

نشریه مطالعات نواحی شهری دانشگاه شهید باهنر کرمان

سال سوم، شماره ۱، پیاپی ۶، بهار ۱۳۹۵

## مکان‌یابی پهنه‌های مناسب به‌منظور ایجاد مسیر پیاده گردشگری در بافت تاریخی شهر کرمان با استفاده از GIS\*

دکتر براتعلی خاکپور

دانشیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران

محسن کمانداری\*\*

دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران

### چکیده

بافت‌های تاریخی نه تنها به‌لحاظ جاذبه‌های تاریخی، زیباشناختی، تداوم خاطرات جمعی و هویت‌بخشی به شهرهای ما ارزشمند بوده؛ بلکه محل زندگی و کار بخش قابل توجهی از جمعیت شهرها محسوب می‌شوند. زنده‌سازی این گونه بافت‌ها از طریق جذب گردشگر علاوه بر اینکه موجب درآمدزایی می‌شود در احیای حیات اجتماعی این بافت‌ها تأثیر بسزایی دارد. مسیرهای پیاده گردشگری، به‌عنوان راهکاری کارآمد در جذب گردشگران داخلی و خارجی ضمن حفظ آثار با ارزش، منجر به ارتقای هویت تاریخی آنها شده و در ارتقای کیفیت و احیای حیات اجتماعی شهرها نیز موثرند. بافت تاریخی شهر کرمان با جاذبه‌های تاریخی متعدد نمونه‌ای از این فضاهای شهری می‌باشد. هدف پژوهش حاضر، شناسایی پهنه‌های مناسب جهت ایجاد مسیرهای گردشگری پیاده در بافت تاریخی کرمان می‌باشد؛ بر این اساس در چارچوب روش تحقیق توصیفی-تحلیلی پس از مشخص شدن معیارهای موثر، وزن‌دهی آنها طبق نظر کارشناسان گردشگری صورت گرفته است. سپس با استفاده از مدل AHP و نرم‌افزار Arc Map 10 لایه‌های تولیدی هر معیار با توجه به وزن مشخص شده، با یکدیگر تلفیق شده که خروجی آن، نقشه پهنه‌بندی چهارگانه بافت تاریخی جهت ایجاد مسیر پیاده گردشگری می‌باشد. با توجه به نقشه نهایی مشخص شد که پهنه کاملاً مناسب بیشتر در قسمت مرکزی بافت و این پهنه جاذبه‌هایی از قبیل (بازار بزرگ، مجموعه گنجعلی‌خان، مجموعه ابراهیم‌خان، میدان ارگ، مسجد جامع، مسجد امام) را در خود جای داده است و نیز با فاصله گرفتن از مرکز بافت به سمت حواشی از مطلوبیت اراضی کاسته می‌شود؛ همچنین در بین ۱۲ معیار پژوهش معیار نزدیکی به شبکه ارتباطی با وزن (۰/۲۱۷) بیشترین ارزش و معیار فاصله از پارک با وزن (۰/۰۲۶) کمترین ضریب اهمیت را نسبت به سایر معیارها به‌خود اختصاص داده‌اند.

واژه‌های کلیدی: مکان‌یابی، مسیر پیاده، گردشگری، بافت تاریخی، شهر کرمان.

## مقدمه

یکی از مهم‌ترین مقاصدی که روند گردشگری جهان را در دهه‌های گذشته تحت تأثیر قرار داده، شهرها می‌باشند. مناطق شهری از مهم‌ترین مقاصد گردشگری هستند؛ زیرا آنها جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی بسیاری را در خود جای داده‌اند (تیموتی و وال، ۱۹۹۵: ۶). در این بین، شهرهای با بافت کهن به دلیل وجود عناصر و فضاهای ارزشمند تاریخی نظیر بازار، کاروانسرا، مساجد، حسینیه و ... می‌توانند به‌عنوان مکان مناسبی، گردشگران خارجی و داخلی زیادی را به‌سوی خود جلب کنند (کمانداری، ۱۳۹۳: ۶۵).

با وجود این قابلیت‌ها در شهرهای تاریخی کشور هر روز شاهد ویرانی هر چه بیشتر بافت‌های کهن و آثار ارزشمندی که در آنها وجود دارد، هستیم و این امر، سبب گردیده تا با فقدان حیات شهری در این محدوده‌ها مواجه گردیم؛ در حالی که با وجود کمترین توجهات و اقدامات در جهت حفاظت از این محدوده‌های تاریخی، این ثروت‌های فرهنگی - تاریخی، به‌لحاظ ارزش‌های فوق‌العاده‌ای که شاید هنوز برای بسیاری از ما ناشناخته باشد، پذیرای گردشگرانی، هر چند اندک، است که در جهت آگاهی و شناخت هر چه بیشتر از حقایق و رازهای پنهان و آشنایی با نحوه تفکر، مردمان متعلق به آن به این گنجینه‌های ملی روی می‌آورند. این پژوهش در پی این است که با حداقل امکانات در جهت شناخت این ثروت‌ها گامی نو بردارد که عبارت است از شناسایی وجود مسیری‌هایی در جهت معرفی بافت و هدایت گردشگر که در عین حال در بطن خود جوابگوی نیازهای گردشگران بوده همچنین هماهنگ با بافت و در جهت حیات تاریخی آن طرح گردد.

طراحی مسیرهای پیاده - گردشگری در بافت‌های کهن به‌عنوان گامی دو جانبه و شاید چند سویه در جهت حفاظت از بافت و هدایت گردشگری؛ که نه تنها می‌تواند خود پیش‌اقدامی در جهت حفاظت از بافت به‌شمار آید بلکه قادر خواهد بود با نقشی که در جذب گردشگری ایفا می‌نماید بافت کهن مورد نظر را حیات بخشیده و به‌عنوان عامل تکمیلی در امر حفاظت به احیای بافت منجر گردد. انگاره کلی مطرح

شده را می‌توان تحت عنوان «احیای نقش انسان پیاده در شهر» بیان نمود که در پس آن «احیای شهر کهن (شهر درونی) با قابلیت گردشگری منطبق با حرکت پیاده» جای دارد (حیبی، ۱۳۷۸: ۴۷). به‌طور کلی در مراکز تاریخی شهری ایران، به‌رغم وجود شبکه‌های معابر پیاده و منحصر به فرد، نظیر راسته‌ها و گذرهای بافت قدیم، به‌دلیل حاکمیت نگرش مدرنیستی به فضاهای شهری و تحمیل مدرنیزاسیون از بالا، حیات مدنی فضاهای کهن شهر دارای نوعی دوگانگی در پذیرش عملکرد، متناسب با محتوای خود هستند (قربانی و جام کسری، ۱۳۸۹: ۵۶). که ماحصل آن مدرنیته‌ای ناتمام، کم‌رنگ، جرم‌خیز، کسالت‌آور و فاقد سرزندگی و نشاط می‌باشد. با ایجاد پیاده‌راه‌های گردشگری می‌توان علاوه بر تعریف عملکردی نوین به فضای کهن، ادراک فضا را برای گردشگران با حرکت پیوسته در فضا تسهیل نمود که از دید علوم رفتاری خود نوعی پایداری در جذب گردشگر به‌شمار می‌آید.

