Authenticity	تجربههای کاملاً درونی و شخصی که در آن گردشگر احساس میکند به «خود» واقف شده و از قیدهای روزمره رها شده است.	دستیابی به حالت اصیل بودن، خودشناسی، رهایی، آرامش عمیق و لحظه‌های شهودی در سفر.	(Ilieva et al., 2024; Kim & Jamal, 2007; Packer & Ballantyne, 2016)
۴	اصالت استعلایی-وجودی / Transcendent-Existential Authenticity	تجربهای فراتر از اصالت وجودی فردی؛ لحظه‌های وحدت با هستی، شهود روح مکان، تحول جوهری نفس در تعامل با مقصد تاریخی.	احساس وحدت با تاریخ و پیشینیان تاریخی ساکن در مکان، تجربه مقدس بودن مکان، حرکت از «سیر آفاقی» به «سیر انفسی»، استكمال وجودی.	اصل تشکیک وجود و حرکت جوهری ملاصدرا؛ (Belhassen & Caton, 2009; Reisinger & Steiner, 2006; Zatori et al., 2019)

برای بنیان‌نهادن چارچوب نظری این پژوهش، رجوع به آراء ملاصدرا امری ضروری است. او بعنوان بنیانگذار مکتب حکمت متعالیه در عصر صفوی، یکی از تأثیرگذارترین چهره‌های تاریخ فلسفه اسلامی محسوب میشود که با تلفیق نظاممند عقل و شهود و آشتی‌دادن میان برهان، عرفان و قرآن، پارادایمی نوین در هستی‌شناسی و انسان‌شناسی ارائه داد. فلسفه صدرایی، با محوریت بخشیدن به «وجود» و پویایی آن، ظرفیتی منحصر بفرد برای تحلیل پدیده‌های انسانی، از جمله تجربه عمیق مکان، فراهم می‌آورد. این رویکرد، برخلاف فلسفه‌های ماهیت‌محور، امکان بررسی تحول و استکمال وجودی سوژه را در تعامل با جهان پیرامونش فراهم می‌سازد و از اینرو، چارچوبی مفهومی برای تبیین پویایی و تکامل مرتبه وجودی گردشگر در فرایند تجربه سفر ارائه میدهد (اسماعیلی، ۱۴۰۲).

وجود مراتب

در کانون متافیزیک صدرایی، اصل تشکیک وجود یا وجودشناسی مدرج (Gradational Ontology) بعنوان شالوده‌ی تحلیلی برای فهم واقعیت عمل میکند که از یک توانمندی منحصر بفرد برای واکاوی پدیده‌های پیچیده انسانی، از جمله تجربه گردشگری، برخوردار است. بر این اساس، کثرت موجود در عالم، نه کثرتی تبیینی، بلکه تجلی مراتب مختلف همان حقیقت واحد وجود است؛ از نازلترین مرتبه در عالم ماده تا عالیترین مرتبه در واجب‌الوجود (همانجا). این چارچوب هستی‌شناختی، ابزاری

مفهومی برای فراتر رفتن از دوگانه‌های ساده‌انگارانه در تحلیل تجربه گردشگر (مانند رضایت/عدم رضایت یا اصیل/غیراصیل) مهیا می‌سازد و بجای آن، یک طیف پیوسته از عمق و غنای تجربه را پیشنهاد میکند که در آن، هر سطح از تعامل با مقصد، مرتبه‌ی از «بودن» و آگاهی را انعکاس میدهد (زین‌العابدین و صلواتی، ۱۴۰۴).

تجربه گردشگری را میتوان بمثابة یک طیف عمودی از ادراکات تحلیل کرد که از مواجهه حسی و کالبدی آغاز شده و میتواند تا عمیقترین سطوح تحول وجودی و معنوی امتداد یابد. در نازلترین سطح، تجربه حسی قرار دارد که متمرکز بر ادراک ویژگی‌های فیزیکی محیط از طریق حواس پنجگانه است؛ مانند لمس بافت کاهگلی دیوارها، شنیدن صدای باد در کوچه‌های تنگ، و دیدن بازی نور و سایه (Pan et al., 2023). مرتبه بالاتر، تجربه عاطفی است که در آن، محرکهای حسی به احساساتی نظیر آرامش، شگفتی یا نوستالژی ترجمه میشوند (Pharino et al., 2018).

فراتر از آن، تجربه شناختی و درون‌نگرانه قرار دارد، جایی که گردشگر به تأمل، یادگیری و معناسازی می‌پردازد و میان آنچه میبیند و دانش پیشین یا هویت شخصی خود پیوند برقرار میکند (Packer & Ballantyne, 2016; Veréb & Azevedo, 2019). در نهایت، عالیترین مرتبه، تجربه استعلایی یا وجودی است؛ لحظه‌ی که در آن، گردشگر از خود روزمره فراتر رفته و نوعی حس وحدت با مکان، تاریخ، یا یک حقیقت متعالی را تجربه میکند؛ این همان غایت اصالت وجودی است (Cutler & Carmichael, 2010; Kim & Hall, 2023).

جدول ۲: تطبیق مراتب تشکیکی وجود ملاصدرا با سطوح تجربه اصالت وجودی گردشگران در بافت تاریخی یزد

رتبه	مرتبه وجودی در حکمت متعالیه ملاصدرا (تشکیک وجود)	سطح تجربه گردشگری (از یافته‌های پژوهش)	توصیف پدیدارشناختی تجربه (کانون اصالت)	نمونه‌های واقعی از بافت تاریخی یزد (نقل قول‌های کلیدی مشارکت کنندگان)
۱	مرتبه نازل وجود (حسی و مادی)	تجربه حسی-کالبدی	درگیری مستقیم حواس پنجگانه با محیط؛ اولین لایه تماس با مقصد؛ اصالت شیء محور و کالبدی.	«وقتی دستم را روی دیوار خستی گذاشتم، انگار تاریخ زیر انگشتم نفس میکشید»؛ «خنکی ناگهانی بادگیر در ظهر تابستان شوکه‌ام کرد».
۲	مرتبه نفسانی (خیالی و عاطفی)	تجربه عاطفی-هیجانی	برانگیختگی احساسات (آرامش، شگفتی، نوستالژی، امنیت)؛ آغاز جدایی از روزمرگی و ورود به حالت بودن.	«سکوت کوچه‌ها آنقدر عمیق بود که همه چیز را فراموش کردم»؛ «در حیاط خانه لاریها احساس کردم زمان ایستاده است».
۳	مرتبه عقلانی (ادراک عقلی و تأملی)	تجربه شناختی-تأملی	معناسازی، مقایسه با زندگی مدرن، درک حکمت معماری و فرهنگ؛ پرسشگری درونی و خود-تأملی.	«فهمیدم چرا بادگیر را اینگونه ساخته‌اند؛ این یک مهندسی فرانسوی است»؛ «این شهر به من یاد داد زندگی ساده چقدر غنی است».
۴	مرتبه فوق عقلانی (شهود و وحدت)	تجربه استعلایی-وجودی	اوج اصالت وجودی؛ حس وحدت با هستی، بیزمانی، شهود روح مکان، تحول جوهری نفس؛ «سیر انفسی» در دل «سیر آفاقی»	«زیر گنبد باشکوه مسجد جامع احساس کردم با همه اجدادم یکی شده‌ام»؛ «در آتشکده زرتشتیان، پی بردم که ریشه من چیست»؛ «یزد من را از نو ساخت».

حرکت جوهری

در تکمیل چارچوب هستی‌شناختی مبتنی بر مراتب وجود، اصل «حرکت جوهری» بعنوان دومین رکن بنیادین حکمت متعالیه، پویایی لازم برای تبیین فرایند تحول تجربه گردشگر را فراهم می‌آورد. این نظریه که یکی از مهمترین نوآوریهای ملاصدرا بشمار میرود، در تقابل با دیدگاه ارسطویی که حرکت را صرفاً به مقولات عرضی (مانند مکان، کمیت و کیفیت) محدود میکرد، استدلال میکند که تحول و دگرگونی در ذات و جوهر اشیاء مادی نیز بصورت مستمر و ذاتی جریان دارد (فروغی و همکاران، ۱۴۰۲).

