

توسعه گردشگری شهری با محوریت پیاده مدارسازی مراکز شهری

مازیار ابراهیمی^۱

مهرداد رضانی پور^۲

چکیده

مراکز شهرها بعنوان هسته تشکیل دهنده و مراکز حیاتی شهرها به شمار می روند، زیرا بسیاری از مولفه های اجتماعی شهروندان هر شهری از قبیل هویت، حس تعلق، آرامش خاطر و حتی پایداری اجتماعی تا حدودی از آن نشأت می گیرد. تجدید حیات مراکز شهری از جنبه های اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی بر کیفیت زندگی شهروندان تاثیر بسزایی دارد. ایده پیاده راه در مراکز شهری از روش های سودمندی است که می توان با ایجاد اصولی و برنامه ریزی شده آن هم در حفظ و نگهداری سایت های تاریخی و مرکزی شهرها کوشید و هم از سویی دیگر در ارتقا روحیه شهروندان از منظر اجتماعی و با احداث محیطی همگانی جهت گشت و گذار و خرید به اقتصادی پرتحرک و توسعه گردشگری شهری دست یافت. هدف از این پژوهش بررسی تجدید حیات مراکز شهری با محوریت پیاده راه سازی و نقش آن در توسعه گردشگری شهری می باشد، این پژوهش از نوع تحقیقات توصیفی تحلیلی است و گردآوری اطلاعات نیز بروش اسنادی یا کتابخانه ای می باشد، که تلاش شده با مطالعه تحقیقات داخلی و خارجی مرتبط با موضوع مورد نظر، تاثیر آفرینش مراکز شهری با تاکید بر پیاده راه سازی در توسعه گردشگری شهری مورد واکاوی و تجزیه و تحلیل قرار گیرد. یافته ها نشان می دهد توسعه گردشگری شهری با محوریت پیاده مدارسازی و تجدید حیات مراکز شهرها تاثیر مستقیم و مثبتی بر رفاه اقتصادی، افزایش تعامل اجتماعی و افزایش گردشگران خواهد گذاشت.

واژگان کلیدی: گردشگری شهری، مراکز شهری، پیاده راه سازی

۱. دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد چالوس

(عضو باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان دانشگاه آزاد واحد چالوس) Ebrahimi_maziar@yahoo.com

۲. استادیار گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد چالوس Mehr5490@yahoo.com

مقدمه

سفر و گردشگری بخش مهمی از خدمات اقتصادی است. بر اساس اطلاعات سازمان گردشگری جهانی و شورای جهانی مسافرت و گردشگری در سال ۲۰۱۳، کل سهم سفر و گردشگری در اقتصاد جهانی به ۹/۵٪ از تولید ناخالص جهانی (۷ تریلیون دلار) افزایش یافته است، که نه تنها اقتصاد وسیع تری را به وجود می آورد بلکه نسبت به سایر بخش های مهم مانند خدمات مالی و تجاری، حمل و نقل و ساخت و ساز رشد سریع تری دارد و در مجموع در سال ۲۰۱۳، نزدیک به ۲۶۶ میلیون شغل را بوجود آورد (Cibinskiene & Snieskiene, 2015: 105).

در حال حاضر گردشگری و صنعت مسافرتی فرصت های زیادی را ارائه می دهد، بطوری که گردشگری شهری یکی از عوامل اصلی رشد اقتصادی شهرهای اروپایی است. زیرا مراکز تاریخی شهرهای اروپایی یکی از مهم ترین عناصر میراث فرهنگی اروپا بشمار (Popescu & Corbos, 2010: 70) می آیند و شهرها مهم ترین بخش گردشگری فرهنگی در اروپا هستند.

مراکز شهرها از گذشته تاکنون به دلایل متنوعی همچون تاریخ یک شهر، هویت شهر، فرهنگ و هسته تشکیل دهنده آن مورد علاقه و بازدید گردشگران بوده و هستند، اما در دهه های اخیر به علت فرسودگی و ناکارآمدی این مراکز با انتقال کاربری های موجود به سمت خیابان ها و مراکز خرید مدرن، انتقال سرمایه به نواحی پیرامونی، شلوغی و ازدحام بیش از گنجایش، آلودگی هوا و صوتی و... این مراکز رونق و نشاط گذشته را تا حدودی از دست داده اند، لذا با تجدید حیات و باززنده سازی این نواحی نه تنها می توان موجب شکوفایی و رونق مجدد کسب و کار شد بلکه پیامد مستقیم آن نیز جلوگیری از مهاجرت های ناخواسته خواهد بود. از سویی دیگر میزان تعامل و انسجام اجتماعی را افزایش می دهد و گامی ارزنده در ارتقای محیط زیست شهری برداشته می شود، چرا که به مقدار قابل توجهی از آلودگی های هوا و صوتی خواهد کاست. پیاده مدارسازی مراکز شهرها می تواند گردشگران را به گشت و گذار در این نواحی جهت بازدید و خرید تشویق نماید و گردشگری شهری را که جز قدیمی ترین اشکال گردشگری به حساب می آید را رونقی مجدد ببخشد، زیرا در سال های اخیر انواع متنوعی از گردشگری نظیر اکوتوریسم، ژئوتوریسم و... علاقمندان زیادی را به خود جلب کرده است. گردشگری شهری با محوریت پیاده مدارسازی مراکز شهری نه تنها از جنبه های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی به محیط شهر و شهروندان منافع بی شماری را به ارمغان می آورد بلکه از بُعد زیست محیطی نیز با کاهش استفاده از وسایل نقلیه شخصی، گامی مثبت و در راستای توسعه پایدار خواهد بود زیرا تدارک ارتباط خوب شبکه عابر پیاده و حمل و نقل عمومی قابل دسترس می تواند فرصت هایی را برای فعالیت های گردشگری افزایش دهد و بازدیدکنندگان می توانند تجربه پیاده روی لذت بخشی در مکان های درون شهر با قدم زدن داشته (Zakaria, 2015: 56) باشند.

