

اما اگر بشنویم یکی از این اماکن از بین رفت ناراحت می‌شویم. در واقع وجود این دیدنی‌ها حس خوبی در ما ایجاد می‌کند حتی اگر هرگز موفق به دیدارشان نشویم.

• به حداکثر رساندن شمار گردشگران و مبلغی که بابت ورودیه می‌پردازند در دستور کار قرار می‌گیرد زیرا میزان سود را افزایش می‌دهد اما در عمل چنین کاری در بسیاری از موارد باعث لطمه دیدن زیبایی میراث‌های فرهنگی می‌شود و ماهیت فعالیت‌های فرهنگی را لوث می‌کند.

• اگر با سرمایه‌گذاری متعارض دیگری (مثل راه‌اندازی قمارخانه در ساحل دریا) بتوان درآمد گردشگری را افزایش داد سرمایه‌گذاری صرف راه‌اندازی قمارخانه می‌شود نه احیای بافت‌های قدیمی شهر. هیچ‌کدام از این نتیجه‌گیری‌ها قابل توجیه یا دفاع نیستند. در واقع ارزش ذاتی میراث فرهنگی را نمی‌توان در یک مشت دلار پرداختی توسط گردشگران خلاصه کرد.

فرهنگ به خودی خود بخشی مهم از بشریت است. یکی از مهم‌ترین وجوه هویت فرهنگی که کم‌تر از همه شناخته شده است تقویت جامعه در راستای کمک به افزایش عزت نفس و توان‌مندسازی مردم و از جمله تهدیدستان و فقیران است. بنابراین هویت فرهنگی و میراث فرهنگی به خوبی در جرگه کالاهای همگانی قرار می‌گیرد و سزاوار پشتیبانی همگانی است.

فرهنگ آمیزه‌ای پیچیده از ویژگی‌های روحی، مادی، فکری و احساسی است که جامعه یا قشری اجتماعی را متمایز می‌کند. فرهنگ نه تنها شامل هنر و ادبیات بلکه دربرگیرنده باورها، آیین‌ها، نظام‌های ارزشی، شیوه‌های زندگی و حقوق بنیادی بشر هم می‌شود. اگر مفهوم یکتا و ویژه‌ای به نام فرهنگ را که به ما غنا می‌بخشد درک کرده باشیم باید به این شناخت هم رسیده باشیم که اشتیاق

تحلیل اقتصادی شهرهای تاریخی - ۱

میراث فرهنگی، کالایی

اسماعیل سراگلدین
ترجمه: عباس زندباف



عمومی برای دست یافتن به هویت و معنا است که ما را در مفهومی مشترک به نام بشریت به هم پیوند می‌دهد. بنابراین فرهنگ افزون بر آن‌که در گستره جامعه یا کشور دارای ارزش است جزو کالاهای همگانی جهانی است. با توجه به آن‌که مؤلفه‌های جوهری میراث فرهنگی دستخوش دگرگونی می‌شوند در بسیاری از جاهای جهان دفاع از «سنت» و تشخیص فرهنگ دست‌آویزی می‌شود برای مشروعیت بخشیدن به «اصالت»، سرکوب پدیده‌های نو و خفه کردن نوآوری. با توسل به تشخیص فرهنگی به سرکوب زنان پرداخته‌اند و به عدم تسامح و تاریک‌اندیشی پروبال داده‌اند. فرهنگ از آغاز پاگرفتن بشریت ارزش داشته است، تقویت شده است و نسل به نسل انتقال یافته است. اما تلاش برای شناخت فرهنگ از طریق تحلیل‌های اقتصادی قدمت چندانی ندارد و به‌تازگی پا گرفته است. هدف از این نوشتار بررسی برخی پیشرفت‌های روش‌شناختی در زمینه ارزش‌گذاری فرهنگ و کالاهای فرهنگی است.

