

## Research Paper

**Redefining tourism routes in the historical context of Tehran Bazaar**Ghazaleh Goodarzi<sup>1</sup>, Mostafa Behzadfar<sup>\*2</sup>, Yousefali Ziari<sup>3</sup>

1, PhD in Urbanism, Department of Urbanism, Faculty of Engineering, North Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

2, Professor, Department of Urbanism, Faculty of Urban Development, Iran University of Science and Technology, Tehran, Iran.

3, Associate Professor, Department of Urbanism, Islamic Azad University, Central Tehran Branch, Tehran, Iran.

**Received:** 2020/03/01

**Accepted:** 2021/02/19

**PP:** 96-112

Use your device to scan and read the article online

**Keywords:**

Tourism rout, graph theory, vikor multi-criteria model, historical context of Tehran market

**Abstract**

Preservation and revival of historical contexts has always been the most important concerns of urban planners in different periods. The prosperity of the tourism industry is one of the ways to preserve and revive such textures, because despite the advancement of technology and the construction of new urban spaces, old and historical textures are still landmarks of cities and often tourism tends to be more in these spaces and places. On the other hand, defining and redefining pedestrian tourism routes in these contexts can create the flow of life in the old frame and prevent objective and mental burnout of the context. The historical context of Tehran Bazaar, which is more than 200 years old, has suitable capacities for pedestrian tourism and hosts different tourists every day, but the lack of suitable tourist routes has caused abandonment, forgetting and not visiting parts of this area. With the aim and practical nature, the present article aims to study the tourist trails of the historical context of Tehran Bazaar and in four consecutive sections, using graph theory, equates the dominant behavioral patterns as a linear programming problem by GIS software. And finally extracted 10 paths. In order to prioritize and categorize the routes, the ViKOR multi-criteria model is used and ten routes in the form of three categories, commercial, cultural and ritual tourism routes are classified and for each category, a proposed route is designed and presented in GIS software. The results show that commercial tourism routes cover 70% of the behavioral patterns of the area, which by defining targeted tourism routes, while providing tourism goals, can lead to visits to other old buildings and structures.

**Citation:** Goodarzi, Gh; Behzadfar, M; Ziari Y A. (2022): Redefining tourism routes in the historical context of Tehran Bazaar, Journal Research and Urban Planning, Vol 13, No 50, PP 96-112.

**DOI:** 10.30495/JUPM.2022.5501

\* **Corresponding author:** Mostafa Behzadfar

**Address:** Professor, Department of Urbanism, Faculty of Urban Development, Iran University of Science and Technology, Tehran, Iran.

**Tell:** +982177240467

**Email:** behzadfar@iust.ac.ir

## Extended Abstract

### Introduction

Urban tourism is an expanding industry and has many economic and social benefits for a city, while tourism policies to attract tourists play an essential role in promoting urban tourism. The historical Texture of Tehran has many tourist attractions that, due to the lack of familiarity of the citizens, after several decades have passed since the creation of this texture; There are still many unfamiliar places and spaces that some citizens are not familiar with, and this has caused this part of Tehran's historical identity to be forgotten and this texture has suffered objective and mental wear and tear. Based on this, the article with the main purpose of researching and designing tourism routes in the historical texture of Tehran market has been investigated.

### Methodology

This article examines the most important indicators of the tourism route by using documentary-library sources and equates the dominant behavior patterns in the form of a linear programming problem by ARC GIS software in four consecutive sections using graph theory and finally 10 The path has been extracted. In order to prioritize and categorize the routes, the Vikor multi-criteria model was used and ten routes were categorized into three categories, commercial, cultural and religious tourism routes, and for each category a

suggested route was designed and presented in ARC GIS software.

### Results and discussion

The results of the study show that the commercial tourism routes cover 70% of the behavior patterns of the range, which by defining the targeted tourism routes, while providing the tourism goals, it is possible to visit other antiqued buildings and structures.

### Conclusion

Historical textures have been one of the main pillars and old spaces of cities that have undergone many physical and mental changes during different periods. On the other hand, the historical and old texture in the cities are like a historical city within the modern city, and the paths as the gates of time that feature the history. In the meantime, the paths connecting the tourist attractions, they play a very important role in attracting tourists and the economic prosperity of the cities are responsible. This research is trying define and redefine tourism routes, while estimating the tourist's main desire to be in the area, introduce other tourist attractions in the form of numerous tourist routes resulting from people's behavioral and movement patterns according to graph theory

## بازتعریف مسیرهای گردشگری در بافت تاریخی بازار تهران

غزاله گودرزی<sup>۱</sup>، مصطفی بهزادفر<sup>۲\*</sup>، یوسفعلی زیاری<sup>۳</sup>

۱- دکتری شهرسازی، دانشکده شهرسازی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال، تهران، ایران.

۲- استاد، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه علم و صنعت ایران، تهران، ایران.

۳- دانشیار، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز، تهران، ایران.

## چکیده

حفظ و احیا بافت‌های تاریخی همواره مهمترین دغدغه‌های شهروندان در دوره‌های مختلف بوده‌است. رونق صنعت گردشگری یکی از راه‌های حفظ و احیا این گونه بافت‌ها، می‌باشد؛ چرا که با وجود پیشرفت تکنولوژی و ساخت فضاهای شهری جدید، بافت‌های قدیمی و تاریخی همچنان نقاط عطف شهرها هستند و اغلب تمایل گردشگری در این فضاها و مکان‌ها بیشتر است. از دیگر سو، تعریف و بازتعریف مسیرهای گردشگری پیاده در این بافت‌ها می‌تواند باعث ایجاد جریان زندگی در کالبد قدیم شود و از فرسودگی عینی و ذهنی بافت جلوگیری کنند. بافت تاریخی بازار تهران با قدمت بیش از ۲۰۰ سال دارای ظرفیت‌های مناسب گردشگری پیاده است و هر روزه میزبان گردشگران مختلف بوده؛ اما فقدان مسیرهای گردشگری مناسب باعث متروکه شدن، فراموشی و مورد بازدید قرار نگرفتن بخش‌های از این محدوده شده‌است. مقاله حاضر با هدف و ماهیت کاربردی، بررسی مسیرهای پیاده گردشگری بافت تاریخی بازار تهران را هدف اصلی خود قرار داده‌است و در چهار بخش متوالی با استفاده از تئوری گراف، الگوهای رفتاری غالب را به صورت یک مسئله برنامه‌ریزی خطی توسط نرم افزار ARC GIS معادل‌سازی نموده و در نهایت ۱۰ مسیر استخراج نموده‌است. در ادامه جهت الویت‌بندی و دسته‌بندی مسیرها، از مدل چند معیاره ویکور استفاده شده و ده مسیر در غالب سه دسته، مسیرهای گردشگری تجاری، فرهنگی و آیینی دسته‌بندی و برای هر دسته یک مسیر پیشنهادی در نرم افزار ARC GIS طراحی و ارائه شده‌است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که مسیرهای گردشگری تجاری ۷۰ درصد الگوهای رفتاری محدوده را در بر گرفته‌است که با تعریف مسیرهای گردشگری هدفمند، می‌توان ضمن تامین اهداف گردشگری، مسبب بازدید از دیگر بناها و بافت‌های قدیمی شد.

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۱۲/۱۱

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۲/۰۱

شماره صفحات: ۹۶-۱۱۲

از دستگاه خود برای اسکن و خواندن مقاله به صورت آنلاین استفاده کنید



## واژه‌های کلیدی:

مسیرهای پیاده گردشگری، تئوری گراف، مدل چند معیاره vikor، بافت تاریخی بازار تهران.

استناد: گودرزی، غزاله، بهزادفر، مصطفی، زیاری، یوسفعلی (۱۴۰۱): بازتعریف مسیرهای گردشگری در بافت تاریخی بازار تهران، فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی شهری، سال ۱۳، شماره ۵۰، مردادشت، صص ۹۶-۱۱۲

DOI: 10.30495/JUPM.2022.5501

\* نویسنده مسئول: مصطفی بهزادفر

نشانی: استاد، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه علم و صنعت ایران، تهران، ایران.

تلفن: ۷۷۲۴۰۴۶۷

پست الکترونیکی: behzadfar@iust.ac.ir

## مقدمه:

تاجایی که سیاست‌های گردشگری برای جذب گردشگر، نقشی اساسی در ارتقا گردشگری شهرها دارد. بافت تاریخی تهران در بخش میانی خود که محدود به بازار کنونی می‌باشد، دارای جاذبه‌های گردشگری متعددی (Region, 12) است که به دلیل عدم آشنایی مناسب شهروندان، بعد از گذشت چندین دهه از پیدایش این بافت؛ هنوز مکان‌ها و فضاهای ناآشنای متعددی وجود دارد که برخی از شهروندان با آن آشنایی ندارند و همین امر باعث فراموش شدن این بخش از هویت تاریخی تهران شده و این بافت را دچار فرسودگی عینی و ذهنی کرده است. یکی از اصلی‌ترین علل این رخ داد نبود مسیرهای گردشگری و پایین بودن کیفیات مسیر گردشگری است (habibi, 2018)؛ از دیگر سوی، وجود مکان‌ها و فضاهای شهری متعدد در این بافت، لزوم حفاظت از آثار تاریخی و فرهنگی این محدوده را دو چندان می‌کند، زیرا روند رو به رشد فراموشی و رها شدن این بافت تاریخی، باعث فرسودگی کالبدی و اجتماعی شده و ضرورت توجه و بازتعریف مسیرهایی که سرزندگی و امنیت را به این بافت برگرداند را دو چندان می‌کند. این پژوهش با روش کاربردی پاسخ به سوال اصلی و صریح؛ «آیا می‌توان مسیرهای گردشگری طراحی نمود که بر مقاصد گردشگری افراد تاثیر غیرمستقیم داشته باشند و ضمن تامین اهداف گردشگری مسیب بازدید از دیگر فضاها و مکان‌های شوند؟» را دغدغه اصلی قرار داده است. بر این اساس، مقاله با هدف اصلی بررسی و طراحی مسیرهای پیاده گردشگری موجود در بافت تاریخی بازار تهران با بهره‌گیری از منابع اسنادی- کتابخانه‌ای مهمترین شاخص‌های مسیر گردشگری را بررسی نموده و سپس با کمک تئوری گراف‌ها و استخراج الگوهای رفتاری غالب به تعریف و بازتعریف مسیرهای گردشگری پیاده در این محدوده خواهد پرداخت.