با توجه به اهمیت موضوع، شهر کرمان نیز به‌عنوان یکی از مراکز تاریخی کشور با بافت کهن که بسیاری از آثار تاریخی را در خود جای داده است و سالانه پذیرای تعداد کثیری از گردشگران داخلی و خارجی می‌باشد. با برنامه‌ریزی و مدیریت مناسب می‌تواند به یکی از قطب‌های گردشگری پایدار کشور تبدیل شود. با توجه به اهمیت موضوع گردشگری به‌طور کلی و به‌خصوص گردشگری پیاده محور در پژوهش حاضر سعی شده‌است با بهره‌گیری از معیارهای مناسب، سیستم اطلاعات جغرافیایی و مدل AHP پهنه مناسب جهت مسیرهای گردشگری پیاده در بافت تاریخی شهر کرمان تعیین گردد. در راستای این هدف به‌دنبال پاسخگویی به این سوالات صورت گرفته است که: کدام بخش از سازمان فضایی بافت تاریخی شهر کرمان قابلیت تبدیل به مسیرهای پیاده گردشگری را دارا می‌باشد؟ آیا سیستم اطلاعات جغرافیایی توانمندی لازم را برای شناسایی پهنه‌های مناسب جهت ایجاد مسیرهای گردشگری پیاده را دارا می‌باشد؟

در زمینه پیشینه موضوع می‌توان به این مورد اشاره کرد که توجه جلدی و عملی به ساماندهی حرکت پیاده و پیاده‌راه‌ها به اواخر دهه ۱۹۴۰ برمی‌گردد. در شهرهای

اروپایی، این انگاره با هدف خارج ساختن محدوده‌های تاریخی شهرها از تسلط اتومبیل و برای حفاظت از بافت‌های کهن و احیای مراکز شهری، مطرح و اجرایی شد (حبیبی، ۱۳۷۸: ۴۴). توجه به این امر، پس از جنگ جهانی دوم و فرا رسیدن زمان بازسازی شهرهای اروپایی شکل مشخص‌تری پیدا نمود. در شهرهای آمریکایی در اوایل دهه ۱۹۶۰ گرایش بازگشت به مراکز شهری قوت گرفت و خیابان‌های پیاده‌ای با نام «مال» شکل گرفتند که بیشتر همسو با مقاصد تجاری در مرکز شهرها بودند و در عین حال، هدفشان ایجاد محیط‌های مطلوب برای خرید و گردش در شهرها بود (قربانی و جام‌کسری، ۱۳۸۹: ۵۷). در زمینه گردشگری و مسیرهای پیاده مطالعاتی صورت گرفته که در زیر به مختصری از آنها اشاره شده است.

حبیبی (۱۳۸۱) در طرح پژوهشی توسط دانشگاه تهران، با عنوان مسیر پیاده گردشگری به طراحی مسیرهای پیاده گردشگری در بافت کهن می‌پردازد. این مسیرها که مطابق با حرکت انسان برای بافتی مطابق با حرکت او طراحی می‌شود ضمن معرفی بافت و عناصر با ارزش آن به‌عنوان یک راوی و یک هادی مناسب می‌تواند هر ناآشنایی را با بافت مأنوس و آشنا سازد و می‌تواند راهی باشد که حیات را در درون بافت، جاری سازد. قابلیت جذب گردشگری نه‌تنها برآورنده نیازهای مربوط و معاصر بافت است بلکه به‌عنوان یک ضرورت برای حل مسائل بافت‌های کهن و ارزشمند نهفته در دل شهرها تلقی می‌گردد.

کمانداری (۱۳۹۳) در تحقیق خود با عنوان بررسی و ارزیابی مسیرهای گردشگری شهر کرمان با تاکید بر الگوی رفتاری گردشگران به بررسی و شناخت مهم‌ترین عناصر و مقاصد گردشگری شهری کرمان با توجه به الگوی رفتاری گردشگران و سپس شناسایی و تحلیل مسیرهای موجود و شناخت مسیرهای بهینه به‌منظور دسترسی گردشگران به جاذبه‌های شهری در شهر کرمان پرداخته و مسیرهای گردشگری در بافت تاریخی شهر کرمان مشخص شده است.

تقوایی و همکاران (۱۳۸۸) در مقاله‌ای با عنوان بررسی و تحلیل فضاهای توریستی شهر تبریز به‌منظور برنامه‌ریزی توریسم در آن فضاهای تاریخی- فرهنگی این شهر و پتانسیل‌ها و محدودیت‌های موجود در بخش مرکزی آن را بررسی کرده و به بررسی مدیریت و برنامه‌ریزی گردشگری شهر پرداخته‌اند و با دیدی جغرافیایی و سیستماتیک الگوی فضای توریستی شهر تبریز را تبیین نموده‌اند.

کاشانی (۱۳۸۱) در مقاله‌ای با عنوان اهمیت فضاهای پیاده در شهرهای هزاره‌سوم، نقش محدوده‌های پیاده را به‌عنوان پهنه‌های رایگان چند عملکردی و چندمنظوره که طیف گسترده‌ای از فعالیت‌ها اعم از تفریحی، استراحت و گذران اوقات فراغت، سرگرمی و بازی، فرهنگی و هنری، تجاری و فضاهای سبز عمومی شهری را به‌خصوص در شهرهای هزاره‌ جدید دربر می‌گیرند، مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌دهد. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که به‌ویژه به‌دلیل عدم توجه کافی به فضاهای باز شهری و مکان‌های تفریحی در کشور ما در دو‌یست سال اخیر و نیز تاکید روز افزون علم شهرسازی جدید بر مقیاس انسانی و پیاده مدار کردن محیط‌های شهری، تدوین یک برنامه جامع برای تبدیل فضاهای باز شهری دارای ظرفیت بالقوه به محدوده‌های پیاده علاوه بر پویایی و افزایش تعاملات اجتماعی در عصر اطلاعات و ارتباطات مجازی، می‌تواند نقش به‌سزایی در ایجاد ارزش افزوده در این مکان‌ها و ارتقای وضعیت اقتصاد شهرها ایفا نماید.

غنی‌زاده (۱۳۸۱) در پژوهشی با عنوان ساماندهی و طراحی فضای حرکت عابر پیاده در بافت محله شهری نمونه موردی مطالعه محله اختیاریه شهر تهران، سعی بر آن است که تا با استفاده از روش‌های مناسب و با دیدگاه‌های گوناگون از جمله ملاحظات برنامه‌ریزی و طراحی شهری از یکسو و ملاحظات مهندسی ترافیک از سوی دیگر، گام‌های مؤثری برای ساماندهی و طراحی فضای حرکت پیاده در بافت محله شهری برداشته شود.

