





دانشگاه علامه طباطبائی
دانشکده مدیریت و حسابداری

پایان نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت جهانگردی
گرایش برنامه ریزی و توسعه

رابطه‌ی بین تفسیر اثربخش و کیفیت تجربه دیدارکنندگان در سایت‌های میراث فرهنگی
مورد مطالعه میدان نقش جهان اصفهان

نگارش
آمنه امامی

استاد راهنما
دکتر اکبر پورفرج

استاد مشاور
دکتر سید مجتبی محمود زاده

تابستان ۱۳۹۲

پدر

استواری ام آموختی

چنان که در سختی مسیر، نه تکیه بر حمایت بی شرط تو که بر اراده و دانش خود داشته باشم.

مادر

صبوری ام آموختی

چنان که در ناملایمات زندگی، نه امید بر محبت بی حد تو، که توکل بر عنایت خدا داشته باشم.

تقدیم به پدر و مادر عزیز و خواهر مهربانم

و اندک مجال است برای تشکر و تکریم از تمامی استادانی که در این سال ها، سرمایه می گرانقدر خود را بی دریغ

نشان کردند تا پشتوانه ای باشد برای فردای ما.

چکیده

موضوع مورد بررسی در این پایان‌نامه، رابطه بین کیفیت تجربه دیدارکنندگان و تفسیر اثربخش در سایت‌های میراث فرهنگی است. این تحقیق بر آن است که اثربخشی تفسیرهای انجام شده در سایت میراث جهانی نقش جهان را بسنجد و رابطه بین کیفیت تجربه دیدارکنندگان (در مراحل برنامه‌ریزی سفر، در مسیر و در مقصد) و تفسیر اثربخش را بررسی نماید.

جامعه آماری در این تحقیق کلیه دیدارکنندگان داخلی استفاده کننده از خدمات تفسیری ارائه شده در سایت میراث جهانی نقش جهان در بازه زمانی نوروز ۱۳۹۲ (روزهای ۲ الی ۱۶ فروردین) هستند. این پژوهش بر مبنای هدف، کاربردی و از نظر روش انجام کار، توصیفی-پیمایشی است. داده‌های این پژوهش با استفاده از ابزار پرسشنامه گردآوری شدند و به وسیله نرم‌افزارهای SPSS و LISREL و آزمون‌های تحلیل عاملی، آزمون t یک نمونه‌ای و آزمون دو جمله‌ای مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. تحلیل پرسشنامه و همچنین بررسی ادبیات و پیشینه تحقیق، نشان داد که کیفیت تجربه قبل از دیدار (در مراحل برنامه‌ریزی و در مسیر سفر) بر تفسیر اثربخش اثر دارد، تفسیر اثربخش نیز بر کیفیت تجربه دیدارکنندگان در مقصد اثرگذار است. همچنین در این پژوهش، اثربخشی تفسیر در مقصد و کیفیت تجربه دیدارکنندگان در مراحل مختلف سفر مورد ارزیابی قرار گرفت.

کلید واژه‌ها: گردشگری میراث^۱، تفسیر^۲، تفسیر اثربخش^۳، تجربه گردشگر^۴، کیفیت تجربه گردشگر^۵.

amene_emami@yahoo.com

^۱ Heritage Tourism

^۲ Interpretation

^۳ Effective Interpretation

^۴ Tourism/ Tourist Experience

^۵ Quality tourism experience

فهرست مطالب

۱	فصل اول
۱-۱	مقدمه
۲-۱	بیان مسأله
۳-۱	اهمیت و ضرورت موضوع
۴-۱	اهداف تحقیق یا نتایج مورد انتظار
۱-۴-۱	هدف اصلی تحقیق
۲-۴-۱	اهداف فرعی تحقیق
۵-۱	سوالات تحقیق
۶-۱	روش کلی تحقیق
۷-۱	قلمرو تحقیق
۱-۷-۱	قلمرو مکانی - جامعه تحقیق
۸-۱	قلمرو زمانی تحقیق
۹-۱	روش نمونه‌گیری و تخمین حجم جامعه
۱۰-۱	روش‌های گردآوری داده‌ها و ابزار مورد استفاده برای آن
۱۱-۱	روش تحلیل داده‌ها
۱۲-۱	موانع و محدودیت‌های تحقیق
۱۳-۱	چارچوب کلان نظری تحقیق
۱۴-۱	نقشه راه
۱۵-۱	شرح واژه‌ها و اصطلاحات تحقیق
۱۶-۱	جمع‌بندی
۱۱	فصل دوم
۱-۲	مقدمه