ارزش‌گذاری درست فرهنگ

کالای فرهنگی را نیز می‌توان همچون کالاهای خصوصی عادی در نظر گرفت اما با این کار، مشکلاتی پیش می‌آید که با نگاهی مختصر به آن‌ها نیز می‌توان به ضرورت استفاده از ابزارهای جدید پی برد. برای مثال می‌توان با محاسبه سرجمع سالیانه ورودیه‌ای که گردشگران برای بازدید از بنایی تاریخی می‌پردازند برای ارزش اقتصادی آن رقمی به‌دست آورد. اما این رهیافت سه نتیجه‌گیری اشتباه در پی خواهد داشت.

• بخش‌هایی از میراث فرهنگی که گردشگران زیادی جذب نمی‌کنند فاقد ارزش سرمایه‌گذاری جلوه می‌کنند. یعنی ارزش ذاتی این دسته از میراث فرهنگی برای اهالی همان جا و کل جهان نفی می‌شود. به هر حال بسیاری از ما نمی‌توانیم به دیدار تمامی دیدنی‌هایی برویم که در فهرست میراث جهانی درج شده‌اند.

وضعیت ویژه میراث فرهنگی در شهرهای تاریخی

درباره ماهیت میراث فرهنگی و جلوه‌های فرهنگی سخن بسیار است اما در این جا فقط به وضعیت ویژه شهرهای تاریخی در کشورهای روبه توسعه می‌پردازیم زیرا وجوه بسیاری از مسأله میراث فرهنگی را می‌توان در آن‌ها یافت. بررسی دقیق تمامی این وجوه به حل کردن معماری مکعب روبیک می‌ماند. در معماری مکعب روبیک جوری سازی خانه‌های یک وجه از مکعب را باید به گونه‌ای انجام داد که خانه‌های جور شده وجه دیگر مکعب به هم نخورد. به همین ترتیب، پیشبرد توسعه و پاسداری از میراث فرهنگی در شهرهای تاریخی جهان روبه توسعه (تلاش برای همسازی توسعه شهری و حفظ ظرافت‌های معماری، تأمین اعتبار معقولانه شهرداری‌ها، انگیزه‌سازی کافی برای بخش خصوصی، در نظر گرفتن دغدغه‌های مربوط به تهیدستان و فقرا و تشویق مردم به مشارکت و حضور در میدان) در عین تقویت تنوع اجتماعی اقتصادی و تکثیرگرایی، گاهی ناممکن

می‌نماید. اما در این مورد نیز مانند معماری مکعب روبیک می‌توان راهکاری یافت هر چند که دشوار است. باید شکیبایی، ابتکار و همت به خرج داد.

برای شناخت بهتر وجوه مکعب روبیک در مورد شهرهای تاریخی و مسیری که برای حل مسأله باید پیمود شناخت کنش‌گران متعددی که در این عرصه حضور دارند، سطوح مختلف تصمیم‌گیری و از همه مهم‌تر هزینه‌پردازان و نفع‌برندگان ضروری است و ترجیح‌بندی است که نباید از آن غفلت کرد.

کنش‌گران فراوانی در این عرصه وجود دارند که دولت‌ها، شهرداری‌ها، جامعه بین‌المللی، سازمان‌های بین‌المللی، گردشگران داخلی و خارجی، شرکت‌های خصوصی بین‌المللی و داخلی که در اماکن تاریخی سرمایه‌گذاری می‌کنند و اهالی محلی، خواه مالک، خواه مستأجر، از جمله کنش‌گرانی هستند که می‌توان نام برد. به فقرا که در معرض خطر بی‌خانمان شدن قرار دارند و استطاعت مالی ندارند توجه ویژه‌ای باید کرد.

افزون بر این، اهالی محلی نیز که اماکن تاریخی هم سکونت‌گاه‌شان هست و هم بخشی بنیادی از هویت‌شان، باید در دگرگونی‌ها دستی داشته باشند. به این منظور باید اهالی محلی، به‌ویژه زنان را به‌خوبی بسیج و سازماندهی کرد. زنان حلقه‌های اصلی شبکه‌های همکاری و روابط متقابل‌انده و تقویت این شبکه‌ها برای حفظ همبستگی اجتماعی اهمیت بنیادی دارد.