لذا با توجه به موضوع پژوهش سوال اصلی این تحقیق بدین شرح می باشد: آیا آفرینش مرکز شهری سرزنده، با محوریت پیاده راه سازی در توسعه و رونق گردشگری شهری نقشی ایفاء می کند؟

۱- پیشینه تحقیق

۱-۱- گزیده ای از تحقیقات داخلی

رضایی (۱۳۹۲) در تحقیقی با نام سنجه های پیاده پذیری: نقش پیاده راه سازی در بهبود حس مکان با روشی کیفی توصیفی به تفسیر بن مایه های پیاده راه سازی و حس مکان پرداخته اند و نتایج نشان داد که رابطه مستقیمی میان پیاده راه سازی با حس مکان برقرار است و در مجموع پیاده راه سازی درست، برنامه ریزی شده و گام به گام می تواند حس مکان را در شهرها و سکونتگاه ها بهبود بخشد. جوری و همکاران (۱۳۹۴) در تحقیقی تحت عنوان بررسی امکان ایجاد پیاده راه های گردشگری در مراکز شهری: مورد شناسی مرکز شهر زنجان به بررسی مبانی نظری موضوع و سابقه آن در سطح جهان و ایران و مزایای ایجاد آن پرداخته اند و ضمن توصیف بخش مرکزی زنجان از نظر توزیع جاذبه ها و کیفیت معابر و تعریف مسیرهای پیاده گردشگری، نقاط ضعف، قوت، فرصت و تهدیدهای آن را از طریق تحلیل سوات ارزیابی کرده اند و در نهایت استراتژی های تهاجمی و راهکارهای مورد نیاز، از قبیل ساماندهی و کاهش حجم ترافیک سواره، ارتقاء فعالیت های فرهنگی و هنری، ارتقا سیما و بدنه شهر از طریق طراحی خیابان ها و میداين، توجه بیشتر به حمل و نقل عمومی، توجه به کاربری های هماهنگ و سازگار و ... را پیشنهاد داده اند. محمدپور زرنندی و امینیان (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان ارزیابی قابلیت های بازآفرینی پیاده راه های گردشگری از منظر توسعه پایدار شهری: مطالعه موردی خیابان ۱۵ خرداد تهران با استفاده از مدل سوات، نقاط ضعف و قوت مسیر فوق از منظر گردشگری شناسایی شدند و راهکارهای استراتژیک و راهبردهای علمی و عملی، از قبیل استفاده از مدیران شهری و مجرب و آشنا با مقوله گردشگری شهری، استفاده از مشاور گردشگری در اجرای پروژه های شهری و فراغتی، بهسازی معابر ورودی پیاده راه، هماهنگی و تعامل سازمان های مرتبط با گردشگری و... در راستای توسعه گردشگری ارایه شد. حاتمی و ذاکر حقیقی (۱۳۹۶) در پژوهشی با نام ارزیابی تاثیر کیفیت محیط شهری بر روابط اجتماعی استفاده کنندگان از فضا: مطالعه موردی پیاده راه بوعلی سینا شهر همدان با روشی توصیفی تحلیلی و با استفاده از ابزار پرسشنامه بدین نتایج دست یافتند که بین کیفیت محیطی و روابط اجتماعی استفاده کنندگان از فضا ارتباط بالایی وجود دارد و دو متغیر سرزندگی و کیفیت عرصه های همگانی بر کیفیت محیطی بیشترین تاثیرگذاری را بر سطح روابط اجتماعی در این پیاده راه دارد. مرادپور و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهشی تحت عنوان بررسی تاثیر شاخص های پیاده مداری بر توسعه گردشگری پیاده شهری: نمونه موردی شهر خرم آباد با روشی توصیفی تحلیلی و با استفاده از ابزار پرسشنامه، اطلاعات مورد نظر را گردآوری نمودند و نتایج تحقیق آنان نشان داد که ارتباط مستقیمی (مثبت) بین شاخص های پیاده مداری و توسعه گردشگری پیاده

شهری وجود دارد، و نیز نتایج مدل سازی معادلات ساختاری بیان می کند تاثیر شاخص های پیاده مداری بر توسعه گردشگری شهری در خرم آباد معنی دار است که در این میان شاخص امنیت و دسترسی به ترتیب بیشترین تاثیر را بر گردشگری پیاده شهری دارند.