۱۳	۲-۲ گردشگری میراث
۱۴	۳-۲ تفسیر
۱۴	۱-۳-۲ تعریف تفسیر
۱۷	۲-۳-۲ ساختن اساس یک تفسیر
۱۸	۳-۳-۲ چرخه بازدید
۱۹	۴-۳-۲ اهداف کلی تفسیر
۲۳	۵-۳-۲ واکنش نسبت به تفسیر
۲۴	۱-۵-۳-۲ مدل دیدارکنندگان آگاه و نا آگاه (هوشیار، ناهوشیار)
۲۵	۲-۵-۳-۲ مدل احتمال ارزیابی (بسط فکری)
۲۸	۶-۳-۲ اصول تفسیر
۲۸	۱-۶-۳-۲ اصول ایکوموس برای تفسیر سایتهای میراث فرهنگی
۲۹	۲-۶-۳-۲ مقایسه تطبیقی اصول تفسیر
۳۳	۷-۳-۲ اصول تفسیر اثربخش
۳۵	۱-۷-۳-۲ اصول تفسیر اثربخش از دیدگاه هام و ویلر
۳۸	۸-۳-۲ ارائه تفسیر و روش‌های آن
۳۹	۹-۳-۲ مزایا و معایب رسانه‌های تفسیر
۴۴	۱۰-۳-۲ ارزیابی خدمات تفسیر
۴۵	۱-۱۰-۳-۲ اهداف ارزیابی
۴۷	۲-۱۰-۳-۲ انواع ارزیابی
۴۸	۳-۱۰-۳-۲ زمان‌بندی و فراوانی ارزیابی
۴۹	۴-۲ تجربه
۴۹	۱-۴-۲ تعریف تجربه گردشگر/گردشگری
۵۱	۲-۴-۲ تجربه گردشگری و کیفیت آن
۵۲	۳-۴-۲ اندازه‌گیری کیفیت تجربه گردشگری
۵۷	۵-۲ بخش سوم ارتباط میان تفسیر و تجربه
۵۷	۱-۵-۲ ارتباط تفسیر و تجربه گردشگری
۵۹	۲-۵-۲ مدل‌های ارتباط تفسیر و تجربه
۵۹	۱-۲-۵-۲ مدل محصول گردشگری فرهنگی و میراث

۶۰ ۲-۲-۵-۲ مدل تجربه گردشگری میراث
۶۲ ۳-۲-۵-۲ دیدگاه مدیریت میراث
۶۸ ۶-۲ پیشینه تحقیق
۶۴ ۷-۲ مدل مفهومی تحقیق
۶۸ ۸-۲ مورد مطالعه
۶۸ ۱-۸-۲ معرفی میدان نقش جهان
۶۹ ۲-۸-۲ ثبت ملی و جهانی میدان نقش جهان و حفاظت از آن
۷۰ ۳-۸-۲ آمار گردشگران در نوروز ۱۳۹۲
۷۰ ۹-۲ جمع‌بندی

فصل سوم

۷۱ ۱-۳ مقدمه
۷۲ ۲-۳ نوع و روش تحقیق
۷۲ ۳-۳ جامعه آماری و ویژگی‌های آن
۷۲ ۴-۳ حجم نمونه و روش نمونه‌گیری
۷۳ ۵-۳ متغیرهای مستقل و وابسته تحقیق
۷۳ ۶-۳ فرضیه‌ها و سوالات تحقیق
۷۳ ۷-۳ ابزار و روش گردآوری اطلاعات و داده‌ها
۷۴ ۱-۷-۳ روش‌های ارزیابی برای اندازه‌گیری نتایج تفسیر
۷۴ ۲-۷-۳ روش‌های جمع‌آوری داده
۷۷ ۳-۷-۳ انتخاب روش جمع‌آوری داده
۷۹ ۸-۳ تخصیص سوالات پرسشنامه
۸۰ ۹-۳ روایی یا اعتبار
۸۰ ۱۰-۳ پایایی یا اعتماد
۸۰ ۱۱-۳ روش تجزیه و تحلیل داده‌ها
۸۳ ۱۲-۳ ابزار تجزیه و تحلیل داده‌ها
۸۳ ۱۳-۳ جمع‌بندی

فصل چهارم

۸۴
۸۵ ۱-۴ مقدمه
۸۵ ۲-۴ بررسی توصیفی داده‌ها
۸۷ ۱-۳-۴ آزمون نرمال بودن متغیرهای پژوهش
۸۷ ۳-۳-۴ اعتبار سنجی مدل تحقیق با استفاده از تحلیل عاملی تاییدی و معادلات ساختاری
۸۹ ۵-۳-۴ تفسیر و تعبیر مدل
۹۲ ۶-۳-۴ بررسی ضرایب روایی، توصیفی و همبستگی
۹۳ ۷-۳-۴ تحلیل فرضیه‌های تحقیق
۹۹ ۴-۴ تحلیل دلایل اصلی سفر به اصفهان
۱۰۰ ۵-۴ نتیجه‌گیری