بر این اساس، هر موجودی در این عالم، یک «بودن» ثابت و منجمد نیست، بلکه یک «شدن» سیال و پویاست که در یک مسیر استکمالی، بصورت درونزا و تدریجی، از حالت بالقوه (قوه) بسوی فعلیتهای عالیتر (فعل) در حرکت است (اسماعیلی، ۱۴۰۲). این تحول جوهری، بویژه در مورد نفس انسانی مصداق بارزی می‌یابد که از مرتبه وجودی نباتی و حیوانی آغاز کرده و در سایه این حرکت، میتواند بمراتب عالیتر عقلانی و فوق عقلانی دست یابد (محمدی، ۱۴۰۲).

با تطبیق این اصل بر حوزه گردشگری، میتوان تجربه گردشگر در بافت تاریخی را نه صرفاً یک جابجایی مکانی (حرکت عرضی)،

بلکه یک حرکت جوهری در نفس بازدیدکننده تلقی کرد. در این دیدگاه، گردشگر سوژه‌یی ثابت نیست که به مشاهده ابژه‌های ثابت میپردازد، بلکه خود او در تعامل با اصالت و غنای معنایی مقصد، در یک فرایند تحول درونی قرار میگیرد. این سفر، بستری برای خروج از قوه به فعل در ابعاد مختلف وجودی او فراهم میکند. ادراک اولیه گردشگر از بافت تاریخی که ممکن است در سطح پتانسیلهای حسی و عاطفی محدود باشد، از طریق درگیری عمیقتر با محیط، تأمل و معناسازی، بتدریج به فعلیت میرسد و به سطوحی عالیتر از آگاهی و خودشناسی ارتقا می‌یابد (Dredge, 2022).

گردشگر ابتدا ممکن است صرفاً مجذوب فرم معماری بادگیرها شود (قوه)، اما با گذشت زمان و تعامل بیشتر، به درک منطق اقلیمی و کارکرد هوشمندانه آن (فعلیت شناختی) و سرانجام، به شهود حکمت نهفته در آن بعنوان نمادی از همزیستی انسان و طبیعت (فعلیت وجودی) نایل آید. این فرایند تدریجی، ماهیت سفر را از یک رویداد مصرفی به یک مسیر سلوک و استکمال تبدیل میکند که در آن، اصالت نه بعنوان یک ویژگی در مقصد، بلکه بعنوان یک فعلیت در وجود گردشگر محقق میشود (Kim & Hall, 2023; Nicoletta & Servidio, 2012).

روش‌شناسی تحقیق

این پژوهش در چارچوب پارادایم کیفی و با اتخاذ یک رویکرد تفسیری-ساخت‌گرا (Interpretivist-Constructivist) به انجام شده که جهان را واقعیتی ذهنی و برساخته اجتماعی میدانند (Iloranta & Komppula, 2022). فرض بنیادین آنست که «تجربه» یک واقعیت ثابت و قابل تقلیل به متغیرهای کمی نیست، بلکه پدیده‌یی ذومراتب، پویا و سیال است که در تعامل میان سوژه (گردشگر) و ابژه (بافت تاریخی) در یک بستر وجودی واحد شکل میگیرد. این دیدگاه هستی‌شناختی که تجربه را بمنابۀ یک حرکت جوهری در نفسِ فاعل شناسا در نظر میگیرد، بطور طبیعی به یک معرفت‌شناسی تفسیری منجر میشود که در آن، دانش از طریق واکاوی عمیق معانی و تفاسیر زیسته افراد حاصل میگردد، نه از طریق اندازه‌گیریهای بیرونی (De Falco & Corbino, 2023).

اعتبار این پژوهش نه از طریق معیارهای آماری پایایی و روایی، بلکه از طریق شاخصهای کیفی نظیر قابلیت اعتبار، قابلیت انتقال و تأییدپذیری تضمین میشود

(Kc et al., 2021). اعتبار نظری این تحقیق بر پایه استنباط نظاممند از اصول کلی حکمت ملاصدرا استوار است؛ روشی که در آن، پاسخ یک پرسش جدید از دل مبانی یک نظام فکری منسجم استخراج میشود (زین‌العابدین و صلواتی، ۱۴۰۴).

جامعه آماری پژوهش شامل کلیه گردشگران بازدیدکننده از بافت تاریخی یزد بود که دست‌کم ۳ روز در یزد اقامت داشته و در بافت تاریخی این شهر به گشت‌وگذار انفرادی پرداخته بودند. بازه زمانی انتخاب نمونه‌گیری در شهریورماه ۱۴۰۴ بود. با توجه به ماهیت تفسیری و اکتشافی پژوهش، نمونه‌گیری هدفمند بکار گرفته شد تا مشارکت‌کنندگانی تأمل‌گرا، دارای توانایی بیان تجارب درونی و انگیزه سفر فرهنگی انتخاب شوند. حجم نمونه بر اساس اصل اشباع نظری تعیین گردید و جمع‌آوری داده‌ها تا زمانی ادامه یافت که مصاحبه‌های جدید، مضمونی نوین ارائه ندادند. در نهایت، داده‌ها از طریق مصاحبه‌های عمیق با ۲۵ گردشگر که بشیوه ذکر شده انتخاب شده بودند، گردآوری شد (جدول ۳).

جدول ۳: ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و سفر مشارکت‌کنندگان (N=۲۵)

متغیر	دسته‌بندی	فراوانی (تعداد)	درصد (%)
جنسیت	مرد	۱۱	۴۴
	زن	۱۴	۵۶
گروه سنی	زیر ۲۵ سال	۳	۱۲
	۲۵-۳۵ سال	۱۰	۴۰
	۳۶-۵۰ سال	۹	۳۶
	بالای ۵۰ سال	۳	۱۲
ملیت	ایرانی	۱۶	۶۴
	غیرایرانی	۹	۳۶
هدف اصلی سفر	فرهنگی/فراغتی	۲۳	۹۲
	کاری/تجاری	۲	۸
	۱-۲ روز	۴	۱۶
مدت اقامت در یزد	۳-۷ روز	۱۹	۷۶
	بیش از ۷ روز	۲	۸

بگونه‌ی طراحی شد که با پرسشهایی توصیفی کلی درمورد سفر آغاز شده و بتدریج بسمت سؤالات عمیقتر و تأملی درباب احساسات، ادراکات و تحولات درونی مشارکت‌کنندگان حرکت کند تا بتواند لایه‌های مختلف تجربه را، از سطح حسی تا مراتب وجودی، مورد بررسی قرار دهد.

ابزار اصلی گردآوری داده‌ها در این پژوهش، مصاحبه عمیق نیمه‌ساختاریافته بود. این ابزار بدلیل انعطاف‌پذیری بالا، امکان کاوش در ابعاد پیش‌بینی‌نشده تجربه گردشگر را فراهم می‌آورد و به مصاحبه‌شونده اجازه می‌دهد روایت خود را با کمترین جهت‌دهی از سوی محقق، بیان کند (McLoughlin et al., 2023). پروتکل مصاحبه