۲-۱- گزیده ای از تحقیقات خارجی

یوجانگ و مسلمیم^۱ (۲۰۱۲) در تحقیقی با عنوان قابلیت پیاده مدار سازی و ضمیمه آن به مکان های گردشگری در شهر کوالالامپور، مالزی به بررسی مسایل مربوط به تجربه عابران پیاده از اماکن گردشگری در شهر کوالالامپور مالزی می پردازند و اطلاعات مورد نظر از طریق مشاهده، نظرسنجی و مصاحبه در چندین منطقه گردشگری انجام شده است که یافته های اولیه حاکی از آن است که لذت بردن در هنگام پیاده روی و دسترسی به نوع اشتغال (کاربری ها) و فعالیت ها به وابستگی های کارکردی به مکان ها بستگی دارد و در این زمینه هماهنگی کاربری های مرتبط با فعالیت های گردشگری بسیار حایز اهمیت می باشد. شمس الدین^۲ و همکاران (۲۰۱۲) در پژوهشی با نام محیط پیاده مدار در افزایش زیست پذیری یک شهر، توضیح می دهد که چگونه محیط پیاده روی به محیط شهری زیست پذیر منجر می شود. در طی فرایند تحقیق به شناسایی نقش محیط پیاده مدار در ایجاد کوالالامپور بعنوان شهری زیست پذیر و نیز ارزیابی میزان راحتی (آسایش) فعالیت های پیاده روی توسط شهروندان می پردازند. بنابراین واضح است که توسعه و ترویج سبک زندگی پیاده منجر به شادی و شادابی شهروندان خواهد شد که بر راحتی در شهر قدم می زند. ایلدیز و آکبولوت^۳ (۲۰۱۳) در پژوهشی به نام تمایلات رایج در توسعه گردشگری شهری به بحث و بررسی پروژه های فعلی که در استانبول ترکیه بعنوان یک شهر توریستی مهم در جهان در حال اجراست می پردازند و با روشی توصیفی به بیان راهکار هایی از جمله بازگشایی موزه های جدید، تجدید حیات نواحی مرکزی تاریخی شهر، پارک های جدید، مقررات ساحلی، استفاده مجدد از ساختمان های تاریخی، تولید مراکز شهری و رویکردهای نوآورانه، جشنواره ها، گردشگری پیاده شهری و نمایشگاه ها و ... جهت رونق و توسعه گردشگری هر چه بهتر در این شهر اشاره دارد. راجا عارفین و زهاری^۴ (۲۰۱۳) در پژوهشی بنام ادراکات از محیط های پیاده شهری به ارزیابی خصوصیات و ویژگی هایی که می تواند فعالیت های پیاده روی مردم را توسعه دهد و با کمک ابزار پرسشنامه به بررسی و سنجش میزان ادراک استفاده کنندگان از محیط پیاده شهری پرداختند. یافته ها نشان داد که نزدیکی به مقاصد، شرایط آب و هوایی خوب، ایمنی و ارایه تسهیلات مناسب برای پیاده روی می تواند به طور قابل توجهی به استفاده

1. Ujang & Muslim

2. Shamsuddin

3. Yildiz & Akbulut

4. Raja Arifin & Zahari

کنندگان در درک بهتر محیط پیاده روی کمک کند. فاركیك^۱ و همكاران (۲۰۱۵) در مقاله ای به نام پیاده روی شهری: دیدگاه های مردم محلی و گردشگران به ارزیابی شیوه های حمل و نقل مورد استفاده در شهر نووی ساد در صربستان و کوپر در اسلوانی و همچنین دلایل پیاده روی و ادراک از کیفیت زیرساخت های پیاده راه را با طراحی پرسشنامه انجام دادند، نتایج حاکی از آن است که مردم محلی به طور عمده برای رسیدن به تناسب اندام و گردشگران نیز جهت کشف و بازدید از فضاهای شهری پیاده روی می کنند و در مجموع پیاده راه ها فضای بیشتری را برای گردشگران ایجاد می کنند و پیاده راه به عنوان یک فرم پایدار تحرک در محیط شهری در ایجاد شهرهای پیاده ی دوستانه ایجاد انگیزه می کند.

۲- روش تحقیق

پژوهش حاضر از نوع توصیفی تحلیلی و از نظر هدف در حیطه ی تحقیقات کاربردی قرار می گیرد. روش گردآوری اطلاعات نیز اسنادی یا کتابخانه می باشد. در طی فرایند پژوهش تلاش شده تا با بررسی و تحلیل پژوهش های داخلی و خارجی مرتبط با موضوع گردشگری شهری و پیاده راه ها، اطلاعات مورد نظر جمع آوری و نتایج دیگر محققان در مسئله مذکور واکاوی و تجزیه و تحلیل شود.

۳- مبانی نظری تحقیق

۳-۱- پیاده راه

مسیر پیاده ای است با امتداد مستقل و مجزا از مسیر ترافیک موتوری، در حالی که پیاده رو مسیر پیاده ای است موازی سواره رو، ولی مجزای از آن. (آیین نامه طراحی راه های شهری، ۱۳۷۵، ۱۳) مسیرهای پیاده یا پیاده راه ها معابری با بالاترین حد نقش اجتماعی هستند که در آن ها تسلط کامل با عابر پیاده بوده و از وسایل نقلیه موتوری تنها به منظور سرویس دهی به زندگی جاری در معبر استفاده می شود. (پاکزاد، ۱۳۸۶، ۲۷۱) عموماً مسیرهای پیاده مدار دارای امکاناتی همچون سایه بان، میلمان خیابانی، آب نما، سطل زباله، فضای سبز و دیگر کاربری های مورد نیاز گردشگران جهت تفریح، سرگرمی و خرید مانند اغذیه فروشی ها، کافی شاپ ها، آبمیوه فروشی ها و مراکز تجاری جهت خرید می باشند. در مجموع پیاده راه ها معابر و یا مسیرهایی عمدتاً در مراکز شهری می باشند که تردد در آن ها صرفاً جهت عبور و مرور شهروندان از طریق پیاده روی میسر می باشد و اجازه ورود وسایل نقلیه موتوری به داخل آن داده نمی شود مگر در موارد محدودی همچون وسایل نقلیه برقی و یا بسته به شرایط تاریخی و فرهنگی منطقه کالسکه یا گاری های اسب کش برای جابجایی و با هدف تجدید حیات مراکز شهری از بعد اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی صورت می پذیرد.