فصل پنجم

۱۰۱
۱۰۲ ۱-۵ مقدمه
۱۰۳ ۳-۵ یافته‌های تحقیق
۱۰۸ ۴-۵ محدودیت‌های تحقیق
۱۰۸ ۵-۵ پیشنهادها
۱۰۸ ۱-۵-۵ پیشنهادهای کاربردی
۱۱۰ ۲-۵-۵ پیشنهادهایی برای تحقیقات آینده به دیگر محققان

منابع و آخذ

۱۱۰
۱۲۰ پیوست‌ها

فهرست شکل‌ها

- شکل ۱-۱ مدل مفهومی تحقیق ۸
- شکل ۲-۱ نقشه راه ۸
- شکل ۱-۲ تفسیر در چرخه بازدید ۱۸
- شکل ۲-۲ مدل آگاهی رفتاری و شناختی دیدارکنندگان در سایت‌های میراثی انسان ساز ۲۵
- شکل ۳-۲ دو مسیر اصلی متقاعدسازی بر اساس مدل ELM ۲۶
- شکل ۴-۲ مدل احتمال ارزیابی (بسط فکری) ۲۷
- شکل ۳-۲ نقش ارزیابی در برنامه ریزی تفسیر ۴۵
- شکل ۴-۲ تجربه سفر ۵۴
- شکل ۵-۲ سه مرحله تجربه تعطیلات ۵۴
- شکل ۶-۲ ماهیت چند مرحله‌ای مصرف گردشگری ۵۵
- شکل ۷-۲ مدل ساده شده محصول گردشگری فرهنگی و میراث ۵۹
- شکل ۸-۲ مدل عوامل اثرگذار و شکل دهنده‌ی تجربه میراث ۶۱
- شکل ۹-۲ تجربه دیدارکننده در بطن مدیریت میراث ۶۳
- شکل ۱۰-۲ مدل تفسیر ایده آل ۶۴
- شکل ۱۰-۲ مدل مفهومی تحقیق ۶۸

فهرست جدول‌ها

- جدول ۱-۲ تعاریف مفهومی متفاوت از تفسیر ۱۶
- جدول ۲-۲ مقایسه اصول تفسیر ۳۰
- جدول ۳-۲ اصول و خطوط راهنمای تفسیر و راهنمایی تور موفق ۳۴
- جدول ۴-۲ ابعاد تفسیر اثربخش از دیدگاه هام و ویلر ۳۶
- جدول ۵-۲ مزایا و معایب رسانه‌های تفسیر ۳۹
- جدول ۶-۲ زمان‌بندی ارزیابی ۴۸
- جدول ۷-۲ تعاریف تجربه ۵۱
- جدول ۸-۲ تعاریف تجربه گردشگری ۵۲
- جدول ۹-۲ تاثیر بر رضایت و تجربه گردشگران ۵۶
- جدول ۱-۳ خلاصه‌ی روش‌های جمع‌آوری داده برای ارزیابی اثرات تفسیر بر بعد شناختی دیدارکنندگان ۷۵
- جدول ۲-۳ خلاصه‌ی روش‌های جمع‌آوری داده برای ارزیابی اثرات تفسیر بر بعد عاطفی دیدارکنندگان ۷۵
- جدول ۳-۳ خلاصه‌ی روش‌های جمع‌آوری داده برای ارزیابی اثرات تفسیر بر بعد رفتاری دیدارکنندگان ۷۶
- جدول ۴-۳ رتبه‌بندی گزینه‌های جمع‌آوری داده ۷۸
- جدول ۵-۳ سوالات پرسشنامه ۷۹
- جدول ۶-۳ بررسی پایایی مولفه‌ها با استفاده از آلفای کرونباخ ۸۰
- جدول ۷-۳ روش‌های آماری پژوهش ۸۲
- جدول ۱-۴ نتایج توصیفی ویژگی‌های دموگرافیک (اندازه نمونه=۳۷۳) ۸۶
- جدول ۲-۴ نتایج آزمون کلموگروف اسمیرنوف برای متغیرهای پژوهش ۸۷
- جدول ۳-۴ شاخص‌های برازش مدل ۸۹
- جدول ۴-۴ نتایج تحلیل عاملی تأییدی برای متغیرهای برونزا ۹۱
- جدول ۵-۴ نتایج تحلیل عاملی تأییدی برای متغیرهای درونزا ۹۲
- جدول ۶-۴ ضرایب همبستگی پیرسون، پایایی و روایی ۹۲
- جدول ۷-۴ ضرایب مسیر، ضرایب تعیین، آماره t و نتیجه فرضیه تحقیق ۹۴
- جدول ۸-۴ نتایج آزمون t یک نمونه‌ای کیفیت تجربه دیدارکنندگان ۹۶
- جدول ۹-۴ نتایج آزمون t یک نمونه‌ای تفسیر ۹۷
- جدول ۱۰-۴ نتایج آزمون t یک نمونه‌ای بعد رفتاری تفسیر ۹۷

