



ORIGINAL RESEARCH PAPER

A framework for regeneration of historical contexts with culture-led approach to achieve sustainable tourism development (Case study: Urmia historical context)*

Kyoumars Habibi ^{1,**} , Kyoumars Irandoost ¹ , Ahmad Sheikh Ahmadi ^{2,} 

¹ Associate Professor, Faculty of Art and Architecture, University of Kurdistan, Sanandaj, Iran.

² PhD Candidate in Urban Planning, Faculty of Art and Architecture, University of Kurdistan, Sanandaj, Iran.

ARTICLE INFO

Article History:

Received 2020/06/25
Revised 2020/06/25
Accepted 2020/11/15
Available Online 2022/09/22

Keywords:

Regeneration
Culture-Led
Historical Context
Tourism
Urmia

Use your device to scan
and read the article online



Number of References

41



Number of Figures

6



Number of Tables

8

Extended ABSTRACT

BACKGROUND AND OBJECTIVES: This study aims to investigate the capacities of the culture-led regeneration components in the historical context of Urmia and present a strategy to enhance the identity and tourism development in this area. This article provides a framework for a culture-led regeneration in the historical context of Urmia with an emphasis on urban tourism. Theoretical literature has mentioned the cultural tourism approach as a reliable catalyst in culture-led regeneration programs. Successful experiences have shown that this approach can be used to boost the local economy while preserving the artistic and cultural heritage. Also, different religions and ethnicities have the potential to provide a special environment. As in the historical review of Bast in Britain, it was concluded that the social role of culture and art in improving cohesion and social interaction plays an important role in preserving the cultural customs and traditions of societies living in the old context.

METHODS: This study is considered applied research using a descriptive-analytical method. A bibliographic study of documents and field-survey methods have been used by means of questionnaires and observation tools to collect data. According to Cochran's formula, the statistical population in the historical neighborhoods of Urmia and the size of the statistical sample is equal to 379 people. After explaining the conceptual model of culture-led regeneration, a questionnaire was developed and qualitatively evaluated by Likert evaluation and the Friedman test. The correlation test was statistically analyzed by the data obtained from the questionnaire.

FINDINGS: According to the conceptual model and based on the components derived from the literature on culture-led regeneration, the main components of the research can be divided into three categories: design-oriented, creativity-oriented, and community-oriented. According to the results, the most effective urban regeneration components in the study area are 1- community-oriented, 2- creativity-oriented, and 3- design-oriented, respectively. Also, the effectiveness of urban regeneration indicators in the study area can be prioritized as 1- culture, 2- social, 3- physical, 4- participatory management, 5- visual perception, 6- economic, 7- functional, 8- motivational space, and 9- environmental. Also, the correlation test result shows a significant relationship between the perceptual index and managerial and social indicators, with a coefficient of 0.9, 10. With more and more efforts of officials and citizens to preserve the originality and identity of the area and by transferring the values to future generations, more social activities will be observed. The correlation coefficient between the physical and social indexes is equal to 0.15, indicating a relationship between these two indicators. In other words, by creating open spaces, we will increase socialization and social capital. We also see a significant relationship between cultural and environmental indicators with a confidence of 0.99. Suitable social environments can be created by preserving the environment and producing green spaces or complexes with different trees and urban agriculture. Also, garden museums can be created to envisage these two indicators due to a strong historical context. Also, there

* This article is derived from the third author's Master thesis entitled "Urban Design Framework for The Regeneration of Historical Textures with Culture-Led Approach (Case study: Urmia Historic Core)", supervised by the first authors and advised by the second, at University of Kurdistan.

** Corresponding Author:
Email: habibi_ki@yahoo.co.uk
Phone: +98(912)5273968

Extended ABSTRACT

was a significant relationship between the social and management indexes. Obviously, by informing the residents about the regulations and creating cultural neighborhood centers and recreational environments, more people will be actively present in the neighborhood, which will increase vitality, safety, and security in the community. The results indicate that the historical context of Urmia has a high potential in terms of the social development of cultural tourism, including cultural resources, events, and historical sites. Still, at the same time, as Chiardi and Hanigan believe, the deterioration of the context, separation from urban centers, and the existence of abandoned and defenseless spaces, are the obstacles to developing this type of tourism that slow down the regeneration process.

CONCLUSION: Providing Three main paths are proposed as strategic goals to achieve the desired regeneration:

- Creating identifying, memorable, and green historical complexes (design-oriented).
- Creating participatory and competitive spaces based on creative industries (creativity-oriented).
- Providing development based on participation, creating interactive spaces representing residents' culture (community-based).

According to the results, historical contexts in Iran, including the historical context of Urmia, offer unique opportunities in terms of physical and architectural attractions and cultural diversity due to the existence of different religions, ethnicities, and traditions. However, the biggest obstacles to using their potential are severe shortages of tourism infrastructure and limited transient visions of urban managers. Therefore, it seems that the framework for tourism development in historical contexts is to offer long-term and step-by-step programs without hasty decisions, provide infrastructure, and change the short-term visions of urban management. Accordingly, four steps are presented to better achieve the desired goals in culture-led regeneration since the common processes are inefficient for tourism development and mobilizing culture-led regeneration programs. A coherent, pragmatic, step-by-step program should be designed and implemented on the basis of the local culture and art and the involvement of residents. At the same time, preserving the memory and identity of the original values of the context should not be overlooked.

HIGHLIGHTS:

- Presenting the proposed steps to achieve the reconstruction of the base culture at four levels.
- Conceptual model of culture-based regeneration, including the relationship between urban design dimensions and culture-based regeneration components.
- Presenting a model of spatial strategy and policy-making in the historical context of Urmia, taking into account the existing potentials and the historical and cultural context of the city, which uses local ideas and the presentation of cultural heritage to recreate and strengthen the spatial identity.

ACKNOWLEDGMENTS:

This research did not receive any specific grant from funding agencies in the public, commercial, or not-forprofit sectors.

CONFLICT OF INTEREST:

The authors declared no conflicts of interest.

COPYRIGHTS

©2022 The author(s). This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, as long as the original authors and source are cited. No permission is required from the authors or the publishers. (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

**HOW TO CITE THIS ARTICLE**

Habibi, K.; Irandost, K.; Sheikh Ahmadi, A., (2022). A framework for regeneration of historical contexts with culture-led approach to achieve sustainable tourism development (Case study: Urmia historical context). *Journal of Iranian Architecture & Urbanism.*, 13(1): 105-123.

 <https://dx.doi.org/10.30475/ISAU.2021.236712.1445>

 https://www.isau.ir/article_141225.html



چارچوب بازآفرینی بافت‌های تاریخی با رویکرد فرهنگ مبنا جهت تحقق بخشی توسعه گردشگری پایدار؛ نمونه موردی: بافت تاریخی ارومیه*

کیومرث حبیبی^{۱*}، کیومرث ایراندوست^۱، احمد شیخ‌احمدی^۲

۱. دانشیار، گروه شهرسازی، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه کردستان، سنندج، ایران.
۲. دانشجوی دکتری شهرسازی، گروه شهرسازی، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه کردستان، سنندج، ایران.

مشخصات مقاله

چکیده

امروزه موضوع بافت‌های تاریخی از موضوعات اصلی شهرسازی به حساب می‌آید. بازآفرینی فرهنگ مبنا رویکردی جدید به بازآفرینی شهری است که با بهره‌گیری از ویژگی‌های فرهنگی اجتماعی هر منطقه، به ساخت دوباره شهر و محله پرداخته و فضای کالبدی و اجتماعی متمایزی خلق می‌نماید. این رویکرد تأثیری مثبت بر اقتصاد و ایجاد اشتغال در شهرها دارد و می‌تواند موجب افزایش پیوستگی اجتماعی و صنعت گردشگری در شهر شده و میزان جرم و جنایت را کاهش دهد. صنعت گردشگری به‌عنوان یکی از سودآورترین صنایع خدماتی نقش مهمی را در اقتصاد کشورها ایفا می‌کند و امروزه از آن به‌عنوان صنعت نامرئی در روند جهانی شدن یاد می‌شود. ارومیه به‌عنوان شهر ادیان و اقوام از مناطق مستعد گردشگری فرهنگی به‌شمار می‌آید که از توانمندی‌های بالایی برای جذب گردشگران برخوردار است. هدف از پژوهش حاضر بررسی ظرفیت‌های مولفه‌های بازآفرینی فرهنگ مبنا در بافت تاریخی ارومیه است و ارائه راهبرد جهت افزایش هویت‌مندی و توسعه گردشگری در این محدوده است. نوع تحقیق کاربردی و روش آن توصیفی تحلیلی است، برای جمع‌آوری اطلاعات از روش‌های کتابخانه‌ای-اسنادی و میدانی-پیمایشی با استفاده از ابزار پرسشنامه و مشاهده استفاده شده است. محدوده جغرافیایی و جامعه آماری پژوهش کلیه محلات بافت تاریخی ارومیه و حجم نمونه آماری آن طبق فرمول کوکران برابر با ۳۷۹ نفر می‌باشد. پس از تبیین مدل مفهومی بازآفرینی فرهنگ مبنا به تدوین پرسشنامه پرداخته شده و توسط ارزش‌گذاری طی لیکرت به بررسی کیفی و توسط آزمون فریدمن و آزمون همبستگی به بررسی آماری داده‌های حاصل از پرسشنامه پرداخته شده است. نتایج حاصل از پژوهش حاکی از آن است که تأثیرپذیری مولفه‌های بازآفرینی شهری در محدوده مورد مطالعه به ترتیب اولویت عبارت است از: ۱- اجتماع محور، ۲- خلاقیت محور، ۳- طراحی محور. نتایج تحقیق حاکی از آن است که بافت تاریخی ارومیه پتانسیل بالایی را به لحاظ اجتماعی و توسعه گردشگری فرهنگی از جمله منابع فرهنگی و رویدادهای فرهنگی و مکان‌های تاریخی را داراست اما در عین حال همانگونه که چپاردی و هانیگان معتقدند، فرسودگی بافت، جدایی آن از مراکز جدید شهری و وجود فضاهای رها شده و بی‌دفاع و فضاهای فاقد طراحی با فضای نامناسب از موانع توسعه این نوع گردشگری و کند شدن فرایند بازآفرینی بافت تاریخی ارومیه محسوب می‌شوند.

تاریخ ارسال	۱۳۹۹/۰۴/۰۵
تاریخ بازنگری	۱۳۹۹/۰۸/۲۵
تاریخ پذیرش	۱۴۰۰/۰۲/۳۱
تاریخ انتشار آنلاین	۱۴۰۱/۰۶/۳۱

واژگان کلیدی

بازآفرینی
فرهنگ مبنا
بافت تاریخی
گردشگری
ارومیه

نکات شاخص

- ارائه مراحل پیشنهادی دستیابی به بازآفرینی فرهنگ مبنا در چهار سطح.
- مدل مفهومی بازآفرینی فرهنگ مبنا شامل ارتباط ابعاد طراحی شهری با مولفه‌های بازآفرینی فرهنگ مبنا.
- ارائه الگوی استراتژی فضایی و سیاست‌گذاری بافت تاریخی ارومیه با در نظر گرفتن پتانسیل‌های موجود و زمینه تاریخی و فرهنگی این شهر که با استفاده از انگاره‌های محلی و عرضه میراث فرهنگی، به خلق دوباره و تقویت هویت مکانی پرداخته می‌شود.

نحوه ارجاع به مقاله

حبیبی، کیومرث؛ ایراندوست، کیومرث و شیخ‌احمدی، احمد. (۱۴۰۱). چارچوب بازآفرینی بافت‌های تاریخی با رویکرد فرهنگ مبنا جهت تحقق بخشی توسعه گردشگری پایدار؛ نمونه موردی: بافت تاریخی ارومیه، نشریه علمی معماری و شهرسازی ایران، ۱۳(۱)، ۱۰۵-۱۲۳.

* این مقاله برگرفته از پایان‌نامه ارشد نویسنده سوم با عنوان «تدوین چارچوب بازآفرینی بافت‌های تاریخی با رویکرد فرهنگ مبنا (نمونه موردی: هسته تاریخی ارومیه)» می‌باشد که به راهنمایی نویسنده نخست و مشاوره نویسنده دوم در دانشگاه کردستان انجام گرفته است.