جدول ۴: پروتکل مصاحبه نیمه ساخت یافته پژوهش

شماره سؤال	دسته بندی مضمونی و هدف سؤال (ارتباط با چارچوب نظری)	متن دقیق سؤال مصاحبه
۱	مقدماتی-زمینه سازی و ایجاد ارتباط	لطفاً خودتان را معرفی کنید (نام، سن، تحصیلات، حوزه تخصصی در گردشگری) و بفرمایید چه مدت است که با گردشگری یزد یا مقاصد تاریخی-فرهنگی سروکار دارید؟
۲	مقدماتی-انگیزه سفر و ورود	اولین تجربه تان از بافت تاریخی یزد چه زمانی و در چه شرایطی بود؟ چه چیزی شما را به این مقصد کشاند؟
۳	اصالت کالبدی و معماری (مرتبه نازل وجود-ادراک حسی عینی)	وقتی در کوچه های خشتی فهادان، میدان امیرچخماق یا باغ دولت آباد قدم میزنید، کدام عناصر کالبدی (مصالح خشت، بادگیرها، قنات و پایاب، کاربندیها، حیاط مرکزی و...) برایتان «اصیل» بنظر میرسد و چرا؟
۴	تمایز اصالت شیء-محور و اصالت ساخت-گرا	آیا تفاوتی بین بناهای مرمت شده و بناهایی که هنوز زندگی روزمره در آنها جریان دارد احساس میکنید؟ کدامیک برای شما اصالت بیشتری دارد؟
۵	اصالت فرهنگی-اجتماعی و روایی (مرتبه میانی وجود)	در تعامل با مردم محلی (صنعتگران، کسبه بازار، سالمندان، خانواده های ساکن)، کدام رفتارها، آداب، گویش، غذاها یا آیینها (نخل گردانی، جشن سده، مهمان نوازی، شیرینیهای سنتی) برایتان نماد اصالت یزدی بود؟
۶	اعتبار روایت های تاریخی و شفاهی	روایتها و داستانهای شفاهی که از راهنمایان یا ساکنان شنیدید تا چه حد برایتان معتبر و «واقعی» بود؟ آیا جایی احساس کردید روایتها بیش از حد توریستی یا ساختگی شده اند؟

کدام تجربه حسی (لمس خنکی بادگیر، بوی نان سنگک، صدای اذان در کوچه‌ها، سکوت کویر، طعم شیرینی سنتی، حس قدمت زیر پا) قویترین لحظه «بودن در اصالت» را برای شما ایجاد کرد؟	اصالت تجربی و حسی (ورود به مرتبه وجودی بدنمندی و چندحسی)	۷
آیا لحظه‌یی داشتید که احساس کنید از زندگی روزمره جدا شده‌اید و کاملاً «در لحظه» و «خودِ واقعیتان» هستید؟ آن لحظه کجا و در چه شرایطی رخ داد؟	اصالت وجودی (Existential Authenticity - حالت بودن)	۸
آیا در مسجد جامع، بقعه دوازده‌امام، آتشکده، باغ دولت‌آباد یا حتی سکوت یک حیاط خلوت، تجربه‌یی از آرامش عمیق، حس مقدس بودن مکان، وحدت با تاریخ یا نوعی شهود وجودی داشتید؟	اصالت معنوی و استعلایی (مراتب عالی وجودشهود و وحدت)	۹
اگر تجربه‌تان را بصورت یک سفر درونی تصور کنیم، از لحظه ورود تا خروج، تجربه اصالت چگونه عمیقتر شد یا تحول یافت؟ آیا میتوانید مراحل (حسی < عاطفی < تأملی < معنوی) را مشخص کنید؟	حرکت جوهری و تحول وجودی در سفر	۱۰
پس از بازگشت از یزد، تغییری در نگاهتان به زندگی روزمره، هویت شخصی یا رابطه‌تان با تاریخ و فرهنگ احساس خواهید کرد؟	سیر انفسی پس از سیر آفاقی - استکمالی بلندمدت	۱۱
کدام عوامل (تجاری‌سازی، کافه‌های مدرن، مرمت نادرست، حضور بیش از حد گردشگر، اینفلوئنسرها، فناوری AR/VR) بنظرتان اصالت یزد را تهدید میکند؟	چالشها و تهدیدهای اصالت (تجاری‌سازی، بازنمایی دیجیتال و...)	۱۲
بعنوان متخصص، چه راهکار عملی برای حفظ یا ارتقای اصالت وجودی و طراحی تجربه‌های تحول‌آفرین در یزد پیشنهاد میکنید؟	پیشنهادها کاربردی برای گردشگری متعالی	۱۳
آیا نکته یا تجربه مهمی هست که در سؤالات قبلی به آن نپرداخته باشیم؟	سؤال باز پایانی	۱۴
اگر بخواهید تجربه یزد را در یک جمله برای گردشگران آینده توصیف کنید، آن جمله چیست؟	جمله خلاصه‌کننده تجربه	۱۵

برای تحلیل داده‌های کیفی حاصل از مصاحبه‌های عمیق، این پژوهش از روش تحلیل مضمون بهره میبرد؛ رویکردی نظاممند و در عین حال انعطاف‌پذیر که برای شناسایی، تحلیل و گزارش الگوهای معنایی (مضامین) در داده‌های متنی بکار میرود (Abedi et al., 2023). فرایند تحلیل، مطابق با الگوی شش مرحله‌ی براون و کلارک (Braun & Clarke, 2006) که بطور گسترده در تحقیقات کیفی مورد استناد قرار میگیرد، بصورت دقیق و ساختاریافته به اجرا درآمد. این رویکرد نظاممند، تضمین‌کننده دقت و اعتبار فرایند تحلیلی است. گام نخست، شامل آشنایی عمیق با داده‌ها بود که از طریق پیاده‌سازی کامل و کلمه‌بکلمه مصاحبه‌های ضبط‌شده و سپس مطالعه مکرر متون بمنظور غوطه‌وری کامل در دنیای معنایی مشارکت‌کنندگان صورت گرفت.

در مرحله دوم، فرایند ایجاد کدهای اولیه بصورت خط‌بخط بر روی تمامی داده‌ها انجام شد. در این گام، هر ویژگی جالب و مرتبط با سؤالات پژوهش، از یک عبارت کوتاه تا یک پاراگراف کامل، بصورت یک کد مفهومی برچسب‌گذاری شد. این کدگذاری به شیوه‌های استقرائی و بدون تحمیل چارچوبهای از پیش تعیین‌شده انجام گرفت تا مفاهیم بتوانند بصورت نظاممند از دل داده‌ها ظهور یابند. پس از اتمام این مرحله، گام سوم، یعنی جستجوی مضامین پایه آغاز گردید. در این مرحله، کدهای اولیه بر اساس شباهتها و ارتباطهای معنایی،

دسته‌بندی و در قالب مضامین بالقوه و اولیه سازماندهی شدند. این فرایند بمثابه یک نقشه اولیه از الگوهای موجود در داده‌ها عملکرد (Park et al., 2021) (مرحله چهارم) شامل بازبینی و شکل‌گیری مضامین سازنده بود؛ یک گام حیاتی که در آن مضامین اولیه در دو سطح مورد ارزیابی قرار گرفتند: ابتدا در سطح کدهای استخراج‌شده برای حصول اطمینان از انسجام درونی هر مضمون، و سپس در سطح کل مجموعه داده برای تضمین تمایز و اعتبار مضامین نسبت به یکدیگر. این بازبینی مکرر منجر به پالایش، ادغام یا تفکیک مضامین اولیه شد.

مرحله پنجم به تعریف و نامگذاری نهایی مضامین اصلی اختصاص یافت. در این گام، برای هر مضمون نهایی، یک تعریف دقیق و جامع تدوین شد که جوهره و ماهیت آن را بوضوح بیان میکرد و مشخص میساخت که هر مضمون چه جنبه‌ی از پدیده مورد مطالعه را نمایندگی میکند (میرزائی و همکاران، ۱۴۰۴). در نهایت، مرحله ششم به تهیه گزارش نهایی اختصاص یافت که در آن، تحلیلها و یافته‌ها در قالب روایتی منسجم و تحلیلی، با استناد به نقل‌قولهای گویا از مشارکت‌کنندگان، ارائه گردید تا تصویری غنی و عمیق از تجربه اصالت وجودی ترسیم شود (Asadian Ardakani, 2025). این فرایند نظاممند، داده‌های پراکنده و خام را به یک شبکه معنایی منسجم از مضامین پایه، سازنده و فراگیر تبدیل کرد که شالوده بخش یافته‌های این پژوهش را تشکیل میدهد.