جدول ۴-۱۱ نتایج آزمون دو جمله‌ای ۹۸

جدول ۴-۱۲ رتبه‌بندی شاخص‌های تفسیر ۹۹

جدول ۴-۱۳ نتایج میانگین‌ها ۹۹

فصل اول

طرح و کلیات تحقیق

۱-۱ مقدمه

پژوهش، فعالیتی منسجم برای رسیدن به شناختی روشن‌تر از مفاهیم پیرامون ما و راهی برای گسترش مرزهای دانش و گشودن افق‌های تازه برای آیندگان است. در این تعریف، فرایندی بودن پژوهش، نظم و استمرار در انجام فعالیت و هدف نهایی آن کشف حقیقت یا افزایش آگاهی است. این فصل نیز در نظر دارد تا چارچوب کلی از تحقیق و گام‌های طی شده در این فرآیند پژوهش را ارائه کند. از آنجا که معمولاً همه پژوهش‌ها با یک یا چند پرسش آغاز می‌شوند که ذهن پژوهشگر را به خود مشغول کرده و او را به تلاش برای پاسخگویی به آن‌ها وامی‌دارد؛ ابتدا بیان مسئله و اهمیت و ضرورت پرداختن به آن و پرسش‌های مورد نظر این پژوهش مطرح می‌گردد. سپس روش کلی تحقیق، قلمرو زمانی و مکانی تحقیق، نحوه گردآوری اطلاعات و داده‌ها و روش تجزیه و تحلیل آن‌ها برای یافتن پاسخ پرسش‌های اولیه، مختصراً توضیح داده شده است. در ادامه به صورت شماتیک چارچوب کلی تحقیق و نقشه راه ارائه می‌شود و در خاتمه نیز به تعریف واژگان کلیدی این تحقیق پرداخته می‌شود.

۱-۲ بیان مسأله

محبوبیت گردشگری میراث فرهنگی و مدیریت میراث در طی دو دهه اخیر افزایش یافته است. جاذبه‌های میراث خصوصاً سایت‌های میراث، موزه‌ها، رویدادها و فستیوال‌های فرهنگی، چه داخلی و چه بین‌المللی، سوخت صنعت گردشگری هستند. بنابراین، پیوند میان میراث و گردشگری غیرقابل اجتناب است (تیلور^۱، ۲۰۰۴). با توجه به نظر نویسندگان مانند اسمیت^۲ (۲۰۰۳) و اسکاتن^۳ (۱۹۹۵)، یکی از کلمات کلیدی در تفسیر میراث، تجربه است. اسمیت (۲۰۰۰، ص ۴۶۲) بیان می‌دارد که در گردشگری، نه محصول همگن وجود دارد و نه فرایند تولید

^۱ Taylor

^۲ Smith

^۳ Scotton

مشترک، چرا که بازیگران متعددی «صنعت گردشگری» را ساخته‌اند. در هر مورد تنها جزء صحیح تولید و مصرف، تجربه گردشگری است. از این رو اسمیت محصول گردشگری را برابر تجربه گردشگری می‌داند. موسکاردو^۱ (۲۰۰۱) معتقد است تعامل میان گردشگر و منابع میراث، عموماً از طریق تفسیر صورت می‌گیرد و در نهایت منجر به خروجی اصلی صنعت گردشگری یعنی «تجربه» می‌شود.

موسکاردو (۱۹۹۸، ۱۹۹۹) معتقد است که تفسیر، هم یک تجربه و هم بخش مهمی از آن است پس می‌تواند تفاوت‌های مهمی در کیفیت تجربه دیدارکننده ایجاد کند. برای دستیابی به اهداف حاصل از تفسیر، ابتدا لازم است که وضعیت موجود تفسیر مورد بررسی قرار گیرد و اثربخشی تفسیرهای صورت گرفته سنجیده شود. با وجود اینکه ارزیابی نظام‌مند تفسیر، مسأله‌ای است که تقریباً همگان موافق آن هستند، اما هنوز در بیشتر مکان‌ها به بخشی از جریان عادی مدیریت برنامه‌های تفسیر تبدیل نشده است (هام و ویلر^۲، ۲۰۰۸).

در ایران نیز اقداماتی در خصوص ارزیابی اثربخشی تفسیرهای انجام شده در سایت‌ها صورت نگرفته است. از آنجا که میزان کیفیت تفسیر، وابسته به چگونگی احساس دیدارکنندگان است و مردمی که در دیدار خود احساس خوشایند، آرامش و راحتی می‌کنند، احتمال زیادی دارد که به تفسیر توجه بیشتری داشته باشند (تیموئی، ۱۹۹۷)؛ پس لازم است تا رابطه تفسیر اثربخش با کیفیت تجربه دیدارکنندگان مورد بررسی قرار گیرد. تجربه دیدارکنندگان هم بر نگرش آنها از تفسیر اثر می‌گذارد و هم از آن تاثیر می‌پذیرد. تجربه در مرحله برنامه‌ریزی سفر و در مسیر سفر (تجربه قبل از دیدار از مقصد) اگر از کیفیت مناسبی برخوردار باشد می‌تواند موجب اثرگذاری و توجه بیشتر به تفسیر شود. تفسیر نیز به نوبه‌ی خود بر تجربه دیدارکنندگان از مقصد اثرگذار است.