۲-۳- پیاده راه و تجدید حیات مراکز شهری

شهرها و محیط های شهری، مأمّن روابط انسانی هستند. یکی از علت های اساسی که باعث می شود مرکز شهرها برای ما مهم جلوه کنند این است که آن ها، امکان ارتباط و تماس با افراد را برای ما فراهم می کنند، یعنی پایگاه دسترسی ما به دیگرانند. بر همین اساس، زمانی که به مرکز شهرها می رسیم، باید مکان های مناسبی برای ایجاد ارتباط و گرد هم آیی وجود داشته باشد. مرکز شهر متعلق به همه ی مردم است و تنها به دولت ها، شوراهای محلی، سازندگان، سرمایه گذاران و یا اصناف تعلق ندارد. بنابراین، در مرکز شهرها عرصه ی عمومی بویژه محیطی که مردم بتوانند در آن پیاده حرکت کنند، از اهمیت ویژه ای برخوردار است. (تیبالدز^۱: ۱۳۸۷: ۱۲۶ و ۸۵) هیچ فناوری مانند اتومبیل تابحال تاثیر اساسی بر شهرها نگذاشته است. هر جا که ماشین در مقیاس گسترده، پذیرفته شده، شکل عملکرد شهرها تغییر کرده است. ماشین ها، به سبب تحرکی که عرضه می کنند و فضایی که نیاز دارند، تمایل به توسعه با تراکم کم یا پراکنده دارند. وابستگی به اتومبیل ها برای حمل و نقل سبب مصرف بسیار زیاد انرژی در مقایسه با استفاده از حمل و نقل عمومی، پیاده روی و دوچرخه سواری می شود. رانند اتومبیل ها همچنین پیامدهای مهم سلامتی و از جمله آلودگی هوا، تصادف ها و کاهش تمرین و ورزش را در پی دارد. (جی بون و مدرس^۲: ۱۳۹۱: ۱۳۴) دو نوع سفر درون شهری وجود دارد: قرمز و سبز. سفرهای قرمز نام خود را از چشمان قرمز شده راننده، خون های ریخته شده در اثر تصادفات و دفتر محیط زیست که توسط این گونه سفرها، با خودروهای خصوصی و با جوهر قرمز خط خطی شده است، می گیرد. سفر کنندگان قرمز صدمات زیادی را بر خود و دیگران وارد و شهرها را ناپایدارتر می سازند. سفر کنندگان سبز با استفاده از پا، دوچرخه، اسکیت یا هر وسیله دیگری که هزینه اجتماعی بر شهرها تحمیل نمی کنند، سفر می کنند. این گونه رفتار باید مورد تشویق قرار گیرد زیرا انرژی صرفه جویی و از آلودگی پرهیز می شود و شهرها را پایدارتر می سازد. (ترنر^۳: ۱۳۸۴: ۱۸۹) به طور معمول، رویکرد عمومی برای روان کردن ازدحام ترافیک (تعریض راهها برای سازگاری با وسایل نقلیه بیشتر) صرفاً نمک پاشیدن به زخم است که کاهش کیفیت هوا، ایجاد خیابان های بد منظره و کمک به گرمایش جهانی و غیره، نتیجه و محصول حداقل آن است. ترکیب برنامه ها و سیاست ها برای به انجام رساندن اهداف چندگانه، راه حل های بهتری را خلق می کند. برای مثال، تقویت گزینه های حمل و نقل جذاب (افزایش دوچرخه سواری و یا حرکت و دسترسی پیاده) می تواند منافع زیادی داشته باشد. برخی از این منابع در بهبود کیفیت هوا و کاهش سروصدا آشکار هستند، کاهش ترافیک می تواند خیابان ها را برای بچه ها امن و ایمن سازد. (کریزک و پاور^۴: ۱۳۹۲: ۳۵) توجه به ایجاد و

1. Tibbalds

2. Boone & Modarres

3. Turner

4. Krizek & Power

توسعه پیاده راه ها در مراکز شهری یکی از راه حل هایی است که در چند دهه گذشته در اروپا و آمریکا و در دهه اخیر نیز در کشور ما مورد توجه قرار گرفته، که نه تنها از پیامدهای مخرب زیست محیطی استفاده از وسایل نقلیه شخصی می کاهد بلکه در ایجاد محیطی اجتماعی و همگانی نقش بسزایی دارد و نیز منجر به رونق اقتصادی و توسعه گردشگری شهری خواهد شد، زیرا احداث پیاده راه در مراکز شهرها خصوصاً کلانشهرها یا شهرهای بزرگ و پرجمعیت در القا حس هویت و ارتقای حس تعلق به شهر در میان شهروندان و از سویی دیگر در ایجاد فضایی که در آن گردشگران را به گشت و گذار، خرید، تفریح و در کل مکث و نگریستن به محیط اطراف سوق می دهد، نقش اساسی دارد. توسعه بندرگاه داخلی بالتیمور از ۱۹۷۵ تا ۱۹۹۵ یکی از نمونه های خوب و موفق از بازآفرینی و سرزنده نمودن مرکز شهر است. مرکز شهر بلفاست در ایرلند شمالی و ارتقا میدان دانگال از ۱۹۹۰ تا ۱۹۹۳ و تبدیل این فضای باز به یک مکان گردهمایی مهم برای مردم که پیامد آن افزایش فعالیت های اقتصادی در زمینه خرید و فروش می باشد، توسعه مرکز شهر ایلی نویز در شیکاگو که یکی از بزرگترین پروژه های چند منظوره در ایالات متحده به شمار می رود که بین سال های ۱۹۷۱ تا ۱۹۸۸ به بهره برداری رسید، بازآفرینی مرکز شهر سینسیناتی به کمک بخش خصوصی در فاصله سال های ۱۹۷۵ تا ۱۹۸۵ و دیگر نمونه های موفق در زمینه بازآفرینی مراکز شهری از قبیل: مرکز شهر کالرزروهه در آلمان، مرکز شهر لیورپول و شهر منچستر در انگلستان و ... را میتوان نام برد. (پامیر^۱: ۱۳۹۲: ۲۸۸ تا ۳۱۲) در کشور ما نیز در دهه ی اخیر ایجاد پیاده راه ها با اهدافی چند منظوره در جهت کاهش آلودگی هوا و همچنین آلودگی صوتی مراکز شهری، احداث محیطی همگانی و جمعی، کمک به اقتصاد بازار، توسعه گردشگری، ارتقاء سطح سلامتی شهروندان و ... در تعدادی از شهرهای کشور اجرا شده اند.