## پیشینه و مبانی نظری تحقیق:

## گردشگری

از گردشگری تعاریف متعددی بیان شده است اما، کلمه گردشگر و گردشگری اولین بار به صورت رسمی در سال ۱۹۳۷ توسط اتحادیه ملل استفاده شده است. بنابر این تعریف، گردشگری فعالیت‌های مسافرتی افراد و اقامت در خارج از محیط دائم زندگی آن‌ها برای بیش از بیست و چهار ساعت و کمتر از یکسال به قصد تفریح، تجارت و اهداف دیگر است (Zargham, Borujeni & Turkman, 2014: 62). در یک نگرش کلی، گردشگری و نحوه‌ی تبادل و تعامل فرهنگ‌ها در مسائل گردشگری با انتشار بیانیه‌ی مانیل در سال ۱۹۸۰ در اجلاس

از آغاز دهه ۱۹۶۰ بسیاری از صاحب‌نظران نظیر جین جکوبز، فرانسویس تیبالدز، تریدید بنرجی و غیره از مرگ فضاهای جمعی سخن گفته‌اند و علت آن را افت دائم کیفیت فضاهای شهری بر شمرده‌اند. در شهرهای مدرن از بین رفتن عرصه‌های عمومی شهری موجب بی میلی افراد به معاشرت اجتماعی، کاهش اختلاط اجتماعی، ناهنجاری رفتاری، بی‌تفاوتی نسبت به عرصه‌های عمومی شهر، آلودگی محیط زیست، افت سلامت جسم و روح، شکل‌گیری فضای از هم گسیخته و بی‌مکان شده است (Heidarzadeh & Pourizdanparast, 2020: 65). در این میان، اغلب شهرهای تاریخی با سابقه غنی شهرنشینی به علت ماهیت تغییر یافته کنونی شهرها، از این دست عرصه‌های عمومی و فضاهای جمعی رها شده بسیار دارند که نیازمند برنامه‌ریزی و بازنگری است. یکی از راه‌های احیا بافت‌های قدیمی و تاریخی، تعریف مسیرهای گردشگری در این گونه فضاهای شهری می‌باشد؛ زیرا که وجود انسان پیاده و امکان بازدید ۲۴ ساعته، باعث ارتقا کیفیت محیط شده و با توجه به نظریه چشمان ناظر جکوبز (۱۹۶۱) بافت را از تخریب اجتماعی و کالبدی در امان نگه می‌دارد. در واقع، گردشگری به عنوان ابزاری برای توسعه مناطق مختلف در نظر گرفته می‌شود، چرا که این مقوله می‌تواند به عنوان منبعی در خصوص زدودن فقر و افزایش اشتغال‌زایی مطرح شود و افزایش گردشگر به جذب سرمایه‌گذاری اقتصادی و کمک به سلامتی و ارتقا کیفیت زندگی بی‌انجامد (fossati & panella, 2000: 12; Meyer, 2004: 74; Breidenhann & wickens, 2004: 23; Bigdeli Rad & Bin Nghah, 2014: 336) و در ادامه می‌تواند صنعت گردشگری را از مقیاس محلی و منطقه‌ای به مقیاس جهانی ارتقا دهد. در واقع، از آنجا که گردشگری یک نظام معنامند است و با سه عنصر انگیزه، زمان، حرکت رابطه دارد و تعاملات و رویارویی فرهنگی را فراهم می‌سازد، یک فرصت بزرگ فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی برای کلانشهرها به وجود می‌آورد. شهرها میراث سال‌ها تغییر، تحول و پویایی فرهنگی هستند و با توجه به برخورداری از جاذبه‌ها و تاسیسات مختلف گردشگری نظیر جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی، مذهبی و .. مراکز خرید، مراکز اقامتی، جنب و جوش شهری، شرایط محیطی و مناظر و چشم‌اندازهای شهری از جمله مهم‌ترین عوامل موثر در جذب گردشگر داخلی و خارجی محسوب می‌شوند (vossoughi et al, 2018). گردشگری شهری یک صنعت در حال گسترش است و دارای مزایای اقتصادی و اجتماعی متعددی برای یک شهر است و این مورد می‌تواند به درآمدزایی و اشتغال و همچنین بهبود فضای کالبدی شهرها کمک کند.

تاریخی و این که خود به عنوان حافظه تاریخی بشریت محسوب می‌شوند، مقصد مهمی برای گردشگران به شمار می‌آیند.

### مسیرهای گردشگری

انگاره تبدیل مسیرهای شهری به خیابان‌های مختص حرکت پیاده در محدود تاریخی و مرکزی شهرهای اروپایی، برای نخستین بار در قالب تجربه‌ای محدود و محلی در یکی از خیابان‌های مرکز شهر «اسن» آلمان به اجرا درآمد و توجه به این امر پس از جنگ جهانی دوم و فرار سیدن زمان بازسازی شهرهای اروپایی شکل مشخص‌تری پیدا کرد (Jori et al, 2016:157). گشت پیاده یکی از ارزشمندترین روش‌ها برای درک و شناخت محیط است و ضمن معرفی بافت و عناصر با ارزش آن از طریق نمایاندن مشخصات کالبدی مکان و رویدادهای زمان، به عنوان عاملی موثر در تعریف هویت مکانی معرفی می‌شود (Abbaszadeh & Ishm, 2018) تا جایی که در برخی از شهرها، به عنوان استراتژی‌های گردشگری مطرح شده و به طور قابل توجهی به اقتصاد شهری کمک می‌کنند (Uysal, 2013). براساس پژوهش‌های صورت گرفته، پیاده‌روی بخشی از سفرهای روزانه شهروندان است. طبق آمار ارائه شده در شهرهای بزرگ ایران ۵۰ درصد و در شهرهای کوچک ۷۵ درصد سفرها پیاده انجام می‌شود (Alitajer et al, 2016). توجه به این نکته حائز اهمیت است که مسیرها در ذهن شهروندان نه تنها خطوطی هستند که ارتباط و اتصال نقاط مختلف شهر را میسر می‌سازند، بلکه فضاهایی را متصور می‌شوند که به صورت روزمره بیش‌ترین حیات جمعی را در خود جای می‌دهند. در این میان، محصول گردشگری ماهیتی مرکب دارد و شامل همه مواردی است که گردشگران درگیر آن می‌شوند؛ از خرید کردن، دیدن تا کسب تجربه‌های جدید، توجه به عامل‌های فرعی در بدست آورد محصول نهایی اهمیت دارد.

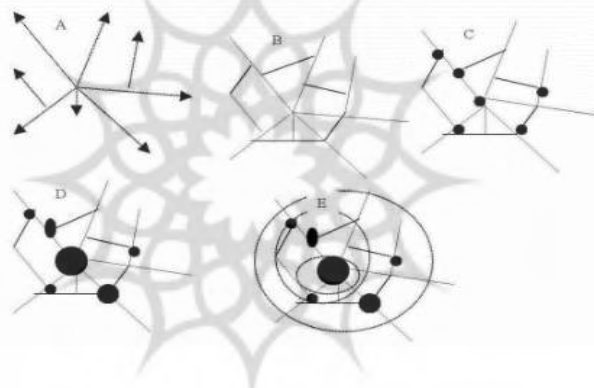
### معیارهای مسیرگردشگری

مطالعات نظری در باب گردشگری در دهه اخیر حول سه جریان مختلف قرار گرفته است: جریان اول بررسی در زمینه دانش گردشگری و انواع گردشگری؛ جریان دوم تجزیه و تحلیل شبکه بر اساس اهداف گردشگری و الگوهای رفتاری (که زمینه اصلی این پژوهش است)؛ جریان سوم بررسی در مورد منابع و مقاصد گردشگری را شناسایی می‌نماید (Uysal, 2013). Petrevska و همکاران با هدف تجزیه و تحلیل مسیرهای گردشگری ترکیه به تاکید بر برگزاری تورهای منظم گردشگری برای گروه‌های هدف خاص و ارتقا صنعت گردشگری شهری با اهداف فرهنگی می‌پردازند (Petrevska et al, 2019). پورا احمد

مجمع عمومی سازمان جهانی گردشگری مورد توجه اساسی قرار گرفت. در این بیانیه ضمن برشمردن آثار مثبت فرهنگی و اجتماعی ناشی از گردشگری داخلی و بین‌المللی، از دولت‌ها خواسته شد در حفظ منابع فرهنگی بکوشند؛ به نحوی که استفاده‌ی مستمر باعث از بین رفتن آن‌ها نشود (Abbaszadeh & Ishm, 2018:99). همچنین، طبق اعلام سازمان جهانی جهانگردی، گردشگری شهری نوعی فعالیت گردشگری است که در یک فضای شهری با ویژگی‌های ذاتی آن صورت می‌گیرد که با اقتصاد مبتنی بر غیرکشاورزی مانند اداره، تولید، تجارت و خدمات و به عنوان نقاط اصلی حمل و نقل مشخص می‌شود. مقصدهای شهری طیف گسترده‌ای و ناهمگن از تجربیات و محصولات فرهنگی، معماری، فناوری، اجتماعی و طبیعی را برای اوقات فراغت و تجارت گردشگران ارائه می‌دهند (UNWTO, 2021). در شش دهه گذشته، صنعت گردشگری رشد پیوسته‌ای را تجربه کرده و به یکی از بزرگ‌ترین و درحال رشدترین صنایع در جهان تبدیل شده (ozturk et al, 2015:233) و گردشگری شهری به یکی از شاخه‌های مهم و پردرآمد گردشگری مبدل شده است. گردشگری شهری یک عامل تغییر دهنده فضا در مکان‌ها و زمان‌های شناخته شده برای هر شهر محسوب می‌شود و گردشگر شهری به عنوان استفاده کننده از فضای شهری با وزن‌دهی و تمرکز بر بخشی از فضای شهری می‌تواند به عنوان عامل مهم، قابل توجه و بررسی باشد. هر میزان که استفاده گردشگران از فضا و امکانات، خدمات و تسهیلات و جاذبه‌های شهری بیشتر باشد، فضا و ساختار فضایی شهری به سمت گردشگری بیشتر تمایل پیدا می‌کند. به عبارتی دیگر، ساختار فضایی شهر استوار بر ساختار گردشگر شهری است (Ziari et al, 2018). از دیگر سوی، برخی از شهرها با هویت تاریخی و قدمت طولانی حاوی جاذبه‌هایی مانند بناهای یادبود، معماری تاریخی، مکان‌های مذهبی هستند که مقصد گروه‌های خاصی از گردشگران می‌باشند و این امر باعث می‌شود که گاهی یک گردشگر شهری برای گذراندن اوقات فراغت به گشت و گذار در شهر مبادرت ورزد و لزوماً از شهر خارج نشود (Poorahmad et al, 2016:257) و گردشگری فرهنگی در شهرها را پدید آورند. گردشگری فرهنگی، با پشتیبانی از بافت میراثی، یکی از ویژگی‌های برجسته صنعت گردشگری است که منجر به توسعه محصولات خاص گردشگری می‌شود (Petrevska et al, 2019:2). در واقع، گردشگری شهری شامل سفر و بازدید با تمرکز بر مقاصد شهری، یک پدیده شهری است، به ویژه شکل انبوه آن که گردشگری در بافت تاریخی است و عمدتاً برخاسته از هویت تاریخی شهرها است. لذا شهرها به دلیل قدمت