نواحی شهری به‌علت آن که جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی بسیار دارند غالباً مقاصد گردشگری مهمی محسوب می‌شوند. شهرها معمولاً جاذبه‌های متنوع و بزرگی شامل

موزه‌ها، بناهای یاد بود، سالن‌های تئاتر، استادیوم‌های ورزشی، پارک‌ها، شهربازی، مراکز خرید، مناطقی با معماری تاریخی و مکان‌هایی مربوط به حوادث مهم یا افراد مشهور را دارا هستند که خود گردشگران بسیاری را جذب می‌کند. گردشگری شهری را می‌توان بدین صورت تعریف کرد: «گردشگری شهری، کنش متقابل گردشگران میزبان و تولید فضای گردشگری پیرامون سفر به مناطق شهری با انگیزه‌های متفاوت و بازدید از جاذبه‌ها و استفاده از تسهیلات و خدمات مربوط به گردشگری است که آثار متفاوتی را در فضای شهری برجای می‌نهد»؛ به عبارت دیگر، گردشگری شهری عبارت است از دسته‌ای از فعالیت‌های اقتصادی با نتایج مهم اجتماعی، اقتصادی و محیطی در شهرهای ویژه (شاپیرا، ۲۰۰۱: ۴۳).

**گردشگری تاریخی:** این گونه از گردشگری که گردشگری میراث نیز نامیده می‌شود، به بازدید از موزه‌ها، مکان‌ها و ابنیه تاریخی می‌پردازد و امروزه بخش عمده‌ای از گردشگری را به خود اختصاص داده است (الوانی، ۱۳۷۳: ۱۱۰). منزلگاه‌های فرهنگی، تاریخی و باستانی در برگرفته آثار ملی و فرهنگی، ساختمان‌ها و بافت‌های تاریخی شهرها، ساختمان‌های مهم مذهبی مانند مساجد، کلیسا، معابد کنیسه، صومعه‌ها، مکان‌های وقوع حوادث تاریخی، در بیشتر نقاط دنیا از انواع عمده جاذبه‌های تاریخی هستند.

**پیاده‌راه‌ها:** معابری با بالاترین حد نقش اجتماعی هستند که در آنها تسلط کامل با عابر پیاده بوده و از وسایل نقلیه موتوری تنها به منظور سرویس‌دهی به زندگی جاری در معبر استفاده می‌شود (پاکزاد، ۱۳۸۴: ۲۷۴). قابلیت پیاده‌مداری را اینگونه بیان می‌کنند: میزان مطلوبیت محیط برای حضور مردم، زندگی، خرید، ملاقات، گذران اوقات و لذت بردن از آن در یک پهنه می‌باشد (نوسال، ۲۰۰۹: ۷). پیاده‌مدار کردن عبارت است از ایجاد خیابان‌ها یا فضاهای رها از آمد و شد سواره (کوان، ۲۰۰۵: ۲۸۵).

**محورهای گردشگری:** محورهای گردشگری را این چنین می‌توان تعریف کرد (محور گردشگری شهری، مسیری است که جاذبه‌های گردشگری موجود در شهر را به یکدیگر متصل می‌سازد تا بازدید از آنها تسهیل یابد. گاهی این محور نقش اتصال‌دهنده

دارد و گاهی خود مسیر محور دارای جذابیت برای گردشگران می‌باشد (حبیبی، ۱۳۷۸: ۶۶).

با توجه به اینکه بافت‌های تاریخی کانون و هسته شهرها هستند؛ لذا حیات این بافت‌ها طی سده‌های گذشته پایه بسیاری از آداب و رسوم و حتی فرهنگ موجود و نیز رونق اقتصادی شهر و منطقه بوده است. این بافت‌های شهری، قبل از همه وظیفه دارند که تاریخ، هویت عینی و ذهنی شهر را حفظ کنند و در زندگی جاری سازند؛ پاسدار همه خاطره‌ها و یادمان‌ها بوده و از این رو باید فعالیت‌هایی را در کالبد خود جای دهند که با هدف یاد شده انطباق یابد.

مهم‌ترین قابلیت‌ها و توان‌های بافت‌های کهن و تاریخی شهرها عبارتند از: موقعیت مکانی مناسب و استقرار در مراکز شهر؛ همجواری با مراکز تجاری و خدماتی و اداری اصلی شهر؛ دارا بودن پتانسیل و قابلیت‌های بالقوه سرمایه‌گذاری اقتصادی و فرهنگی؛ دارا بودن منابع خدماتی، تأسیساتی و تجهیزات شهری؛ امکان بهره‌برداری مناسب از قابلیت‌ها و توان‌های بالقوه و بالأخره دارا بودن سرمایه‌ها و ارزش‌های گران‌قدر تاریخی، فرهنگی و توریستی (دیناری، ۱۳۸۹: ۱۷۶). شهرهای (کرمان، یزد، اصفهان، شیراز) نمونه روشن این شهرها در ایران می‌باشند.

چنین فضاهایی با توسعه فعالیت‌های گردشگری در حفظ بناها و عناصر تاریخی خود موفق می‌شوند و حضور روز و شب شهروندان و گردشگران را امکان‌پذیر می‌سازند (غضنفرپور و همکاران، ۱۳۹۳: ۹۲). حضور مردم، جوانان و نوجوانان، جشن‌ها، انواع تظاهرات اجتماعی، برپایی نمایش‌ها و معرفی فرهنگ‌های گوناگون با برپایی مراسم و جشن‌ها، اشکال گوناگون تعاملات اجتماعی و فرهنگی و هر آنچه مظهر تنوع فرهنگی و قومی یک ملت بزرگ با تاریخ هزاران ساله است، تمام این جلوه‌ها که در رشد و ارتقای فرهنگ و دانش یک شهر و ملت موثر است، در چنین فضاهایی زمینه‌ساز رشد صنعت گردشگری و جلب گردشگران داخلی و خارجی است (لاو، ۲۰۰۲: ۱۷۰-۱۶۹). از این رو اقتصاد مراکز تاریخی شهر با صنعت و فعالیت‌های گردشگری شکل می‌گیرد و حیاتی تازه می‌یابد. توان اقتصادی مراکز تاریخی موضوع

دیگری است که از نظر کارشناسان محرک و تقویت کننده محسوب می‌شود. اقتصاد پایدار با تاکید بر گردشگری، در مراکز تاریخی و گردشگری می‌تواند منشأ بهره‌برداری اقتصادی فراوانی از این مراکز شود که این موضوع خود بهانه‌ای برای تجدید حیات مراکز تاریخی و گردشگری و موجب بازگرداندن کارکردهای فاخر و برتر با توجه به ظرفیت‌های این فضاها به آن‌ها می‌باشد. در زمان معاصر با شناخت عوامل اصلی تخریب بافت‌های با ارزش تاریخی و سازگاری واژگان نوین طراحی معماری با زبان کهن معماری بومی می‌توان در جهت بهبود محیط شهری و جهت‌های توسعه‌آتی آن نقش‌آفرین بود.