* نویسنده مسئول

تلفن: ۰۰۹۸۹۱۲۵۲۷۳۹۶۸

پست الکترونیک: habibi_ki@yahoo.co.uk

مقدمه

بافت‌های شهری کهن نمودی از وضعیت اجتماعی و فرهنگی و تغییرات معماری و شهرسازی در ادوار تاریخی مختلف، ارزش‌ها و فن‌آوری‌های زمان خود هستند. با استفاده از رویکردهایی همچون بازآفرینی شهری و بوجود آوردن تغییرات در کالبد و عناصر باارزش شهری و تزریق فعالیت‌های متناسب با نیازهای روز مردم در بستر یک پهنه مناسب، می‌توان در راستای احیا این بافت‌ها حرکت کرد. پورا احمد و همکارانش معتقد هستند رویکرد بازآفرینی شهری، طیف بزرگی از وضعیت اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و محیطی را در بر می‌گیرد. به این دلیل بازآفرینی شهری با مفاهیمی مثل «توسعه پایدار، گردشگری، حفاظت از میراث و آموزش و مشارکت را در ارتباط است. همچنین توسعه‌های رو به بیرون و بی‌رویه شهر با این رویکرد در تضاد هستند چون این رویکرد سیاست توسعه از درون را در پیش می‌گیرد (Pourahmad et al., 2010).

گردشگری از نظر ماهوی پیش از طرح شدن به‌عنوان پدیده‌ای اقتصادی، یک امر فرهنگی است. در واقع یکی از مهم‌ترین منابع درآمدزای آن فرهنگ و دارایی‌های فرهنگی آن کشور یا شهر است (Abbaszadeh and Ishm, 2017: 99-100). به اعتقاد پاپلی یزدی و سقایی فعالیت گردشگری امروزه به‌عنوان یکی از باارزش‌ترین و پویاترین فعالیت‌ها در سطح جهان مطرح است. به‌نحوی که تعداد گردشگران خارجی و داخلی و میزان آن در سطح جهانی پیوسته رو به افزایش است (Papliyazdi and Saghaei, 2010). با رشد فزاینده صنعت گردشگری در دنیا، گردشگران علاقه فزاینده‌ای به تاریخ و میراث فرهنگی از خود نشان می‌دهند (Omidvar, 2008: 26). گردشگری راهی مناسب برای توسعه اقتصاد محلی در نظر گرفته می‌شود. در واقع گردشگری اغلب به عنوان ابزاری واقع‌بینانه جهت کسب ارز خارجی، ایجاد اشتغال و جذب سرمایه‌گذاری خارجی دیده می‌شود (Booyens & Visser, 2010: 369). صنعت گردشگری در عصر جدید، به یکی از ارکان اصلی اقتصاد تجاری جهان تبدیل شده است و امروزه از آن به‌عنوان صنعت نامرئی در روند جهانی شدن یاد می‌شود (Ghasemi et al., 2016: 32). در چند دهه گذشته تغییرات قابل توجهی در برنامه‌ریزی توریسم شهری اتفاق افتاده است و کشورهای اروپایی و آمریکایی از این طریق به باز ساخت نظام اقتصادی خود پرداخته‌اند (Wise, 2016: 30). صنعت گردشگری با توسعه فزاینده‌ای مواجه شده و بسیاری از کشورها از این طریق توانسته‌اند مشکلاتی مانند بیکاری، کمبود ارز خارجی درآمد پایین را بهبود بخشند (Farshid and Pourkhiz, 2014: 67). با توجه به ساختار اقتصادی ایران برای ایجاد توسعه‌های همه‌جانبه و پایدار و همچنین جایگزینی منابع جدید کسب درآمد به‌جای منابع نفتی کشور، نیازمند استفاده از تمامی

امکانات و قابلیت‌ها هستیم (Hosseini and Sazour, 2011: 120). فضاهاى گردشگری برای اینکه به‌عنوان یک کالای گردشگری در اختیار گردشگران قرار گرفته و در فرایند گردشگری به کار گرفته شوند، ضرورت دارد تا کیفیت این فضاها از لحاظ معیارهای مختلف گردشگری شهری، بررسی شده و شرایط و ارزشهای لازم را داشته باشند (Hatami Nejad et al., 2014: 153). در چند سال اخیر بازآفرینی فرهنگ مینا به مثابه راهکاری جدید برای بیرون رفتن از مشکلات موجود در بافت‌های باارزش تاریخی به حساب می‌آید که جریان بازآفرینی در سه حوزه فیزیکی، اقتصادی و اجتماعی انجام خواهد شد. ایزدی معتقد است امروزه، فرهنگ نه فقط با توجه به رسالت ذاتی آن در ترویج حقوق انسانی و شکل دادن به دانش جمعی و بهبود کیفیت زندگی، بلکه در ایجاد اشتغال، بازآفرینی شهری و انسجام اجتماعی نقش زیادی دارد. طراحی شهری باید با فعالیت‌های فرهنگی و هنری در عمل دارای رابطه نزدیکی باشد. محورهای فرهنگی، تولیدات فرهنگی، رویدادهای فرهنگی، صنایع خلاق و فرهنگی، هنرهای عمومی، پروژه‌های شاخص فرهنگی از جمله ابعاد ظهور بازآفرینی مبتنی بر فرهنگ در طراحی شهری می‌باشد. ارومیه به‌عنوان شهری تاریخی با بافتی یکپارچه و ارگانیک و ساختار کالبدی و عملکردی با محوریت بازار و عناصری مثل میدان و مسجد جامع و ارگ حکومتی با ۷ دروازه و بارو تشکیل شده است. برخی از ارزش‌ها و عناصری که در طول تاریخ دارای نقش برجسته‌ای بوده‌اند، باید از آسیب طرح‌های توسعه شهری در امان مانده و توجه بیشتری برای ادامه جریان زندگی و جلوگیری از فرسودگی کالبدی و عملکردی آن‌ها صورت گیرد. هم‌چنین برخی آداب و رسوم و فرهنگ‌هایی که ساکنین دارند نیز باید حفظ، رشد و تقویت گردد. پژوهش حاضر در پی بررسی مفهوم بازآفرینی شهری و رویکرد فرهنگ‌منا و اصول آن با استفاده از منابع مختلف و هم‌چنین بررسی ارزش‌ها و پیوستگی‌ها و اجتماع‌های شکل گرفته و هم‌زیستی میان ساکنین (اقوام و ادیان مختلف) می‌باشد. در راستای این رویکرد، شهر ارومیه به‌عنوان نمونه موردی انتخاب شده است. با در نظر گرفتن پتانسیل‌های موجود و زمینه تاریخی و فرهنگی این شهر ضرورت دارد که با استفاده از انگاره‌های محلی و عرضه میراث فرهنگی، به خلق دوباره و تقویت هویت مکانی پرداخته شود.

پیشینه پژوهش

بر اساس مطالعات بین‌هائو و همکارانش، بازآفرینی شهری یک مفهوم چند وجهی است. بازسازی شهری علاوه بر نوسازی محیط‌های شهری، فضاها و ساختمان‌ها، اقتصاد، جامعه، علوم انسانی و اکوسیستم‌های طبیعی را در نظر می‌گیرد (Yin-Hao & et al, 2019). ندوچین و همکارانش، معتقدند در شهرهای اروپای غربی، فرهنگ به یک عنصر مهم پروژه‌های بازسازی تبدیل شده است، که در



آن همکاری ذینفعان از اهمیت بالایی برخوردار است و منافع اقتصادی و اجتماعی غالباً به خوبی متعادل می‌شوند (Nedučič & et al, 2019). به اعتقاد لیسگارد، شبکه‌های جهانی اطلاعات و ایده‌ها از طریق فضا جریان می‌یابند و به عنوان روایت‌های مکانی و سرزمینی یا مجموعه‌های سیاست‌بازسازی می‌شوند (Lysgård, 2019). بر اساس نتایج بدست آمده از پژوهش وارربو و همکارانش، جاذبه‌های تاریخی باعث افزایش تعداد گردشگران شده و در آینده نیز می‌توان از این طریق در راستای توسعه اقتصادی شهر گام برداشت (Vareiro & et al, 2018). همچنین یوان و همکارانش، میزان اهمیت و عملکرد شاخص‌هایی مانند قیمت، تنوع غذایی، تنوع خدمات، امنیت و فضاهای سبز و طبیعی را با پرسش از ۶۰۴ گردشگر بررسی کرده‌اند (Yuan & et al, 2017). عثمان و فراحات، به این نتیجه رسیدند که کشورها برای احیای مناطق با ارزش، سعی در جذب فعالیت‌های جدید دارند (Osman & Farahat, 2017). جونز و ایوانز، معتقدند بازآفرینی فرهنگی از طریق بهره‌برداری دوباره از ساختمان‌های شاخص و تاریخی و محله‌های فرهنگی می‌باشد و «دیاموند و لیدل» (2006) یادآور شده‌اند نیاز به اصلاح و احیا خصوصاً هسته مرکزی به عنوان ضرورت پنداشته می‌شود. به باور «سئو» (2004) بازآفرینی فرهنگ مبنای موجب از بین رفتن تصاویر صنعتی و بوجود آوردن تصویری مناسب می‌شود که زندگی در شهرها را تشویق می‌کند. «موننگومری» طی پژوهش‌های خود (2003 و 2004) محلات فرهنگی بعنوان ساختاری جهت بازآفرینی شهری و ایده پردازی محلات فرهنگی را مطالعه می‌نماید. به باور «گیبسون و هاردمن» (1998) مناطقی که از طریق خرده فروشی تولید درآمد می‌کنند به نسبت مناطقی که بیشتر بر روی گردشگری و تفریح تکیه دارند دارای آینده امن‌تری می‌باشند.

در میان پژوهش‌های داخلی نیز «آزاده و وارثی» (2019) به این نتیجه رسیدند که ۱۲ شاخص همچون شاخص‌های جذابیت فضا، فعالیت‌های متنوع، مراکز پذیرایی، قابلیت دسترسی به فضا، امکان توقف اتومبیل، جذابیت و تنوع کالبدی، آسایش اقلیمی، فاصله از هتل و اقامتگاه‌ها، تبلیغات و معرفی فضاها، نیروی انسانی آموزش دیده، کیفیت علائم راهنمایی و کنترل بر قیمت اجناس، اولویت‌های اجرایی برای ارتقاء کیفیت فضاهای گردشگری شهر یزد هستند. «اسحاقیه فیروزآبادی و همکاران» (2019) معتقدند وجود تعاملات اجتماعی در یک فضای عمومی محلی باعث شده است تا استفاده‌کنندگان این فضاها را دوست داشته باشند و به‌صورت داوطلبانه بخواهند که در آن فضا حضور پیدا کنند. به اعتقاد «مرادی و همکاران» (2019) بازآفرینی فرهنگ مبنای بهره‌گیری از فرهنگ به عنوان موتور محرکه توسعه، سعی دارد تا از طریق چهار مؤلفه صنایع خلاق و فرهنگی،

آفرینش مکان و خلق محلات فرهنگی، گردشگری فرهنگی و رویدادمداری و برندسازی شهری، شهرها را برای حضور در عرصه‌های رقابت‌پذیری آماده کرده و مزیت رقابتی آنها را در مقایسه با شهرهای رقیب ارتقا بخشد. «شماعی و همکارانش» (2018) به این نتیجه دست یافتند که هدایت گرایش مردم به تفریح و گذران اوقات فراغت در بافت‌های تاریخی با معرفی عناصر و جاذبه‌های بافت و تبلیغات، نقش بیشتری در بازآفرینی توسعه گردشگری شهر اردکان را دارا است. در پژوهش «اخوان و همکاران» (2018) شاخص‌های روشنائی، تداخل سواره و پیاده، فضاهای دنج و دور از دید، پوشش گیاهی و موانع ثابت و متحرک، با سلامت محور مورد مطالعه همبستگی تشخیص داده شد. کریم زاده و همکارانش (2017) مؤلفه‌های «کاربری‌های فرهنگی»، «فعالیت‌های فرهنگی در فضای عمومی شهری»، «ترکیب فعالیت‌های فرهنگی با طراحی شهری خلاقانه»، «حفاظت میراث فرهنگی» و «گردشگری فرهنگی» را به عنوان معیارهایی کلیدی معرفی نموده است. نتایج مطالعه «ایزدی و همکاران» (2016) نشانگر این است که جهت تحقق موفقیت‌آمیز رویکرد بازآفرینی فرهنگ محور، گذار از محدودیت‌ها و استفاده حداکثری از فرصت‌ها در چهار زمینه «سیاست‌گذاری‌های فرهنگی»، «برگزاری رویدادهای فرهنگی»، «مدیریت مشارکتی» و «توسعه فضاهای عمومی شهری» الزامی می‌باشد. بر اساس مطالعه «طفی» (2011) فرهنگ در برنامه‌های بازآفرینی شهری از طریق محله‌های فرهنگی، زیرساخت‌های فرهنگی (موزه‌ها و پارک‌های موضوعی، بازمانده و غیره) و رویدادهای فرهنگی (جشنواره‌ها، پایتخت فرهنگی اروپا و غیره) به کار گرفته شده است. بازآفرینی از طریق ترویج گردشگری، تشویق سرمایه‌گذاری به سمت داخل و احیای اقتصاد محلی از دیگر اقدامات این رویکرد است. همچنین «آیینی و اردستانی» (2009) قید می‌کنند که در صورت فراهم شدن موارد انگیزشی موثر و همچنین فضای اعتمادآفرین، بخش خصوصی و بیشتر مردم با روند نوسازی همراه خواهند شد.