جدول ۵: مراحل ششگانه اجرای روش تحلیل مضمون بروش براون و کلارک (Braun & Clarke, 2006)

مرحله	عنوان مرحله	هدف و فعالیت کلیدی در پژوهش حاضر	ابزار و اقدامات عملی انجام شده
۱	آشنایی با داده‌ها	غوطه‌وری کامل در داده‌ها برای دستیابی به درک عمیق و پدیدارشناختی از تجربه زیسته مشارکت‌کنندگان.	پیاده‌سازی دقیق ۲۵ مصاحبه (کل ۱۵۵۰ دقیقه صوت)، مطالعه مکرر (حداقل ۳ بار)، یادداشت‌برداری اولیه، گوش دادن همزمان با متن.
۲	ایجاد کدهای اولیه	شناسایی و برچسب‌گذاری نظاممند تمام بخشهای معنادار داده‌ها با حفظ اصالت بیان مشارکت‌کنندگان.	کدگذاری باز در نرم‌افزار MAXQDA 2024؛ تولید ۱۰۸۷ کد اولیه (میانگین ۴۳ کد به‌ازای هر مصاحبه).
۳	جستجوی مضامین پایه	تجمیع کدهای مشابه و مرتبط برای شکلدهی به مضامین اولیه و پایه.	گروه‌بندی کدها در ۴۲ مضمون پایه؛ استفاده از نقشه ذهنی و جدول کد-مضمون.
۴	بازبینی مضامین	پالایش مضامین در دو سطح: انسجام درون مضمونی و پوشش کل داده‌ها؛ حذف یا ادغام مضامین ضعیف	دو دور بازبینی توسط پژوهشگر اصلی و یک کدگذار مستقل؛ محاسبه ضریب توافق بین کدگذارها ($\kappa = 0.89$)
۵	تعریف و نامگذاری مضامین	تدوین تعریف دقیق، دامنه معنایی و نامگذاری نهایی هر مضمون با انطباق بر چارچوب ملاصدرا (تشکیک وجود و حرکت جوهری).	نگارش تعریف یک پاراگراف برای هر مضمون؛ تطبیق با مراتب وجود (نازل → عالیه) و مراحل حرکت جوهری.
۶	تهیه گزارش نهایی	ارائه روایت علمی منسجم، مستند با نقل‌قولهای اصیل و پیوند با چارچوب نظری ملاصدرا.	انتخاب نقل‌قولهای نماینده برای هر مضمون، نگارش بخش یافته‌ها و بحث، تهیه جداول ۴، ۵ و ۱۲.

بمنظور تضمین استحکام و دقت یافته‌ها در این پژوهش کیفی، از معیارهای اعتبارسنجی متناسب با پارادایم تفسیری، بویژه قابلیت اعتبار و تأییدپذیری، بهره گرفته شده است. این معیارها که در تقابل با سنج‌های کمی روایی و پایایی قرار میگیرند، بر صحت و قابل اعتماد بودن تفاسیر در بستر تجربه زیسته مشارکت‌کنندگان تمرکزند. برای تحقق این امر، از استراتژی «مثلث‌سازی» (Triangulation) در دو سطح نظری و روش‌شناختی استفاده شد. در سطح روش‌شناختی، داده‌های حاصل از مصاحبه‌های عمیق با مشاهدات میدانی و یادداشتهای پژوهشگر تلفیق گردید تا درکی جامع‌تر از پدیده حاصل شود. در سطح نظری، مفاهیم کلیدی حکمت متعالیه، نظیر تشکیک وجود و حرکت جوهری، بصورت متکثر برای تحلیل ابعاد مختلف داده‌ها بکار گرفته شدند تا از تقلیل‌گرایی مفهومی پرهیز شود.

در کنار اعتبارسنجی، رعایت دقیق اصول اخلاقی بعنوان ستون فقرات پژوهش مورد توجه قرار گرفت. با اذعان به اینکه تحقیقات کیفی عمیقاً با تجارب شخصی و درونی افراد سروکار دارد، تمامی ملاحظات اخلاقی برای حفاظت از

مشارکت‌کنندگان بکار بسته شد. پیش از آغاز هر مصاحبه، اهداف پژوهش، ماهیت پرسشها و نحوه استفاده از داده‌ها بطور کامل برای هر شرکت‌کننده تشریح و «رضایت آگاهانه» از آنها اخذ گردید. اصل «محرمانگی» نیز با اختصاص کدهای شناسایی به هر مشارکت‌کننده و حذف هرگونه اطلاعات هویتی از متن مصاحبه‌های پیاده شده، بطور کامل رعایت شد تا هویت افراد در تمامی مراحل تحقیق و انتشار نتایج محفوظ بماند.

یافته‌ها و تحلیل نتایج

تحلیل داده‌های کیفی حاصل از مصاحبه‌های عمیق با گردشگران، به ظهور یک شبکه معنایی منسجم و چندلایه منجر شد که ماهیت اصالت وجودی را در تجربه بافت تاریخی یزد آشکار میسازد. این تحلیل که بر اساس رویه‌های نظاممند تحلیل مضمون انجام شد، داده‌های خام و پراکنده را در سه سطح سلسله‌مراتبی از انتزاع سازماندهی نمود: مضامین پایه که بطور مستقیم از داده‌ها استخراج شده‌اند؛ مضامین سازنده که از تجمیع و دسته‌بندی مضامین پایه شکل گرفته‌اند؛ و سرانجام، مضامین فراگیر که جوهره انتزاعی کل تجربه را دربرمیگیرند

(محبوب و همکاران، ۱۴۰۱؛ رحمتی و همکاران، ۱۴۰۴). این شبکه مضامین نه تنها الگوهای مکرر در تجارب مشارکت‌کنندگان را بتصویر میکشد، بلکه چگونگی تبدیل ادراکات اولیه و حسی به فهم عمیق و تحول وجودی را نیز پیگیری میکند.

در نازلترین سطح تحلیل، مجموعه‌یی از مضامین پایه شناسایی شدند که بمثابة سنگ بناهای تجربه عمل میکنند. مفاهیمی چون ادراک زیبایی‌شناختی، آرامش و سکوت، حس قدمت و تاریخ، گرما و صمیمیت مردم و کنجکاوی و یادگیری بکرات در روایتهای مشارکت‌کنندگان تکرار شدند. این کدهای اولیه، بازتاب‌دهنده واکنشهای مستقیم و بیواسطه گردشگران به محیط فیزیکی، اجتماعی و فرهنگی یزد هستند. بعنوان مثال، یکی از مشارکت‌کنندگان در توصیف تجربه خود بیان داشت: «وقتی توی کوچه‌های آشتی‌کنان راه میرفتم، یک سکوت خاصی بود که با صدای باد میپیچید. حس میکردی زمان ایستاده. این فقط دیدن یک دیوار کاهگلی نبود، یک حس آرامش عمیق بود».

این نقل‌قول بخوبی نشان‌دهنده درهم‌تنیدگی ادراک حسی با یک حالت عاطفی عمیق است. این مضامین پایه سپس در قالب پنج مضمون سازنده و میانی دسته‌بندی شدند که هر یک، یکی از ابعاد کلیدی تجربه اصالت را نمایندگی میکنند. مضمون «تجربه حسی-بدنمند» بر درگیری فیزیکی و چندحسی با فضا تأکید دارد؛ امری که در ادبیات گردشگری بعنوان پایه‌یی برای شکل‌گیری تجربیات معنا دار شناخته شده است (Pan et al., 2025). مضمون «درک تاریخی و روایی» به فرایندهای شناختی و معناسازی گردشگر از طریق اتصال به گذشته اشاره دارد (Asadian Ardakani, 2025). «تعامل اجتماعی و فرهنگی» نقش ارتباطات انسانی در ایجاد حس تعلق و اصالت را برجسته میسازد. «تأمل درون‌نگرانه» به لحظاتی میپردازد که سفر بیرونی به یک کاوش درونی تبدیل میشود (Knobloch et al., 2017). و در نهایت، «تجربه معنوی و استعلایی» به اوج تجربه اشاره دارد، جایی که گردشگر حسی از وحدت و فراروی از خود را تجربه میکند.