فلسفه احیا و بازسازی اندام‌های صدمه دیده و فرسوده شهرها، ریشه در همین جایگاه دارد و به نظر می‌رسد یکی از مؤثرترین راهکارها در احیای دوباره بافت‌های تاریخی گردشگری می‌باشد. ایجاد فعالیت‌های مجدد در این مناطق با توجه به توانایی‌های فیزیکی و کالبدی آن‌ها است. ایجاد محورهای گردشگری می‌تواند به‌عنوان یکی از روش‌های احیای فضاهای تاریخی شهری و جذب توریست مورد استفاده قرار گیرد (هاروی، ۱۹۸۹: ۶۶). محورهای گردشگری در صورت دارا بودن ارزش‌ها و ویژگی‌های یاد شده می‌توانند بافت پیرامونی خود را متحول کنند؛ به‌طور مثال، ایجاد فعالیت‌های تجاری در محور توریستی به‌نحوی که مورد توجه گردشگران باشد، اقتصاد محله را متحول می‌کند و با تغییر کاربری بناهای با ارزش به‌عنوان محل‌های استراحت مانند هتل و رستوران نیز در این موضوع موثر است (انوری‌آریا و نساچ، ۱۳۸۶: ۵).

امروزه در بسیاری از شهرهای دنیا از پیاده‌راه‌های شهری در برگزاری نمایشگاه‌ها، وقایع اجتماعی، فستیوال‌ها، آگهی‌های تبلیغاتی و همچنین در بروشورهای توریستی و تبلیغاتی به‌وفور استفاده می‌شود (راماتی، ۱۹۸۱: ۸۴). مسیرهای پیاده محورهای شاخص شهری در ارتباط با حرکت گردشگران و چیدمان جاذبه‌های گردشگری طراحی می‌شوند، ضمن معرفی بافت و عناصر با ارزش آن از طریق نمایاندن مشخصات کالبدی مکان و فعالیت‌ها، موقعیت‌ها و رویدادهای آن، به‌عنوان یک راوی و هادی مناسب می‌تواند زمینه بروز معانی شخصی و گروهی که از طریق حضور مردم در



مکان شکل می‌گیرند را فراهم آورده و هر ناآشنایی را با بافت مأنوس سازد و راهی باشد تا حیات را در درون بافت جاری سازد و بدین‌سان، هویتی ماندگار برای آن رقم زند (تابان و همکاران، ۱۳۸۹: ۵۲)؛ به‌طوری که در دهه‌های اخیر گردشگری در برنامه‌ریزی شهری به‌عنوان ابزاری کار آمد، پدیدار شد زمینه‌ها، اهداف و راهبردهای توسعه بافت‌های تاریخی با رویکرد گردشگری در جدول زیر آورده شده‌است.

جدول ۱- زمینه‌ها، اهداف و راهبردهای توسعه خلاق با رویکرد گردشگری

زمینه	هدف	راهبرد
توسعه خلاق با رویکرد گردشگری	پویایی اقتصادی	بالا بردن سطح درآمد ساکنان و پایین آوردن بار تکفل با ایجاد فرصت‌های شغلی رونق مشاغل محلی استفاده از نیروی کار محلی در رونق و اداره مراکز جهانگردی
	اجتماعی	ایجاد نظارت اجتماعی ایجاد کاربری گذران اوقات فراغت از بین بردن ناهمگونی اجتماعی از بین بردن کاربری‌های ناسازگار جلب مشارکت مردمی
	فرهنگی	احیای هویت فرهنگی محله و تکیه بر آن در برنامه ریزی گردشگری احیای هنجارهای رفتاری کهن احیای ارزش‌های کالبدی کهن شناساندن ارزش‌های تاریخی فرهنگی محله به گردشگران
	کالبدی	ایجاد محیط مطلوب جهت رفاه ساکنان و گردشگران معاصر سازی عملکردها از بین بردن کاربری‌های ناسازگار اقدام‌های زیست محیطی و بهداشتی تداوم سازمان فضایی کهن تعریف شبکه پیاده محدود ساختن ترافیک ایجاد تسهیلات پارکینگ

به عنوان مثال در کلانشهرهای بزرگ مانند: لندن، نیویورک، پاریس، بارسلونا، مسکو مسیرهای پیاده گردشگری تجاری یکی از ارکان مهم درآمدزایی پایدار در این شهرها است. وظیفه این گونه فضاهای شهری عبارت است از: تسریع در نوسازی بافت، خدمات‌رسانی به ساکنین بافت‌های کهن، افزایش انسجام اجتماعی، پیشگیری از جرایم به کمک نظارت اجتماعی، افزایش گردش مالی، جذب توریست‌های داخلی و خارجی، اشتغال‌زایی، کاهش استرس‌ها و اضطراب‌های ناشی از زندگی شهری، افزایش تعاملات اجتماعی و نهایتاً بالابردن اعتماد شهروندان به حکمرانی شهرداری می‌باشد.

بازگرداندن زندگی به بافت‌های تاریخی نیز یکی دیگر از وظایف این گونه فضاهای شهری است. یکی از مسائلی که این بافت‌ها را تهدید می‌کند، خالی شدن این نقاط از جمعیت است؛ از این رو، این مناطق از ناامن‌ترین نقاط شهری برای حضور افراد است؛ در حالی که با ایجاد مسیرهای پیاده گردشگری و تجاری می‌توان مدت حضور مردم را در این نقاط افزایش داد و زندگی را به این محدوده‌ها بازگرداند (پاکزاد، ۱۳۸۶: ۱۲۵). در شهری نظیر آتن که مسیرهای پیاده گردشگری آن معروف است، درآمدی که شهرداری از طریق رونق بخشیدن به کسب و کار کسبه مستقر در این مسیرهای پیاده گردشگری به دست می‌آورد، رقم هنگفتی است. همچنین در آتن، توریست‌ها می‌توانند به راحتی گردش کنند، مجسمه، سفال و صنایع دستی بخرند، اجرای زنده موسیقی یونانی تجربه کنند و غذاهای محلی بخورند. نهایتاً لازم به ذکر است که مسیرهای پیاده گردشگری صرفاً کارکرد تجاری و یا گردشگری ندارند؛ بلکه مهمتر از آن کانال‌هایی برای تعاملات فرهنگی شهروندان بوده و محرکی قوی و کم هزینه برای نوسازی بافت‌های کهن شهری محسوب می‌شوند.

از دیدگاه حیبی، طراحی مسیرهای پیاده گردشگری با هدف حفاظت از بافت‌های تاریخی و گردشگری و رونق بخشیدن به صنعت گردشگری یکی از مهم‌ترین اقدامات برای باز زنده‌سازی این بافت‌ها به شمار می‌رود. زیرا از آنجا نتایج مثبت این اقدام از سوی ساکنان و بهره‌برداران این مناطق، درک می‌شود، می‌تواند مداخله و مشارکت آگاهانه آن‌ها را برای بازسازی و اصلاح بافت برانگیزد. از دیدگاه وی، اهمیت و ارزش

این بافت‌های کهن چنان است که هم‌اکنون و با محدودترین امکانات ضروری، توانسته‌اند بسیاری از گردشگران را به‌خود جذب کنند؛ بنابراین، ساماندهی و احیاء این مراکز شهری با استفاده از پیاده‌راه‌ها علاوه بر تحقق هدف حفاظتی این بافت‌ها به‌دلیل ارتقای کیفی فضاهای مربوطه و تجهیز مناسب آن‌ها تنها نیازهای ساکنان به فضاهای مطلوب شهری برای زندگی جاری را تأمین می‌کند؛ بلکه چرخ‌های توسعه صنعت گردشگری در این بافت‌ها را فعال می‌کند و این امر، نه تنها موجب افزایش هویت اجتماعی و فرهنگی مجموعه بافت‌ها می‌شود؛ بلکه راهکارهای مؤثر و تجربه شده برای ایجاد و باز تولید عرصه‌های عمومی و هویت از دست رفته و خاطرات زدوده شده از بافت‌های تاریخی شهرهای ایران است. در سال ۲۰۰۵ «آرث» نوپیااده‌گرایی را به‌عنوان بخشی از راه‌حل بازسازی نیواورلئان پیشنهاد نمود که با حذف خیابان سواره جلویی و جایگزینی آن با یک مسیر عبوری درختکاری شده خطی پیاده در واقع بر سفرهای جایگزین با تأثیرات کم همچون پیاده‌روی و دوچرخه‌سواری تأکید گردیده‌است (کاشانی‌جو، ۱۳۸۹: ۷۲).