چارچوب نظری

بافت‌های تاریخی

بافت‌های شهری کهن نمودی از وضعیت اجتماعی و فرهنگی و تغییرات معماری و شهرسازی در ادوار تاریخی مختلف، ارزش‌ها و فن‌آوری‌های زمان خود هستند. با استفاده از رویکردی مثل بازآفرینی شهری و بوجود آوردن تغییرات در کالبد عناصر با ارزش شهری و تزریق فعالیت‌های متناسب با نیازهای روز مردم در بستر یک پهنه مناسب، در راستای احیا این بافت‌ها حرکت کرد. ناحیه فرهنگی شهرها، به علت قدمت تاریخی و وجود عناصر بالارزش تاریخی، موقعیت مناسب ارتباطی، قرارگیری بازار اصلی شهر و قلب تپنده اقتصادی آن دارای ارزش و جایگاه منحصر



ارزش‌های انسانی است که همیشه باید به شیوه‌هایی نو بر آن اشراف یافت (Schultz, 2005: 188).

بازآفرینی فرهنگ مبنا

بازآفرینی شهری، به نوعی، به نوسازی و بهسازی بافت‌های شهری اشاره می‌کند و به دنبال احیای فرآیندهای رو به زوال اقتصادی، اجتماعی، و کالبدی در محدوده‌ی شهری است که بازار آزاد و نیروهای آن به تنهایی قادر به احیای آن نیستند (Shafiee and Moradian, 2015: 141). در راستای تحقق رویکرد بازآفرینی در ایران، می‌توان به سند ملی راهبردی احیا، بهسازی، نوسازی و توانمندسازی بافت‌های فرسوده و ناکارآمد شهری به منزله‌ی چارچوب یکپارچه ملی اشاره کرد (Ministry of Roads and Urban Development, 2014). ویکری (2007) در گزارش «ظهور بازآفرینی فرهنگ مبنا: ایده سیاست‌گذاری و تضادهای آن» چهار مجموعه مشخص از بازآفرینی فرهنگ مبنا را شناسایی کرده است که در جدول ۱ به آن‌ها اشاره شده است.

بازآفرینی فرهنگ مبنا، که در زیرمجموعه بازآفرینی شهری قرار می‌گیرد، در عین توجه به کالبد و اقتصاد منطقه، دارای ابعاد فرهنگی-اجتماعی است. فرهنگ، خود، پتانسیل‌های گوناگونی نظیر سنت‌های فرهنگی، هویت شهری و برنامه‌های مشارکتی گردشگری را به شهر ارائه می‌دهد. گردشگری فرهنگی یا گردشگری خالق در بازآفرینی فرهنگ مبنا به توسعه‌ی محیطی فرهنگی یا به نوعی قطب خلاق و فرهنگی منجر می‌شود (Pourzakaria and Fadaei Nejad, 2009: 12). کارایی بیشتر رویکرد بازآفرینی فرهنگی مستلزم آن است که مفهوم طراحی شهری عمیقاً از فهم فرهنگ چه در مفهوم عامه و چه در مفهوم خاصه منشأ گرفته شده باشد (Middleton & Freestone, 2008). به دیگر بیان، طراحی شهری در عمل باید با فعالیت‌های

به فردی در ساختار فضایی-کارکردی شهر است (Ratiu, 2013). مهمترین عنصر مؤلفه‌ی ارتباطی در بافت‌های تاریخی «گذر» بوده است که به فراخور شکل‌گیری تاریخی و عملکردهای گذشته با در نظر داشتن مقیاس انسانی و به صورت ارگانیک شکل گرفته است. شبکه‌ی گذربندی بافت‌های ارزشمند تاریخی، با کوچه و خیابان‌های بافت‌های شهری متأخر دو تفاوت ویژه دارد:

۱. عرض کم که در طول گذر ثابت نیست و به سبب رویدادهای فضایی (چهارسو، تقاطع و...) یا کارکردی (جلوخان مسجد، مدرسه و...) تغییر می‌کند و بر جذابیت کالبدی گذر می‌افزاید.
۲. پیچ و خم بسیار که از تاب بافت و خصلت ارگانیک آن ناشی می‌شود و حرکت در امتداد گذر یا تنوع دید و منظر همراه است.

دو تفاوت اشاره شده از ویژگی‌های ساختاری بافت‌های کهن به شمار می‌روند و باید به مثابه‌ی یکی از اصول طرح‌ریزی امروزی در این بافت‌ها محسوب شوند. باید حفاظت از ویژگی‌های ماهوی بافت تاریخی همراه با پاسخگویی به نیازهای امروز آنان در زمینه‌ی نفوذپذیری انجام شود. این امر در مورد برخی از گذرهای اصلی حساسیت بیشتری می‌یابد (Habibi et al., 2010: 69).

محورهای فرهنگی داستان شهر را روایت می‌کنند، روایتی توأم با معنای تاریخی اجتماعی که در کنش‌های متقابل جامعه، کالبدی فردی و جمعی به خود می‌گیرد. عینیت یافتن‌های جدید نه امکان تقلید از گذشته را دارند و نه این‌که پیوند خویش را با سنت به تمامی بگسلند. آن‌ها به موجودیت نظام‌های نمادینی وابسته‌اند که قابلیت توسعه دارند. این بدان معناست که باید اصول ساختاری سنت را بیش از پیرایه‌های آن پاس داشت. استمرار تاریخی نه به معنی پیرایه‌ها و المان‌های عاریه‌ای است، بلکه در گرو

Table 1. Classification of principles of urban regeneration based on culture; References (Vikery, 2007)

Approach	Principles	Strategy	Politics
Recreating the base culture	Reconstruction of urban centers based design	Good visual design of appearance and urban landscape	<ul style="list-style-type: none"> •Making physical changes to new buildings, facilities and public spaces Stimulate retail space, new dealerships, creative industries or media •Development of new micro-cultures, business or organizational cultures around the new urban spatial structure
	Social renewal is the basis of creativity	Funds to the activities of various social groups based on creativity	<ul style="list-style-type: none"> •Integrate creativity •Various public sector education, health and other services •Creating social interactions and social identity as well as communication skills and individual expression skills
	Social development of basic art	Use the capacity of professional and semi-professional artists	<ul style="list-style-type: none"> •Attracting professional and semi-professional artists •Strengthen the position of the urban area by creating art studios or galleries •Using the participation of artists and benefiting from their initiatives in recreating •Development of artistic communities through the creation of symbolic elements
	Civic development of art-based	Encourage the participation of art organizations and institutions	<ul style="list-style-type: none"> •Development of cultural infrastructure such as (services and facilities) of civic centers •Encourage visitors •The presence of prominent artistic institutions •Increasing the performance and capacity of art production in the region



صحبت به میان می‌آید، مقصود گردشگری فرهنگی یا گردشگری مبتنی بر فرهنگ است؛ گردشگری فرهنگی نوعی گردشگری تعریف می‌شود که هدف اصلی آن گسترش افق دانش از طریق کشف میراث هنری و یا معماری یک سرزمین است (Startan et al, 2015). مفهوم گردشگری فرهنگی را می‌توان در جابه‌جایی مردم از مکان زندگیشان به مقاصد دیگر برای جمع‌آوری اطلاعات و لذت بردن از تجاربشان در فرایند پاسخگویی به نیازهای فرهنگی آن‌ها جست‌وجو نمود که در منابع و رویدادهای فرهنگی یک ناحیه یافت می‌شود (Herrero-Prieto and Gómez-Vega, 2018: 261). گردشگری فرهنگی و خلاق به نوعی از گردشگری گفته می‌شود که در آن بازدیدکننده انگیزه‌ی زیادی برای یادگیری و تجربه‌ی جاذبه‌ها و کالاهای فرهنگی ملموس و ناملموس دارد (Ima-ni Khoshkhoo and Shahrabi Farahani, 2018). در موارد بسیاری، گردشگری فرهنگی به دلیل وجود فضاها و فرصت‌هایی برای عرضه‌ی منابع جدید، نظیر جاذبه‌ها و مناطق میراث فرهنگی، اقتصاد فرهنگی جدید و اشتغال‌زایی، همچون پتانسیلی برای بازآفرینی این گونه نواحی دیده شده است (Nourian and Fal-lahzadeh, 2015: 44).

در فرآیند بازآفرینی فرهنگ مبنا، مطابق با تمام ویژگی‌های برشمرده، تعادل موثری میان جریان توسعه و امر حفاظت برقرار است، و در همین حال قابلیت دستیابی به سطوح قابل قبولی از هماهنگی میان دستاوردهای امروز و اندوخته‌های دیروز وجود دارد و این غایت آرزومندی جریان مرمت شهری امروز است. شکل ۱ چارچوب مفهومی پژوهش حاصل از مطالعات نظری را نشان می‌دهد.

فرهنگی و هنری پیوند نزدیکی داشته باشد. تولیدات فرهنگی، صنایع خلاق و فرهنگی، محورهای فرهنگی، رویدادهای فرهنگی، هنرهای عمومی، پروژه‌های شاخص فرهنگی از جمله ابعاد ظهور بازآفرینی فرهنگ مبنا در طراحی شهری است. این الگو که رویکردی یکپارچه‌نگر و امروزی می‌باشد فعالیت‌ها و رویدادهای فرهنگی را بعنوان عاملی تسهیل‌گر و نیروی محرکه بازآفرینی شهری تلقی می‌کند در این الگو «رویداد مداری» اساسی‌ترین محور بازآفرینی را شکل می‌دهد (Lotfi, 2011: 53). در این الگو فعالیت‌های فرهنگی مسبب و عامل اصلی بازآفرینی هستند. این فعالیت‌ها اغلب بیشترین بازده اجتماعی را داشته و بعنوان نشانه‌هایی از بازآفرینی در مکان هستند؛ اشکالی چون:

- ۱- طراحی بناها یا تغییر کاربری شان به بناهایی با استفاده عمومی و یا کاربری های مختلط؛
- ۲- اصلاح و احیاء فضاهای باز شهری؛
- ۳- معرفی فعالیت‌ها و برنامه‌هایی که موجب بازیابی فضای شهری مورد نظر گردند؛ مانند اجرای فعالیت‌های هنری در فضای باز، فستیوال‌های هنری و غیره (Evans et al, 2006).

گردشگری فرهنگی

گردشگری فرهنگی یکی از فعالیت‌هایی است که در سال‌های اخیر به عنوان ابزاری برای بازآفرینی بافت‌های قدیمی و مرکزی مورد اقبال قرار گرفته است. این فعالیت، راهی برای احیا و بهبود کیفیت زندگی شهری از طریق بهبود و توسعه خصوصیات ویژه تاریخی و جاذبه‌های فرهنگی مکان است (Re-searchers and Moghaddam, 2018: 54). زمانی که از راهکار گردشگری در بازآفرینی فرهنگ مبنا