این پژوهش در پی آن است که رابطه تفسیر اثربخش را با کیفیت تجربه دیدارکنندگان در سایت میراث جهانی نقش جهان، مورد بررسی قرار دهد. دلیل انتخاب این سایت به عنوان جامعه نمونه، استفاده از راهنماهای مستقر در این مکان در ایام نوروز و نوآوری صورت گرفته در ارائه تسهیلات راهنمای صوتی به علاقمندان در این سایت است. تلاش می‌شود با ارزیابی تفسیر، سعی در هرچه اثربخش‌تر کردن آن داشته و سهم تفسیر در آگاهی و ادراک دیدارکنندگان از ارزش‌های سایت بهبود یابد. انتظار می‌رود از این طریق، نتایج تجاری مهمی از رضایت دیدارکنندگان حاصل شود. این تحقیق می‌تواند با دانستن میزان اثربخشی تفسیر انجام شده در سایت نقش جهان، برای طراحی تفسیر در این سایت پیشنهادهای ارائه دهد و کیفیت تجربه دیدارکنندگان در این سایت را ارتقاء بخشد.

^۱ Moscardo
^۲ Ham & Weiler

۳-۱ اهمیت و ضرورت موضوع

گردشگری میراث، در «محیط تجربی میراث» شکل می‌گیرد (دینگبوفا، ۱۹:۲۰۰۹) و گردشگران به دلیل اشیای فیزیکی به سایت‌های میراث نمی‌آیند، بلکه به دلیل جستجو برای تجارب گوناگون فرهنگی، روابط احساسی شخصی با میراث، علاقه به جستجوی آرمان‌ها و غرور ملی به این سایت‌ها می‌آیند (تیموئی، ۱۹۹۷). گردشگری میراث یک فعالیت اقتصادی است که از دارایی‌های فرهنگی و اجتماعی برای جذب گردشگران استفاده می‌کند (پائولو روسو^۱، ۱۶۸:۲۰۰۲). اساس این گردشگری، مصرف یک تجربه را در بر دارد، تجربه‌ای که جاذبه‌های میراث از راه تفسیر سایت برای دیدارکنندگان فراهم می‌آورند و می‌تواند به عنوان محصول میراث، مورد توجه قرار گیرد (دینگبوفا^۲، ۲۰۰۹: ۲۶۲-۲۶۳). تفسیر به گردشگران کمک کرده تا میراث را حس، درک و باز زنده سازی کنند (چن و چن^۳، ۳۴:۲۰۱۰).

تحقیق درباره تجربه گردشگران در حالی که آنها در جاذبه‌های میراث هستند، فهم عمیق‌تری را از تعامل بین دیدارکنندگان و جاذبه‌ها، نحوه شکل‌دهی تجارب توسط گردشگر، معنای تجربه برای گردشگر و تفسیر آنها از سایت میراث فراهم می‌آورد (دینگبوفا، همینگتن و ویلیکس^۴، ۳۶۸:۲۰۰۶) زیرا ادراک گردشگران درباره یک سایت و فعالیت‌های مربوط به آن، برای فهم رفتار آنها مهم است (پوریا، ۲۰۰۱؛ پوریا و همکاران^۵) و نیازی اساسی برای سایت‌های باستانی و میراث وجود دارد تا مطلوبیتی حداکثری را به منظور اطمینان از پایداری بلندمدت، در یک محیط رقابتی برای دیدارکنندگان به وجود آورند (ویلیس^۶، ۴۸۷:۲۰۰۹). ادراک و نگرش‌های ذهنی افراد، عناصر اصلی تجارب گردشگری میراث هستند و بنابراین اهمیتی زیاد و نیاز به توجه فراوان دارند (آیری، باتلر و پوریا^۷، ۲۰۰۳).

هام و ویلر (۲۰۰۲)، معتقدند که تفسیرهای با کیفیت بالا، عامل اصلی در رضایت دیدارکننده هستند و این امر به پایداری اقتصادی کمک می‌کند زیرا دیدارکننده‌ی راضی، تبلیغات دهان به دهان مثبتی انجام می‌دهد و در طولانی مدت دیدار خود را تکرار خواهد کرد. تفسیر، خصوصاً اگر چهره به چهره انجام شود می‌تواند «صدای مکان»^۸ باشد. تفسیر صحیح میراث فرهنگی می‌تواند سطوح رضایتمندی دیدارکنندگان را افزایش دهد و تجارب به یادماندنی از سایت ایجاد کند به گونه‌ای که بخواهند راجع به آن به گفت و گو بپردازند. یک تفسیر خوب به

^۱ Paolo Russo

^۲ Deangbuppha

^۳ Chen and chen

^۴ Daengbuppha, Hemmington and wilkes

^۵ Poria et al

^۶ Willis

^۷ Poria, Buttler, Airey

^۸ Voice of place

معنی تبلیغات مثبت دهان به دهان و انتقال آن به دیگر دیدارکنندگان بالقوه است و می‌تواند به عنوان یک دارایی فوق‌العاده گران‌بها برای کسب و کار گردشگری محسوب شود (فیلته ایرلند، ۲۰۱۲).