### داده‌ها و روش‌شناسی

روش انجام این پژوهش توصیفی-تحلیلی خواهد بود. در این راستا در مرحله جمع‌آوری اطلاعات و داده‌های اولیه، از مطالعات کتابخانه‌ای همچنین، مطالعات برداشت‌های میدانی، مصاحبه با صاحب‌نظران و شناسایی معیارهای مناسب در مکان‌یابی مسیرهای مناسب گردشگری پیاده در بافت‌های کهن با توجه به وضعیت محدودۀ مورد مطالعه و توزیع پرسشنامه بین خبرگان مرتبط با موضوع مورد مطالعه، استفاده شده‌است؛ علاوه بر این، به‌منظور تعیین میزان اهمیت معیارهای مؤثر در امر مکان‌یابی از جامعه آماری در برگیرنده کلیه متخصصان گردشگری، بافت کهن و آشنا با شهر کرمان از طریق توزیع تعداد ۳۰ پرسشنامه بین آنها بهره گرفته شده‌است.

روش تجزیه و تحلیل داده‌ها در این پژوهش با استفاده از مدل تحلیل سلسله‌مراتبی AHP و نرم‌افزار ArcGIS به‌صورت ترکیبی خواهد بود؛ بر این اساس برای انتخاب پهنه‌های مناسب جهت گردشگری پیاده، در ابتدا وزن هر یک از معیارهای لازم برای

این مکان‌یابی با استفاده از نرم‌افزار Expert Choice مشخص شده و سپس با استفاده از توابع Spatial Analyst در نرم‌افزار ArcGIS لایه‌ها وزن‌دار با هم ادغام و در نهایت پهنه‌های جهت‌گردشگری پیاده در بافت تاریخی شهر کرمان اولویت‌بندی شده‌است.

مشخصات محدوده مورد مطالعه بدین صورت می‌باشد که شهر کرمان، مرکز استان کرمان بین مدار ۵۶ درجه و ۵۸ دقیقه تا ۵۷ درجه و ۹ دقیقه طول شرقی و ۳۰ درجه و ۱۴ دقیقه تا ۳۰ درجه و ۱۹ دقیقه عرض شمالی، در ارتفاع ۱۷۵۵ متری از سطح دریا واقع شده‌است. بافت تاریخی و قدیم شهر کرمان تقریباً در مرکز شهر قرار گرفته و بالغ بر ۴۸۳ هکتار وسعت دارد. بر مبنای یافته‌های سرشماری عمومی ۱۳۸۵، در این محدوده ۶۹۹۱ خانوار شامل ۲۷۵۸۴ نفر جمعیت در تعداد ۶۱۴۵ واحد مسکونی سکونت دارند (سرشماری نفوس مسکن، ۱۳۸۵).



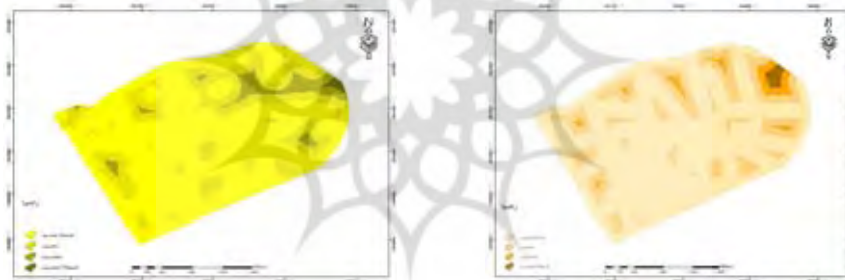
شکل ۱- موقعیت بافت تاریخی شهر کرمان

## بحث

در این مرحله از پژوهش با توجه به موقعیت بافت تاریخی شهر کرمان و ویژگی‌های بومی آن ۱۲ معیار از جمله: شبکه ارتباطی، فاصله از ایستگاه اتوبوس، فاصله از هتل، فاصله از آثار تاریخی، فاصله از پارک، فاصله از پارکینگ، فاصله از واحدهای پذیرایی، فاصله از مراکز تفریحی، فاصله از کلانتری، فاصله از مراکز تجاری، ارزش تاریخی محدوده و فاصله از شبکه ارتباطی درون بافت می‌باشند که به‌عنوان عوامل مؤثر در مکان‌یابی پهنه مناسب جهت گردشگری پیاده با توجه به منابع موجود و نظر کارشناسان

مربوط به حوزه گردشگری انتخاب شده‌است؛ به‌طوری که گردشگران را تشویق به پیاده‌روی نمود تا بدین طریق علاوه بر افزایش مدت اقامت گردشگران و کاهش بار ترافیکی ناشی از رفت و آمد آن‌ها، یک فضای شهری سالم و سرزنده که مرکز تعامل گردشگران و افراد بومی باشد را ایجاد نمود.

علاوه بر این با تبدیل نقاط جاذب گردشگر به پهنه‌ها و سطوح گردشگری، می‌توان افراد را از توجه صرف به یک مقصد گردشگری با معابر دارای کشش ترافیکی محدود در بافت تاریخی، به یک پهنه مناسب که در برگیرنده مجموعه‌ای از جاذبه‌هاست معطوف نمود. در مقاله پیش رو این امر از طریق مکان‌یابی یک پهنه گردشگری پیاده‌روی با استفاده از تحلیل سلسله‌مراتبی AHP صورت گرفته که در شکل‌های (۲-۱۳) بیان شده‌است.