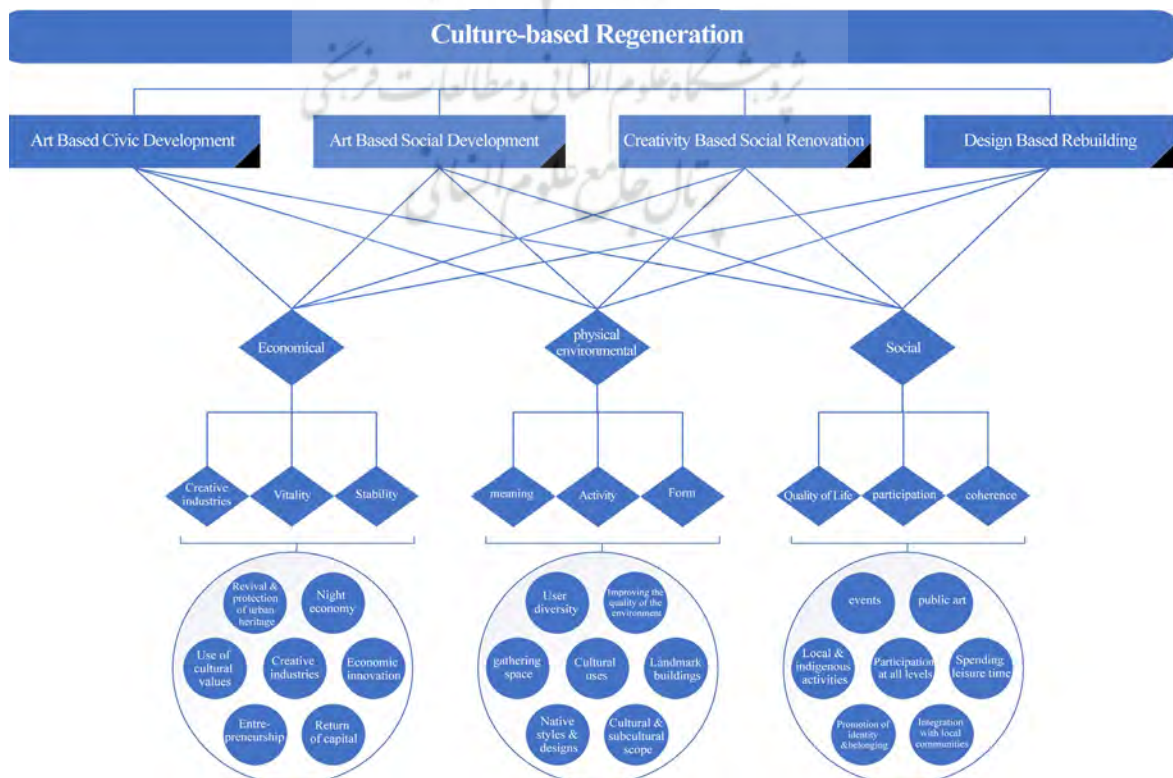


Fig.1. Conceptual framework of research derived from theoretical foundations

روش پژوهش

تحقیق حاضر، با توجه به اهداف تحقیق و شاخص‌های مورد بررسی، از نظر ماهیت از نوع تحقیقات کاربردی- توسعه‌ای، و از لحاظ روش تحقیق از نوع روش‌های توصیفی- تحلیلی است. محدوده جغرافیایی و جامعه آماری پژوهش کلیه محلات بافت تاریخی ارومیه است. گردآوری اطلاعات و داده‌ها از طریق مطالعات کتابخانه‌ای- اسنادی و مشاهدات میدانی (پرسشنامه) صورت گرفته است. با استفاده از شاخص‌های گردآوری شده به تدوین پرسشنامه حاوی ۳۹ سوال اقدام شد. داده‌های حاصل از پرسشنامه به وسیله طیف لیکرت ارزش‌گذاری شده و همچنین با آزمون فریدمن و همبستگی مورد آزمون قرار گرفتند. حجم جامعه آماری بر اساس ساکنان محدوده مورد

نظر ۲۸۶۴۲ نفر بود که از این میزان ۱۴۳۱۰ نفر آن مرد و ۱۴۳۳۲ نفر زن می‌باشند، که بر اساس فرمول کوکران حجم نمونه برابر با ۳۷۹ است.

تدوین پرسشنامه

جهت تبیین مدل مفهومی پژوهش (شکل ۳) و تدوین پرسشنامه، بر اساس مطالعات صورت گرفته (رویکردهای بازآفرینی فرهنگ‌مبنا) و ابعاد موجود طراحی شهری (ابعاد مورد نظر کارمونا)، سه محور تحت عنوان طراحی محور، خلاقیت محور و اجتماع محور در نظر گرفته شدند که مولفه‌های اصلی و ذات تشکیل دهنده پروژه‌های بازآفرینی فرهنگ‌مبنا می‌باشند. ابعاد طراحی شهری در هر کدام از این مولفه‌ها دسته‌بندی شدند و به عنوان پوشش دهنده‌ی هر یک از این مولفه‌ها معرفی می‌شوند.

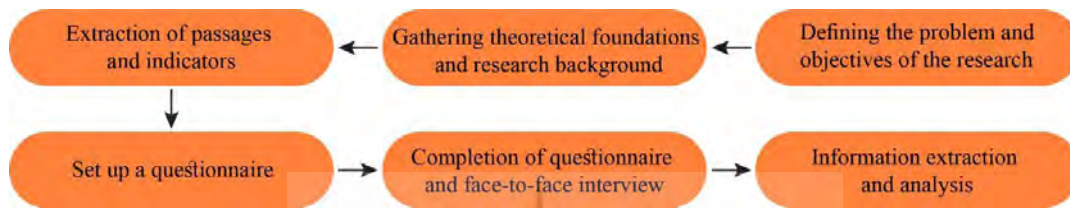


Fig.2. Research proces

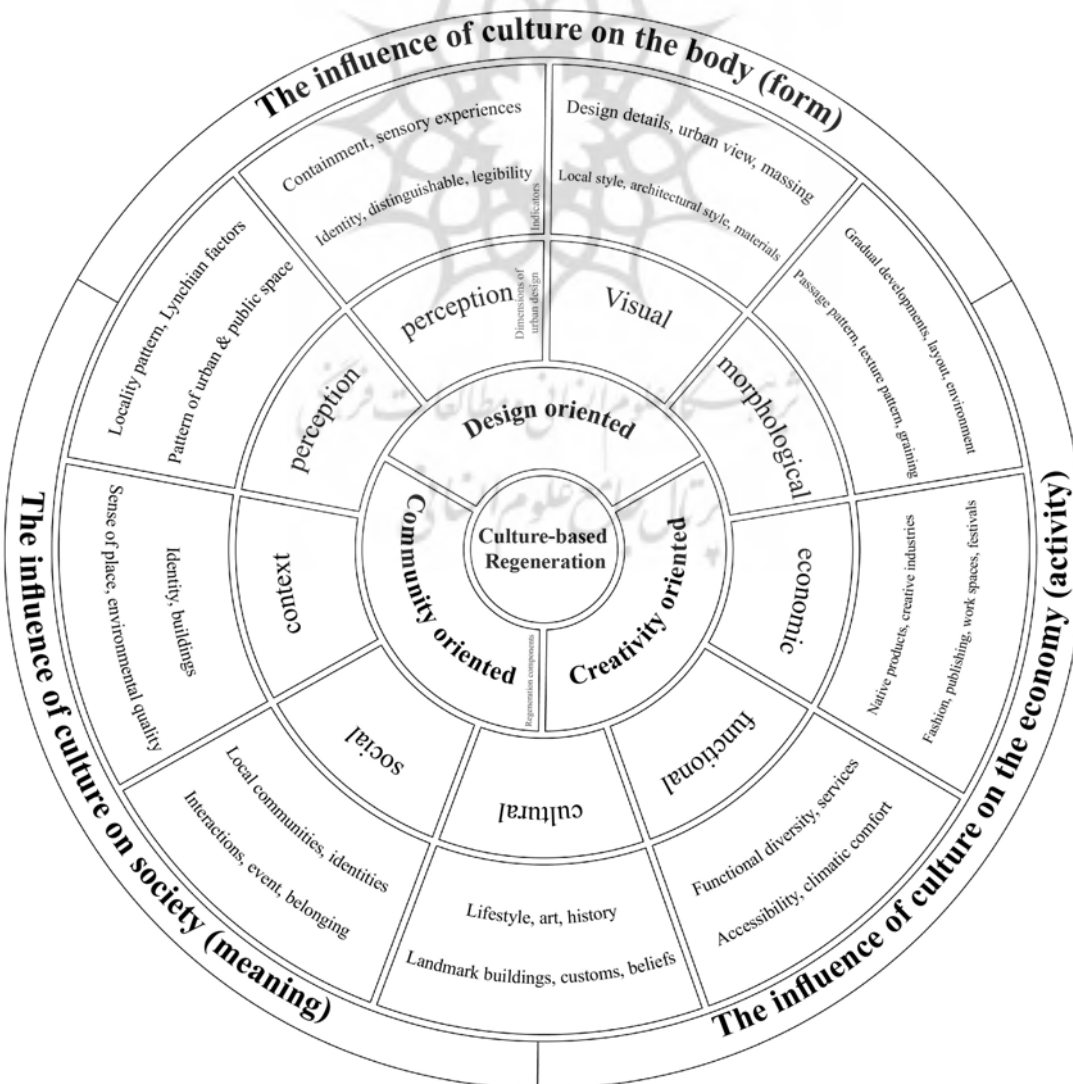


Fig.3. Conceptual model of research



می‌تواند بر اساس شرایط موجود در محدوده و با هدف حداکثر بهره‌وری از امکانات، اجرای محیط شهری را با ساختار و عملکرد متنوع دنبال کند. شناسایی شاخص‌های امکان‌سنجی، برنامه‌ریزی و طراحی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است که بر اساس آن میتوان به ارزیابی فضاهای شهری نیز پرداخت. در جدول ۲، اصلی‌ترین شاخص‌های ارزیابی مرتبط با موضوع پژوهش گردآوری شده است.

شاخص‌های ارزیابی

محلات و بافت تاریخی با توجه به ماهیت خود - به عنوان یک فضای عمومی - از کالبد و فعالیت محیط پیرامون خود تأثیر پذیرفته و متناسب با نیازهای هر مکان شکل گرفته‌اند. وجود انواع متنوعی از فضاهای باز و میدان‌ها در سراسر جهان، بیان‌گر همین حقیقت است. برنامه‌ریزی و طراحی فضاها لزوماً از دسته‌بندی خاصی تبعیت نکرده و برنامه‌ریز

Table 2. Indicators and Measuring Factors of Indicators Related to Regeneration of Base Culture

Indicators	Index measurement factors	References
Cultural	Personalization of signs, cultural activities	(Wansborough & Mageean, 2010)
	Religion, way of thinking, social organizations, education, technology and material culture, laws and politics, aesthetics, language	(Edward Tyler)
	Beliefs, knowledge, teachings, customs	Middleton & Freestone, 2008)
Management, urban governance and capacity building for growth and development	Partnership governance	(Healey, 1999; Hubbard, 2001)
	Transfer of development rights	(Geuting, 2007; Messer, 2007; Stephen, 2009)
	Urban competitiveness	(Begg, 1999; Lever & Turok, 1999; Rogerson, 1999)
	Identifying and equipping local assets and opportunities, institutional capacity building, giving importance to the private sector and its investment, promoting learning and innovation and creativity, facilitating the business environment, strategic market planning	(Rafieian and Mohammadi, 2017)
	Job creation, increasing income level	(Bovarid, 1997)
Economical	Attract investment, create job opportunities, public-private partnerships	(Roberts et al, 2000)
	Enabling the economic exploitation of the place	(Talon, 2013)
	Emphasis on the "product" of cultural heritage, creating job opportunities with a cultural spirit	(English Heritage, 2008) , (Schouten, 1995 , Doratli, 2005)
	Historic urban centers as part of the city's economic dynamism	(Tiesdell, Taner and Tim, 1996)
	Restoration according to the commercial needs of the contemporary era	(Ashworth & Larkham, 1994)
	Respect for the tourist and his needs	(Wilsmore, 1994)
	Social interactions, cultural facilities	(Bovarid, 1997)
	Empowerment, promotion of participation	(Roberts et al, 2000)
	Local participation, nobility, administration and local government	(Talon, 2013)
	Social dimension as the most important dimension of urban restoration	(Orbasli, 2000)
Social	Use of historical values in redesign	(Kearns & Philo, 1993)
	The historical context of the city as an opportunity for culture building and a display of social activity	(Orbasli, 2000)
	Pedestrian traffic between activity centers, shopping centers and cultural activities	(Paumier, 2010)
	Social institutions, universal	(Seyedberenji, 2013)
	Event, ceremony, show, celebration	(Richard & Palmer, 2010)
	Support for cultural institutions and events (museums, theaters, historical sites, festivals, gatherings, congresses, handicrafts)	(Southworth, 2005)
	The presence of different strata	(Bonet, et al, 2011)
	Local and popular activities, rituals and events as intangible heritage	(Brambilla & Longo, 2003) (Lane and Etching, 2009)
	Urban spaces pause, sense of place, sense of belonging	(Team ten quoted from Bahreini et al., 2009)
	Semantic	Continuity and continuity, confinement, compatibility
Except as a whole, full of emotion		(Alexander, 1994)
Individual mirrors, event, contrast, adaptation to climatic and environmental characteristics and human needs, identity		(Habib et al., 2009)
Interaction, traffic and access, platform of presence, social solidarity		(Sterrett et al., 2012) (Habibi, 2005, Pirnia, 2008, Zahedian & Moosavi, 2013)

محدوده مورد مطالعه

بافت تاریخی شهر ارومیه مجموعه‌ای از میراث تاریخی است که بیان‌کننده سیر تاریخی و هویت فرهنگی و تاریخی شهر است (شکل ۴).