دسترسی گردشگران به جاذبه‌های شهر شیراز پراخته و در این راستا، تصویر ذهنی گردشگران و میزان رضایتمندی آن‌ها از نحوه دسترسی به مقاصد گردشگری و تعیین الگوی حرکتی آنان در سطح شهر مورد تحلیل قرار گرفته‌است (Heydari et al, 2014). صابریان و همکاران به ارائه و طبقه‌بندی از انواع گراف دوگان و بکارگیری آنها در بهبود آنالیزهای مسیریابی منطقه ۴ تهران پرداخته و قابلیت‌های سیستم اطلاعات مکانی در زمینه مدیریت بهینه سفرهای درون شهری را مورد بررسی قرار داده‌اند (Saberian et al, 2012). هاگت (۱۹۶۵) در کتاب خود، مجموعه‌ای از مدل‌های جغرافیایی را جهت تجزیه و تحلیل یک سیستم منطقه‌ای (شکل ۱) و توسعه مسیرهای گردشگری مطرح نموده‌است که با خروج از خانه شروع می‌شود و حرکات فرد تا برگشت به خانه در آن ثبت و ضبط می‌شود و در نهایت مورد طراحی قرار می‌گیرد.

و احمدی فر، در پژوهشی به گردشگری خلاق شهری در منطقه ۱۲ تهران پرداختند و استفاده از صنایع فرهنگی را یک رویکرد جامع برای بازآفرینی شهری بافت تاریخی دانستند (Pourahmad, Ahmadifard, 2018). Graf 8. Popesku با تحقیق بر روی مسیرهای فرهنگی، به عنوان نوعی از یک محصول خاص گردشگری و با در نظر گرفتن و بررسی عوامل اصلی تأثیرگذار بر توسعه چنین مسیرهایی، ویژگی‌های اصلی مسیرهای فرهنگی را توصیف نموده‌اند (Graf & Popesku, 2016). جوری و همکاران، با هدف بررسی امکان احیا پیاده‌راه‌های مرکزی شهر زنجان برای استفاده گردشگران و شهروندان و دستیابی به استراتژی‌ها و راهکارهای مورد نیاز، به بررسی مبانی نظری موضوع در ایران و جهان پرداخته و با بررسی نقاط قوت و ضعف و تهدید و فرصت به ارزیابی مسیرهای پیاده گردشگری زنجان پرداخته‌اند (Jori et al, 2016). حیدری و همکاران، به بررسی و تحلیل مسیرهای



شکل ۱- مراحل تجزیه و تحلیل یک سیستم منطقه‌ای. بر اساس مدل هاگت، (Flognfeldt, 2005)

کاربری و عملکرد می‌داند (Pakzad, 2014)، «دام نوزی» ۱۶ شاخص را به عنوان شاخص‌های اصلی ایجاد، توسعه و نگهداری یک پیاده‌راه مطرح نموده‌است: تمرکز شاد برای عابران پیاده، تراکم‌های مسکونی، اندازه‌های با مقیاس انسانی، خرده‌فروشی‌های فعال و گوناگون، آرام‌سازی ترافیک، فعالیت ۲۴ ساعته، محوطه‌های باریک، محافظت در برابر آب‌وهوا، پیاده‌روهای عریض، تجهیزات غیرمزامح، نماهای اصلی فعال ساختمانی، شعاع‌های چرخش متعادل و فواصل عبوری، همجواری، بلوک‌های کم طول، دور منظر انتهایی، بنگاه‌های تجاری مناسب (Shieh et al, 2015). جهت تدوین مدل مفهومی پژوهش پس از بررسی تعاریف و مفاهیم، بررسی آرای نظریه پردازان و پژوهشگران و تجارب جهانی پیرامون شکل‌گیری الگوهای رفتاری در طی مسیرهای پیاده، معیارها و شاخص‌هایی از آنها اتخاذ شده‌است؛ که پس از تطبیق و تایید

با توجه به اهداف هر پژوهشی معیارهای موجود می‌توانند با رویکردهای گوناگون مطرح شوند. گوردون کالن با رویکرد زیبایی‌شناختی، همواره بر اهمیت سکوت و آرامش در مسیرهای پیاده، کفسازی و میلان متناسب با آنها تأکید می‌کند و حضور مردم در فضاهای شهری از جمله پیاده‌روها را مایه سرزندگی می‌داند (Cullen, 1961). یان گل پیاده‌روی، دوچرخه‌سواری و حمل و نقل عمومی را تنها راه چاره برای تجدید حیات بافت‌های کهن شهرها می‌داند و از مفهوم کپنهاگ‌سازی نام می‌برد که از طریق فرهنگ دوچرخه‌سواری و پیاده‌محوری حاصل شده است (Gehl, 1987). یوسال معیارهای یک مسیر گردشگری را در وجود دسترسی مناسب، تنوع فعالیت‌ها، ایمنی، پاکیزگی، کیفیت خدمات، فاصله جغرافیایی بین مبدا و مقصد گردشگری، زمان صرف شده، هزینه‌ها می‌داند (Uysal, 2013). پاکزاد اهداف و توقعات از یک پیاده‌راه‌ها را شامل سرزندگی (تنوع در طول مسیر و نفوذپذیری) ایمنی پیاده و سواره، انعطاف در

متخصصان و حذف اشتراکات به عنوان معیارها و شاخص‌های این پژوهش در جدول ۱ معرفی شده‌اند.

جدول ۱- اصلی‌ترین معیارهای طراحی مسیر گردشگری

وجود تنوع در مسیر باعث ایجاد انگیزه و به حرکت افتادن از نقطه‌ای به نقطه دیگر می‌شود. تنوع در مسیر با عوامل طبیعی و جاذبه گردشگری متنوع حاصل می‌شود	تنوع (Bentley,2003), (pamir,2012)
هر مقدار محیطی دارای حضور افراد از گروه‌های گوناگون باشد و افراد در بافت تعاملات اجتماعی داشته باشند، سرزندگی و پویایی در آن بافت تامین می‌شود	سرزندگی (Lynch,1995)( Cremona,2003)
بافت‌های تاریخی به علت پیدایش طبیعی در زمان خود، دارای نفوذپذیری کالبدی بوده‌اند، اما در عصر کنونی ضمن تقویت نفوذپذیری کالبدی، تاکید بر افزایش و القا نفوذپذیری بصری است، تا فرد در مدت زمان حضور در مسیر احساس امنیت و آرامش داشته باشد.	نفوذپذیری (Bently,2003) (Jacobs,1961)
وجود جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی، تجاری، مذهبی و سایر جاذبه‌های گردشگری شهری متعدد و پشت سرهم، ضرباهنگ‌های مسیر را پدید می‌آورند و ضمن تاکید بر معیارهای قبلی باعث ایجاد انگیزه و حس وفاداری در گردشگر می‌شود.	جاذبیت مسیر (Buhalis, 2000)
امکان اتصال راحت به لیه‌ها و مسیرهای حمل و نقل عمومی جهت رسیدن به ابتدا مسیر گردشگری و خروج راحت از مسیر گردشگری باعث تقویت مشارکت گردشگران می‌شود	دسترسی (Lynch,1995) (Cremona,2003) (Buhalis, 2000)
امنیت به عنوان یکی از نیازهای اساسی فضای شهری، در مسیرهای پیاده باعث علاقه به ادامه مسیر می‌شود و جز نیازهای فیزیولوژیکی است و یکی از ابعاد مهم کیفیت زندگی است	ایمنی و امنیت (Echtner & Ritchie,1993) (Cremona,2003) (lang,2002)
یک مسیر گردشگری پیاده باید به همان اندازه که برای گردشگر قدیمی خوانا و دست یافتنی است، برای گردشگری که اولین بار در مسیر قرار می‌گیرد نیز خوانا باشد. استفاده از نمادها و نشانه‌های بصری و کالبدی به تقویت این امر کمک می‌کند.	خوانایی (Lynch,1995) (Cremona,2003) (Bently,2003)
بافت‌های تاریخی جز بدنه اصلی شهرهای قدیمی بوده‌اند و اکنون بستری برای حضور مجدد افراد و مرور خاطرات و شنیدن رویدادهای گذشته هستند	خاطرات (Carmona,2003)
هر مقدار پیچیدگی کالبدی و عملکردی افزایش یابد، علاقه انسان به جستجو و کشف آن مکان بیشتر می‌شود. زیرا ذهن انسان ساختار پیچیده دارد و از تجزیه و تحلیل لذت می‌برد. لذا اغلب انسان‌ها از مسیرهای ساده و یکنواخت و کسل کننده دوری می‌کنند و جذب مسیرهایی می‌شوند که پیچیدگی بیشتری دارند و این نشان دهنده علاقه ناخودآگاه ذهن به فضای پیچیده است.	پیچیدگی (Kozak & Rimmington (1998) Tosun, ded eoğlu& Fyall (۲۰۱۵)

منبع: نگارندگان، براساس مبانی نظری و پیشینه پژوهش

به لحاظ جنسیت ۵۴ درصد زن و ۴۶ درصد مرد؛ همچنین ۷۳ درصد پاسخگویان گردشگر داخلی با بیش از ۱۵ بار حضور و ۲۷ درصد گردشگر خارجی با بیش از ۲ بار حضور در محدوده بوده‌اند که در این میان، از آنجایی که کسبه در مناسبات و مراسمات، نقش پر رنگ‌تری داشته‌اند، با روش تخصیص متناسب، الگوی رفتاری ۱۲۶ مغازه‌دار نیز، تعیین شده‌است. در انتخاب افراد برای تعیین مسیرهایی که طی نموده‌اند، چند شرط برای پژوهشگران حائز اهمیت بوده است:

- حضور اکنون افراد در بازار، اولین حضورشان نبوده باشد؛
- از زمان ورود تا لحظه مصاحبه حداقل ۲ ساعت از حضورشان در محدوده گذشته باشد؛
- پس از تعیین مسیر بر روی نقشه و رسم الگوی حرکتی، اصلی‌ترین دلیل برای چرایی الگوی حرکتشان پرسیده شود(جهت استخراج و تدقیق گرہ‌ها).