با توجه به گفته‌های صاحب نظران درمی‌یابیم که تفسیر یکی از مهمترین ابزارهایی است که می‌تواند نیاز اصلی گردشگر را که همانا تجربه به یادماندنی و خاطره‌انگیز است، برطرف نماید. کم‌توجهی به خواسته‌ها و نیازهای دیدارکنندگان، منجر به بروز مشکلاتی مانند نارضایتی دیدارکننده و عدم تکرار دیدار می‌شود. که این امر خود، مشکلات بعدی مانند کاهش درآمدها و بی‌توجهی به حفاظت از میراث را در پی دارد. برای جلوگیری از رخداد این مشکلات، مسئولین در سایت فرهنگی نقش جهان اقدام به اندیشیدن تدابیری در جهت تفسیر هر چه بهتر این میراث جهانی کرده‌اند که از آن جمله می‌توان به وجود راهنمای صوتی در عمارت عالی‌قاپو و مسجد جامع عباسی (مسجد امام) اشاره کرد. اما تا به حال تحقیقات اندکی در مورد اثربخشی محتوای تفسیرهای شخصی و غیرشخصی موجود در میدان نقش جهان انجام شده است. بدین منظور، در این پژوهش با توجه به اهمیت تفسیر و تجربه دیدارکننده، به بررسی رابطه‌ی تفسیر اثربخش با کیفیت تجربه دیدارکنندگان در سایت جهانی میدان نقش جهان پرداخته شده است. تا از این طریق بتوان تفسیر صورت گرفته در سایت مورد مطالعه را مورد ارزیابی قرار داده و با بررسی جایگاه فعلی آن، به بهبود تفسیرها و تجربه دیدارکنندگان پرداخت.

۴-۱ اهداف تحقیق یا نتایج مورد انتظار

۱-۴-۱ هدف اصلی تحقیق

تعیین رابطه بین تفسیر اثربخش و کیفیت تجربه دیدارکنندگان؛

۲-۴-۱ اهداف فرعی تحقیق

شناسایی نقش تفسیر در سایت‌های میراث فرهنگی؛

بهبود کیفیت تجربه دیدارکنندگان از طریق تفسیر؛

انتقال پیام‌های حفاظت از سایت‌های میراث فرهنگی و فراهم آوردن تجربه‌ای لذت‌بخش به صورت توأمان.

۵-۱ سوالات تحقیق

۱. تفسیر انجام شده در سایت مورد مطالعه، تا چه میزان اثربخش بوده است؟
۲. کیفیت تجربه دیدارکنندگان در مرحله برنامه‌ریزی سفر چه رابطه‌ای با تفسیر اثربخش دارد؟
۳. کیفیت تجربه دیدارکنندگان در مسیر سفر چه رابطه‌ای با تفسیر اثربخش دارد؟
۴. تفسیر اثربخش چه رابطه‌ای با کیفیت تجربه در مقصد دارد؟

۵. کیفیت تجربه دیدارکنندگان در مرحله برنامه‌ریزی چه رابطه‌ای با کیفیت تجربه دیدارکنندگان در مقصد دارد؟
۶. کیفیت تجربه دیدارکنندگان در مسیر سفر چه رابطه‌ای با کیفیت تجربه دیدارکنندگان در مقصد دارد؟
۷. کیفیت تجربه دیدارکنندگان در مراحل مختلف سفر (شامل برنامه‌ریزی قبل از سفر، در مسیر و در مقصد) چگونه است؟

۱-۶ روش کلی تحقیق

روش تحقیق بر مبنای هدف: به دلیل آنکه می‌توان از نتایج این تحقیق برای بهبود عملکرد تفسیر و بالا بردن رضایت و کیفیت تجربه دیدارکنندگان استفاده کرد، نوع تحقیق کاربردی است. نوع تحقیق از نظر روش انجام کار، توصیفی-پیمایشی است. روش انجام تحلیل همبستگی است.

۱-۷ قلمرو تحقیق

۱-۷-۱ قلمرو مکانی - جامعه تحقیق

قلمرو مکانی تحقیق، سایت جهانی میدان نقش جهان در شهر اصفهان است. جامعه آماری این تحقیق، دیدارکنندگان غیر بومی این سایت هستند که در دیدار خود از خدمات تفسیری ارائه شده در سایت استفاده کرده‌اند.