Fig.4. Map of the area and location of the approved historical context of Urmia city (Urban Planning Office of Urmia City Improvement and Renovation Organization)

بافت تاریخی ارومیه محلات با ارزشی را در خود جای داده است که در راستای نظام محله‌بندی شکل گرفته‌اند که با گذشت زمان خصوصاً از دوران مداخلات پهلوی به بعد، خیابان‌کشی‌ها و طرح‌های مختلف، مرزهای این محلات را دچار تغییر کرده است. این بافت ساختمان‌های با قدمت تاریخی، بازار قدیمی و ساختمان‌های اداری و تجاری اصلی شهر را شامل می‌شود. اما طرح‌ها و تغییرات کالبدی از حضور فعالیت‌های جدید، از جمله خیابان‌کشی‌ها و غیره سبب چند تکه شدن بازار و در نتیجه استقرار فعالیت‌هایی مانند مراکز تجاری و اداری در امتداد محورهای جدید گردید و در نتیجه این بافت شرایط رو به افولی را در پیش گرفته است. جدول ۳ تصاویری از محدوده مورد مطالعه را نشان می‌دهد.

بحث و یافته‌ها

در این قسمت بعد از استخراج داده‌های حاصل از فرم‌های پرسشنامه و محاسبه میانگین وزنی به کمک طیف لیکرت، هر یک از فاکتورهای مورد بررسی در نمونه‌ها ارزش‌گذاری و با روش فریدمن مورد آزمون قرار گرفتند که نتایج آن‌ها در جدول ۴ ارائه شده است. جابین جدول نشان‌دهنده ارزش‌گذاری متغیرها به روش لیکرت است که به کمک آن داده‌ها مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرند.

بر اساس نتایج بدست آمده، مؤلفه طراحی محور که از شاخص ادراکی بصری، کالبدی و زیست محیطی تشکیل شده است، طبق نظر نظر پاسخ دهندگان وضعیت متوسطی دارد. بافت تاریخی ارومیه دارای محلات متفاوتی می‌باشد که برخی از آنها دارای نشانه‌های مناسب هستند اما برخی هیچ نشانه‌ای ندارند، وجود نشانه‌های کالبدی (رنگ‌آمیزی، تابلو، برج، ساعت و غیره) حس خوشایندی عبور و مرور

در مسیر را نیز افزایش می‌دهند، که کم بودن این عوامل تاثیر بسیاری در میزان حس دل‌بستگی و حس خوب هنگام قدم زدن و سکونت در محلات دارد. این موارد با وضعیت اقتصادی مردم نیز مرتبط هستند، صورتیکه محلاتی که وضعیت اقتصادی ساکنین آن پایین‌تر است، میزان نشانه‌های کمتر و حس خوشایندی کمتری نسبت به محله دارند.

شاخص کالبدی از نظر پاسخ دهندگان در سطح متوسط قرار دارد. عدم توجه مناسب به بناهای قدیمی و نبود ساخت و ساز جدید باعث شده است تا میزان خاطره‌انگیزی محلات پایین بیاید. در کنار این موضوع، ساخت و سازهای جدید نیز تطابق و هماهنگی زیادی با بافت تاریخی ندارند و باعث بوجود آمدن پارادوکس و مناظر نامناسب می‌شود. بصورت کلی به ساخت و سازها و الگوهای قدیمی موجود توجه زیادی نمی‌شود، این در حالیست که با الهام‌گیری از عناصر تاریخی و ساخت مجموعه‌های با مقیاس انسانی می‌توان کالبد بهتری برای محلات طراحی کرده و از این طریق میزان جذابیت و تنوع را بالا برد.

شاخص زیست محیطی از نظر مردم در وضعیت نامناسبی قرار دارد. محله باید بتواند آسایش و راحتی ساکنینش را در شرایط مختلف فراهم نماید که پشتیبانی و آسایش اقلیمی در شرایط جوی مختلف یکی از آنهاست که بافت تاریخی ارومیه در برابر آفتاب سوزان یا بارش زیاد باران در ایجاد آسایش و راحتی چندان مناسب عمل نمی‌کند. نحوه دفع آب‌های سطحی نیز مناسب نمی‌باشد و همچنین ریه‌های تنفسی (فضای سبز و پارک) در محلات بافت تاریخی به شدت پایین می‌باشند.

مؤلفه خلاقیت محوری در بافت تاریخی ارومیه بصورت کلی وضعیت نامناسبی دارد. بافت در ابعاد مختلف نتوانسته از لحاظ خلاقیتی و نگاه اجتماعی خوب عمل کند. به صورت جزئی‌تر نیز در تمام سه شاخص در وضعیت نامناسبی قرار دارد. بافت تاریخی ارومیه در ایجاد اشتغال برای ساکنین چندان خوب عمل نکرده است، حال آنکه می‌توانست با نگاهی بومی و توریستی به ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های موجود شرایط را جهت ارتقا وضعیت اقتصادی ساکنین فراهم آورد. بازدید گردشگر از این بافت در وضعیت متوسط قرار دارد. با توجه بیشتر به بافت، بهسازی و نوسازی ساختمان‌ها و همچنین تزریق کاربری‌ها و فعالیت‌های جدید می‌توان باعث افزایش گردشگری و رقابت در این بافت شد.

در شاخص عملکردی نیز وضعیت نامناسبی را در بافت تاریخی ارومیه مشاهده می‌کنیم، گوناگونی فعالیت‌ها به واسطه مرکزیت در شهر از تنوع متوسطی برخوردار است، اما با معاصر سازی بافت می‌توان این گوناگونی را به طرز چشم‌گیری ارتقا داد. بافت تاریخی ارومیه از لحاظ عملکرد اجتماعی و تسهیلاتی که زمینه‌ساز آسایش و مراودات باشد در وضعیت نامطلوبی قرار



Table 3. Recognition of the characteristics and cultural and historical background of the historical context of Urmia













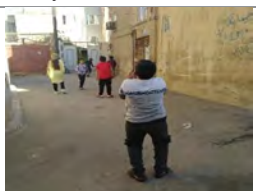

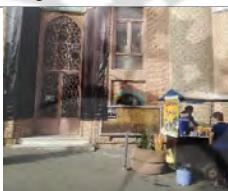

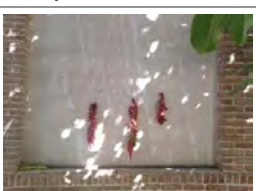
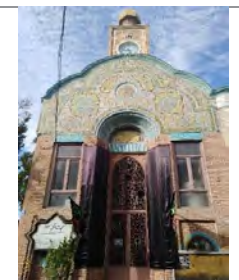


Morphological component. Indicators: urban space, accessibility, environment, efficiency, furniture			
			
Functional component and welfare services. Indicators: Mental comfort, facilities and services, flexibility, diversity			
			
Cultural component. Indicators: Indicative elements, history, stimuli, collections, lifestyle			
			
Social component. Indicators: Inclusion, Interactions, Participation, Safety, Security			
			
Economic component. Indicators: Creative and innovative industries, local economy			
			
Visual component. Indicators: cityscape, shape, attractions			
			

Table 4. Valuation of variables

Spectrum evaluation-variables Quantitative / qualitative/ priority	Too bad / too little / fifth priority	Bad / Low / Fourth Priority	Medium / third priority	Good / High / Second Priority	Very good / very much / first priority
Spectrum weight	1	2	3	4	5
weight average	1- 1.8	1.81- 2.6	2.61- 3.4	3.41- 4.2	4.21- 5

شاخص مدیریتی مشارکتی در وضعیتی مشابه با دو شاخص قبلی در وضعیت نامناسبی قرار دارد. نبود آگاهی از مصوبات و قوانین که باعث ایجاد شکاف بین مدیران و شهروندان می‌شود از عوامل اصلی جهت این وضعیت نامناسب است. عدم حضور مسئولین در محلات از کمبودهای اساسی در محلات است و در

دارد. همچنین ساکنین از میزان ارائه خدمات در طول شبانه‌روز و میزان خدمات‌رسانی رضایت ندارند. بافت تاریخی ارومیه این پتانسیل را دارد تا از طریق پیاده‌راه، ساختمان‌های تاریخی، فعالیت‌هایی مانند کلینیک و داروخانه زندگی ۲۴ ساعته را ایجاد کرده و موجب افزایش سرزندگی و تشکیل گروه‌های خلاق شود.

هم بودن، این مؤلفه امتیاز بالاتری را کسب نموده است. مؤلفه طراحی محور با میانگین رتبه‌ای ۱/۴۰ نیز رتبه سوم را کسب نموده است. بر اساس نتایج بدست آمده و مشاهده شده (جدول ۶)، باید تأکید بیشتری روی مؤلفه طراحی محور داشت و مداخله کالبدی در اولویت اقدامات مداخله‌ی در بافت تاریخی ارومیه باشد، با ارتقاء این مؤلفه، دو مؤلفه‌ی دیگر نیز ارتقاء خواهند یافت. همچنین جهت ارزیابی جزئی‌تر و رتبه بندی شاخص‌ها نیز از آزمون فریدمن استفاده شد. بر اساس نتایج بدست آمده شاخص فرهنگی با میانگین رتبه‌ی ۸/۸۴ رتبه نخست را بدست آورده است. وجود پتانسیل بالقوه فرهنگی (میراث ملموس و ناملموس) نوید خوبی برای بازآفرینی فرهنگ مبنا می‌باشد. در میان شاخص‌ها شاخص زیست محیطی با میانگین رتبه‌ی ۱/۵۴ رتبه‌ی آخر را کسب نموده است. شرایط آب و هوایی ارومیه و همچنین علاقه‌ی شهروندان به طبیعت و کشاورزی دو عنصری هستند که با همت

بافت تاریخی ارومیه نیز در وضعیت بسیار نامناسبی قرار دارد که باعث نبود ارتباط بین مسئولین و شهروندان شده و مشکلات را مضاعف می‌کند. ارتباط بین هم محله‌ای‌ها علی‌رغم مشکلات اقتصادی و تغییر فرهنگی کماکان وجود دارد و در حد متوسطی است، با ایجاد فضاهایی خلاق می‌توان این ارتباط را افزایش داد. جدول ۵، نتایج پرسشنامه مؤلفه‌ها و زیرمعیارهای پژوهش را نشان می‌دهد.

تحلیل و ارزیابی شاخص‌ها با استفاده از آزمون فریدمن

در این بخش از پژوهش اقدام به رتبه بندی شاخص‌ها و متغیرهای تحقیق شده است. نتایج این آزمون نشان داد مؤلفه اجتماع محور با میانگین رتبه‌ی ۳ رتبه بالاتری نسبت به سایر دو مؤلفه دارد. با توجه به سرمایه اجتماعی و علاقه مردم به کارهای مشارکتی و اجتماعی و همچنین فرهنگ با

Table 5. Results of research components and sub-criteria questionnaire

Components, indicators and criteria of research		Average item	current situation	Average index	Average component		
Design oriented	Visual perception	1. How much do you feel attached to the neighborhood?	3.40	middle	2.93	2.77	
		2. Are there any landmarks in the neighborhood?	3.12	middle	middle	middle	
		3. What is the sense of meaning of the space when passing through the neighborhood passages?	2.75	middle			
		4. Does looking at the walls give you a good sense of place and identity?	2.48	Inappropriate			
	Physical	5. How memorable and satisfied is the diversity and historical attractions of the neighborhood?	3.04	middle	3.12	middle	
		6. How different usability of alleys and neighborhood spaces?	2.28	Inappropriate			
		7. The extent of access to public transportation in the historical context?	3.64	Appropriate			
		8. What are the different routes to get home?	3.52	Appropriate			
		Environmental	9. How much sense of comfort and convenience in the face of different weather conditions?	2.57	Inappropriate	2.26	Inappropriate
			10. How satisfied are you with the disposal of surface water and waste?	2.36	Inappropriate		
			11. How satisfied are you with the open spaces and green space of the neighborhood?	1.87	Inappropriate		
Economical	12. To what extent has the neighborhood created jobs for residents?	2.44	Inappropriate	2.53	2.46		
	13. The impact of tourist attractions on improving the economic situation	2.24	Inappropriate	Inappropriate	Inappropriate		
	14. The effect of tourist attractions on eliminating unemployment and creating employment	2.83	middle				
	15. The extent of job opportunities with a cultural spirit	2.62	middle				
	16. What is the level of diversity of activities?	2.74	middle	2.38			
Creativity oriented	Operational	17. The amount of facilities that create comfort and communication and activity and ...?	2.22	Inappropriate	Inappropriate		
		18. Satisfaction with the service and the presence of signs and symptoms?	2.48	Inappropriate			
	Participatory management	19. How much service is required at different hours of the day?	2.09	Inappropriate			
		20. Awareness of municipal approvals, laws and regulations, etc.?	2.25	Inappropriate	2.47	Inappropriate	
Participatory management	21. The use of indigenous forces in the development of the neighborhood	2.11	Inappropriate				
	22. The presence of officials to speak in the neighborhood	1.80	Very Inappropriate				
	23. The amount of help to solve the problems of all neighborhoods among the residents	3.41	Appropriate				
	24. Meeting with neighborhood residents to talk or eat and drink	2.80	middle				