## مواد و روش تحقیق:

تحقیق حاضر با روش کمی با مصاحبه‌های ساختار یافته شهروندی به عنوان ابزار پژوهش، به جهت تعیین و پیشنهاد مسیرهای پیاده در چهار بخش انجام گرفته است. ابتدا با حضور در محدوده پژوهش و انجام مصاحبه‌ها، به ترسیم الگوی رفتاری حرکتی گردشگران پرداخته و با توجه به تئوری گراف، مسیرهایی که توسط افراد طی می‌شوند، ترسیم شده‌اند. بدین منظور کلیه افرادی که در این محدوده از ساعت ۹ صبح تا ۱۵ بعد از ظهر روزهای عادی و کلیه افرادی که در مناسبت‌های ویژه مانند مراسم مذهبی و مناسبت‌های ملی حضور داشته‌اند؛ جامعه آماری این پژوهش را شامل خواهند شد. حجم نمونه از فرمول کوکران معادل ۳۰۰ نفر برآورد گردید و با نمونه‌گیری هدفمند، مصاحبه‌ها در محدوده طی چندماه انجام گرفته و مسیرهایی که افراد از بدو ورود به محدوده تا خروج طی نموده‌اند بر روی نقشه مشخص گردیده‌است. نتایج آمار توصیفی

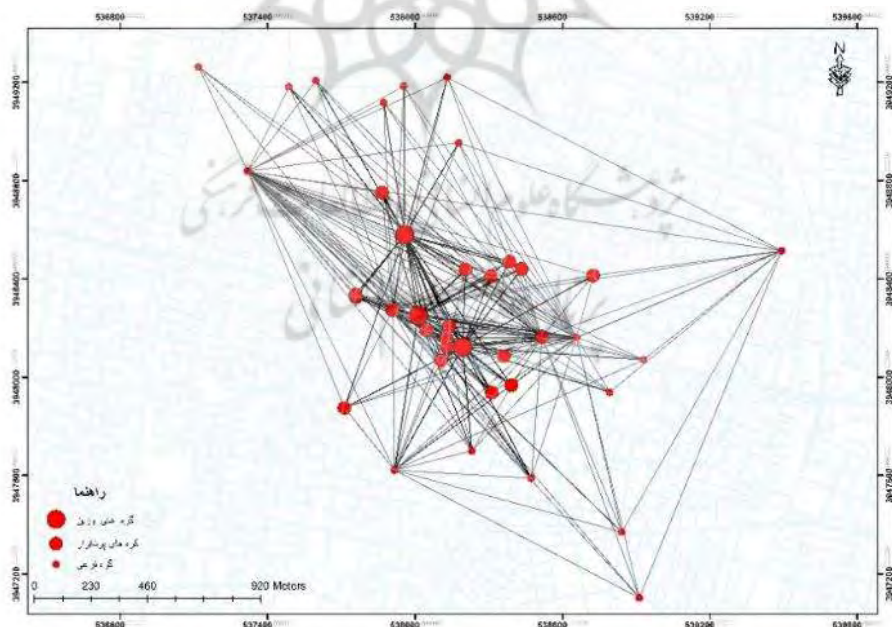
### بحث و ارائه یافته‌ها:

همانطور که بیان شد؛ این پژوهش در ۴ بخش اصلی انجام شده و نتایج هر بخش مورد استفاده مستقیم در بخش بعدی قرار گرفته است: **در گام اول**؛ به علت وجود مکان‌ها و فضاهای شهری متعدد، لیستی بالغ بر ۱۳۸ فضا و مکان شهری که در مصاحبه‌های هدفمند بیشترین تکرار را داشته‌اند، شامل؛ ۴۲ بنا واجد نگهداری با معماری ویژه مشتمل بر خانه و عمارت‌های قدیمی، مکان‌های حاوی رویدادهای تاریخی و موزه‌ها؛ ۴۱ مکان مذهبی شامل امامزاده، مساجد، تکایا و حسینیه‌ها مسجد و مدرسه؛ ۱ کلیسا، ۳۴ فضای تجاری شامل پاساژها و مغازه‌های شاخص، راسته‌ها و گذرهای معروف و ۲۰ مکان و مسیر با دسته‌بندی مشترک را پدید می‌آورند، شناسایی و دسته‌بندی گردیده‌اند. **در گام دوم**؛ از میان ۱۳۸ مورد استخراج شده، با نظر ۷ متخصص شهری و ۳ متخصص گردشگری و ۱ متخصص تورهایی گردشگری؛ با در نظر گرفتن بیشترین تکرار و تراکم حضور افراد، ۴۰ گره نهایی و مهم جهت ترسیم و ساخت شبکه مسیرها استخراج گردیده‌است. گره‌ها به صورت شبکه‌ای از نقاط و اتصالات (مسیرها) در محیط GIS مدل‌سازی شدند و گراف‌های غیرجهت‌دار و وزن دار، بین این نقاط با توجه به الگوهای رفتاری غالب در نرم افزار GIS با تحلیل مختصاتی و مکانی دقیق ترسیم گردیدند. (شکل ۲)

پس از جمع‌آوری مصاحبه‌ها و کدگذاری و تعیین مسیرهای ممکن، رئوس و گره‌های اصلی شناسایی شده و گراف‌های متناظر در نرم افزار GIS ترسیم شده و با روش چند معیاره ویکور با شاخص‌های ۹ گانه مستخرج از مبانی نظری الویت‌بندی شده‌اند. در نهایت مسیرهای دسته‌بندی و نام‌گذاری شده و در هر قسمت مسیر پیشنهادی پژوهشگران ارائه شده‌است.

### محدوده مورد مطالعه

ایران از دوران صفویه و قاجاریه به دلیل موقعیت ویژه‌ای که در میانه راه تاجران جاده ابریشم داشته است و با توجه به تمدن چند هزار ساله خود، دارا بودن آیین‌های مذهبی غنی و معماری خاص، سالانه میزبان بسیاری از گردشگران است. محدوده شهری تهران در دوران صفویه عمدتاً مسیرهایی برای دسترسی به بازار بوده و طبق نقشه تهران در سال ۱۲۷۵ محدوده شهری تهران، از جنوب خیابان مولوی، از شمال خیابان امام خمینی، از شرق تا خیابان ری و از غرب خیابان وحدت اسلامی امروزی بوده و محور و ستون فقرات اصلی بازار، تیمچه‌ها و سراها و ... اغلب در این محور قرار گرفته بوده‌اند (region 12, 2020). در واقع می‌توان گفت، بخش اعظمی از بافت تاریخی تهران، اکنون هسته اصلی بازار تهران و محدوده بازار را تشکیل داده است.



شکل ۲- یال‌های وزین، ابرگراف ایجاد شده در ۴۰ گره (منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۹)

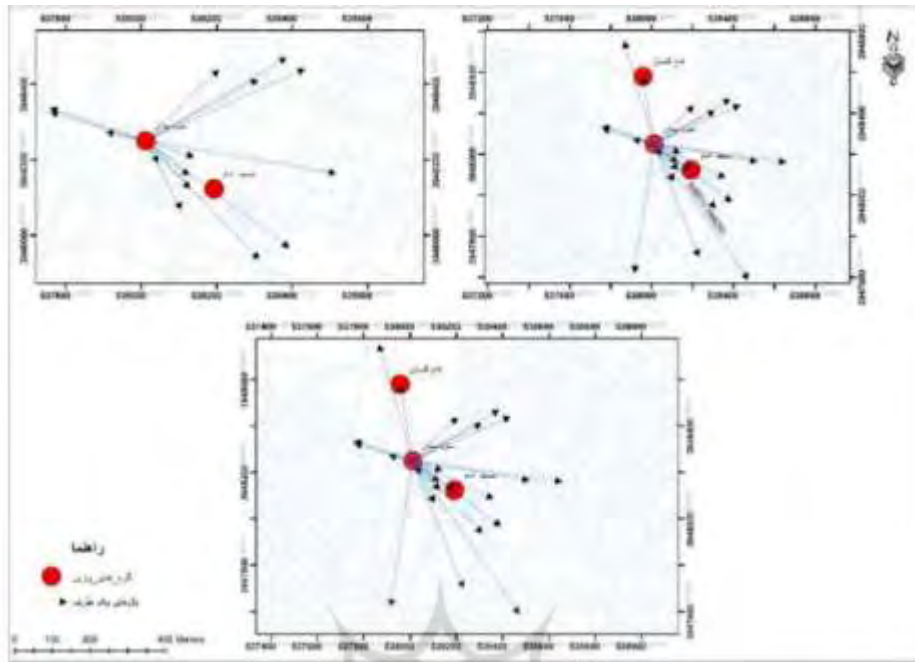
تعداد حرکت و الگوی رفتاری افراد وزن اتصالات را پدید می‌آورند؛ ۴۰ گره در غالب ۳ دسته شامل ۳ گره وزین، ۲۰ گره پرتکرار و ۱۷ گره فرعی تقسیم‌بندی شده‌اند و گراف‌های یک

با توجه به این امر که، در یک سیستم گردشگری با رویکرد تئوری گراف یک مرکز یا گره، شروع حرکت افراد یا مقاصد هستند و اتصالات لبه‌هایی هستند که بین دو گره طی شده‌اند و



است (شکل ۳).