۱-۸ قلمرو زمانی تحقیق

این مطالعه در بازه زمانی نوروز ۱۳۹۲ (روزهای ۲ الی ۱۶ فروردین) صورت گرفته است.

۱-۹ روش نمونه‌گیری و تخمین حجم جامعه

با توجه به جامعه آماری، نمونه‌گیری از دیدارکنندگان در دسترس انجام شد. برای تعیین حجم نمونه از جدول مورگان (جدول نمونه‌گیری مورگان برای محاسبه حجم نمونه) استفاده شد. این جدول، حداکثر تعداد نمونه را برای جامعه‌ی مورد نظر نشان می‌دهد. براین اساس، در تحقیق حاضر با توجه به جدول مورگان برای جامعه بیش از ۱۰۰۰۰۰ تا بی احتیاج به ۳۸۵ نمونه است.

۱-۱۰ روش‌های گردآوری داده‌ها و ابزار مورد استفاده برای آن

در مطالعه حاضر از داده‌های ثانویه یعنی مطالعات کتابخانه‌ای، مبانی نظری مرتبط با حوزه گردشگری میراث، تجربه گردشگر و تفسیر میراث برای استخراج مدل مورد مطالعه استفاده شد و با استفاده از داده‌های اولیه که از جمع‌آوری پرسش‌نامه‌های توزیع شده به دست آمده بود، مدل ارائه شده مورد بررسی قرار گرفت.

۱-۱۱ روش تحلیل داده‌ها

در این تحقیق برای توصیف داده‌های جمعیت شناختی از آمار توصیفی و برای پاسخ به سوالات تحقیق از روش‌های تحلیل آمار استنباطی نظیر تحلیل عاملی، مدل معادلات ساختاری، ضریب همبستگی، آزمون t یک نمونه‌ای و آزمون دو جمله‌ای استفاده شد.

۱-۱۲ موانع و محدودیت‌های تحقیق

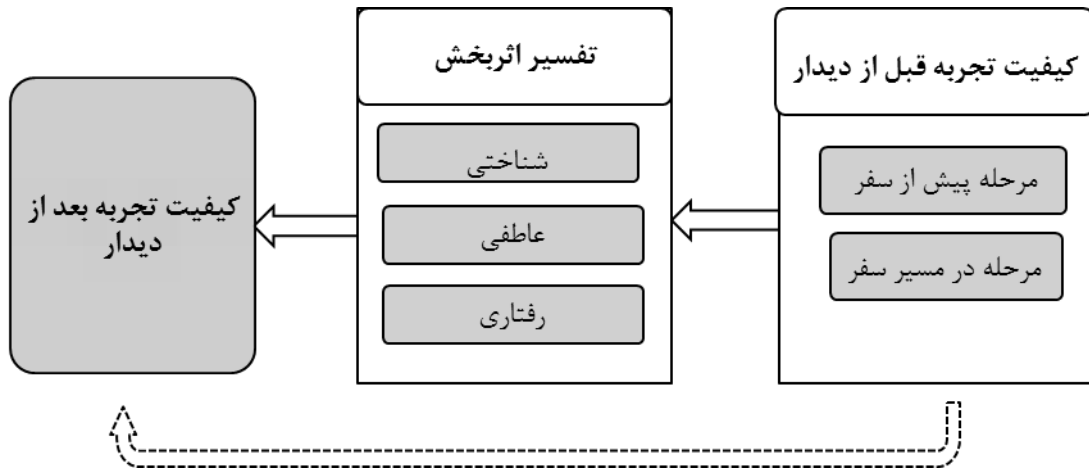
انجام این تحقیق با موانع زیر مواجه بود:

- چارچوب نمونه‌گیری مناسبی از اعضای جامعه در دسترس نبوده و به ضرورت، به جای نمونه‌گیری تصادفی از نمونه‌گیری در دسترس استفاده شده است که قابلیت تعمیم‌پذیری تحقیق را کاهش می‌دهد.
- زمان، بودجه و نیروی کاری محدود، جمع‌آوری داده از دیدارکنندگان در طول سال را غیرممکن ساخت. محقق، جمع‌آوری داده‌های این پژوهش را در تعطیلات نوروز ۱۳۹۲ انجام داده است؛ در نتیجه نتایج به دست آمده از دیدارکنندگان تنها نمایانگر نظرات آنان راجع به میدان نقش جهان اصفهان در این بازه زمانی است.

۱-۱۳ چارچوب کلان نظری تحقیق

شکل زیر، مدل نظری پیشنهادی این پژوهش را ارائه می‌کند که نشان‌دهنده رابطه بین تفسیر اثربخش و کیفیت تجربه دیدارکنندگان است. مدل پیشنهادی با استفاده از جهت‌های علت و معلولی، اثرات متقابل تفسیر اثربخش و کیفیت تجربه دیدارکنندگان را به تصویر کشیده و نشان می‌دهد که رابطه‌ای منطقی بین دو ساختار اصلی وجود دارد.