Table 5. Results of research components and sub-criteria questionnaire

Components, indicators and criteria of research		Average item	current situation	Average index	Average component
Cultural	25. How interested are you in visiting the museum and library?	3.91	Appropriate	3.74	3.22
	26. How interested are you in visiting cultural festivals and exhibitions?	4.01	Appropriate	Appropriate	middle
	27. How interested are you in watching movies and theater in the neighborhood?	4.31	Appropriate		
	28. How much attention is paid to local customs and traditions?	3.18	middle		
	29. The extent of your interest or agreement with the game net and game spaces	3.34	middle		
Community oriented	30. The level of interest in attending or encouraging art and handicraft classes	3.69	Appropriate	3.64	Appropriate
	31. The amount of conversation and greetings between neighbors and residents of the neighborhood?	3.79	Appropriate		
	32. What are the spaces for gathering and pausing for social interactions?	3.11	middle		
	33. How much do you like to be present in different parts of the neighborhood?	3.29	middle		
	34. Do you agree with the construction of a neighborhood cultural center and a hangout?	4.27	Appropriate		
Social	35. What is the presence of people of different ages and genders and different religions and ethnicities in the neighborhood streets?	3.77	Appropriate	2.29	Inappropriate
	36. How much space is there in the neighborhood to get together?	2.69	middle		
	37. The amount of trash, benches, bulletin boards, etc.?	2.27	Inappropriate		
	38. Outdoor play area for children or residents' meeting and street arts	2.18	Inappropriate		
	39. Existence of information and newsstands and health service	2.03	Inappropriate		

۰/۹۹ و ۰/۹۵ مشخص شده اند. ضریب همبستگی همیشه عددی بین ۱ تا ۱- است. که علامت آن نشان دهنده جهت رابطه می باشد. طبق نتایج بدست آمده، رابطه معناداری بین شاخص ادراکی با شاخص های مدیریتی و اجتماعی با ضریب همبستگی ۰/۹۱۰ وجود دارد. با اهتمام هر چه بیشتر مسئولین و شهروندان به حفظ اصالت و هویت و انتقال ارزش ها به نسل های بعدی، شاهد تبلور اجتماعی بیشتری در کل مجموعه خواهیم بود. ضریب همبستگی بین شاخص کالبدی و شاخص اجتماعی برابر با ۰/۱۵ است که نشان از وجود رابطه بین این دو شاخص دارد، به عبارتی با ایجاد فضاهای باز و تجمع شاهد افزایش اجتماع پذیری و سرمایه اجتماعی خواهیم بود. همچنین شاهد وجود رابطه معنادار بین شاخص فرهنگی و زیست محیطی با اطمینان ۰/۹۹ هستیم. با حفظ محیط زیست و نگاه بهتر به آن و ایجاد فضاهای سبز یا مجموعه ای با درختان مختلف و کشاورزی

بیشتر طراحان و مسئولین می توان این شاخص را ارتقا داد. بنابراین تأثیرپذیری مولفه های بازآفرینی شهری در محدوده مورد مطالعه به ترتیب اولویت عبارت است از: ۱- اجتماع محور، ۲- خلاقیت محور، ۳- طراحی محور. همچنین تأثیرپذیری شاخص های بازآفرینی شهری در محدوده مورد مطالعه به ترتیب اولویت عبارتند از: ۱- فرهنگ، ۲- اجتماعی، ۳- کالبدی، ۴- مدیریتی مشارکتی، ۵- ادراکی بصری، ۶- اقتصادی، ۷- عملکردی، ۸- فضای محرک، ۹- زیست محیطی.

تحلیل و ارزیابی شاخص ها با استفاده از آزمون همبستگی

به منظور سنجش رابطه میان شاخص های مختلف از آزمون همبستگی استفاده شده است. جدول ۷، زیر نتایج آزمون و ضریب همبستگی بین شاخص ها را نشان می دهد که شاخص های دارای رابطه معنادار با سطح معنی داری خطای آزمون

Table 6. Ranking of components (From the results of the people questionnaire)

Dimensions	Indicators	Average rating		Friedman Prioritization	
		Dimensions	Indicators	Dimensions	Indicators
Design oriented	Visual perception	1.40	5.10	3	5
	Physical		5.64		3
	environmental		1.54		9
Creativity oriented	Economical	1.60	3.89	2	6
	operational		3.31		7
	Participatory management		5.56		4
Community oriented	Cultural	3	8.84	1	1
	social		8.03		2
	Stimulus space		3.09		8

Table 7. Correlation coefficient between indicators

	Perceptual	Physical	Environmental	Economical	Operational	Managerial	Cultural	Social	Stimulus space
Perceptual	1								
Physical	0.03	1							
Environmental	0.025	0.021	1						
Economical	0.032	0.095	0.105	1					
Operational	0.033	0.041	0.267	0.064	1				
Managerial	0.730	0.007	0.058	0.007	0.117*	1			
Cultural	0.003	0.027	0.133**	0.024	0.102	0.054	1		
Social	0.764	0.150**	0.017	0.154**	0.088	0.910**	0.472	1	
Stimulus space	0.008	0.001	0.069	0.211	0.029	0.105*	0.177	0.490	1

* The significance of the relationship between the two variables can be interpreted at an error level of less than 0.05 and a confidence level of 0.95.

**The significance of the relationship between the two variables can be interpreted at an error level of less than 0.01 and a confidence level of 0.99.

سکونت تبدیل می‌شود و با توزیع مناسب خدمات و زیرساخت‌ها و ایجاد ساختار فضایی متوازن و متعادل در نقاط مختلف، مہم‌یای ایجاد فعالیت‌های فرهنگی و هنری می‌شود. سناریو چهارم جلوگیری از ورود و پارک اتومبیل و ایجاد مسیرهای پیاده‌محور است که محورهای خالی از ترافیک اتومبیل برای بافت تاریخی متصور است. افزایش تدریجی سرمایه‌گذاری برندهای متنوع، تخصیص بودجه در راستای طراحی برای مردم و اولویت پیاده و سواره، تعاملات پویا و سازنده مردم با یکدیگر و با نهادها و توسعه زیرساخت‌های پایدار در حالتی خوش بینانه به وقوع خواهند پیوست. سناریوی پنجم استفاده از پتانسیل‌های فرهنگی در راستای تقویت اقتصادی است که می‌توان با استفاده از هنرهای بومی، صنایع چوبی و کشاورزی، بازاری پویا و اقتصادی غنی برای بافت تاریخی ارومیه متصور شد. در حالتی خوش بینانه رشد افزایش تبادلات، ارائه صنایع دستی و تولیدات بومی، ایجاد فرصت‌های شغلی جدید افزایش خدمات و صنایع دانش بنیان توسعه نقش گردشگری در راستای اقتصادی غنی را می‌توان متصور شد.

الگوی استراتژی فضایی و سیاست‌گذاری

در این بخش به ارائه‌ی چارچوب طراحی پرداخته می‌شود. جهت ارائه طراحی بهتر و همچنین توجه به مسائل فرهنگی و تاریخی، توسط مصاحبه از ساکنان و افراد آگاه به بررسی ساختار کالبدی و محله بندی قدیمی بافت تاریخی ارومیه پرداخته شد. بر اساس پیمایش‌ها و مصاحبه‌های صورت گرفته و همچنین در نظر گرفتن اسناد تاریخی موجود، محلات بافت تاریخی ارومیه به شکل زیر تنظیم می‌گردند. بدیهی است که اختلاف نظرهایی در اسامی و محدوده محلات موجود می‌باشد، اما پژوهش بدون جانب داری و در راستای ارتقای هویت و منزلت مکانی به شناسایی و تعریف محلات پرداخته است. شناساندن محلات به ساکنین و تلاش در راستای هویت بخشیدن به هر کدام موجب ارتقای حس مکان و حس تعلق ساکنین و شهروندان به پهنه بافت تاریخی ارومیه خواهد بود. شکل ۵، محلات بافت تاریخی ارومیه را همراه نام و مرز حدودی آن‌ها نشان می‌دهد.

شهری می‌توان محیط‌های اجتماعی مناسبی را خلق کرد. همچنین ایجاد باغ موزه‌ها با توجه به دارا بودن بستر از پتانسیل‌های تاریخی، می‌توان از باغ موزه به عنوان نقطه تلاقی این دو شاخص بهره برد. همچنین وجود رابطه معنادار قوی‌ای بین شاخص اجتماعی با مدیریتی بدست آمد. بدیهی است با اطلاع رسانی مصوبات به ساکنین، احداث فرهنگسرای محله و ایجاد انجمن‌های بازآفرینی، شاهد حضور اقشار مختلف ساکنین در نقاط مختلف محله و افزایش نشاط و ایمنی و امنیت در جامعه خواهیم بود.

سناریوهای محتمل بافت تاریخی

در تعیین چشم انداز بازآفرینی فرهنگ مبنا بافت تاریخی ارومیه سعی شده است تا سناریوهایی محتمل را در نظر گرفته و بسط داده شوند. اولین سناریوی ممکن بر اساس پتانسیل‌های تاریخی و زمینه‌ی فرهنگی بافت تاریخی ارومیه است که می‌تواند چشم انداز خلق مکان گردشگری داشته باشد. در این صورت با استفاده از عناصر و میراث ملموس و ناملموس فرهنگی و تاریخی به ایجاد فضاهای تفریحی گردشگری و موزه پرداخته می‌شود. در حالت خوش بینانه این فرض این منطقه به قطبی قوی در گردشگری فرهنگی تبدیل شده و به تراز توسعه گردشگری پایدار دست پیدا خواهد کرد. سناریوی دوم بر اساس کمبودها و نیاز ساکنین محلات بافت یعنی نیاز به پارک، ایمنی و امنیت، فضای سبز و تقویت هویت و حس تعلق است که می‌توان محلاتی سرسبز با پارک‌های متصل بهم در نظر داشت. در حالتی خوش بینانه منطقه به فضایی سبز و ایمن دست خواهد یافت و اهمیت بیش از پیش مسائل زیست محیطی نسبت به مسائل دیگر مشهود خواهد بود. در حالتی بدبینانه این منطقه ایمنی و امنیت خود را از دست داده و منطقه‌ای خطرناک در شهر به حساب خواهد آمد. سناریو سوم ایجاد محله‌هایی آرام و دنج است، به صورتی که سکونت نقش غالبی در کارکرد محلات بافت تاریخی داشته و از شلوغی و رفت و آمد سایر نقاط شهر دور باشد. در این آینده محتمل در حالتی خوش بینانه، این منطقه به منطقه‌ای آرام و دور از هیاهو و مناسب



و ادیان در بافت‌های تاریخی و کهن شهری است. این قابلیت شهری ارزشی نایاب است که با طراحی آگاهانه در جهت ارزش‌های آن محله به‌عنوان یک فضای سرزنده شهری، علاوه بر گام برداشتن برای تداوم حیات و هویت این قابلیت، به رونق صنعت گردشگری کمک شایانی می‌کند.

بر اساس پیشمایش‌های صورت گرفته و نتایج بدست آمده و پتانسیل‌های شناخته شده و موجود در محلات مختلف، جهت اقدام بهتر در اولویت بندی به سیاست‌ها می‌توان بافت تاریخی ارومیه را به سه حوزه تقسیم نمود. حوزه شماره یک (بخش غربی) که بیشتر از سایر حوزه‌ها دارای عناصر تاریخی حفظ شده و مناسب جهت گردشگری می‌باشد، اقدامات طرحی محور مناسب این حوزه می‌باشد. حوزه شماره دو (بخش شرقی) از لحاظ عناصر تاریخی شامل عناصر زیادی نمی‌شود، اما در عین حال از سرمایه اجتماعی بالایی برخوردار است، استفاده از سرمایه اجتماعی و تبدیل آن به نقطه قوت و داشتن برنامه‌های مناسب و دراز مدت در ارتقای منزلت مکانی این حوزه می‌تواند مؤثر باشد، بیشتر اقدامات در این حوزه رویکرد اجتماع محور خواهند داشت. حوزه شماره سه (بخش جنوبی) از لحاظ اقتصادی دارای پتانسیل و عملکرد بالاتری نسبت به دو حوزه دیگر دارد، همچنین دارای عناصر تاریخی بسیار تاثیرگذاری است، وجود عملکردهای بزرگ مقیاس و فضاهای مناسب نیز این حوزه را از دو حوزه دیگر جدا می‌کند، رویکرد خلاقیت محور بیشتر در این حوزه انجام کاربرد خواهد داشت.