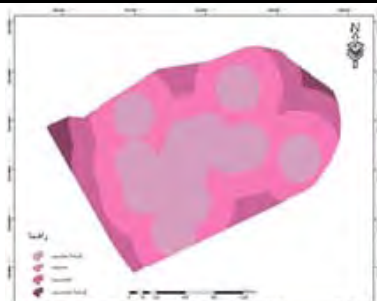
شکل ۲- فاصله و ارزش‌گذاری از شبکه ارتباطی درجه یک

شکل ۳- فاصله و ارزش‌گذاری از مراکز تجاری و خرید



شکل ۴- فاصله و ارزش‌گذاری از ایستگاه‌های اتوبوس

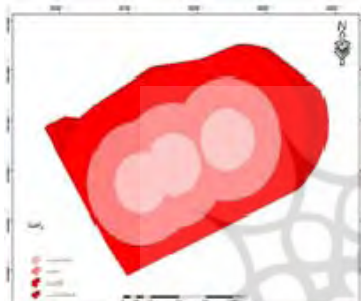
شکل ۵- فاصله و ارزش‌گذاری از پارکینگ



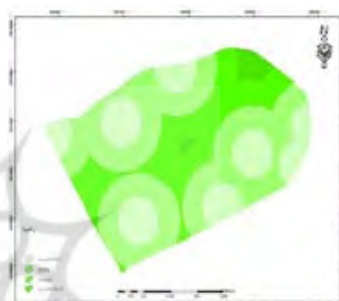
شکل ۷- فاصله و ارزش گذاری از آثار تاریخی



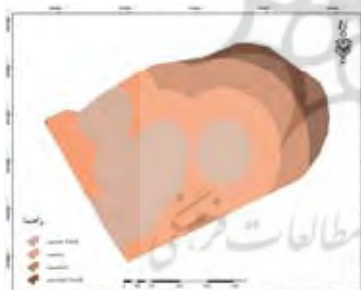
شکل ۶- فاصله و ارزش گذاری از شبکه ارتباطی محلی



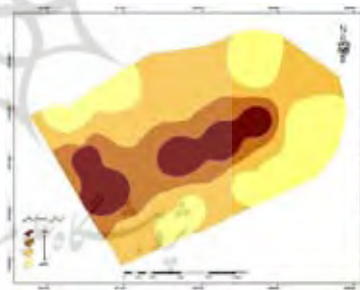
شکل ۹- فاصله و ارزش گذاری از کلاتری



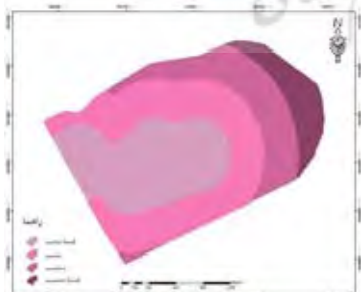
شکل ۸- فاصله و ارزش گذاری از فضای سبز



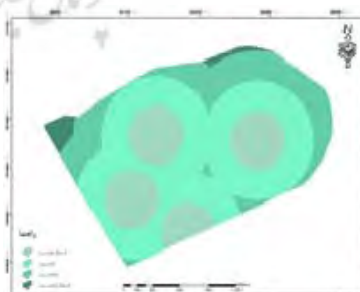
شکل ۱۱- فاصله و ارزش گذاری از مراکز اقامتی



شکل ۱۰- ارزش گذاری تاریخی بافت



شکل ۱۳- فاصله و ارزش گذاری از اماکن تفریحی



شکل ۱۲- فاصله و ارزش گذاری از مراکز پذیرایی

### وزن‌دهی به معیارها

یکی از مهمترین کاربردهای نرم‌افزار ArcGIS که آن را به‌عنوان سیستمی ویژه و انحصاری مجزا می‌کند، توانایی تلفیق داده‌ها برای مدل‌سازی، مکان‌یابی مناسب اراضی از طریق ارزش‌گذاری پهنه زمین است؛ زیرا در نتیجه تلفیق و ترکیب معیارها، بهترین نقطه برای استقرار مرکز و نیز مکان‌های بهینه انتخاب می‌شوند (پوراحمد و همکاران، ۱۳۸۶: ۴۲).

در این تحقیق از روش فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی AHP جهت وزن‌دهی زوجی به معیارها استفاده شده است. روش وزن‌دهی زوجی به دلیل داشتن مبانی تئوریک قوی، دقت بالا و دارا بودن ارزش، اعتبار و دسترسی از معتبرترین و پرکاربردترین روش‌ها می‌باشد. این روش از پیچیدگی مفهوم تصمیم‌گیری به‌طور قابل توجهی می‌کاهد. زیرا تنها دو مؤلفه در یک زمان بررسی می‌گردند که شامل سه گام اصلی: (۱) ایجاد ماتریس مقایسه دوتایی، (۲) محاسبه وزن معیارها، (۳) تخمین نسبت توافق می‌باشد (هادیانی و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۰۵)؛ در واقع، روش مقیاسه زوجی به‌عنوان اساس فرایند سلسله‌مراتبی شناخته می‌شود. برای مکان‌یابی پهنه گردشگری پیاده در شهر بافت تاریخی شهر کرمان با توجه به معیارهای موجود ماتریس مقیاس زوجی به صورت زیر انجام شده است.

بعد از انتخاب معیارهای موثر در مکان‌یابی جهت ترکیب آنها با یکدیگر به‌صورت لایه‌های اطلاعاتی باید وزن هر یک از معیارها متناسب با اهمیت آنها با یکی از روش‌های وزن‌دهی مشخص شود (زارعی، ۱۳۸۹: ۱۰۴).

جدول ۱- ماتریس مقایسه زوجی معیارهای به کار رفته در مکان‌یابی بهینه پهنه گردشگری پیاده

معیار	شبکه ارتباطی	فاصله از ایستگاه اتوبوس	هتل	آثار تاریخی	پارک	پارکینگ	واحدهای پذیرایی	مراکز تفریحی	کلاتری	مراکز تجاری	ارزش تاریخی محدوده	شبکه ارتباطی درون محله‌ای	وزن نهایی
شبکه ارتباطی	۱	۳	۲	۳	۲	۳	۴	۲	۳	۴	۳	۳	۰/۲۱۷
فاصله از ایستگاه اتوبوس		۱	۴	۴	۲	۳	۴	۲	۳	۴	۷	۴	۰/۱۴۴
هتل			۱	۵	۳	۲	۵	۲	۳	۵	۵	۴	۰/۱۲۷
آثار تاریخی				۱	۵	۳	۳	۳	۳	۵	۳	۵	۰/۱۰۱
پارک					۱	۵	۴	۳	۴	۵	۷	۳	۰/۰۲۶
پارکینگ						۱	۲	۴	۳	۴	۵	۷	۰/۰۴۲
واحدهای پذیرایی							۱	۲	۲	۳	۵	۵	۰/۰۵۷
مراکز تفریحی								۱	۳	۳	۵	۳	۰/۰۴۸
کلاتری									۱	۱	۶	۳	۰/۰۴۶
مراکز تجاری										۱	۵	۳	۰/۰۴۴
ارزش تاریخی محدوده											۱	۲	۰/۰۶۶
شبکه ارتباطی درون محله‌ای												۱	۰/۰۸۰