بر اساس این مدل، کیفیت تجربه پیش از سفر و در مسیر سفر بر تفسیر اثربخش، و تفسیر اثربخش بر کیفیت تجربه دیدارکنندگان در مقصد اثر دارد.



شکل ۱-۱ مدل مفهومی تحقیق
(اقتباس شده از هام و ویلر، ۲۰۰۸، منگ^۱، ۲۰۰۶)

۱۴-۱ نقشه راه



شکل ۲-۱ نقشه راه

۱۵-۱ شرح واژه‌ها و اصطلاحات تحقیق

تفسیر: هرگونه فعالیتی است که به دنبال توضیح دادن اهمیت یک شیء، یک فرهنگ و یا مکان به مردم است. تفسیر دارای سه کارکرد است: افزایش تجربیات دیدارکننده، بهبود دانش یا درک دیدارکننده و کمک به حفاظت یا نگهداری مکان‌ها و فرهنگ‌ها. این سه نقش کارکردی تفسیر به منظور بهبود تجربه دیدارکنندگان، افزایش دانش یا درک آنان و کمک به حفاظت یا حفظ مکان‌ها یا فرهنگ‌ها است (موسکاردو، ۲۰۰۰، به نقل از نیوسام و همکاران^۲، ۲۰۰۲: ۲۴۱)

^۱ Meng
^۲ Newsome et al

تفسیر اثربخش: عبارت است از هرگونه فعالیت تفسیری که برنامه‌ریزان را به اهداف تفسیر رهنمون سازد. اهداف تفسیر شامل برانگیختن دیدارکنندگان به تفکر، ایجاد نگرش مثبت به حفاظت از میراث، ایجاد تمایل برای دیدار مجدد از سایت، انجام تبلیغات مثبت دهان به دهان و غیره هستند. هر تفسیر در صورت اثربخش بودن سه دسته از نتایج را در پی دارد: نتایج شناختی (آنچه که دیدارکنندگان ممکن است به عنوان نتیجه تفسیر در مورد آن فکر کنند، بدانند و یا باور کنند)؛ نتایج عاطفی (آنچه که دیدارکنندگان ممکن است به عنوان نتیجه تفسیر احساس کنند)؛ نتایج رفتاری (آنچه که دیدارکنندگان ممکن است به عنوان نتیجه تفسیر انجام دهند یا برای انجام آن برانگیخته شوند) (هام و ویلر، ۲۰۰۷).

تجربه گردشگری^۱: این واژه می‌تواند تحت عنوان عباراتی مانند «تجربه گردشگر» یا «تجربه سفر» نیز آورده - شود. تجربه گردشگری پدیده‌ای مبهم، نامفهوم و متفاوت است که می‌توان از دیدگاه‌های مختلفی به آن نظر انداخت. در این پژوهش، عبارتی است که گردشگران برای توصیف ساختار تجربه سفر خود استفاده می‌کنند و از جنبه‌های زمانی و به ترتیب وقوع بررسی می‌شود. تجربه گردشگری به عنوان پدیده‌ای چند مرحله‌ای در رابطه با تجارب برنامه‌ریزی در قبل از سفر، تجارب در مسیر (سفر به مقصد و بازگشت از سفر)، تجارب در سایت و تجارب بعد از سفر است (جنینگز و ویلر^۲، ۲۰۰۶؛ ویترسو و همکاران^۳، ۲۰۰۰؛ کلاوسون و کنتسج^۴، ۱۹۶۶؛ کیلیون^۵، ۱۹۹۲؛ لاوز^۶، ۱۹۹۵).

کیفیت تجربه گردشگری^۷: ادراک گردشگران از درجه کیفیت تجارب گردشگری آنان در رابطه با محصولات، خدمات دریافتی در طول مراحل مختلف فرایند کلی سفر است (جنینگز و نیکرسون^۸، ۲۰۰۶).

سایت میراث جهانی: شاهکاری از نبوغ بشری، عالی‌ترین آثار طبیعی یا مناطقی با زیبایی طبیعی استثنایی و اهمیت زیباشناختی است که یک مدرک منحصر به فرد یا حداقل استثنایی را درباره یک سنت فرهنگی، یک تمدن زنده یا تمدنی که ناپدید گشته است، نمایش می‌دهد (یونسکو، ۲۰۰۵ به نقل از لیسک و فایل^۹، ۲۰۰۶: ۷).

^۱ Tourism experience

^۲ Jennings & Weiler

^۳ Vitterso et al

^۴ Clawson & Knetsch

^۵ Killion

^۶ Laws

^۷ Quality of tourism experience

^۸ Jennings & Nickerson

^۹ Leask and fyall