انعطاف‌پذیری و کاربری مجدد تطبیقی

چه چیزهایی را، چگونه و چرا باید حفاظت کرد پرسش‌هایی است که از دیرباز فکر بسیاری را به‌خود مشغول کرده است. در این بخش فقط حفظ و کاربری مجدد ساختمان‌ها مورد نظر نبوده است بلکه حفظ مناطق تاریخی، بافت شهر، رنگه و بوی مکان‌ها و ویژگی شهرها نیز مدنظر بوده است (رجوع شود به ورکست ۱۹۶۹). ضرورت نگاه‌داری میراث‌های فرهنگی باید با ضرورت انعطاف‌پذیری در زمینه کاربری مجدد همساز باشد. وفاداری بسیار سفت‌وسخت به استانداردهای مرمت (یعنی هیچ چیز نسبت به آغاز عوض نمی‌شود) می‌تواند به استفاده غیربینه از دارایی‌ها منجر شود. بنابراین باید عملیات حفاظت را بررسی کرد تا مبادا انعطاف‌ناپذیری اهداف مانع استفاده مجدد از ساختمان‌ها شود و بنابراین احیای اقتصادی و اجتماعی هسته شهرهای تاریخی دچار مانع شود.

اقتصاد، کلید صنعت

هرکاری کنیم نخواهیم توانست مقدار مورد نیاز سرمایه‌گذاری یا نوع درست سرمایه‌گذاری را بسیج کنیم که برای تحقق کامل اهداف مربوط به احیای پایه اقتصادی شهرهای قدیمی، احیای بناهای باشکوه، حفاظت از ویژگی منحصر به فرد بناهای باشکوه و رعایت نیازهای اجتماعی-فرهنگی اهالی و آمال آرزوهای جوانان ضرورت دارد. این ناتوانی انبوهی از معضلات فنی را به وجود می‌آورد که حل کردن‌شان به ابتکار، تخصص فنی و کاربری مجدد ابتکاری از ساختمان‌های قدیمی نیاز دارد (رجوع شود به کانتاکوزینو ۱۹۸۷ و ویلیامز، کلاگ و گیلبرت ۱۹۸۳، صص ۷۴-۲۳۳). البته پول هم لازم است و برای تهیه آن تحلیل‌های مالی و اقتصادی دقیق لازم است تا بتوان سرمایه‌گذاری دولتی را توجیه کرد و برای کنش‌گران خصوصی انگیزه کافی پدید آورد (بیچفیلد ۱۹۸۸). چنین تحلیلی در حال حاضر به‌صورت سامان‌مند درباره شهرهای تاریخی به‌کار گرفته نشده است (رجوع شود به برمن، پیکارد و تیلور ۱۹۹۵). در ادامه این گفتار به تازه‌ترین نگرش درباره شیوه تحلیل اقتصادی پروژه‌های میراث فرهنگی و برخی کاربردهای آن، به‌طور مشخص در «حفصیه» (تونس) و «فاس» (مراکش) پرداخته شده است.

اقتصاد سرمایه‌گذاری در میراث فرهنگی

در جاهای دیگر به‌طور کامل و گسترده درباره رهیافت‌هایی که می‌توان در قبال معضلات شهرهای تاریخی درپیش گرفت بحث شده است و این موضوع فراتر از چارچوب این نوشتار است. اکثر رهیافت‌ها در کل آمیزه‌ای از شیوه‌های زیر هستند:

همگانی





سنت پترزبورگ، تلاش‌های خودجوش تمامی کنشگران در حفاظت از شهر تاریخی سن پترزبورگ موثر بوده است