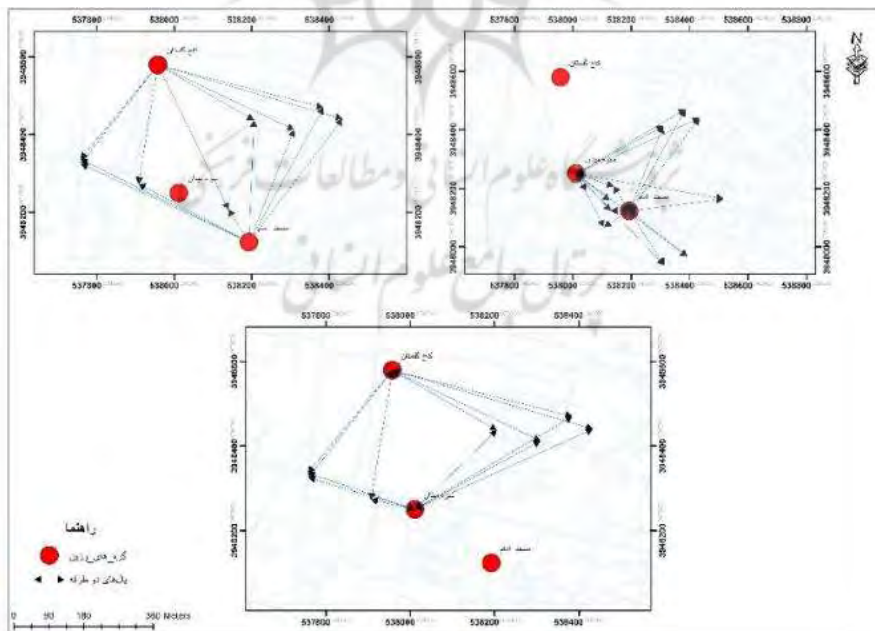
طرفه بین سه گره وزین شامل سبزه میدان، کاخ گلستان و مسجد امام با یال‌های پرتکرار در محیط نرم افزار طراحی شده



شکل ۳- گراف‌های یک جهت بین سه گره وزین با یال‌های پرتکرار (منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۹)

گرفته شد (شکل ۴) و در نهایت با در نظر گرفتن امکان تردد و حذف الگوهای رفتاری تکراری و مطابقت دادن با معابر موجود، ده مسیر اصلی استخراج گردید.

همچنین باید در نظر گرفت که، تعداد بازدید بین دو گره نشان‌دهنده میزان جذابیت هر گره است که به هر گره وزنی را اختصاص می‌دهد؛ لذا مهمترین یال‌های جهت‌دار ۳ گره وزین، جهت تعیین میزان جذابیت و طراحی گراف‌های جهت‌دار در نظر



شکل ۴- گراف‌های دو جهت بین سه گره وزین با یال‌های پرتکرار (منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۹)

جذابیت مسیر، دسترسی، ایمنی و امنیت، خوانایی، خاطرسازی و پیچیدگی مسیر، از روش تصمیم‌گیری چند معیاره ویکور استفاده گردید. میزان اهمیت این معیارها با مقیاس ۹ تایی لیکرت با

در گام سوم پژوهش، به منظور ارزیابی و رتبه‌بندی مسیرهای استخراجی بر اساس ۹ معیار تنوع، سرزندگی، نفوذپذیری،

## بازتعریف مسیرهای گردشگری در بافت تاریخی بازار تهران

نمودن ماتریس تصمیم‌گیری به روش نرمال استفاده شده است.

توجه به نظرات متخصصین بررسی و در جدول ۲ ارائه شده است. همچنین جهت قابل مقایسه شدن معیارها، بی‌مقیاس

جدول ۲- ماتریس تصمیم‌گیری مستخرج از معیارها

مسیر	تنوع	سرزندگی	نفوذپذیری	مسیر	دسترسی	ایمنی و امنیت	خوانایی	خطرات	مسیر	پیچیدگی
اول	۵,۵۳	۴,۳۷	۵,۳۹	۵,۳۶	۵,۰۳	۴,۹۴	۵,۷۶	۶,۸۱	۴,۴۲	۴,۴۲
دوم	۵,۱۸	۵,۰۹	۵,۳۴	۵,۳۳	۵,۷۴	۵,۸۸	۸,۷۲	۶,۳۷	۷,۶۱	۷,۶۱
سوم	۵,۴۱	۵,۱۲	۷,۱۲	۵,۷۲	۴,۷۳	۶,۲۲	۳,۸۹	۷,۱۲	۴,۳۸	۴,۳۸
چهارم	۵,۰۱	۴,۱۲	۷,۶۱	۴,۷۵	۴,۸۶	۶,۳۱	۶,۸۱	۵,۹۰	۵,۲۰	۵,۲۰
پنجم	۵,۶۳	۴,۳۲	۵,۴۲	۴,۲۵	۵,۸۸	۶,۱۴	۷,۴۷	۴,۳۹	۶,۳۱	۶,۳۱
ششم	۵,۸۷	۵,۰۸	۷,۱۱	۵,۸۲	۴,۵۳	۴,۰۱	۵,۴۶	۴,۳۴	۴,۱۱	۴,۱۱
هفتم	۴,۳۲	۴,۹۵	۶,۵۱	۴,۷۶	۴,۳۲	۵,۴۴	۶,۱۴	۵,۴۲	۵,۷۸	۵,۷۸
هشتم	۵,۶۶	۵,۵۳	۶,۰۳	۵,۱۸	۶,۲۸	۵,۲۹	۵,۹۲	۴,۶۵	۷,۵۲	۷,۵۲
نهم	۵,۲۶	۵,۹	۶,۰۳	۵,۴۶	۵,۱۶	۶,۴	۵,۱۶	۷,۱۷	۴,۶۲	۴,۶۲
دهم	۵,۹۲	۶,۱۲	۵,۲	۶,۴۸	۵,۹۲	۵,۲۳	۶,۸	۶,۲۳	۵,۶۸	۵,۶۸

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۹

وزن هر شاخص استفاده شده که ضرایب در جدول ۳ نمایش داده شده است.

سپس برای اهمیت نسبی معیارها، باید وزن نسبی آن‌ها تعیین شود که در این پژوهش از روش تابع توان رتبه‌ای برای تعیین

جدول ۳- وزن و اهمیت نسبی معیارها

تنوع	سرزندگی	نفوذپذیری	جذابیت مسیر	دسترسی	ایمنی و امنیت	خوانایی	خطرات	پیچیدگی مسیر
۰,۲۹۳	۰,۱۲۴	۰,۲۷۵	۰,۳۴۲	۰,۲۱۴	۰,۲۵۰	۰,۱۳۶	۰,۲۲۰	۰,۲۸۰

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۹

شاخص مطلوبیت  $S$  و شاخص ناراضی‌تی  $R$  مربوط به هریک از معیارها در مسیرهای دهگانه مشخص شده است.

در مرحله بعدی ویکور، با توجه به جدول ۴ ماتریس نرمال شده وزن هر یک از شاخص‌ها محاسبه گردیده و در نهایت مقادیر

جدول ۴- ماتریس تصمیم‌گیری مستخرج از معیارها

مسیر	تنوع	سرزندگی	نفوذپذیری	جذابیت مسیر	دسترسی	ایمنی و امنیت	خوانایی	خطرات	پیچیدگی مسیر
از	۰,۲۹۳	۰,۱۲۴	۰,۲۷۵	۰,۳۴۲	۰,۲۱۴	۰,۲۵۰	۰,۱۳۶	۰,۲۲۰	۰,۲۸۰
اول	۱,۶۲	۰,۵۴	۱,۴۸	۱,۸۳	۱,۰۷	۱,۲۳	۰,۷۷	۱,۴۹	۱,۲۶
دوم	۱,۵۱	۰,۶۳	۱,۴۶	۱,۸۲	۱,۲۲	۱,۴۷	۱,۱۸	۱,۴۰	۰,۸۱
سوم	۱,۵۸	۰,۰۶۳	۱,۹۵	۱,۹۵	۱,۰۱	۱,۵۵	۰,۵۲	۱,۵۶	۰,۹۱
چهارم	۱,۴۶	۰,۵۱	۲,۰۹	۱,۶۲	۱,۰۴	۱,۵۷	۰,۹۲	۱,۲۹	۱,۰۶
پنجم	۱,۶۴	۰,۵۳	۱,۴۹	۱,۴۵	۱,۲۵	۱,۵۳	۱,۰۱	۰,۹۶	۱,۱۸
ششم	۱,۷۱	۰,۶۲	۱,۹۵	۱,۹۹	۰,۹۶	۱	۰,۷۴	۰,۹۵	۱,۲۶
هفتم	۱,۲۶	۰,۶۱	۱,۷۹	۱,۶۲	۰,۹۲	۱,۳۶	۰,۸۳	۱,۱۹	۱,۴۲
هشتم	۱,۶۵	۰,۶۸	۱,۶۵	۱,۷۷	۱,۳۴	۱,۳۲	۰,۰۸	۱,۰۲	۰,۸۶
نهم	۱,۵۴	۰,۷۳	۱,۶۵	۱,۸۶	۱,۱	۱,۶۰	۰,۷	۱,۵۷	۰,۹۳
دهم	۱,۷۳	۰,۷۵	۱,۴۳	۲,۲	۱,۲۶	۱,۳	۰,۹۲	۱,۳۷	۰,۷۱
$f^+$	۱,۷۳	۰,۷۵	۲,۹۳	۲,۲۱	۱,۳۴	۱,۶	۱,۱۸	۱,۵۷	۲,۱۳
$f^-$	۱,۲۶	۰,۵۱	۱,۴۳	۱,۴۵	۰,۹۲	۱	۰,۵	۰,۹۵	۱,۱۵

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۹

رابطه زیر و با در نظر گرفتن ضریب اهمیت ( $V=0.5$ ) در جدول ۵ ارائه شده است.

با توجه به امتیازهای تخصیص یافته و مقادیر حداکثر و حداقل برای هر معیار، در نهایت مقادیر شاخص ویکور ( $Q$ ) از طریق

رابطه (۱)

$$Q_i = V \frac{S_j - S^-}{S^* - S^-} + (1 - V) \frac{R_j - R^-}{R^* - R^-}$$

جدول ۵- مقدار عددی ویکور و اولویت بندی مسیرها

مسیر	مقدار Q	اولویت
مسیر هفتم	۰,۰۱	اول
مسیر هشتم	۰,۲۶	دوم
مسیر دهم	۰,۲۷	سوم
مسیر دوم	۰,۲۹	چهارم
مسیر نهم	۰,۳۴	پنجم
مسیر سوم	۰,۴۷	ششم
مسیر چهارم	۰,۵۸	هفتم
مسیر اول	۰,۶۶	هشتم
مسیر ششم	۰,۸۲	نهم
مسیر پنجم	۰,۸۲	دهم

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۹

در گام آخر پژوهش به کمک نرم افزار GIS مسیرهای نهایی که از پالایش مراحل قبل عبور کرده‌اند، با در نظر گرفتن ۹۶ درصد مسیرهای قابل اتکا، به سه دسته عمده تقسیم بندی و نام گذاری شده‌اند و باتوجه به معیارهای مطرح شده مسیری در هر قسمت پیشنهاد شده است:

#### ۱- مسیر گردشگری تجاری: ۶ مسیر اول اولویت بندی

شده با ویکور شامل مسیرهای هفتم، هشتم، دهم، دوم، نهم و سوم (شکل ۵)؛ با الگوی بالای ۷۳٪ از رفتارها استخراج گردید که پس از اصلاح مسیر و برهم گذاری مسیرهای عبوری استخراج شده و تعیین نوع کاربری‌های غالب، مسیرهای گردشگری با اهداف تجاری نام گذاری می‌شوند که بالاترین ضریب اهمیت معیارها در این دسته شامل امنیت و ایمنی و میزان دسترسی به خیابان اصلی تعیین شده است.