جدول ۱: مزایا و منافع ایجاد پیاده راه برای مناطق مرکزی شهرها

مزایای اقتصادی	رونق و توسعه اقتصادی، افزایش ارزش زمین، افزایش فروش کاسبان مسیر، کاهش مصرف سوخت و کاهش هزینه های حمل و نقل، رشد صنعت گردشگری شهری و ...
مزایای اجتماعی	ایجاد محیطی امن و همگانی، افزایش تعامل و انسجام اجتماعی، ارتقا حس مشارکت پذیری جامعه در امور شهری، حفظ و ممارست از میراث و منابع فرهنگی، اختصاص کاربری ها به کاربری های همگانی و تفریحی و ...
مزایای زیست محیطی	کاهش آلودگی هوا، کاهش آلودگی صوتی، افزایش فضای سبز، ترغیب و تشویق شهروندان به پیاده روی به جای استفاده از خودروهای شخصی، استفاده بیشتر از وسایل نقلیه عمومی و ...

۳-۳- پیاده راه و توسعه گردشگری شهری

ایجاد پیاده راه ها در مراکز شهری با ایجاد انگیزه و شوق به پیاده روی و گشت و گذار میان شهروندان و ایجاد انگیزه برای گردشگران موجبات رونق و توسعه کسب و کار و در نتیجه رشد اقتصادی را به همراه می آورد. گردشگران اهدافی مهم برای برنامه ریزان شهری می باشند، به ویژه در شهرهایی که مشوق گردشگری اند. بدین منظور برنامه ریزان جهت جذب و رضایت گردشگران، باید پدیده گردشگری شهری را مطالعه و تلاش کنند تا نیازها و ادراکات گردشگران را درک و نهادینه کنند، به طوری که بازیابی مراکز شهرها در دهه ی ۱۹۸۰ میلادی منجر به افزایش جذابیت شهرهای گردشگری گردید.

(Ben Dalia & Others, 2013:233)

هرگونه برنامه ریزی شهری بدون در نظر گرفتن پارک ها، زمین های بازی و سایر سیستم ها و مراکز تفریحی، ناقص است. به طوری که این مناطق نیز می بایست شرایط زیر را دارا باشند: - سیستم های تفریحی باید شرایط مناسبی را برای گذراندن اوقات فراغت تمام گروه های سنی جامعه در طول سال بوجود آورند. - این نوع امکانات باید در مکانی قرار گیرد که به آسانی در دسترس همه ساکنان باشد. معمولا این مکان ها در فاصله پانصد متری تا یک کیلومتری قرار دارند و از ایمنی کامل برخوردار و دسترسی به آن آسان است. (هیراسکار، ۱۳۸۷: ۱۱۸) از نقطه نظر اقتصادی، از آن جایی که گردشگری یک پدیده اجتماعی، مطابق با خواسته ها و مزاج گردشگران است، شهرها به عنوان یک مرکز گردشگری اغلب نیاز به تغییرات داخلی دارند. این تغییرات عبارتند از: بازسازی سایت های تاریخی موجود، افزایش (Blazevic & Nizic, 2015:19) ظرفیت پذیرش گردشگر، سازگاری جاذبه های گردشگری با تقاضای گردشگران و مواردی دیگر.

مسیری که انسانی، پویا و زنده است، سبب رونق حیات اجتماعی می شود و هویت بخش و خاطره ساز است و خود به عنوان یکی از عرصه های جمعی، صحنه نمایش شهر است و به عبارتی هم مقصد و هم معبر. به این ترتیب، طراحی مسیرهای پیاده گردشگری با هدف حفاظت از بافت و رونق بخشیدن به صنعت گردشگری، کنترل منطقی توسعه شهری و به تحقق رساندن اهداف جانبی دیگر، یکی از مهم ترین اقدامات و مداخلات در بافت به شمار می رود. (حبیبی، ۱۳۷۸: ۴۶) در مجموع می توان گفت گردشگری شهری با محوریت پیاده مدارسازی مراکز شهری فواید بسیاری برای یک شهر و ساکنانش به همراه می آورد: مراکز پیاده اغلب محیطی جذاب برای گردشگران می باشند و با ایجاد محیطی لذت بخش و با تلفیقی از کاربری های خدماتی مرتبط مانند کافی شاپ، مراکز خرید، سینما و تئاتر و نیز به همراه مبلمان شهری (سایه بان ها، آبنماها، سنگفرش و...) مامنی امن جهت خرید و گشت و گذار را بروی گردشگران، به دور از دردسرهای ترافیکی و دغدغه یافتن پارکینگ، با تجربه خریدی دلچسب، می گشایند.