جدول ۶: شبکه مضامین تجربه اصالت وجودی در بافت تاریخی یزد

مضامین فراگیر	مضامین سازنده	مضامین پایه
الف) سیر در مراتب وجود	۱. تجربه حسی بدنمند	ادراک زیبایی شناختی، لمس بافتهای خشتی و کاهگلی، شنیدن صداهای محیطی (باد، آب، اذان)، احساس خنکی بادگیر و سایه بانها.
	۲. درک تاریخی و روایی	حس قدمت و پیوستگی تاریخی، شنیدن روایت‌های شفاهی، درک حکمت معماری کویری، بازدید از موزه‌ها و کارگاه‌های سنتی.
ب) تحول جوهری تجربه	۳. تعامل اجتماعی و فرهنگی	تعامل با مردم محلی، تجربه مهمان‌نوازی، مشاهده زندگی روزمره، گفتگو با صنعتگران و ساکنان بافت تاریخی.
	۴. تأمل درون‌نگرانه	احساس آرامش و سکوت عمیق، تفکر درباره هویت خویش، مقایسه زندگی مدرن و سنتی، حس رهایی از روزمرگی.
	۵. تجربه معنوی و استعلایی	حس شگفتی و عظمت، احساس حضور در مکانی مقدس یا بیزمان، تجربه وحدت با تاریخ و اجداد، لحظه‌های شهودی «بودن اصیل».

در بالاترین سطح انتزاع، این پنج مضمون سازنده به دو مضمون فراگیر و کلان منتهی شدند که بطور مستقیم با چارچوب نظری حکمت متعالیه پیوند میخورند. مضمون فراگیر نخست، «سیر در مراتب وجود»، نشان میدهد که تجربه گردشگر یک پدیده تک ساحتی نیست، بلکه طیفی از مراتب را از سطح محسوس و مادی تا عمیقترین لایه‌های معنوی و شهودی دربرمیگیرد. همانطور که یکی از مصاحبه‌شوندگان اشاره کرد: «اولش فقط خانه‌های قشنگ و کوچه‌های عجیب رو میدیدم. کم‌کم داستانشون رو شنیدم و فهمیدم این معماری برای چی اینجوریه. آخر سر، یک شب توی حیاط یک خانه قدیمی، حس کردم جزئی از اون تاریخ شدم. دیگه فقط یک

گردشگر ناآگاه نبودم». این روایت، حرکت از مرتبه حسی (تجربه حسی بدنمند) به مرتبه عقلی (درک تاریخی) و درنهایت به مرتبه شهودی (تجربه استعلایی) را بزبانی بتصویر میکشد. مضمون فراگیر دوم، «تحول جوهری تجربه»، بر ماهیت پویا و فرایندی سفر تأکید دارد. تجربه اصالت یک رویداد آنی نیست، بلکه یک «شدن» و دگرگونی تدریجی است که در آن، خود گردشگر در تعامل با مقصد، دستخوش تحول میشود (Bellato et al., 2023). این تحول از طریق تعاملات اجتماعی و تأملات درونی پالایش می‌یابد و فرد را از یک مشاهده‌گر منفعل به یک مشارکت‌کننده فعال در فرایند معناسازی تبدیل میکند.

تحلیل یافته‌ها نشان می‌دهد که فرایند دستیابی به اصالت وجودی، تجربه‌ی یکسان و همگن نیست، بلکه بشدت تحت تأثیر پس‌زمینه‌های فردی و فرهنگی گردشگران قرار دارد. این تفاوتها بمتابه فیلترهای ادراکی عمل میکنند که نحوه‌ی تعامل، تفسیر و در آخر عمق تجربه را شکل می‌دهند. بطور مشخص، تمایز معناداری میان تجربه‌ی گردشگران داخلی (ایرانی) و بین‌المللی در مواجهه با بافت تاریخی یزد مشاهده میشود. گردشگران داخلی اغلب با یک پیش‌فهم فرهنگی و تاریخی به مقصد وارد میشوند که این امر، ادراک آنها از اصالت را با مفاهیمی چون هویت ملی، خاطره‌ی جمعی و نوستالژی پیوند میزند (ذوالفقاری و همکاران، ۱۴۰۱). برای این گروه، اصالت نه یک کشف جدید، بلکه بازیابی و اتصال مجدد به ریشه‌های فرهنگی است؛ تعامل آنها با فضا میتواند بمتابه یک گفتگوی درونی با گذشته‌ی خودشان باشد.

در مقابل، گردشگران بین‌المللی که اغلب فاقد این پیوندهای از پیش موجود هستند، با حساسیتی بیشتر به جنبه‌های زیبایی‌شناختی، تفاوت‌های فرهنگی و عناصر بدیع و نوظهور واکنش نشان میدهند (Zhou et al., 2023). تجربه‌ی آنها بیشتر ماهیتی اکتشافی دارد و درکشان از اصالت ممکن است تحت تأثیر تصورات پیشینی شکل‌گرفته از راهنماهای سفر یا روایت‌های رسانه‌ی باشد (De Falco & Corbino, 2023). این تفاوت در انتظارات و چارچوب‌های ادراکی‌ی که در مطالعات دیگر نیز میان گردشگران داخلی

و بین‌المللی مشاهده شده است، بر اهمیت ویژگی‌های مقصد برای هر گروه تأثیر می‌گذارد (Dihingia et al., 2022).

نقش دانش پیشین و سرمایه‌ی فرهنگی بعنوان یک عامل مؤثر کلیدی در این میان برجسته میشود. همانطور که در جدول زیر نشان داده شده است، این دو گروه از گردشگران از چارچوب‌های تفسیری متفاوتی برای معنابخشی به تجربه‌ی خود بهره می‌برند. دانش پیشین نه تنها بر انتظارات اولیه، بلکه بر ظرفیت فرد برای یادگیری و رشد فکری در طول سفر نیز تأثیر مستقیم دارد (Falk et al., 2012). گردشگری که با تاریخ معماری اسلامی-ایرانی آشنایی دارد، در مواجهه با مسجد جامع یزد به درکی عمیقتر از حکمت و هنر نهفته در آن نایل می‌آید، درحالی‌که برای یک بازدیدکننده‌ی ناآشنا، این تجربه ممکن است در سطح تحسین زیبایی‌شناختی باقی بماند. این امر تأیید میکند که تجربه‌ی گردشگری یک دریافت منفعلانه نیست، بلکه فرایندی فعال از ساخت معناست که در آن، گردشگر با تمام دانش، خاطره‌ها و پیش‌فرض‌های خود وارد مقصد میشود (Cutler & Carmichael, 2010). در نهایت، این تفاوت‌های فردی و فرهنگی، که عواملی چون شخصیت و حالات روانی نیز بر آن مؤثرند (Knobloch et al., 2017)، تعیین میکنند که هر گردشگر تا چه میزان میتواند از مراتب سطحی و حسی تجربه فراتر رفته و به لایه‌های عمیقتر وجودی و استعلایی دست یابد.

جدول ۷: چارچوب تحلیلی تفاوت‌های ادراکی و تجربی میان گردشگران داخلی و گردشگران بین‌المللی در بافت تاریخی یزد