با توجه تحلیل صورت گرفته در روش تحلیل سلسله‌مراتبی ضریب اهمیت هر یک از معیارهای پژوهش مشخص شده که عبارتند از معیار شبکه ارتباطی با وزن (۰/۲۱۷)، معیار فاصله از ایستگاه اتوبوس با وزن (۰/۱۴۴)، معیار فاصله از مراکز اقامتی هتل و وزن (۰/۱۲۷) و معیار فاصله از آثار تاریخی با وزن (۰/۱۰۱) معیار فاصله از پارک با وزن (۰/۰۲۶)، معیار فاصله از پارکینگ (۰/۰۴۲)، فاصله از مراکز پذیرایی وزن (۰/۰۵۷) فاصله از مراکز تجاری با وزن (۰/۰۴۴)، معیار فاصله از مراکز تفریحی با وزن (۰/۰۴۸)، فاصله از مراکز امنیتی با وزن (۰/۰۴۶)، معیار فاصله از مراکز تجاری با وزن (۰/۰۴۴)، معیار ارزش تاریخی محدوده با وزن (۰/۰۶۶) و معیار شبکه ارتباطی درون محله‌ای با وزن (۰/۰۸۰) و هر معیار به‌میزان ضریب اهمیت و یا ارزش در مکان‌یابی مسیر پیاده گردشگری تأثیر داشته؛ در ضمن نرخ سازگاری در هنگام مقایسه زوجی و وزن‌دهی به معیارهای مورد بررسی، در تمامی موارد کمتر از ۰/۱ به‌دست آمده؛ بنابراین، می‌توان

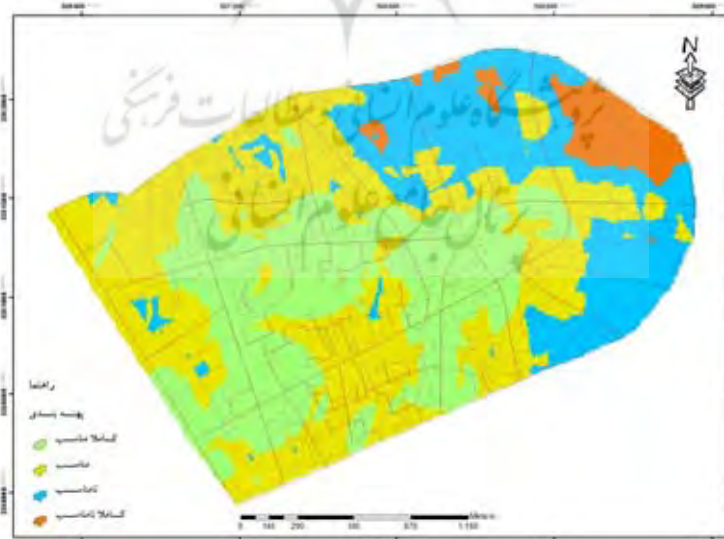


نتیجه گرفت که در مرحله وزن‌دهی و مقایسه زوجی معیارها انتخابی تعارض چندانی با یکدیگر نداشته و وزن‌دهی به‌دست آمده از سطح اطمینان بالا برخوردار است.

#### تلفیق لایه‌ها و تحلیل مناطق مستعد و نامستعد گردشگری پیاده در بافت تاریخی

پس از روی هم‌گذاری لایه‌ها و تهیه ماتریس مقایسه زوجی معیارها، استخراج نقشه نهایی بهینه‌های بهینه جهت گردشگری پیاده در بافت تاریخی کرمان طبق نتایج به‌دست آمده صورت گرفت. شکل (۱۳) نشانگر تمامی مناطق بهینه است که می‌توان جهت گردشگری پیاده در بافت تاریخی استفاده شود با توجه به تلفیق لایه‌ها بافت تاریخی شهر کرمان بر اساس چهار کیفیت کاملاً مناسب، مناسب، نامناسب و کاملاً نامناسب بهینه‌بندی شده‌اند.

برای بهبود شاخص‌های توسعه فرهنگی، کاهش پراکندگی توسعه فرهنگی و از بین بردن نابرابری‌های منطقه‌ای توسعه فرهنگی می‌توان با تغییر اولویت‌های تخصیص منابع فرهنگی، امکانات و زیرساخت‌ها، هدفمند کردن و ساماندهی بهتر منابع دستگاه‌های مدیریتی مانند شهرداری و اداره کل ارشاد اسلامی به نفع شهرستان‌های محروم و توسعه نیافته این نابرابری را کاهش داد.



شکل ۱۳- ارزش‌گذاری نهایی و اولویت‌بندی اراضی بافت تاریخی کرمان برای گردشگری پیاده

### نتیجه گیری

در بافت‌های کهن شهری ایران، به‌رغم وجود شبکه‌های معابر پیاده و منحصر به فرد، نظیر راسته‌ها و گذرهای بافت به دلیل حاکمیت نگرش مدرنیستی به فضاهای شهری و تحمیل مدرنیزاسیون از بالا، حیات مدنی فضاهای کهن شهر دارای نوعی دوگانگی در پذیرش عملکرد، متناسب با محتوای خود هستند که ماحصل آن مدرنیته‌ای ناتمام، کم‌رنگ، جرم‌خیز، کسالت‌آور و فاقد سرزندگی و نشاط می‌باشد. با ایجاد پیاده‌راه‌های گردشگری می‌توان علاوه بر تعریف عملکردی نوین به فضای کهن، ادراک فضا را برای گردشگران با حرکت پیوسته در فضا تسهیل نمود که از دید علوم رفتاری خود نوعی پایداری در جذب گردشگر به شمار می‌آید.

لازم به ذکر است که فرایند برنامه‌ریزی مقاصد گردشگری شهرها در راستای برنامه‌ریزی سازمان فضایی در خلأ اتفاق نمی‌افتد. سیاست‌ها، قوانین و مقررات، اهداف، استراتژی‌ها و عملکردهای متعددی در این زمینه نقش داشته و مؤثرند که می‌بایست از جانب سازمان‌های دولتی، عمومی و خصوصی که در توسعه مقاصد شهری ذی‌نفع و درگیر هستند، مدنظر قرار گیرد. یکی از مسائل مهم، این نکته است که برنامه‌ریزان در مناطق گردشگری باید همگام با پیشرفت تکنولوژی خود را با این تکنولوژی تطبیق دهند.

با توجه به اینکه بافت تاریخی کرمان با قابلیت و پتانسیل‌های متعدد متأسفانه در جذب گردشگری موفق عمل نکرده، در پژوهش حاضر با استفاده از سیستم اطلاعات جغرافیایی و مدل AHP به‌عنوان یکی از این تکنولوژی‌های جدید با استفاده از معیارهای مناسب دوازده معیار به پهنه‌بندی بافت تاریخی شهر کرمان جهت ایجاد و ساماندهی مسیر پیاده گردشگری پرداخته شده است. در گام نخست، ارزش هر یک معیارهای پژوهش (فاصله شبکه ارتباطی، فاصله از ایستگاه اتوبوس، فاصله از هتل، فاصله از آثار تاریخی، فاصله از پارک، فاصله از پارکینگ، فاصله از واحدهای پذیرایی، فاصله از مراکز تفریحی، فاصله از کلانتری، فاصله از مراکز تجاری، ارزش تاریخی محدوده، فاصله از شبکه ارتباطی درون بافت) با توجه به مدل AHP مورد تجزیه و

تحلیل قرار گرفته است. نتایج حاصل از این مدل، بیانگر آن است که معیارهای معیار شبکه ارتباطی با وزن (۰/۲۱۷)، معیار فاصله از ایستگاه اتوبوس با وزن (۰/۱۴۴)، معیار فاصله از مراکز اقامتی هتل وزن (۰/۱۲۷) و معیار فاصله از آثار تاریخی با وزن (۰/۱۰۱) به ترتیب دارای بیش‌ترین تأثیر و یا ارزش و معیارهای و معیارهای فاصله از پارک با وزن (۰/۰۲۶)، فاصله از پارکینگ (۰/۰۴۲) و فاصله از مراکز تجاری با وزن (۰/۰۴۴) به ترتیب کمترین ارزش و تأثیر در مکان‌یابی مسیر پیاده گردشگری داشته‌است.