استفاده از تجربه اقتصاد محیط زیست

مسائل میراث فرهنگی از لحاظ کیفیت همانند مسائلی است که در حفظ دارایی‌های زیست‌محیطی پیش می‌آید. تحلیل هزینه و سود حفاظت از دارایی‌های زیست‌محیطی محور اقتصاد محیط زیست بوده است. بسیاری از خدمات ارائه شده توسط دارایی‌های زیست‌محیطی و میراث فرهنگی تاریخی به بازار راه پیدا نمی‌کنند یا به گونه‌ای غیرمستقیم و ناقص به بازار راه می‌یابند. در واقع بسیاری از سودهای مربوطه نیز ناملموس‌اند. در ضمن سود امکان میراث فرهنگی درونمایه‌ای همانند سود مثلاً پارک‌های ملی دارد. در مسأله ارزش‌گذاری چندان تفاوتی نمی‌کند که منفعت زیباشناختی از بناها حاصل می‌شود یا درختان و منفعت تفریحی از دیدار موزه‌ها حاصل می‌شود یا ماهی‌گیری. بنابراین از پیشرفت‌های اخیر در اقتصاد محیط زیست به خوبی می‌توان در تحلیل هزینه سود پروژه‌های میراث فرهنگی بهره گرفت.

دسته‌بندی ارزشی

اماکن میراث فرهنگی با سایر اماکن فرق دارند زیرا از لحاظ زیباشناختی، تاریخی، فرهنگی و اجتماعی اهمیت دارند. پروژه‌های میراث فرهنگی دارای اثرات دامنه‌گستره هستند. برخی از این اثرات به‌طور مستقیم به میراث فرهنگی مکان موردنظر ربط دارد و برخی هم این‌گونه نیستند. برخی هم آمیزه‌ای از هر دو هستند. اقتصاددانان محیط زیست نیز در موقعیتی مشابه میراث فرهنگی قرار دارند و به‌طور کلی نسبت به ارزش نگرشی جامع دارند و از مفهوم ارزش اقتصادی کلی استفاده می‌کنند. ارزش اقتصادی کلی را به‌طور معمول به زیردسته‌هایی سرشکن می‌کنند. دسته‌بندی و واژگان تحلیل‌گران مختلف تفاوت بسیار ناچیزی با هم دارند و در کل از تقسیم‌بندی ارزش مصرفی و غیرمصرفی استفاده می‌کنند. ارزش مصرفی را باز هم سرشکن می‌کنند و به ارزش مصرفی استخراجی و غیراستخراجی تقسیم می‌کنند.

هر کدام از این دسته‌ها را اغلب سرشکن می‌کنند و زیرشاخه‌های دیگری به‌دست می‌آورند. با تجزیه ارزش اماکن میراث فرهنگی به مؤلفه‌های مختلف، مسئله اندازه‌گیری ارزش در کل حالت ملموس‌تر و قابل پیگیری بیشتری پیدا

• محدودسازی فعالیت‌ها در مناطق تاریخی: جلوگیری از تخریب ساختارهای دارای اهمیت فرهنگی آشکارترین محدودیت است. محدودسازی می‌تواند گسترده‌تر باشد و شامل رعایت استانداردهایی خاص در زمینه نگه‌داری یا مشخص‌سازی چگونگی فعالیت‌های نگه‌داری باشد، برای مثال مصالح مورد استفاده با مصالح اصلی مورد استفاده همساز باشد. در اغلب موارد فعالیت‌های خصوصی و دولتی نیز در چنین مناطقی محدودیت دارد.