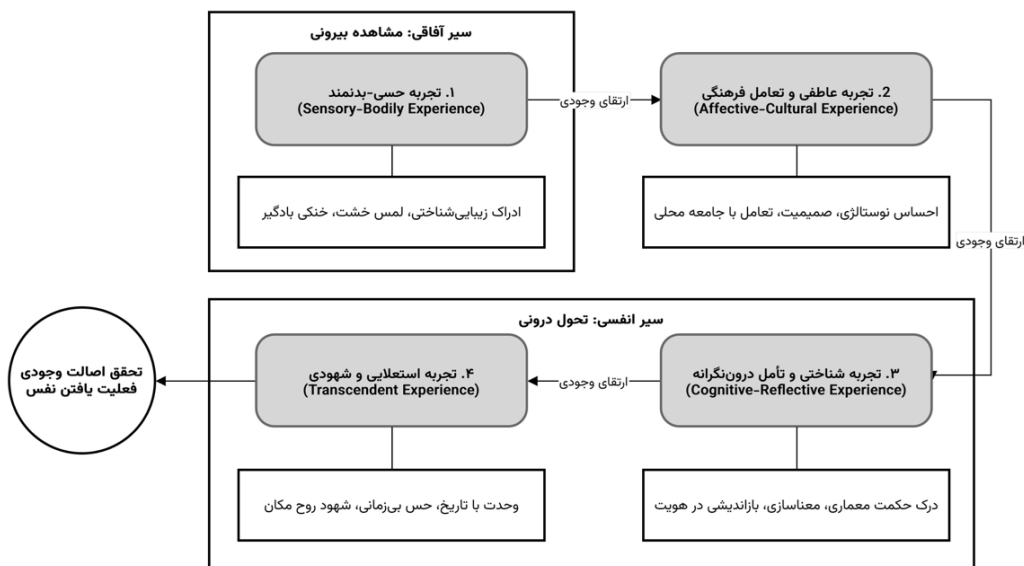
بُعد تحلیلی	گردشگران داخلی	گردشگران بین‌المللی
چارچوب فرهنگی و هویتی	مبتنی بر هویت مشترک ملی-مذهبی، خاطرهٔ جمعی، نوستالژی اجدادی و پیوند عاطفی عمیق با میراث (حس «مال من است»).	مبتنی بر کنجکاوای فرهنگی، جستجوی تفاوت، شگفتی از «جهان متفاوت» و تجربهٔ اعجاب‌انگیز
منبع دانش پیشینی	دانش ضمنی خانوادگی، آموزش رسمی تاریخ ایران، روایت‌های شفاهی خانوادگی، رسانه ملی و مذهبی.	راهنمایان سفر (Lonely Planet, TripAdvisor)، مستندهای خارجی، اینستاگرام، تحصیلات دانشگاهی در حوزهٔ مطالعات خاورمیانه
کانون توجه اصلی در تجربه	معانی نمادین، پیوند وجودی با تاریخ خودی، حس تعلق عمیق، «تأیید هویت تاریخی خویش»، حس بازگشت به ریشه	زیبایشناسی بصری، تفاوت‌های آشکار فرهنگی، شگفتی از معماری کویری، عکاسی، تجربهٔ «کشف» و شهود
ماهیت اصالت جستجو شده	اصالت تأییدی: تأیید و تقویت هویت پیشین؛ «این همان چیزی است که در کتاب تاریخ خوانده بودم و حالا لمسش میکنم».	اصالت اکتشافی: کشف اصالت جدید؛ «نمیدانستم ایرانیها اینقدر مهمان‌نوازند» یا «این بادگیرها جادو بینند».
سطح غالب تجربهٔ اصالت وجودی	اصالت وجودی-استعلایی: حرکت سریعتر بمراتب شهودی و وحدت با تاریخ (بویژه در مکانهای مذهبی و آیینی).	اصالت وجودی-حسی و عاطفی: توقف طولانیتر در لایه‌های حسی و عاطفی؛ کمتر به شهود استعلایی میرسند.
مدت زمان لازم برای تحول جوهری	کوتاهتر	طولانیتر و احتمالی.
نمونهٔ نقل قول نماینده	«وقتی در بقعهٔ دوازده امام نشستم، احساس کردم اجدادم نیز در همینجا در تاریخ حضور داشتند؛ اینجا خانهٔ من است» (مشارکت‌کنندهٔ ایرانی).	«من فقط میخواستم بادگیر و کویر ببینم... ولی این سکوت و مهمان‌نوازی مردم واقعاً من را شوکه کرد» (گردشگر اروپایی).

بحث و نتیجه گیری

الگوی نهایی پژوهش بر اساس یافته‌ها و با اتکا به مفهوم تشکیک وجود در فلسفه ملاصدرا، تجربه گردشگری در بافتهای تاریخی مانند یزد را فرایندی واحد اما دارای شدت و ضعف معرفی میکند که از چهار مرتبه طولی تشکیل شده است؛ بر خلاف الگوهای رایج گردشگری که مؤلفه‌هایی چون ابعاد حسی، عاطفی و شناختی را بصورت مقولاتی همعرض و گسسته در نظر میگیرند (Packer & Ballantyne, 2016; Pharino et al., 2018). این ساختار لایه‌یی که فراتر از مصرف بصری فضا عمل میکند (Akgün et al., 2020; Zhou et al., 2023)، از سطح نازل ادراک حسی-بدنمند (مطابق با عالم ماده و مواجهه با کالبد مقصد) آغاز شده و بسمت مراتب عالیتر گسترش می‌یابد. مرتبه دوم، تجربه عاطفی و تعامل فرهنگی است که در آن، ادراکات حسی به برانگیختن احساساتی نظیر

نوستالژی و صمیمیت منجر میشود (مطابق با عالم مثال/خیال). در مرتبه سوم، تجربه شناختی و تأمل درون‌نگرانه قرار دارد که شامل درک حکمت معماری، معناسازی فعال و بازانديشی در هویت فردی است (مطابق با عالم عقل). در نهایت، عالیترین مرتبه، تجربه استعلایی و شهودی است که در آن، نوعی وحدت وجودی با تاریخ و «روح مکان» بصورت شهودی حاصل شده و اصالت وجودی تحقق می‌یابد (اسماعیلی، ۱۴۰۲). این رویکرد هستی‌شناختی نشان میدهد که اصالت نه در کالبد ثابت (اصالت عینی)، بلکه در وجود متحول شونده گردشگر (اصالت وجودی) محقق میگردد و زمینه را برای دستیابی به مراتب کاملتر وجودی فراهم میسازد (Camilleri & Valeri, 2022)؛ امری که با اهداف «گردشگری تحول‌آفرین» همراستاست. بنابراین، هر مرتبه عالیتر، کمالات مراتب نازلتر را بنحوی کاملتر در خود دارد و تجربه را از سطح ظواهر کاملتر در خود برده و عمق میبخشد. (Pharino et al., 2018)

شکل ۱. الگوی نهایی سیر تحولی حرکت جوهری در گردشگری بافت تاریخی



پویایی و گذار پویا میان مراتب تجربه، از طریق اصل حرکت جوهری در حکمت متعالیه تبیین میشود. تجربه گردشگر یک حالت ثابت و منجمد نیست، بلکه فرایند «شدن» مداوم است که در آن، جوهر نفس گردشگر در تعامل فعال با اصالت مقصد، دستخوش استکمال و تحول ذاتی از قوه به فعل میگردد (Manfreda et al., 2023). این حرکت نه یک تغییر عرضی در حالات مانند رضایت لحظه‌یی- (Adam, 2021)، بلکه یک دگرگونی جوهری است که فرد را بسوی فعلیت یافتن مرتبه‌یی شدیدتر از «بودن» سوق میدهد (Garner et al., 2022). این تبیین متافیزیکی، خلأ موجود در پارادایمهای معاصر «گردشگری تحول‌گرا» و «گردشگری احیاگر» (Dredge, 2022) را پر میکند؛ زیرا این رویکردها عموماً در سطح توصیف روان‌شناختی تحولات فردی باقیمانده و فاقد مبنای هستی‌شناختی برای تبیین چگونگی وقوع این دگرگونی هستند. از منظر صدرایی، نوآوری اصلی در این پژوهش نهفته است که اصالت وجودی را نه بعنوان یک احساس سوژکتیو-مانند احساس «خود واقعی بودن» در اگزیستانسیالیسم غربی- (Cutler & Carmichael, 2010)، بلکه بمثابة یک «تحقق» هستی‌شناختی تفسیر میکند: یعنی نیل به مرتبه‌یی عالیتر از وجود. در این اوج، گردشگر به شهود وحدت میان نفس خود و حقیقت جاری در مکان دست می‌یابد (Björk et al., 2021; Kim & Jeong, 2025). این

چارچوب با بازتعریف ماهیت اصالت، افقهای جدید برای طراحی و مدیریت تجارب گردشگری میگشاید که هدف نهایی آنها، نه صرفاً مصرف فضا، بلکه استکمال وجودی انسان است (Inskoop, 1991; Timothy, 2018).