استراتژی فضایی معرف چگونگی انتظام عملکردها و فرصت‌های توسعه آینده با نظم فضایی موجود پهنه است، به گونه‌ای که فعالیت‌ها و مکان‌های جدید ساختارها و محورهای فعالیت نوین را شکل می‌دهند و آن‌ها را با فضاها و فعالیت‌های موجود همپیوند می‌سازند. الگوی استراتژی فضایی بافت تاریخی ارومیه شامل مراکز محلات، مسیرهای پیاده محور و میدین شهری می‌باشد. سیاست‌های طراحی دارای ارجاعات مکانی به موقعیت‌هایی هستند که سیاست‌های طراحی قرار است اعمال شود. مجموعه‌ی ایمن موقعیت‌ها و استنادات مکانی روی نقشه‌ی سیاست‌گذاری قابل معرفی است. الگوی پلان سیاست‌گذاری مهم‌ترین سند چارچوب طراحی شهری است که به کمک سیاست‌های طراحی همه‌ی تصمیمات توسعه را در پهنه‌ی مداخله معرفی می‌نماید. در ادامه مکان‌ها و فضاهای شهری بافت تاریخی ارومیه از نظر قابلیت‌ها و توانایی‌های مکانی‌شان تعیین شده‌اند.

جدول ۸، مراحل پیشنهادی جهت دستیابی به بازآفرینی فرهنگ مینا را نشان می‌دهد و شکل ۶، الگوی استراتژی فضایی و سیاست‌گذاری در بافت تاریخی ارومیه را به تصویر کشیده است.



Fig.5. Neighborhoods of the historical context of Urmia

از عناصر اصلی چارچوب ارائه شده پیشنهاد مسیرهای گردشگری بعنوان مسیرهای طلایی هستند. محورهای تاریخی فرهنگی واجد ارزشها و خصوصیات متنوعی هستند که یکی از این ویژگی‌ها توجه به اصل پیاده‌محوری است. طراحی محورهای تاریخی فرهنگی با محوریت پیاده علاوه بر اینکه موجب اتصال و پیوند نقاط با ارزش شهری میشود، خاطرات تاریخی بسیاری را نیز حیات میبخشد و هویت حوزه را باززنده‌سازی می‌کند.

تلفیق مناسب کاربری‌ها از جمله خرید و گردش و فرهنگی، در رونق صنعت گردشگری نیز نقش مهمی را ایفا می‌کند. به عبارت دیگر، طراحی محورهای تاریخی فرهنگی با محوریت پیاده علاوه بر سرزنده‌سازی محیط و خاطرات تاریخی محل، موجب جذب و هدایت گردشگران نیز می‌شود. محورهای تاریخی، فرهنگی نمایانگر سکانس‌های متنوعی از اتفاقات و ویژگی‌های ناب در بافت‌های تاریخی و کهن شهری هستند. هر محور با ارزش در بافت ظرفیت‌های خاصی دارد که نیاز به طراحی در بافت را به‌منصه‌ی ظهور می‌رساند.

یکی از مهمترین این گونه از ویژگی‌ها، زندگی و همنشینی اقوام و ادیان گوناگون در کنار یکدیگر است. در بافت‌های تاریخی و کهن شهرهای ایرانی نظیر شهر اصفهان، ارومیه و... افراد با ادیان مختلف در محله‌های متفاوت در کنار هم زندگی می‌کردند. هر محله متناسب با دین، شغل و طبقه‌ی اجتماعی افراد حاوی نمادهای شهری و نشانه‌های شاخص بود که آن را از سایر محلات متمایز می‌کرد. برای مثال در یک محله مسجد، یا در یک محله کلیسا عنصر شاخص بود. در برخی از شهرها کلیسا و مسجد در نزدیکی هم قرار گرفته‌اند و ساکنان این محلات به طور مسالمت‌آمیز در کنار هم زندگی می‌کردند، اما در برخی از موارد ما شاهد همجواری کلیسا با مسجد هستیم. قرارگیری دو بنای شاخص و مهم در کنار هم در محلات قدیمی به‌خصوص کلیسا و مسجد در کنار هم نشان‌دهنده‌ی تبلور همنشینی اقوام

Table 8. Steps to achieve the reconstruction of the base culture

Steps	Level	Strategy	Politics
1	Local	Creating a platform for local socio-cultural activities	Creating informal cultural centers and open spaces and producing entertainment
2	Regional	Creating a platform for urban socio-cultural activities and reviving culture and folklore	Establishment of cultural centers, urban space and social infrastructure
3	National	Commercialization of cultural activities and emphasis on tourism industry and other creative industries	Commodification of experiences and urban cultural and agricultural industries
4	International	Creating macro hospitality and branding platforms and introducing handicrafts and customs	Exploitation of social, spatial and cultural potentials

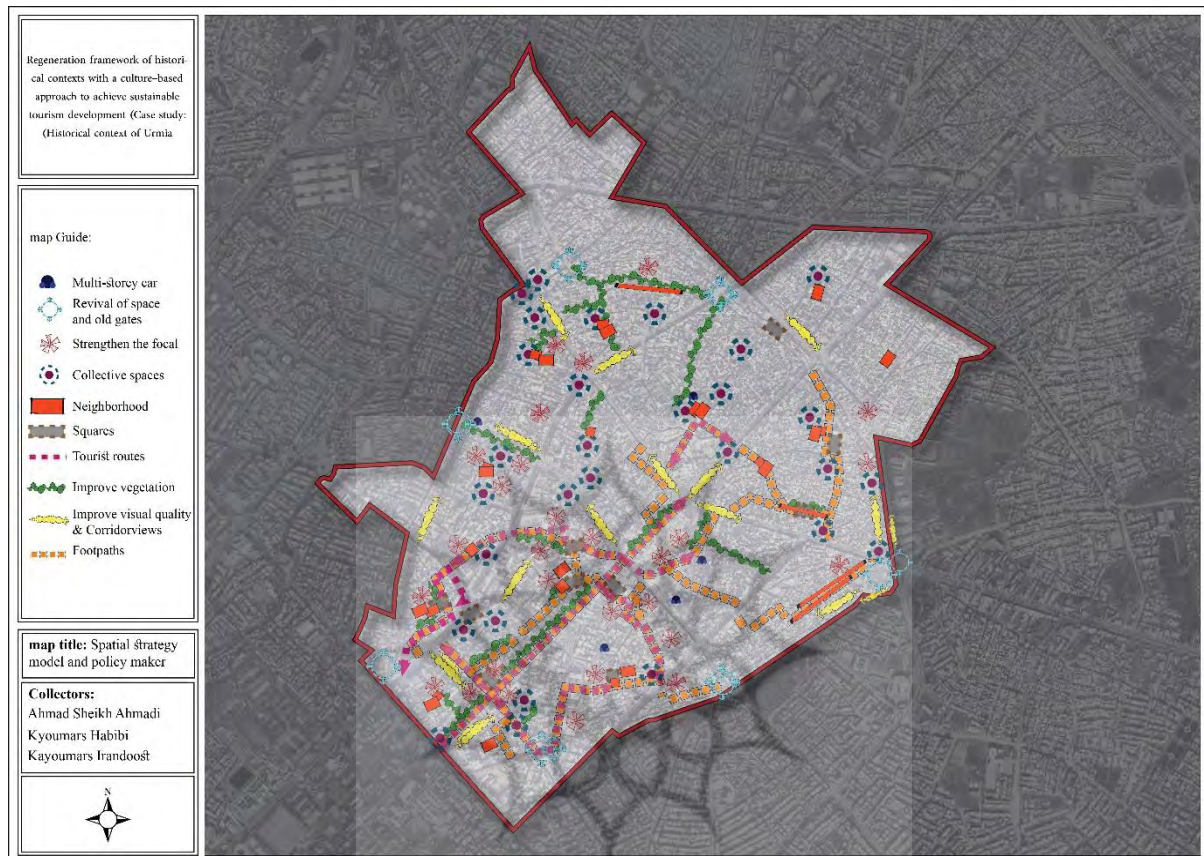


Fig.7. Spatial strategy and policy model of the historical context of Urmia

نتیجه‌گیری

بخش سودآور همراه با برنامه‌ریزی دقیق، اولویت سرمایه‌گذاری در بسیاری از کشورها و شهرهای جهان قرار گرفته است. مداخله در بافت‌های کهن شهری و بهره‌گیری از ارزش‌های میراث معماری و شهرسازی رویکردهای گوناگونی را در برمی‌گیرد. یکی از این رویکردها توسعه‌ی صنعت گردشگری است، که در صورت توجه به زمینه‌ی بافت و طراحی براساس آن، پیشرفت‌های شایان توجهی را برای بافت‌های کهن به ارمغان می‌آورد.

به منظور احیای بافت‌های تاریخی شهرها، بسیاری از برنامه‌ریزان و نهادهای مرتبط، در تلاش برای جذب فعالیت‌های جدید هستند. یک نمونه از این فعالیت‌های جدید، گردشگری و فعالیت‌های فرهنگی مربوط به آن است. از عناصر اصلی چارچوب ارائه شده در این تحقیق پیشنهاد مسیرهای گردشگری بعنوان مسیرهای طلایی هستند. محورهای تاریخی فرهنگی واجد ارزش‌ها و خصوصیات متنوعی هستند که یکی از این ویژگی‌ها توجه به اصل پیاده‌محوری است. طراحی محورهای تاریخی فرهنگی با محوریت پیاده

در این مقاله تلاش شد تا چارچوب بازآفرینی فرهنگ مبنا در بافت تاریخی شهر ارومیه با تأکید بر گردشگری شهری ارائه شود؛ متون نظری در دنیا از رهیافت گردشگری فرهنگی به عنوان کاتالیزوری قابل اتکاء در برنامه‌های بازآفرینی فرهنگ مبنا یاد می‌کنند و تجارب موفق نیز نشان داده که با استفاده از آن می‌توان به رونق اقتصاد محلی در عین صیانت از میراث‌های هنری و فرهنگی جوامع محلی دست یافت. همچنین با استفاده از وجود ادیان و اقوام گوناگون به عنوان یک پتانسیل، می‌توان فضاهایی ویژه خلق کرد، چنانکه باست در مرور تاریخی خود از نقش فرهنگ و هنر در بازآفرینی شهری بریتانیا نتیجه‌گیری می‌کند، نقش اجتماعی فرهنگ و هنر در بهبود انسجام و همگرایی اجتماعی نقش مهمی در حفظ آداب و سنن فرهنگی جوامع ساکن در بافت قدیمی دارد. امروزه صنعت گردشگری به‌عنوان یکی از سودآورترین صنایع خدماتی نقش مهمی را در اقتصاد کشورها ایفا می‌کند. توجه ویژه به این

می‌رسد چارچوب توسعه گردشگری در بافت‌های تاریخی، برنامه‌های بلندمدت و مرحله به مرحله، بدون عجله و تأمین زیرساخت‌ها و تغییر دیدگاه‌های کوتاه‌مدت مدیریت شهری باشد. بر این اساس و به منظور دستیابی به اهداف مورد نظر بازآفرینی فرهنگ مینا، مراحل چهارگانه جهت مدیریت بهتر ارائه می‌شود، این راهبردها نشان از آن دارند که فرایندهای رایج برای توسعه گردشگری ناکارآمد بوده و برای ایجاد تحرک در برنامه‌های بازآفرینی فرهنگ مینا باید برنامه‌ای منسجم و عمل‌گرا و مرحله به مرحله با راهبری فرهنگ و هنر بومی و درگیر کردن ساکنان طراحی و اجرا شود. همزمان با این مسیر حفظ خاطره و هویت‌مندی ارزش‌های اصیل بافت نیز نباید فراموش شود.

پی‌نوشت

1. Diamond and Liddle
2. Seo
3. Montgomery
4. Gibson and Hardman
5. Catalyst
6. Eventfulness

تشکر و قدردانی

موردی توسط نویسندگان گزارش نشده است.

تعارض منافع

نویسندگان اعلام می‌دارند که در انجام این پژوهش هیچ‌گونه تعارض منافی برای ایشان وجود نداشته است.

تأییدیه‌های اخلاقی

نویسندگان متعهد می‌شوند که کلیه اصول اخلاقی انتشار اثر علمی را براساس اصول اخلاقی COPE رعایت کرده‌اند و در صورت احراز هر یک از موارد تخطی از اصول اخلاقی، حتی پس از انتشار مقاله، حق حذف مقاله و پیگیری مورد را به مجله می‌دهند.

منابع مالی / حمایت‌ها

موردی توسط نویسندگان گزارش نشده است.

مشارکت و مسئولیت نویسندگان

نویسندگان اعلام می‌دارند به‌طور مستقیم در مراحل انجام پژوهش و نگارش مقاله مشارکت فعال داشته و به‌طور برابر مسئولیت تمام محتویات و مطالب گفته‌شده در مقاله را می‌پذیرند.