• فعالیت حفاظتی درباره ساختارهایی که از اهمیت ویژه‌ای برخوردارند.
 • تشویق سایر کنش‌گران به انجام اقدامات حفاظتی: دخالت مستقیم برای حفظ تمام ساختارها عملی نیست بنابراین تلاش‌های خودجوش سایرین هم در اقدامات حفاظتی اهمیت دارد برای آن‌که حفظ شهرهای تاریخی موفقیت‌آمیز باشد باید همه کنش‌گران وارد میدان شوند و کارهای بسیاری را که باید انجام شود به‌دست گیرند. برخی از این کارها باید به‌صورت حساب‌شده‌ای توسط تصمیم‌گیرندگان دولتی انتخاب و راهبری شود. اما بسیاری از کارها نیز خارج از کنترل مستقیم این تصمیم‌گیرندگان هستند و براساس تصمیم‌گیری‌ها مستقل کنش‌گران خصوصی انجام می‌شوند. در چنین کارهایی تحلیل مالی و اقتصادی ضروری است. تحلیل اقتصادی (یا اجتماعی) است که مشخص می‌کند سرمایه‌گذاری‌های موردنظر ارزش دارند یا خیر. یعنی سودشان برای جامعه از هزینه شان بیشتر است یا خیر؟ تحلیل مالی است که هزینه و سود اقشار را در اثر این سرمایه‌گذاری‌ها بررسی می‌کند و معین می‌کند که قشر خاصی سود می‌برد یا زیان می‌کند (رجوع شود به اسکوپرو و واندرتاک ۱۹۷۵). در این مورد تاحدی می‌توان از روش‌های اقتصاد استاندارد شهری استفاده کرد و در چنین چارچوبی کارهای منسجم بسیاری انجام گرفته است که بررسی عالی انجام شده توسط باتلر، نایاراستون و اولری (۱۹۹۶) درباره سن پترزبورگ از جمله آن‌ها است. اما در این زمینه وجه دیگری هم وجود دارد که اقتصاد استاندارد شهری در پرداختن به آن ضعیف بوده است: سرمایه‌گذاری در زمینه حفظ شهرهای تاریخی نیز بخشی از کل میراث فرهنگی است. در ادامه رهیافت‌های ممکن برای اندازه‌گیری سود میراث فرهنگی را مورد بحث قرار می‌دهیم و از دیدگاه‌های اقتصاد محیط زیست نیز استفاده می‌کنیم که با بررسی معضلات مشابهی مرتبط بوده است.

می‌کند.

منفعت‌های زیباشناختی به میان می‌آید. اثرات زیباشناختی با ارزش غیرمصرفی تفاوت دارند زیرا تجربه حسی لازمه آنها است. البته منفعت‌های زیباشناختی در اغلب موارد با منفعت‌های فیزیکی پیوند تنگاتنگی دارند.

ارزش تفریحی: منفعت‌های تفریحی هر مکانی را به‌طور معمول منبع ارزشی یکتایی در نظر می‌گیرند اما این منفعت‌ها حاصل خدمات مختلفی است که در هر مکان عرضه می‌شود. میزان منفعت‌های تفریحی به ماهیت، کمیت و کیفیت این خدمات بستگی دارد. در هر محوطه تاریخی می‌توان در کنار محوطه‌های استراحت، چشم‌اندازهای زیبا و جذاب، بازارهای خرید و یادبودهایی برپا کرد. لذت بردن بازدیدکنندگان از چنین امکاناتی به عواملی مانند پاکیزگی محیط بستگی دارد. سرشکن کردن منفعت کلی به مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده‌اش سبب می‌شود تا کار ارزش‌گذاری آسان‌تر شود.

ارزش غیرمصرفی: هدف از ابداع مفهوم ارزش غیرمصرفی بیان کردن استغنائی است که از تداوم وجود میراث جهانی به‌دست می‌آید. نابودی هر یک از میراث فرهنگی جهانی سبب ناراحتی می‌شود حتی اگر بعید باشد که به دیدار آنها برویم. در بسیاری از این موارد بحث ارزش وجودی پیش می‌آید. یعنی صرف آگاهی از وجود میراث جهانی سبب می‌شود تا ارزشی نصیب آدم شود حتی اگر برنامه‌ای برای دیدار از آنها نداشته باشد. صرف وجود نهنگ کیود برای مردم ارزش دارد حتی اگر هیچ‌گاه نهنگ کیود را ندیده باشند یا در آینده نیز نبینند. اگر نسل نهنگ کیود از بین برود بسیاری از مردم جهان احساس غبن می‌کنند. ارزش غیرمصرفی وجه دیگری هم دارد، مثل ارزش اختیاری، یعنی ارزش حاصل از آن‌که اختیار داشته باشیم از ارزش مصرفی مکان موردنظر در آینده استفاده کنیم (مثل بیمه). وجه دیگری از ارزش غیرمصرفی ارزش شبه‌اختیاری است، یعنی مکانی که اکنون مهم نمی‌نماید ممکن است در سایه اطلاعاتی که در آینده به‌دست می‌آید از نو ارزش‌گذاری شود. ارزش‌های غیرمصرفی از لحاظ قابلیت برآورد دشوارترین هستند و در ارزیابی میراث فرهنگی به‌طور آشکار با چنین ارزش‌هایی روبرو هستیم.