پیشنهادهای عملیاتی این پژوهش را میتوان به این صورت برشمرد. برای تصمیم‌گیرندگان مقاصد تاریخی، توصیه میشود از طراحی تجارب تک‌بعدی و متمرکز بر مصرف بصری فضا، بسمت خلق «مسیرهای تجربه چندلایه‌یی» حرکت کنند. این امر مستلزم توانمندسازی تأسیسات و منابع انسانی در صنعت گردشگری است تا بتوانند خدماتی متناسب با نیازهای عمیقتر گردشگران ارائه دهند. بجای ارائه صرف اطلاعات تاریخی، میتوان با طراحی فعالیتهایی نظیر کارگاههای تعاملی با صنعتگران محلی، برگزاری رویدادهای فرهنگی مبتنی بر روایت‌های بومی، و ایجاد فضاهایی برای سکوت و تأمل در بطن بافت تاریخی، زمینه را برای حرکت گردشگر از مرتبه حسی بمراتب عاطفی، شناختی و در نهایت وجودی فراهم آورد. این رویکرد، نیازمند آموزش راهنمایان تور بعنوان «تسهیلگران تجربه» است تا بتوانند بجای انتقال صرف داده‌ها، به برانگیختن حس کنجکاوی و معناسازی شخصی در بازدیدکنندگان کمک کنند. در سطح سیاستگذاری، ضرورت گذار از شاخصهای صرفاً کمی (مانند تعداد گردشگران و درآمدزایی) بسوی ارزیابیهای کیفی که «تأثیر تحول‌آفرین» سفر را میسنجند، احساس میشود.

سیاستگذاران و نهادهای دولتی میتوانند با تدوین قوانین حمایتی و ایجاد ردیفهای اعتباری، از کسب و کارهایی که بجای گردشگری انبوه، بر ارائه تجارب عمیق و پایدار فرهنگی متمرکز هستند، حمایت کنند (ذوالفقاری و همکاران، ۱۴۰۱).

با این حال، اذعان به محدودیتهای تحقیق حاضر برای ترسیم مسیر پژوهشهای آتی ضروری است. نخست، این مطالعه بلحاظ روش شناختی، یک پژوهش کیفی و مبتنی بر بافت تاریخی-مذهبی شهر یزد است؛ بنابراین، قابلیت تعمیم آماری یافته‌های آن باید با احتیاط صورت پذیرد. دوم، ماهیت عمیقاً تفسیری پژوهش که در آن، یک چارچوب متافیزیکی پیچیده بر داده‌های پدیدارشناسانه تطبیق داده شده، بطور بالقوه تحت تأثیر پیشفرضهای نظری مشارکت‌کنندگان قرار دارد. سوم، تمرکز انحصاری بر تجربه گردشگران به آن معناست که دیدگاه جامعه محلی و مدیران مقصد در فرایند برساختن و ارائه اصالت، مورد واکاوی قرار نگرفته است.

منابع

اسماعیلی، معصومه (۱۴۰۲) «استلزامات بیان غیاث‌الدین منصور دشتکی با اصالت وجود ملاصدرا»، حکمت صدرایی، سال ۱۱، شماره ۲، ص ۲۹-۴۰

<https://doi.org/10.30473/pms.2023.10210>
ذوالفقاری طهرانی، مهدیه؛ مهدوی نژاد، محمدجواد؛ منصور، بهروز؛ انصاری، مجتبی (۱۴۰۱) «توسعه زیست‌سازگار در جغرافیای دارای

میراث طبیعی؛ نمونه مطالعاتی: روستای گردشگری ایبانه»، پژوهش‌های جغرافیای انسانی، شماره ۱۲۰، ص ۴۹۸-۴۷۹؛

<https://doi.org/10.22059/jhgr.2021.311420.1008187>

رحمتی، عابدین؛ زارعی، عظیم؛ فیض، داود (۱۴۰۴) «تأثیر مسکات بر رفتار مصرف‌کننده»، کاوشهای

مدیریت بازرگانی، شماره ۳۹، ص ۱۷۷-۱۵۹؛

<https://doi.org/10.22034/jbar.2025.22141.4478>

زین‌العابدین، مسعود؛ صلواتی، عبدالله (۱۴۰۴) «اصالت شبکه باور-عاطفه بر پایه آراء ملاصدرا»،

حکمت صدرایی، سال ۱۳، شماره ۲، ص ۸۰-۶۷؛

<https://doi.org/10.30473/pms.2025.73785.2126>

فروغی، روح‌الله؛ عابدی، احمد؛ اله‌بدشتی، علی (۱۴۰۲) «رویکرد ملاصدرا به تأویل»، پژوهشنامه

امامیه، شماره ۱۷، ص ۲۶۰-۲۳۳؛

<https://doi.org/10.22034/jis.2022.304946.1706>

محبوب، شمیلا؛ احمدی شریف، محمود؛ نعمتی‌زاده، سینا (۱۴۰۱) «ارائه مدل شناختی رفتار مصرف‌کننده

در محصولات لوازم خانگی مشابه اصل»، مدیریت

پویا و تحلیل کسب‌وکار، سال ۴، شماره ۳؛

<https://www.dmbaj.com/index.php/dmba/article/view/225>

محمدی، بهزاد (۱۴۰۲) «ملاصدرا و مسئله خلود در عذاب (رد تناقض وارد شده بر دیدگاه

ملاصدرا)»، حکمت صدرایی، سال ۱۲، شماره ۱،

ص ۱۵۸-۱۴۷؛

<https://doi.org/10.30473/pms.2023.68441.2031>

میرزایی، فاطمه؛ ضرغام‌بروجنی، حمید؛ عسکری، فرید؛ معافی مدنی، سیدمهدی (۱۴۰۴) «طراحی و اعتبارسنجی الگوی بازاریابی مقصد

گردشگری مبتنی بر فناوری‌های الکترونیک نوین»، گردشگری و اوقات فراغت، شماره ۱۹،

ص ۴۷-۲۳؛

<https://doi.org/10.22133/tlj.2025.478266.1209>

- Abedi, S., Ansari, M., Haghghatbin, M., & Mansouri, S. A. (2023). Comprehensive classification and categorization of Qanat features: An interdisciplinary exploration using landscape infrastructure concept and semi-systematic review. *Environmental systems research*, 12(1), 35.
<https://doi.org/10.1186/s40068-023-00318-3>
- Adam, I. (2021). Negative tourist-to-tourist interactions, value destruction, satisfaction, and post consumption behavioral intention. *Journal of destination marketing & management*, 20, 100557.
<https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100557>
- Akgün, A. E., Senturk, H. A., Keskin, H., & Onal, I. (2020). The relationships among nostalgic emotion, destination images and tourist behaviors: An empirical study of Istanbul. *Journal of destination marketing & management*, 16, 100355.
<https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2019.03.009>
- Aksenova, D., Cai, W., & Gebbels, M. (2022). Multisensory prosumption: How cooking classes shape perceptions of destinations. *International journal of contemporary hospitality management*, 34(9), 3417–3439.
<https://doi.org/10.1108/IJCHM-09-2021-1117>
- Asadian Ardakani, F. (2025). Qanat tourism development: A content analysis approach. *Geoconservation Research*, 8(1).
<https://doi.org/10.57647/J.GCR.2025.0801.04>
- Belhassen, Y., & Caton, K. (2009). Advancing understandings: A linguistic approach to tourism epistemology. *Annals of Tourism Research*, 36(2), 335–352.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2009.01.006>
- Bellato, L., Frantzeskaki, N., & Nygaard, C. A. (2023). Regenerative tourism: A conceptual framework leveraging theory and practice. *Tourism geographies*, 25(4), 1026–1046.
<https://doi.org/10.1080/14616688.2022.2044376>
- Björk, P., Prebensen, N., Rääkkönen, J., & Sundbo, J. (2021). 20 years of Nordic tourism experience research: A review and future research agenda. *Scandinavian journal of hospitality and tourism*, 21(1), 26–36.
<https://doi.org/10.1080/15022250.2020.1857302>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*, 3(2), 77–101.
<https://doi.org/10.1191/1478088706qp0630a>
- Camilleri, M. A., & Valeri, M. (2022). Thriving family businesses in tourism and hospitality: A systematic review and a synthesis of the relevant literature. *Journal of family business management*, 12(3), 555–576.
<https://doi.org/10.1108/JFBM-10-2021-0133>
- Cohen, J. (2013). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9780203771587>
- Correia, A., Kozak, M., & Ferradeira, J. (2013). From tourist motivations to tourist satisfaction. *International journal of culture, tourism and hospitality research*, 7(4), 411–424.
<https://doi.org/10.1108/IJCTHR-05-2012-0022>
- Cutler, S. Q., & Carmichael, B. A. (2010). Chapter 1. The dimensions of the tourist experience. In M. Morgan, P. Lugosi, & J. R. B. Ritchie (Eds.), *The tourism and leisure experience*. (pp. 3–26) Multilingual Matters.
<https://doi.org/10.21832/9781845411503-004>
- De Falco, S., & Corbino, A. (2023). Naples and tourism: Conflicts of a dream realised?