عکس ۱ و ۲: پیاده راه تربیت تبریز و پیاده راه علم الهدی رشت



Source: www.khadamat.tabriz.ir & www.tabnakgilan.ir

یکی از مهم ترین مقاصدی که روندهای گردشگری جهان را در دهه های گذشته تحت تاثیر قرار داده، مرکز شهری است. رشد سفرهای کوتاه مدت، این مقاصد را به یکی از اصلی ترین مراکز گردشگری تبدیل نموده است. شهرها بعنوان مقصد گردشگری، دارای عملکرد چند منظوره هستند. (نوربخش و اکبرپور، ۱۳۸۹: ۲۲) گردشگری شهری، عملکرد متقابل گردشگر - میزبان و تولید فضای گردشگری در رابطه با سفر به مناطق شهری با انگیزه های متفاوت و بازدید از جاذبه ها و استفاده از تسهیلات و خدمات مربوط به گردشگری است که آثار متفاوتی را بر فضا و اقتصاد شهری برجای می نهد. (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۸: ۱۹۰) از یک محیط پیاده مدار خوب و برنامه ریزی شده که تمامی مولفه های مورد نیاز گردشگر را از بُعد اجتماعی، کالبدی، زیست محیطی و... در یک مکان یا منطقه ی جغرافیایی فراهم آورد، تحت عنوان محوطه ی گردشگری نام برده می شود. بطوریکه گریفین و هایلیار از محوطه گردشگری چنین تعریفی را ارایه می دهند:

یک منطقه جغرافیایی متمایز در یک منطقه شهری بزرگ تر و با تمرکز بر استفاده از کاربری اراضی مرتبط با گردشگری، فعالیت ها و بازدیدهایی که با مرزهای قابل تعریف مشخص شده است. چنین

مکان‌هایی معمولا دارای مشخصاتی هستند که به وسیله ترکیبی از فعالیت‌ها و کاربری زمین مانند رستوران‌ها، جاذبه‌ها و شب‌زنده‌داری‌ها، ساختار فیزیکی و معماری آن‌ها، به ویژه سلسله ساختمان‌های تاریخی در داخل شهر شناخته می‌شوند، که در واقع ممکن است که یک تجربه عمیق یا معنادار از محوطه نقش مثبتی در شهرت کل شهر بوجود آورد. (Griffin & Hayliar, 2009:128)

با توجه به مطالب فوق می‌توان گفت که با رشد و توسعه مناطق گردشگری مراکز شهرها، این نواحی به مرور زمان مبدل به برندهای گردشگری برای شهرهای خویش و چه بسا که به عنوان نماد یا نشانه یک شهر گردشگری شناخته می‌شوند: مانند محوطه گردشگری پیاده میدان نقش جهان در اصفهان، محوطه پیاده راه خیابان علم الهدی در بافت مرکزی شهر رشت، بلوار پیاده راه معلم (کازینوی سابق) در شهر رامسر و... به طوری که گردشگران برخی از این مراکز را تحت عنوان مراکز خرید و گشت و گذار و برخی دیگر را بعنوان سایت‌های تاریخی فرهنگی ... به یاد می‌آورند و چه بسا تلفیقی از همه، امروزه برندسازی در عرصه مطالعات گردشگری به موضوعی مهم مابین صاحب نظران و مدیران شهرهای گردشگری پذیر تبدیل شده است زیرا سایت‌ها و یا مکان‌های منحصر بفرد درون یک شهر در ذهن گردشگران بیشتر رسوخ کرده و می‌مانند و چه بسا که میل به دوباره و یا چندباره بازدید از آن‌ها را در گردشگران به وجود می‌آورند و همواره نیز گردشگران در انتقال تجربیات خود به دیگران بی‌شک نقاط برجسته و خاطره‌انگیز یک شهر را سریع‌تر به خاطر می‌آورند.

در ابعاد جهانی و وسیع‌تر، انقلاب تجاری میانه قرن نوزدهم و معروفیت در مد لوکس و سبک طراحی، در شکل یا فرم فیزیکی شهر جای گرفته و این دو عنصر، شهر پاریس را به عنوان برندی جهت تفریح و خرید معرفی نموده‌اند. (Rabbiosi, 2015:195)