همانطور که جدول ۵ نمایش می‌دهد، رتبه بندی بر اساس ارزش صورت گرفته به گونه‌ای است که کمترین ارزش بالاترین اولویت را به خود اختصاص داده است. مسیر هفتم با رتبه ۰/۱ در اولویت اول و مسیر پنجم با امتیاز ۰/۸۲ در اولویت آخر قرار گرفته است. پس تعیین اولویت‌ها لازم است که شروط ویکور نیز، مورد آزمون قرار گیرند:

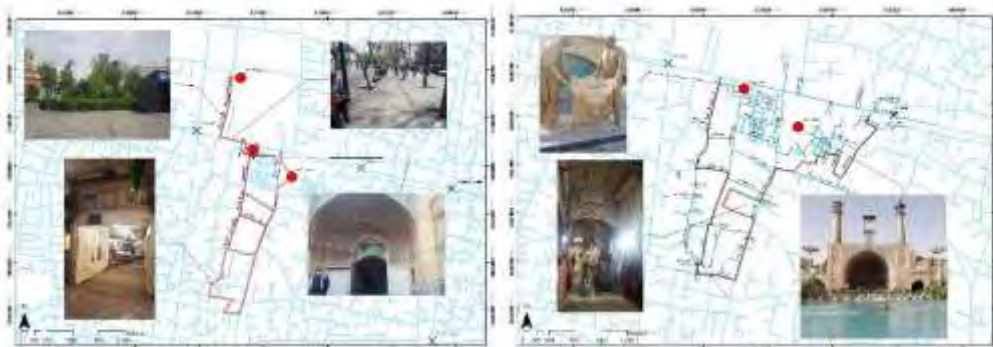
$$Q(A(2)) - Q(A(1)) \geq QQ$$

رابطه (۲)

که در آن A (2) و A (1) به ترتیب گزینه‌های اول و دوم می‌باشد و  $DQ=1/(i-1)$  و i تعداد آلترناتیوها است.

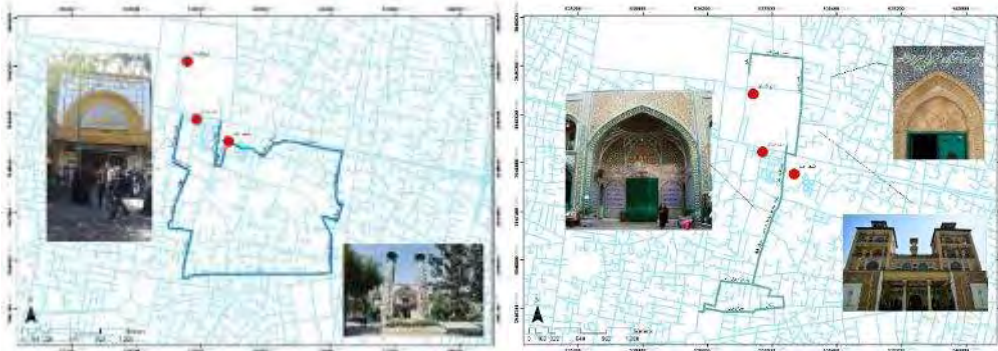
$$0,11 \geq 0,16 \quad 0,26 \geq 0,19$$

رابطه ۲ برقرار است؛ لذا شرط اول تایید می‌گردد. شرط دوم؛ گزینه اول باید هم چنین از نظر S یا R نیز بهترین رتبه را داشته باشد؛ که مسیر هفتم در S و R دارای بهترین رتبه است.



مسیر رایج هشتم

مسیر رایج هفتم



مسیر رایج دوم

مسیر رایج دهم



مسیر رایج سوم

مسیر رایج نهم

شکل ۵- نقشه ۶ الگوهای رایج، مسیر گردشگری تجاری (یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۹).

کاربری مذهبی مانند امامزاده زید، مسجد امام، مدرسه و مسجد سید عزیرالله، مسجد مروی و... را در مسیر گردشگران قرار داد که ضمن تامین اهداف خود از این فضاها نیز بازدید داشته باشند. مسیر پیشنهادی پژوهشگران بدون خروج از نقشه نزدیک ۵ کیلومتر و زمان صرف شده در مسیر بدون توقف ۶۰ دقیقه برآورد شده است (شکل ۶) که با شروع و خاتمه از مترو پانزده خرداد و امکان استفاده از ون‌های کوچک در تقاطع پامنار؛ دو معیار حائز اهمیت این نوع مسیرها (ایمنی و دسترسی) نیز تامین می‌شود.

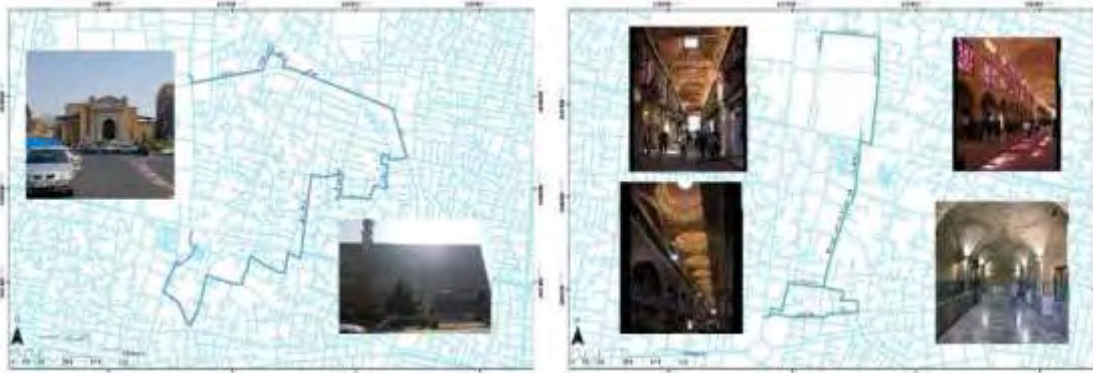
با توجه به بررسی الگوهای رایج و با در نظر گرفتن پیمودن مراکز تجاری و خرید؛ مسیر پیشنهادی پژوهشگران برای گردشگران با هدف صرفا خرید و گذر شامل تقریباً ۱۸ پاساژ مانند پاساژ رضا، پاساژ کویتی‌ها، پاساژ مریم و...، بیش از ۵۰۰ پلاک تجاری، بیش از ۱۰ راسته اصلی مانند بازارچه سنتی عودلاجان، گذر تاریخی مروی، راسته فرش فروشان، راسته پارچه و البسه و راسته کفاش‌ها است که با طراحی هدفمند می‌توان؛ بیش از ۲۰ فضا و مکان تاریخی و قدیمی شامل تیمچه مهدیه، قیصریه، فضای چهار سوق بزرگ و کوچک، ۸



شکل ۶- نقشه پیشنهادی مسیر گردشگری تجاری (یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۹).

که پس از اصلاح مسیر و برهم‌گذاری مسیرهای عبوری استخراج شده و تعیین نوع کاربری‌های غالب، مسیرهای گردشگری فرهنگی نام‌گذاری می‌شوند. که بالاترین ضریب اهمیت معیارها شامل تنوع، نفوذپذیری، خوانایی و پیچیدگی مسیر تعیین شده‌است.

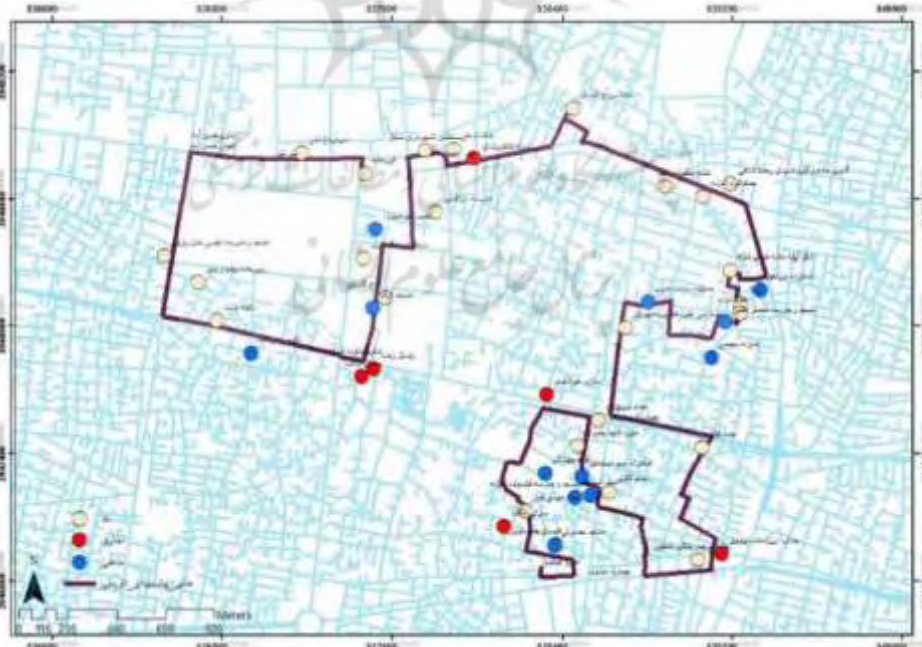
**۲- مسیر گردشگری فرهنگی:** مسیرهای چهارم و اول (شکل ۷) با الگوی تقریبی ۱۷٪ از رفتارهای اغلب گردشگران خارجی و تورهای تهران‌گردی که با برنامه از قبل اندیشیده شده در این محدوده حضور پیدا می‌کنند، استخراج شد



شکل ۷- نقشه الگوهای رایج مسیر گردشگری فرهنگی (یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۹).