علاوه بر این که موجب اتصال و پیوند نقاط با ارزش شهری می‌شود، خاطرات تاریخی بسیاری را نیز حیات می‌بخشد و هویت حوزه را باززنده‌سازی می‌کند.

طبق مدل مفهومی پژوهش، براساس مؤلفه‌های منتج از ادبیات تحقیق در خصوص بازآفرینی فرهنگ مینا، می‌توان مؤلفه‌های اصلی پژوهش را به سه بخش طراحی محور، خلاقیت محور و اجتماع محور تقسیم کرد. طبق جدول ۶، تأثیرپذیری مؤلفه‌های بازآفرینی شهری در محدوده مورد مطالعه به ترتیب اولویت عبارت است از: ۱- اجتماع محور، ۲- خلاقیت محور، ۳- طراحی محور. نتایج تحقیق حاکی از آن است که بافت تاریخی ارومیه پتانسیل بالایی را به لحاظ اجتماعی و توسعه گردشگری فرهنگی از جمله منابع فرهنگی و رویدادهای فرهنگی و مکان‌های تاریخی را داراست اما در عین حال همانگونه که چپاردی و هانیگان معتقدند، فرسودگی بافت، جدایی آن از مراکز جدید شهری و وجود فضاهای رها شده و بی دفاع و فضاهای فاقد طراحی با فضای نامناسب که در بافت تاریخی ارومیه نیز به دفعات دیده می‌شوند، از جمله موانع توسعه این نوع گردشگری و و کند شدن فرایند بازآفرینی آن محسوب می‌شوند. با در نظر گرفتن این محدودیت‌ها و با تکیه بر پتانسیل‌های بافت مورد مطالعه، سناریو و چشم‌انداز آن ارائه و سپس راهبرد و الگوی استراتژی ارائه شدند.

جهت رسیدن به بازآفرینی مورد نظر، سه مسیر اصلی بعنوان اهداف راهبردی پیشنهاد می‌شود:

- ۱- ایجاد مجموعه‌های تاریخی با هویت، خاطره‌انگیز و سرسبز (طراحی محور).
 - ۲- ایجاد فضاهای مشارکتی و رقابتی با تکیه بر صنایع خلاق (خلاقیت محور).
 - ۳- توسعه بر اساس مشارکت و ایجاد فضاهای تعامل پذیر و معرف فرهنگ ساکنین (اجتماع محور).
- بر اساس نتایج پژوهش به دلیل فرصت‌های منحصر به فردی که بافت‌های تاریخی در ایران از جمله بافت تاریخی ارومیه چه از منظر جاذبه‌های کالبدی و معماری و چه از منظر وجود تنوع فرهنگی به واسطه وجود ادیان و اقوام و سنت‌های قدیمی گوناگون می‌تواند داشته باشد، ولی کمبودهای شدید زیرساخت‌های گردشگری و چشم‌اندازهای محدود و گذرای مدیریت شهری می‌تواند از بزرگترین موانع استفاده از پتانسیل‌های آن‌ها باشد. بنابراین به نظر

References

1. Abbaszadeh, Muzaffar and Ishm, Masoumeh (2017). Definition of historical, cultural and tourism axis in the ancient context of Urmia (study sample: Mehdi Al-Qadam neighborhood), Quarterly Journal of Urban Studies, No. 4, Fall and Winter 2017, p. 114-97 [in persian].
2. Aini, Mohammad and Zahrahsadat Ardestani (2009), The Pyramid of Reconstruction and People's Participation; Criteria for evaluating urban endogenous development programs, Journal of City Identity, Third Year, No. 4, 58-47 [in persian].
3. Azadeh, Seyed Reza and Varesi, Hamidreza (2019). An Analysis of Executive Priorities in Improving the Quality of Urban Tourism Spaces Case Study: Yazd City, Urban Tourism Quarterly,

- Volume 6, Number 3, Fall 1398, pp. 57-41 [in persian].
4. Booyens, Irma, & Visser, Gustav. (2010) Tourism SMME development on the urban fringe: the case of Parys, South Africa. In *Urban Forum*, Springer Netherlands, Vol 21, No 4, pp. 367-385.
 5. Dejana Nedučin, Milena Krklješ, Zlatomir Gajić (2019). Post-socialist context of culture-led urban regeneration – Case study of a street in Novi Sad, Serbia, *Cities* 85 (2019) 72–82.
 6. . (2006). *Management of Regeneration Choices, challenges and dilemmas*. London and New York: Taylor & Francis e-Library.
 7. Evans, Graeme, J. Monclus, and M Guardia. (2006). “Branding the City of Culture: the Death of City Plan-ning?” *Culture, Urbanism and (Ashgate):* 197–214.
 8. Farshidfar, Ramin, & Pourkhiz, Iman. (2014). Architecture of Tourism & its Effect on Attract Tourism in Iran, *International Journal of Architecture & Urban Development*, Vol 4, No 4, pp. 67-72.
 9. Gibson, Chrissie, and David Hardman.(1998). “Regenerating urban heritage for tourism.” *Managing Leisure:* 37-54.
 10. Habibi, Kiomars and Pourahmad, Ahmad and Meshkini, Abolfazl (2010). Improvement and renovation of ancient urban textures, Entekhab Publications, Tehran [in persian].
 11. Hans Kjetil Lysgård (2019). The assemblage of culture-led policies in small towns and rural communities, *Geoforum* 101 (2019) 10–17.
 12. Hatami Nejad, Hossein; Aruji, Hassan; Shokravi, Negin; Mawlawi Qelichi, Mahmoud (2014). Survey and evaluation of urban tourism sites: a case study, Urmia city, urban tourism planning and development, spring 2014, year 3, number 9, p. 169-152 [in persian].
 13. Herrero-Prieto, L. C and Go’mez-Vega, M, (2017). Cultural Resources as a factor in cultural tourism attraction: Technical efficiency estimation of regional destinations in Spain, *Journal of Tourism Economics*, Vol. 23(2) 260-280.
 14. Hosseini, Mirza Hassan and Sazour, Azam (2011). Improving the quality of tourism services in Yazd from the perspective of foreign tourists, *Tourism Studies*, Fall and Winter 2011, Year 7, No. 16, p. 141-117 [in persian].
 15. Imani Khoshkhoo, Mohammad Hossein and Shahrabi Farahani, Mahdieh (2018). Providing a conceptual framework for cultural tourists’ perception of travel with emphasis on spirituality (Case Study: Isfahan), *Bagh-e Nazar*, 15 (68), 49-58 [in persian].
 16. Ishaqieh Firoozabadi, Emad; Salehi, Seyed Mostafa and Rashidi, Mohammad Mehdi (2019). Assessing the potential of regenerating capacities of culture-based culture in Fahadan neighborhood of Yazd with the aim of developing tourism in the neighborhood, *Urban Tourism Quarterly*, Volume 6, Number 3, Fall 1398, pp.74-59 [in persian].
 17. Karimzadeh, Ali; Shahriari, Seyed Kamaluddin and Ardashiri, Mahyar (2017). Explaining cultural policies affecting culture-based urban regeneration, city identity, No. 29, Year 11, Spring 2017 [in persian].
 18. Khaled A. Osman, Baher I. Farahat (2017). The conservation of the waterfront of Saida: A model for tourism and culture-led revitalization in valuable areas, *HBRC Journal*
 19. Middleton, C. and Freestone, P. (2008), *The Impact of Culture , led Regeneration on Regional Identity in North East England*, Prague, Czech Republic.
 20. Montgomery, John. (November 2003). “Cultural Quarters as Mechanisms for Urban Regeneration. Part 1: Conceptualising Cultural Quarters.” *Planning, Practice & Research* 18, no. 4: 293-306.
 21. Lotfi, Sahand (2011). Culture-Based Urban Reconstruction: A Reflection on Cultural Themes and Reconstruction Action. ” *Journal of Fine Arts*, No. 45: 62-49 [in persian].
 22. Lotfi, Sahand (2011). An introduction to the need to “recreate a culture based on conservation.” *Seven .43-53: 31-32 No.*, City [in persian].
 23. Ministry of Roads and Urban Development (Iran Urban Development and Improvement Company) (2015). *National Strategic Document for Rehabilitation, Improvement and Renovation of Dilapidated and Inefficient Urban Tissues*. In cooperation with the Ministry of Interior, the Organization of Municipalities and Rural Affairs, the Organization of Cultural Heritage, Tourism and Handicrafts, the Supreme Council of Provinces. Retrieved on 10/14/2017 [in persian].
 24. Montgomery, John. (February 2004). “Cultural Quarters as Mechanisms for Urban Regeneration. Part 2: A Review of Four Cultural Quarters in the UK, Ireland and Australia.” *Planning, Practice & Research* 19, no. 1: 3-31.
 25. Nourian, Farshad and Falehzadeh, Sajjad (2015). Recreating the old fabric of Amol city based on tourism development strategy and strategic scenario planning. *Fine Arts, Architecture and Urbanism* 20 (3), 43-58 [in persian].
 26. Omidvar, K. (2008) Effect tourist industry in renovation and improvement activities in historical. Vol.2, No.5, pp.21- 35.
 27. Pajouhan, Musa and Pourmoghadam, Zahra (2018). Strategic planning of urban tourism with the approach of recreating the culture based on historical contexts (Case study: the old context of Rasht), *Quarterly Journal of Urban Studies*, No. 27, Summer 1397, pp. 66-53 [in persian].
 28. Poor Ahmad, Ahmad, Habibi, Kiomars, Keshavarz, Mahnaz (2010). The evolution of the concept of urban regeneration as a new approach in worn-out urban contexts. *Iranian Islamic City Studies Quarterly*, No. 1: 73-92 [in persian].
 29. Pourzakaria, Maryam and Fadaei Nejad Bahramjerdi, Somayeh (2019). Re-reading the culture-based regeneration approach in building



- a creative city (compiling an analytical framework for recreating the creative and cultural hub), *Bagh-e Nazar Scientific Journal*, 16 (77), November 2017, p. 14-5 [in persian].
30. Papliyazdi, Mohammad Hossein and Saghaei, Mehdi (2010). *Tourism (Nature and Concepts)*, First Edition, Tehran: Samat Publications [in persian].
 31. Qasemi, Muslim; Sharafi, Hojjat Hilal; Jafari, Marzieh; Sheikh Alipour, Behzad (2015). Ranking of Urban Tourism Infrastructures Using Coopras Technique, *Urban Tourism Quarterly*, Winter 2016, Volume 3, Number 1, pp: 41-31 [in persian].
 32. Ratiu, D. E. (2013). *Creative Cities and/or Sustainable Cities: Discourses and Practices*. *City, Culture and Society*, 4(3), 125-135.
 33. Shamaei, Ali; Rezapour Mirsaleh, Hassan and Movahed, Ali (2018). Analysis of the role of recreating the old texture of Ardakan city in the development of urban tourism, *Iranian Islamic Quarterly*, Year 9, Issue 34, Winter 1397 [in persian].
 34. Shafiee Dastjerdi, Massoud and Moradian Boroujeni, Peyman (2015). Modeling the method of location selection in the reconstruction of dilapidated urban neighborhoods (Case study: Zeinabieh area of Isfahan), *Economics and Urban Management*, 3 (12), 137-154 [in persian].
 35. Schultz, Christian Nurberg (2005). *The concept of living towards allegorical architecture*, translated by Ahmad Yarahmadi, published by Agah [in persian].
 36. Seo, J-K. (2002). "Re-urbanisation in Regenerated Areas of Manchester and Glasgow New Residents and the Problems of Sustainability." *Cities* 19, no. 2: 113-121.
 37. Staratan, A, Perciuna, R, and Gribincea C., (2015). Identifying Cultural Tourism Potentials in Republic of Moldova through Cultural Consumption among Tourists, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, Vol 188, pp 116-121.
 38. Vareiro, Laurentina; Ribeiro, J. Cadima; & Remoaldo; Paula Cristina Almeida. (2017). Destination attributes & tourist's satisfaction in a cultural destination.
 39. Vickery, J., 2007. *The Emergence of Culture-led Regeneration: A policy concept and its discontents* Wise, Nicholas. (2016) *Outlining triple bottom line contexts in urban tourism regeneration*, *Cities*, Vol 53, pp. 30-34.
 40. Yin-Hao Chiu; Mei-Shin Lee, Jung-Wei Wang (2019). Culture-led urban regeneration strategy: An evaluation of the management strategies and performance of urban regeneration stations in Taipei City, *Habitat International* 86 (2019) 1-9.
 41. Yuan, Jianqiong; Deng, Jinyang; Pierskalla, Chad; & King, Brian. (2018). urban tourism attributes & overall satisfaction: An asymmetric impact-performance analysis. *Urban Forestry & Urban Greening*, 30, pp.169-181.



دو فصلنامه علمی
معماری و شهرسازی ایران