در مرحله بعد با استفاده از نرم‌افزار ArcGIS لایه مربوط به هر معیار تهیه و مورد تحلیل قرار گرفت. نتایج این تحلیل، بیانگر آن است که پهنه کاملاً مناسب بیشتر در قسمت مرکزی بافت است و این پهنه، محدوده شامل بازار بزرگ، مجموعه گنجعلی‌خان، مجموعه ابراهیم‌خان، میدان ارگ، مسجد جامع و مسجد امام (ره) است. با فاصله گرفتن از مرکز بافت به سمت حواشی از مطلوبیت اراضی کاسته می‌شود (شکل ۱۳).

پیشنهاد کاربردی این پژوهش با توجه به یافته‌های تحقیق، عبارت است از ایجاد مسیرهای گردشگری پیاده در مناطق مستعد شناسایی شده؛ به‌طوری که با ایجاد این محورهای پیاده گردشگری، شاهد جذب تعداد زیاد گردشگران خارجی و داخلی به این فضاهای گردشگری شده و به تبع آن باعث رونق، مرمت، بازسازی، حفاظت و رسیدگی به بناهای تاریخی با ارزش بافت، عبور محورهای پیاده گردشگری از کنار بناهای تاریخی و امکان معرفی شناخت هرچه بهتر این آثار به گردشگران می‌شود. ایجاد این محورها در بافت، باعث انسجام بصری بافت شده و در نهایت رضایت گردشگران و شهروندان را فراهم خواهد کرد.

## فهرست منابع

۱. ارمغان، سیمین. (۱۳۸۶). **توریسم و نقش آن در جغرافیا**. اسلامشهر: سازمان چاپ و توزیع دانشگاه آزاد اسلامی واحد اسلامشهر.
۲. انوری آریا، مینا. نساج، مینا. (۱۳۸۶). **بررسی و تبیین نقش صنعت گردشگری در توسعه فضاهای شهری**. همایش منطقه‌ای جغرافیا، گردشگری و توسعه پایدار.
۳. پاکزاد، جهان‌شاه. (۱۳۸۵). **مبانی نظری و فرآیند طراحی شهری**. تهران: انتشارات شهیدی.
۴. پاکزاد، جهان‌شاه. (۱۳۸۶). **راهنمای طراحی فضاهای شهری در ایران**. چاپ سوم، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات شهرسازی و معماری ایران، انتشارات شهیدی.
۵. پوراحمد، احمد. زهرایی، سجاد. نظری، سعید. (۱۳۸۶). **استفاده از الگوریتم‌های فازی و GIS برای مکان‌یابی تجهیزات شهری**. مجله محیط‌شناسی، سال ۳۳، شماره ۴۲.
۶. تابان، محسن. پشتونی زاده، آزاده. (۱۳۸۹). **محورهای شاخص شهری و دالان‌های بوم‌شناسانه رودها (ارتقای هویت مکانی با تأکید بر مسیرهای پیاده گردشگری)**. نشریه هویت شهر، سال ۴، شماره ۶.
۷. تقوایی، مسعود و همکاران. (۱۳۸۸). **بررسی و تحلیل فضاهای توریستی شهر تبریز به منظور برنامه‌ریزی توریسم در آن**. فصلنامه جغرافیا و برنامه‌ریزی، شماره ۳۳، صص ۵۹-۸۲.
۸. حبیبی، محسن. (۱۳۷۹). **مسیر پیاده گردشگری**. هنرهای زیبا، شماره ۹، دانشکده هنرهای زیبای دانشگاه تهران.
۹. دیناری، احمد. (۱۳۸۹). **گردشگری شهری در ایران و جهان**. مشهد: انتشارات واژگان خرد.
۱۰. زارعی، یاسر. (۱۳۸۹). **تحلیلی بر توزیع فضایی و مکان‌یابی خدمات شهری شهر نورآباد با استفاده از GIS**. پایان‌نامه کارشناسی ارشد به راهنمایی دکتر جمال محمدی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه اصفهان.
۱۱. غضنفرپور، حسین. کمانداری، محسن. مصطفی‌پور، نصرت. (۱۳۹۳). **جغرافیای گردشگری با تأکید بر گردشگری شهری**. تهران: انتشارات نور علم.

۱۲. قربانی، رسول. جام‌کسری، محمد. (۱۳۸۹). جنبش پیاده‌گستری رویکردی نو در احیای مراکز تاریخی شهری (مورد مطالعه: پیاده‌راه تربیت تبریز). فصلنامه مطالعات و پژوهش‌های شهری منطقه‌ای، سال ۲، شماره ۶، صص ۷۲-۵۶.
۱۳. کاشانی‌جو، خشایار. (۱۳۸۹). بازساخت رویکردهای نظری به فضاهاى عمومی شهری. نشریه هویت شهر، سال ۴، شماره ۶.
۱۴. کمانداری، محسن. (۱۳۹۳). بررسی و تحلیل مسیرهای گردشگری شهر کرمان با تاکید بر الگوی رفتاری گردشگران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشکده علوم انسانی، دانشگاه یزد.
۱۵. هادیانی، زهره. کاظمی‌زاد، شمس‌الله. (۱۳۸۹). مکان‌یابی ایستگاه‌های آتش‌نشانی با استفاده از روش تحلیل شبکه و مدل AHP در محیط GIS (مطالعه موردی: شهر قم). مجله جغرافیا و توسعه، شماره ۱۷.
16. Christian.M, Rogerson., (2006). **Creative industries and urban Tourism: South African perspectives**. Urban Forum, Vol.17, No. 2.
17. Cowan, R., (2005). **The dictionary of urbanism**. streetwise press Ltd, London.
18. Harvey, D., (1998). **The condition of post modernity**. Rutledge.
19. Law,C.J., (2002). **Urban tourism- the visitor economy and the growth of large city, London, continuum**.
20. Nosal, H., (2009). **Creating walkableand transit supportive ommunities in Halton**. Region Health Department of Halton University.
21. Ramati, Raquel., (1981). **How to save your own street**. Carden city, Dolfin Book, NewYork.
22. Shapira, K.P., (2001). **Innovative partnertships for sustainable urban tourism frame work pproach and the europen experience creating and managing growth in travel and tourism**. TTRA Europen Conference, Stockholm, Sweden april.
23. Timothy, D.J., Wall, G., (1995). **Tourist Accommodation in an Asian historic city**. The Journal of Tourism Studies, No.6(2), pp: 23-34.



پروپوزیشن گاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی  
پرتال جامع علوم انسانی