عکس ۳: خیابان چند منظوره شانزه لیزه در پاریس



Source: www.parsacity.com

۴- بحث و نتیجه گیری

شهرها از گذشته تاکنون جز اولین کانون های گردشگری بوده اند، به طوری که می بایست این شاخه از گردشگری را در کنار گردشگری مذهبی از قدیمی ترین طرق گردشگری بحساب آورد، چه بسا که بسیاری از بقاع و مزارهای مورد احترام و پرستش گردشگران و بازدید کنندگان به سبب احترامی که مردم بدانها قایل بوده اند با احداث خانه ها و همچنین بازار و دیگر نیازهای یکجانشینان، پیرامون این زیارتگاه ها بوده اند که به مرور تبدیل به شهر شده اند. بنابراین گردشگری شهری سابقه ای طولانی در صنعت بزرگ گردشگری دارد و از سویی دیگر نیز از گذشته های دور تاکنون شهرها برای گردشگران همواره دارای اهدافی چند منظوره بوده اند. شهرها تقریباً برای تمامی سلیقه ها دارای جاذبه می باشند، از جاذبه های مرتبط با خرید و سرگرمی گرفته تا اماکن تاریخی، فرصتی برای کار و تجارت، شرکت در سمینارها و جشنواره ها و... پذیرای گردشگران بوده و می باشند. پروژه های تجدید حیات مراکز شهرها که نزدیک به دو دهه است که در برخی از شهرهای کشور اجرا شده است ادامه موج تحولی است که شهرهای گردشگر پذیر اروپایی و آمریکایی از دهه ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ پیموده اند. تجارب شهرهای گردشگری همچون پاریس، بارسلون، کپنهاگ و... و نیز بر پایه مستندات حاصل از پژوهش های محققان عرصه گردشگری شهری، مزایای باززنده سازی مراکز شهری در تقابل با معایب ناچیز آن، برای شهرها بسیار پررنگ تر و از جنبه های متنوع اقتصادی، اجتماعی، زیست محیطی و نیز در زمینه افزایش سطح سلامتی آحاد جامعه بسیار حائز اهمیت می باشد. علی رغم وجود توان گردشگری شهرها، ارتقای مولفه های کیفی طراحی شهری در فضاهای همگانی شهری از جمله خیابان ها، میدین و پارک های شهری و نیز استفاده مطلوب از این توان برای جذب گردشگر از اهمیت قابل ملاحظه ای برخوردار بوده و می بایست با بهره گیری از استعداد های بالقوه بعنوان نقاط قوت و فرهنگ غنی و پیشینه تاریخی به عنوان فرصت، برای توسعه صنعت گردشگری کوشید. (ملکیان و همکاران، ۱۳۹۵ : ۲۵۲) البته شایان ذکر است که با توجه به منافع زیادی که پیاده راه سازی مراکز شهری از بُعد زیست محیطی، اقتصادی، اجتماعی و نیز ارتقاء سطح سلامتی جامعه به ارمغان می آورد، لازمه پیاده سازی یا اجرای آن، مطالعه، برنامه ریزی، امکان سنجی و به نوعی در نظر گرفتن منافع تمامی جمعیتی است که اجرای چنین پروژه ای بر کیفیت زندگی آنان تاثیرگذار خواهد بود. زیرا تا دست اندرکاران طرح های شهری نتوانند رضایت و حمایت آحاد جامعه و به نوعی مشارکت آنان را بدست آورند اجرای چنین طرح هایی نه تنها از مشکلات منطقه نخواهد کاست بلکه باری نیز بر آن خواهد افزود. همان طور که دکتر پاکزاد می نویسد: برای احداث پیاده راه ها در یک شهر ابتدا می بایست مکان های با توان های بالقوه و دارای آمادگی برای تبدیل به پیاده راه شناسایی شده و امکان سنجی شود. زمانی که می خواهیم پیاده راهی طراحی کنیم به این مسئله توجه کنیم: آیا زمان تبدیل فضا به پیاده راه مناسب است؟ آیا پیاده راه پاسخی به مشکلات منطقه است؟ آیا می توان فعالیت ها و حمایت های مدیریتی و مردمی را جلب

کرد؟ (پاکزاد، ۱۳۹۱: ۲۷۸) لذا با توجه به مباحث فوق پیشنهاداتی ارائه می شود:

- تجدید حیات مراکز شهری بویژه در کلانشهرها که به شدت با آلودگی های ناشی از استفاده وسایل نقلیه شخصی مواجه اند، در دستور کار و مطالعه توسط تیمی تخصصی از شهرسازان، طراحان شهری، جغرافیدانان، معماران و... قرار گیرد.

- در شهرهای تاریخی که دارای مراکز قدیمی با ارزشی از نظر سبک معماری و هویت تاریخی و نیز مورد علاقه گردشگران می باشند، این مقوله با جدیت بیشتری مورد توجه قرار گیرد.
- تلاش شود طرح های پیاده ی اجرا شده در مراکز برخی از شهرها با نیازمندی ها و انتظارات استفاده کنندگان یا گردشگران هماهنگی داشته باشد.
- امکانات موجود در طول مسیر از منظر کالبدی (مبلمان شهری، سایه بان، آبنما، سنگفرش، روشنایی در شب، دسترسی به پارکینگ و...) در سطح ایده آل قرار داشته باشد و بازیابی های دوره ای از این مراکز در دستور کار متولیان امور (شهرداری ها) لحاظ شود.
- کاربری های موجود در طول مسیر با نیازهای گردشگران همخوانی داشته باشد. (سینما، کافی شاپ، رستوران ها، مراکز خرید و...)



منابع

- آیین نامه طراحی راههای شهری، (۱۳۷۵)، بخش ۱۰، مسیرهای پیاده، وزارت مسکن و شهرسازی، معاونت شهرسازی و معماری
- پاپلی یزدی، سقایی، محمدحسین و مهدی (۱۳۸۸) گردشگری: ماهیت و مفاهیم، انتشارات سمت، چاپ سوم، تهران
- پاکزاد، جهانشاه، (۱۳۸۶)، راهنمای طراحی فضاهای شهری در ایران، چاپ سوم، انتشارات شهیدی
- پاکزاد، جهانشاه (۱۳۹۱) راهنمای طراحی فضاهای شهری در ایران، انتشارات وزارت مسکن و شهرسازی، تهران
- پامیر، سای، (۱۳۹۲)، آفرینش مرکز شهری سرزنده، مترجمان بهزادفر و شکیبامنش، دانشگاه علم و صنعت ایران، چاپ سوم، تهران
- ترنر، تام (۱۳۸۴) شهر همچون چشم انداز، مترجم: فرشاد نوریان، انتشارات شرکت پردازش و برنامه ریزی شهری، چاپ دوم، تهران
- تیبالدز، فرانسیس، (۱۳۸۷)، شهرسازی شهروندگرا، مترجم محمد احمدی نژاد، نشر خاک، چاپ دوم، اصفهان
- جوری، سرور و منیری، آمنه، رحیم و جاوید (۱۳۹۴) بررسی امکان ایجاد پیاده راه های گردشگری در مراکز شهری: مورد شناسی مرکز شهر زنجان، جغرافیا و آمایش شهری منطقه ای، شماره ۱۵، صص ۱۷۶ - ۱۵۵
- بون، مدرس، کریستوفر و علی (۱۳۹۱) شهر و محیط زیست، مترجم: منوچهر طبیبیان، انتشارات دانشگاه تهران، چاپ دوم، تهران
- حاتمی، یاسر، ذاکر حقیقی، کیانوش، (۱۳۹۶)، ارزیابی تاثیر کیفیت محیط شهری بر روابط اجتماعی استفاده کنندگان از فضا (مطالعه موردی: پیاده راه بوعلی سینا شهر همدان)، نشریه پژوهش و برنامه ریزی شهری، سال هشتم، شماره ۳۰، صص ۲۶۶ - ۲۴۵
- حبیبی، محسن (۱۳۷۸) مسیر پیاده گردشگری، نشریه هنرهای زیبا، شماره ۹، صص ۵۱ - ۴۳
- رضایی، محمود (۱۳۹۲) سنجح های پیاده پذیری: نقش پیاده راه سازی در بهبود حس مکان، نشریه هنرهای زیبا - معماری و شهرسازی، دوره ۱۸، شماره ۴، صص ۲۴ - ۱۵
- زرنندی، امینیان، حسین و ناصر (۱۳۹۴) ارزیابی قابلیت های بازآفرینی پیاده راه های گردشگری از منظر توسعه پایدار شهری: مطالعه موردی خیابان پانزده خرداد تهران، فصلنامه علمی پژوهشی اقتصاد و مدیریت شهری، سال سوم، شماره ۱۱، صص ۲۱ - ۱
- کریزک، پاور، کوین و جو (۱۳۹۲) آیین شهرسازی پایدار، مترجمان: بهزاد فر و حبیبی، انتشارات مهر ایمان، چاپ دوم، تهران