می‌شود. شروع و خاتمه مسیر با مترو امام خمینی و مولوی و عبور از خیابان‌های اصلی مانند شهید مصطفی خمینی و وحدت اسلامی، ضمن بالا بردن امنیت گردشگران امکان جدا شدن از گروه را در هر لحظه برای افراد به همراه دارد. طول مسیر مستقیم و بدون خروج از نقشه نزدیک ۱۱ کیلومتر و زمان صرف شده در مسیر بدون توقف ۱۰۰ دقیقه برآورد شده است. علاوه بر این که، این مسیر قابلیت تقسیم به دو تور گردشگری مجزا را نیز دارد. (شکل ۸)

پس از اصلاح مسیر و برهم‌گذاری مسیرهای محتمل عبوری و حذف تکرارها از گراف‌های موجود، این پژوهشگران مسیر گردشگری فرهنگی را پیشنهاد داده‌اند که شامل بازدید؛ بیش از ۱۲ عمارت و ۵ موزه مانند عمارت شمس‌العماره، موزه شهید چمران، حمام نواب و...، بیش از ۱۲ مسجد و مدرسه تاریخی مانند مسجد و مدرسه عیسی خان وزیر، مسجد و مدرسه مروری، زورخانه پهلوان پور و... می‌شود و همچنین با چرخش در بازار امکان خرید سوغات و تامین معیار پیچیدگی فراهم



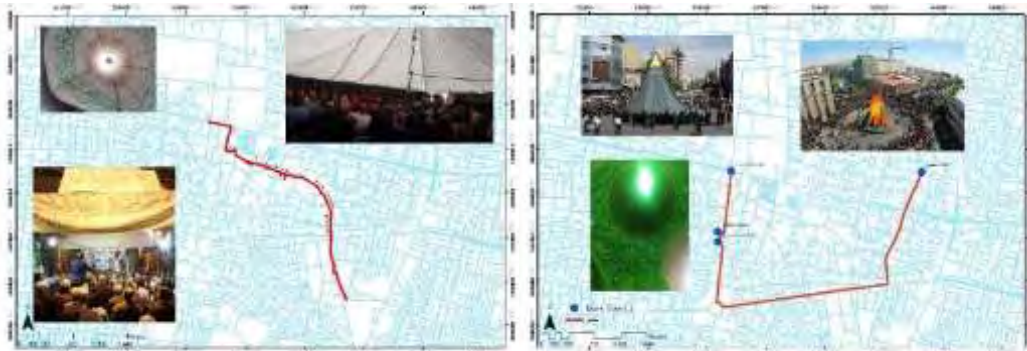
شکل ۸- نقشه پیشنهادی مسیر گردشگری فرهنگی (یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۹).

سابقه اشتغال و سکونت بالا و یا افراد میانسال و قدیمی استخراج گردیده‌است، که اغلب برای زیارت بقاع متبرکه و یا

**۳- مسیر گردشگری آیینی:** مسیرهای ششم و پنجم (شکل ۹) با الگوی تقریبی ۱۰٪، از رفتار کسبه و افراد با

و...همراه است و دارای الگوی متعددی است که دو مسیر پر ازدحام که در مراسم محرم و صفر در این محدوده مورد استقبال قرار گرفته‌است.

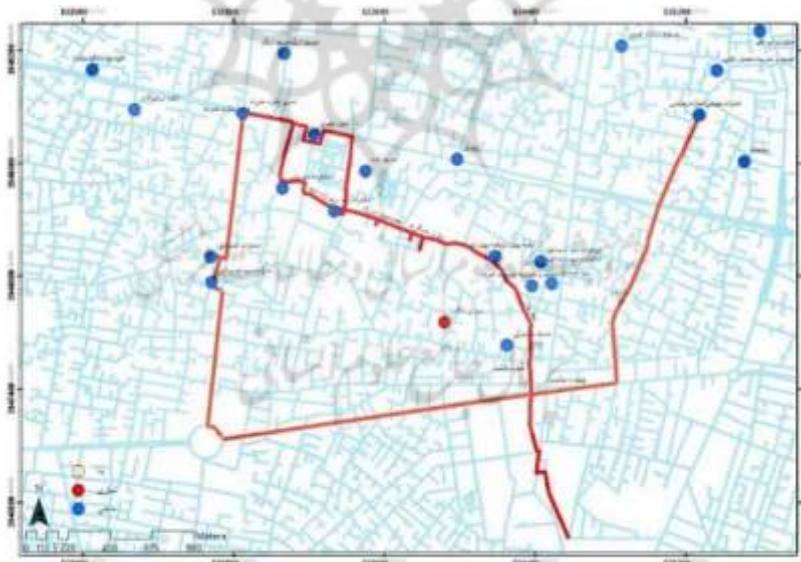
شرکت در مراسم مذهبی در این مسیر تردد می‌نمایند. به دلیل وجود رفتارهای متفاوت و اهداف زیارتی متفاوت، این مسیرها با اهدافی مانند زیارت امامزاده‌ها، کسب آرامش روحی، زیارت اهل قبور و شرکت در مراسم مذهبی



شکل ۹- نقشه الگوهای رایج مسیر گردشگری آیینی (منبع، نگارندگان، ۱۳۹۹)

برنامه‌های آیینی ذکر شده است را ارائه می‌دهند (شکل ۱۰). مسیرهای گردشگری آیینی، به علت این که اغلب در زمان و مکان خاص با حجم بالای شرکت کننده مورد پیمایش افراد قرار می‌گیرند و افراد در این مسیرها خاطراتی را با خود حمل می‌کنند، فرصت مناسبی برای بازتعریف و معرفی فضاها و آیین‌های قدیمی تهران را محیا می‌کند و به نوعی این مراسمات، به حفظ اصالت و ماندگاری بافت منجر می‌شوند

پس از اصلاح مسیر و برهم‌گذاری مسیرهای محتمل عبوری و تعیین معیارها با ضریب اهمیت بالا مانند ثبت و تولید خاطرات، تنوع و سرزندگی و با توجه به بررسی الگوهای رایج و بیشترین بازدید کاربری‌های مذهبی شامل زیارت تقریباً ۵ امامزاده و بیش از ۱۰ مسجد قدیمی و تاریخی که برخی از مساجد حاوی رویدادهای تاریخی نیز می‌باشند، همچنین با در نظر گرفتن دهه محرم، تعذیه‌خوانی و سنت چهارپایه خوانی و... این پژوهشگران مسیری به طول ۶ کیلومتر که در برگزیده مسیرهای اجرای



شکل ۱۰- نقشه مسیر پیشنهادی تاریخی و فرهنگی (منبع، نگارندگان، ۱۳۹۹)

دارند و مسیرهای گردشگری به عنوان مسیرهای متصل کننده جاذبه‌های گردشگری نقش بسیاری مهمی در جذب گردشگران و رونق اقتصادی شهرها دارند. این پژوهش با هدف تعریف و بازتعریف مسیرهای گردشگری سعی نموده است؛ ضمن برآورد خواسته اصلی گردشگر از حضور در محدوده، جاذبه‌های گردشگری دیگری را خاطر نشان شود. یافته‌های پژوهش

### نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادها:

بافت‌های تاریخی یکی از ارکان اصلی و فضاهای قدیمی شهرها بوده‌اند که طی دوره‌های مختلف تحولات کالبدی و ذهنی زیادی را سپری کرده‌اند. به نحوی که، بافت‌های تاریخی و قدیمی در شهرها به مثابه شهری تاریخی در درون شهر مدرن هستند و مسیرها، دروازه‌های زمانی هستند که تاریخ را به همراه

پیاده‌روی بر فعالیت‌های انتخابی و اجتماعی در مراکز خرید پیاده و یافته‌های لطفی (۱۳۹۱)؛ مبنی بر فقدان مطلوبیت پیاده‌روها در بافت‌های شهری و نتایج پژوهش ویو (۲۰۱۷)، مبنی بر رضایت گردشگری، کاهش هزینه و زمان صرف شده، رونق اقتصادی شهر، بهینه کردن سیستم حمل و نقل و دسترسی‌ها را تایید می‌نماید. همچنین تاکید می‌شود که طرح‌های گردشگری این امکان را دارند که با تصویر کهنه و متروک مبارزه کنند و به ایجاد درک مثبت از فضای شهری کمک کنند و در نتیجه به افزایش اطمینان و سرمایه‌گذاری منجر شوند. تبدیل شدن بافت تاریخی تهران از یک جزیره متروکه به یک جزیره گردشگری ۲۴ ساعت رویای دست یافتنی نیست؛ تهیه و توزیع نقشه‌های گردشگری، کتابچه‌های گردشگری، خبرنامه‌ها و گزارش‌های گردشگری و برگزاری تورهای راهنمایی کننده رایگان برای همه گروه‌های سنی، معرفی بافت در ابتدا حضور افراد در محدوده، می‌تواند باعث تغییر مسیر افراد و گردشگران به سوی مقاصد گردشگری گوناگون شود.