... (ادامه دارد)

ارزش مصرفی استخراجی: این ارزش ناشی از کالاهایی است که می‌توان از میراث فرهنگی موردنظر به‌دست آورد. در مورد جنگل این کالا همان چوب و الوار است. در شهرهای تاریخی نیز می‌توان ساختمان‌ها را برای کاربری‌های مسکونی و تجاری اجاره داد تا از آنها برای سکونت یا کسب‌وکار استفاده شود. بسیاری از این کاربری‌ها در چنبره بازار و معاملات بازار قرار می‌گیرند. اما در مورد استفاده از شهرهای تاریخی برخلاف استفاده از جنگل بحث از میان رفتن زیبایی طبیعی، ماهیت مکان یا از میان رفتن آن مطرح نیست مگر آن‌که کاربری افراطی یا نامناسب باشد. البته وقتی بحث کاربری جنگل در سطح پایدار مطرح باشد شباهت‌هایی میان این دو عرصه وجود دارد.

ارزش مصرفی غیراستخراجی: این ارزش از خدماتی که در اماکن فرهنگی ارائه می‌شود سرچشمه می‌گیرد. برای مثال پارک ملی مکانی برای تفریح و استفاده از اوقات فراقت به‌دست می‌دهد و تالاب‌ها نیز همچون صافی عمل می‌کنند و آب پاکیزه‌تری به مصرف‌کنندگان پایین‌دست می‌رسانند. در این زمینه نیز شباهت آشکاری با وضعیت شهرهای تاریخی وجود دارد. برخی از مردم فقط در این شهرها گردش می‌کنند و از مناظر لذت می‌برند بی‌آن‌که پولی خرج کنند. در واقع این‌گونه مصرف به‌صورت معامله‌ای اقتصادی یا مالی تجلی ندارد. سنجش ارزش مصرفی غیراستخراجی از سنجش ارزش مصرفی استخراجی بسیار دشوارتر است. بخش زیادی از اقتصاد محیط زیست به ارزش‌گذاری چنین خدماتی اختصاص یافته است و روش‌های مختلفی برای این کار ابداع شده است (رجوع شود به دیکسون و دیگران ۱۹۹۴). این رده از ارزش مصرفی با بسیاری از وجه میراث فرهنگی پیوند تنگاتنگی دارد و بخش اصلی بحثی است که در پی می‌آید. در میان ارزش‌های مصرفی غیراستخراجی مطرح در اقتصاد محیط زیست ارزش زیباشناختی و تفریحی بیشترین اهمیت را در ارزش‌گذاری میراث فرهنگی دارا است.

ارزش زیباشناختی: وقتی تجربه حسی سوای اثرات مادی باشد پای

**تازه‌ترین
خبرها و تحلیل‌های
صنعت حمل و نقل را
به زودی
در ایمیل خود دریافت
می‌کنید**



www.iran-transportation.com
info@iran-transportation.com

HEROAM PARVAZ
Tour & Travel Agency
شرکت خدمات مسافرت هوایی و جهانگردی

هنگام پرواز

**مجری توره‌های داخلی و خارجی
صدور بلیط ارزان
به کلیه خطوط هوایی داخلی و خارجی
مجری اختصاصی توره‌های کیش**

**نشانی: خیابان مطهری، بعد از میرعماد، شماره ۱۹۱، طبقه همکف
تلفن: ۸۸۵۴۵۷۴۴
نمابر: ۸۸۷۵۹۵۸۹**

TOUR & TRAVEL AGENCY

سستی نت
آژانس هواپیمایی و مسافرتی

توره‌های خارجی

توره‌های داخلی

www.sati-co.com
تهران - خیابان مطهری، شماره ۱۲۵، کد پستی ۱۵۸۶۶
تلفن: ۸۸۵۱۲۷۵
فکس: ۸۸۷۰۳۳۷
پست الکترونیکی: info@sati-co.com