- مرادپور، تقوی و قربانی، نبی، اسماعیل و حمید (۱۳۹۶) بررسی تاثیر شاخص های پیاده مداری بر توسعه گردشگری پیاده شهری: نمونه موردی شهر خرم آباد، گردشگری شهری، دوره ۴، شماره ۲، صص ۹۹ - ۱۱۲
- ملکیان، ایزدی و اردکانی، محمود، محمد سعید و سهیل (۱۳۹۵) اهمیت فضاهای همگانی شهری در توسعه پایدار گردشگری شهری: مطالعه موردی منطقه یک شهر همدان، علوم و تکنولوژی محیط زیست، دوره ۱۸، شماره ۳، صص ۲۳۷ - ۲۵۵
- نور بخش، اکبرپور، مرتضی و محمد (۱۳۸۹) نقش گردشگری شهری در توسعه اقتصادی کلانشهر ها، اقتصاد شهر، ویژه نامه اقتصاد گردشگری شهری، صص ۳۴ - ۲۰
- هیراسکار، جی کی (۱۳۸۷) درآمدی بر مبانی برنامه ریزی شهری، مترجمان: سلیمانی و یکانی فرد، چاپ دوم، انتشارات جهاد دانشگاهی، تهران
- Ben Dalia, Kreiner & Churchman, Sharon, Noga & Arza (2013) Evaluation of an Urban Tourism Destination, *Tourism Geographies*, Vol. 15, No. 2, 233–249, <http://dx.doi.org/10.1080/14616688.2011.647329>
- Blazevic, Nizic, Branko & Marinela (2015) City Organization As Urban Challenge For Tourism Destinations, *Tosee - Tourism In Southern And Eastern Europe*, Vol. 3, Pp. 19-33, 2015
- Cibinskiene, Snieskiene, Akvile & Gabriele (2015) Evaluation of city tourism competitiveness, *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 213 (2015) 105 – 110
- Farkic, Peric, Lesjak & Petelin, Jelena, Dusan, Miha & Mitja (2015) Urban Walking: Perspectives of Locals and Tourists, ISSN 0354-8724 (hard copy) | ISSN 1820-7138 (online), *Geographica Pannonica* Volume 19, Issue 4, 212-222 (December 2015)
- Griffin and Hayliar, Tony & Bruce, (2009), Urban tourism precincts and the experience of place, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18:127–153, 2009
- Rabbiosi, Chiara (2015) Renewing a historical legacy: Tourism, leisure shopping and urban branding in Paris, *Cities* 42 (2015) 195–203
- Raja Ariffin, Raja Noriza, Zahari, Rustam, 2013, Perceptions of the Urban Walking Environments, *Asia Pacific International Conference on Environment*, *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 105 (2013) 589 – 597
- Popescu, Corbos, Ruxandra & Razvan, (2010), the role of urban tourism in the strategical development of brasov area, *Theoretical and Empirical Researches in Urban Management*, Number 7(16) / August 2010

- Shamsuddin, Shuhanna and others, 2012, Walkable Environment in Increasing the Liveability of a City, ASEAN Conference on Environment-Behaviour Studies, Procedia - Social and Behavioral Sciences 50 (2012) 167 – 178
- Ujang, Muslim, Norsidah & Zulkifli (2012) Walkability and Attachment to Tourism Places in the City of Kuala Lumpur, Malaysia, Athens Journal of Tourism XY
- Zakaria, Juriah, Ujang, Norsidah, 2015, Comfort of Walking in the City Center of Kuala Lumpur, Asian Conference on Environment-Behaviour Studies, Procedia - Social and Behavioral Sciences 170 (2015) 642 – 652
- Yildiz , Akbulut, Selin & Tolga (2013) Current Trends In Developing Urban Tourism, International Journal of Architectural Research, Archnet-IJAR, Volume 7 - Issue 2 - July 2013 - (297-310)

www.khadamat.tabriz.ir
www.tabnakgilan.ir
www.parsacity.com