مسیرهای گردشگری متعددی ناشی از الگوی رفتاری و حرکتی افراد با توجه به تئوری گراف‌ها استخراج نموده و ده مسیر با اوزان بالا با ۳ گره اصلی را با کمک مدل ویکور الویت‌بندی نموده‌است و در نهایت مسیرها در غالب ۳ مسیر گردشگری اصلی دسته بندی و نام گذاری شده‌اند و پژوهشگران باتوجه به معیارهای نه گانه مستخرج از مبانی نظری برای هر دسته مسیر منتخبی را پیشنهاد نموده‌اند. یافته‌های این پژوهش، در معیار تنوع کارکردی و امنیت و ایمنی با نتایج حاصله نصر (۱۳۹۸)؛ مبنی بر حفظ آثار تاریخی، ارتقا امنیت و مدیریت که مهمترین عوامل کلیدی گردشگری می‌باشند و در معیارهای کیفیت محیطی با نتایج پژوهش پورمختار (۱۳۹۲)؛ مبنی بر افول فضاهای عمومی و پیاده‌مداری و نتایج پتروسکا (۲۰۱۹)؛ را جهت در نظر گرفتن مسیرهای گردشگری، تعریف بسته‌های گردشگری در غالب تورهای گردشگری همسو است. همچنین نتایج پژوهش کاغذلو و همکاران (۱۳۹۸)؛ مبنی بر نقش غیر قابل انکار کیفیت بصری در ارتقای پیاده مداری در فضاهای عمومی و نتایج پژوهش مروی و افشاری (۱۳۹۶)؛ مبنی بر تاثیر

#### ملاحظات اخلاقی:

**پیروی از اصول اخلاق پژوهش:** در مطالعه حاضر فرم‌های رضایت نامه آگاهانه توسط تمامی آزمودنی‌ها تکمیل شد.

**حامی مالی:** هزینه‌های مطالعه حاضر توسط نویسندگان مقاله تامین شد.

**تعارض منافع:** بنابر اظهار نویسندگان مقاله حاضر فاقد هرگونه تعارض منافع بوده است.

#### References:

- Abbaszadeh, M & M, Ishm, (2018). Definition of historical, cultural and tourism axis in the ancient context of Urmia, Urban Planning Research, 48, pp:97-114.
- Alitajer S, &M, Karimimoshaver & M, Hajian (2016). Comparative Comparison of walkable streets' .. nctions with Focus on Strengthening of Social Life in Islamic-Iranian City, 5 (3) :80-8۸.
- Bentley, I. (2003). Responsive environments, (translated by Mostafa Behzadfar), fourth edition, Iran University of Science and Technology. Tehran.
- Bigdeli Rad, V. & I. Bin Ngah, (2014): Assessment of quality of public urban spaces, Sci. Int (Lahore),26 (1), pp:335-3۳۸.
- Breidenhann, J., & E., Wickens, (2004): Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas vibrant hope or impossible dream? Tourism Management,25(1), pp: 71- 7۹.
- Buhalis, D. (2000), "Marketing the competitive destination of the future", Tourism Management, Vol. 21 No. 1, pp. 97-116. [http://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00095-3](http://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00095-3).
- Cremona, M (2003). Public Spaces of Urban Spaces, Various Dimensions of Urban Design, Translators: Fariba Gharaei, Mahshid Shokouhi, Zahra Ahari, Ismail Salehi, University of Arts, Tehran.
- Cullen, G (1961), "The concise . ownscape", Architectural Press, London.
- Echtner, C.M. & Ritchie, J.R.B. (1993), "The Measurement of Destination Image: An Empirical Assessment", Journal of Travel Research, Vol. 31, No. 4, pp. 3-۱۳. <https://doi.org/10.1177/004728759303100402>.
- Flognfeldt, T. (2005), "The tourist route system-models of travelling patterns," The tourist route system - Models of travelling patterns, vol. 1, pp. ۳۵-۵۸.
- Fossati A, & Panella G. (2000) Tourism and Sustainable Development: A Theoretical Framework. In: Fossati A., Panella G. (eds) Tourism and Sustainable Economic Development. Springer, Boston, MA. <https://doi.org/10.1007/978-۱-۴۶۱۵-۴۳۲۱-۳0۱0000000>, 0 0. 00000000 (000).

- Tourism and sustainable economic development, pp: 3 - 36. Boston: lower Academic Publishers.
۱۲. Gehl, J (1987), "Life between Buildings", Translated by J. Koch, New York - Halprin, Lawrence (1972), "Cities,, The MIT Press, Massachusetts.
۱۳. Graf, M., & J, Popesku. (2016). Cultural routes as innovative tourism products and possibilities of their development. *International Journal of Cultural and Digital Tourism*, 3(1), 24-4۴.
۱۴. Habibi, K., & M, Haghi, (2018). The Comparison of Iranian and Foreign Footpaths Based on ANP Method. *Journal of Iranian Architecture & Urbanism*, 9(1), 5-1۹. doi: ۱۰.۳۰۴۷۵/۰۰۰۰.۲۰۱۸.۶۸۵۷۵
۱۵. Heidarzadeh, E, & M. Pourizdanparast, (2020): Measuring satisfaction with the quality of urban spaces and providing strategies to improve it: Case of Erfan Tourist Region in Shiraz, *Journal of Research and Urban Planning*, 41, pp:65-8۲.
۱۶. Heydari, R, & M, Safarpour, & M, Azari. (2014). Investigation and analysis of tourist behavior pattern in access to urban attractions using GIS: Shiraz. *Journal of Urban Research and Planning*, 4 (12), 1-2۲. ۴ (۱۲), doi: ۱-۲۲.
۱۷. <https://region12.tehran.ir/> on access 2020, march.
۱۸. <https://www.unwto.org/urban-tourism>, on accesses January 16,2021.
۱۹. Jacobs, J. (1961). *The Death and Life of Great American Cities*. New York: Random House.
۲۰. Jori, A & R, Sarvar, & J, Moniri, (2016). Investigating the possibility of creating tourist sidewalks in urban centers: Zanjan city center, *Journal of Geography and Urban-Regional Planning*, 15, pp: 155-176.
۲۱. Kaghazadlou, Z., Iadanmohadm, A., Akbari, S. (2020). Evaluating the Impacts of Urban Landscape Quality on Pedestrian Promotion in Urban Public Spaces (Case Study of Ramian City, Golestan Province)., 11(40), 91-1۰۶.
۲۲. Kozak, M., & M, Rimmington, (1998), "Benchmarking: destination attractiveness and small hospitality business performance", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 10, No. 5, pp. 184-1۸۸.
۲۳. Lang, John (2002). *Creation of Architectural Theory: The Role of Behavioral Sciences in Environmental Design*, (Translated by Alireza Einifar), First Edition, University of Tehran Press, Tehran.
۲۴. Lotfi, S, (2013). The Role of the Built Environment Attributes in Residents' Walking Behavior, Case Study: Tehran city/ Iran. *Motaleate Shahri*, 2(5), ۲۷-۳۴.
۲۵. Lynch, K (1995). *The theory of the good shape of the city*, (translated by Seyed Hossein Bahreini), University of Tehran Press, Tehran.
۲۶. Marvi, A & M, Afshari, (2017), The Impact of Walking on Selective and Social Activities in Pedestrian Shopping Centers (Yan Gol Theories, The Structure of Strengthening Social Sustainability), 7th International Conference on Sustainable Development and Urban Development, Isfahan, <https://civilica.com/doc/701684>.
۲۷. Meyer, D, (2004): *Tourism Routes and Gateways: Key issues for the development of tourism routes and gateways and their potential for Pro-Poor Tourism*, overseas Development Institute (ODI). London.
۲۸. Nasr, T. (2019). Identification of Key Factors Affecting on the Shiraz City Tourism with a Future Studies Approach., 10(37), 55-6۶.
۲۹. Ozturk, A. & O, Ozgur. & Ç, Usur. (2015) "The relationship between local residents' perceptions of tourism and their happiness: a case of Kusadasi, Turkey", *Tourism Review*, Vol.70, No.3, pp.232 – ۲۳۲.
۳۰. Pakzad, J. (2014). *Urban space design guide in Iran*, Shahidi Publications, Tehran.
۳۱. Pami, S (2012). *Creating a vibrant urban center: Principles of urban design and recreation*, (translated by Mostafa Behzadfar), University of Science and Technology, first edition, Iran, Tehran.
۳۲. Petrevska, B, & I, Nestoroska, & P, Namicev, & S, Gorin (2019): Prevailing motives for creating Ottoman heritage packaged tours in Macedonia, *Journal of Tourism and Cultural Change*, DOI: ۱۰.۱۰۸۰/۱۴۷۶۶۸۲۵,۲۰۱۹,۱۶۴۵۱۴۶.
۳۳. Poor Mokhtar, M. (2014). Investigation of pedestrian orientation in Chahar Bagh St., Isfahan and its effects on citizens' social interaction, *Iranian Islamic City Quarterly*, No. 11, pp. 91-1۰۰.
۳۴. Poorahmad, A & R, Yousefi & Y, Ali Nia & N, Moradpour, (2016). Investigating the effects of urban tourism on sustainable development of the city with emphasis on residents' perception (Case study: Baneh city), *Urban Tourism Journal*, 2(3), pp: 273-253.
۳۵. Pourahmad, A. & N, Ahmadifard. (2018). Role of Creative Tourism in Regeneration of Historical Texture (Case Study: District 12 of Tehran). *Geographical Urban Planning Research (GUPR)*, 6(1), 75-90. doi: ۱۰,۲۲۰۰۹/jurbangeo.۲۰۱۸,۲۳۶۰۶۸,۷۴۱.
۳۶. Region 12, (2020), *Comprehensive tourism guide for region 12*, [http://www.tehranfestival.com/files/content/Tourist\\_Guide](http://www.tehranfestival.com/files/content/Tourist_Guide), Access in 2020.
۳۷. Saberian, J, & M, Malek, & M, Hamrah. (2012). Providing a Classification of Dual Graph Types to Improve the Routing Analysis. *Quarterly Journal of Transportation Engineering*, 4(2), 137-1۵۰.
۳۸. Shieh, E.& K, Habibi, & M, Pirayegar. (2015). Explanation of Locating Indicators of Urban Pedestrian Way based on the Objectives of Social Sustainable Development Using the ANP Method



- (Case Study: Central District of the City of Rasht). *Hoviatshahr*, 9(22), 19-30.
۳۹. Tosun, C., & B.B,ded eoğuu &A, Fya,,, (2015), "Destination service quality, affective image and revisit intention: The moderating role of past experience", *Journal of Destination Marketing & Management*, Vol. 4, No. 4, pp. 222-۲۳۴. <https://doi.org/10.1016/j.dmm.2015.08.002>.
۴۰. Uysal, U. (2013), Urban Tourism Promotion: What Makes the Difference, *Current Research Journal of Social Sciences* 5(1), pp :17-2۷.
۴۱. Vossoughi, L, &M, yazdani, &A, Tavanaei. (2018). Assessing effect of Urban Identity on Satisfaction & loyalty of tourist (case study: Kerman). *urban tourism*, 5(3), 17-۳۱. [doi: ۱۰.۲۲۰۵۹/urban.2018.240434.378](https://doi.org/10.22059/urban.2018.240434.378)
۴۲. Wu, X., & H, Guan,&.,Y, Han, & J ,Ma. (2017). A tour route planning model for tourism experience utility maximization. *Advances in Mechanical* .
۴۳. Zargham Borojjeni, H., &N, Torkaman, (2014). Exploring the potentialities of religious tourism in Hamedan province. *Iranian journal of management sciences*, 8(30), 57-80.
۴۴. Ziari, K & K, Jamali & F, Sadeghi, (2018). Presenting a model of sustainable development of urban tourism (Case study: Lahijan city), *Journal of Urban Tourism*, 4(4), pp:71-5۵.