- Analysis of a fast-changing urban landscape. *AIMS geosciences*, 9(4), 754–768.
<https://doi.org/10.3934/geosci.2023040>
- Dihingia, S., Gjerde, M., & Vale, B. (2022). Walking tourist: Review of research to date. *Journal of urban planning and development*, 148(2), 04022017.
[https://doi.org/10.1061/\(ASCE\)UP.1943-5444.0000829](https://doi.org/10.1061/(ASCE)UP.1943-5444.0000829)
- Dredge, D. (2022). Regenerative tourism: Transforming mindsets, systems and practices. *Journal of tourism futures*, 8(3), 269–281.
<https://doi.org/10.1108/JTF-01-2022-0015>
- Falk, J. H., Ballantyne, R., Packer, J., & Benckendorff, P. (2012). Travel and learning: A neglected tourism research area. *Annals of tourism research*, 39(2), 908–927.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.11.016>
- Fang, D., Zhao, Z., & Xiong, C. (2024). What leads to an immersive night tourism experience? The relevance of multi-sensory stimuli, emotional involvement, and delight. *Asia pacific journal of tourism research*, 29(1), 31–46.
<https://doi.org/10.1080/10941665.2024.2308853>
- Garner, B., Thornton, C., Luo Pawluk, A., Mora Cortez, R., Johnston, W., & Ayala, C. (2022). Utilizing text-mining to explore consumer happiness within tourism destinations. *Journal of business research*, 139, 1366–1377.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.08.025>
- Ilieva, G., Yankova, T., & Klisarova-Belcheva, S. (2024). Effects of generative AI in tourism industry. *Information*, 15(11), 671.
<https://doi.org/10.3390/info15110671>
- Iloranta, R., & Komppula, R. (2022). Service providers' perspective on the luxury tourist experience as a product. *Scandinavian journal of hospitality and tourism*, 22(1), 39–57.
<https://doi.org/10.1080/15022250.2021.1946845>
- Inskeep, E. (1991). *Tourism planning: An integrated and sustainable development approach*. J. Wiley.
- Kim, H., & Jamal, T. (2007). Touristic quest for existential authenticity. *Annals of tourism research*, 34(1), 181–201.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2006.07.009>
- Kim, M. J., & Hall, Michael C. (2023). Is tourist walkability and well-being different? *Current Issues in Tourism*, 26(2), 171–176.
<https://doi.org/10.1080/13683500.2021.2017409>
- Kim, S.-I., & Jeong, C. (2025). Influence of perceived restorativeness on recovery experience and satisfaction with walking tourism: A multiple-group analysis of daily hassles and the types of walking tourist attractions. *Land*, 14(2), 266.
<https://doi.org/10.3390/land14020266>
- Knobloch, U., Robertson, K., & Aitken, R. (2017). Experience, emotion, and eudaimonia: A consideration of tourist experiences and well-being. *Journal of travel research*, 56(5), 651–662.
<https://doi.org/10.1177/0047287516650937>
- Li, S., Zhang, P., & Wood, E. (2024). Familiarity and novelty in aesthetic appreciation: The case of intangible cultural heritage in China. *Annals of tourism research*, 105, 103696.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2023.103696>
- MacCannell, D. (1973). Staged authenticity: Arrangements of social space in tourist settings. *American journal of sociology*, 79(3), 589–603.
<https://doi.org/10.1086/225585>
- Manfreda, A., Presbury, R., Richardson, S., Melissen, F., & King, J. (2023). Walking the

- talk: A high engagement research implementation framework in the qualitative study of tourism and hospitality experiences. *Tourism management perspectives*, 48, 101142.
<https://doi.org/10.1016/j.tmp.2023.101142>
- Matteucci, X. (2013). Photo elicitation: Exploring tourist experiences with researcher-found images. *Tourism management*, 35, 190–197.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.07.002>
- McLoughlin, E., Maguire, K., & Hanrahan, J. (2023). Barriers to evidence-based sustainable planning for tourism: Perspectives from Ireland's local authorities. *Sustainability*, 15(23), 16274.
<https://doi.org/10.3390/su152316274>
- Nicoletta, R., & Servidio, R. (2012). Tourists' opinions and their selection of tourism destination images: An affective and motivational evaluation. *Tourism management perspectives*, 4, 19–27.
<https://doi.org/10.1016/j.tmp.2012.04.004>
- Ning, W. (2017). Rethinking authenticity in tourism experience. *The political nature of cultural heritage and tourism*, (pp. 469–490). Routledge.
<https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781315237749-27/rethinking-authenticity-tourism-experience-wang-ning>
- Packer, J., & Ballantyne, R. (2016). Conceptualizing the visitor experience: A review of literature and development of a multifaceted model. *Visitor Studies*, 19(2), 128–143.
<https://doi.org/10.1080/10645578.2016.1144023>
- Pan, Q., Zhang, Q., Tian, J., Zhang, J., & Chen, Q. (2025). Embodied Multisensory Gastronomic Experience and sustainable destination appeal: A grounded theory approach. *Sustainability*, 17(16), 7296.
<https://doi.org/10.3390/su17167296>
- Pan, Y., Froese, F., Liu, N., Hu, Y., & Ye, M. (2023). The adoption of artificial intelligence in employee recruitment: The influence of contextual factors. *Artificial intelligence and international HRM*, (pp. 60–82). Routledge.
<https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781003377085-3/>
- Park, H., Ahn, D., Hosanagar, K., & Lee, J. (2021). Human-AI interaction in human resource management: Understanding why employees resist algorithmic evaluation at workplaces and how to mitigate burdens. *Proceedings of the 2021 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1–15.
<https://doi.org/10.1145/3411764.3445304>
- Pharino, C., Pearce, P., & Pryce, J. (2018). Paranormal tourism: Assessing tourists' onsite experiences. *tourism management perspectives*, 28, 20–28.
<https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.06.003>
- Reisinger, Y., & Steiner, C. J. (2006). Reconceptualizing object authenticity. *Annals of tourism research*, 33(1), 65–86.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2005.04.003>
- Timothy, D. J. (Ed.). (2018). *Tourism planning. Vol. 1: Foundations and purposes / ed. by d. J. Timothy*. Routledge, Taylor & Francis Group.
- Veréb, V., & Azevedo, A. (2019). A quasi-experiment to map innovation perception and pinpoint innovation opportunities along the tourism experience journey. *Journal of hospitality and tourism management*, 41, 208–218.
<https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2019.10.003>
- Zátori, A., Michalkó, G., Nagy, J. T., Kulcsár, N., & Balizs, D. (2019). The tourist

experience of domestic VFR travellers: The case of Hungary. *Current issues in tourism*, 22(12), 1437–1459.

<https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1371117>

Zhou, L., Li, Y., Cheng, J., Qin, Y., Shen, G., Li, B., Yang, H., & Li, S. (2023). Understanding

the aesthetic perceptions and image impressions experienced by tourists walking along tourism trails through continuous cityscapes in Macau. *Journal of transport geography*, 112, 103703.

<https://doi.org/10.1016/j.jtrangeo.2023.103703>