

مقاله پژوهشی

رونق بخشی گردشگری مذهبی در بافت‌های تاریخی به کمک طراحی شهری (نمونه موردی: محله نوغان مشهد)

مر تزی نظرآبادیان^۱، هومن قهرمانی^{۲*}^۱ کارشناس ارشد طراحی شهری، گروه شهرسازی، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه فردوسی مشهد، ایران.^۲ استادیار، گروه شهرسازی، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه فردوسی مشهد، ایران.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۳/۳۱ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۴/۱۵ تاریخ قرارگیری روی سایت: ۱۴۰۳/۰۵/۰۱

چکیده حرم امام هشتم شیعیان در مشهد به عنوان برجسته‌ترین مکان مذهبی و زیارتی ایران، هر ساله مقصد بسیاری از گردشگران داخل و خارج کشور است. محله نوغان با پیشینه‌ای غنی از تاریخ و هویت یکی از شاخص‌ترین محله‌های هم‌جوار با حرم رضوی همواره توجه زائران و گردشگران را معطوف به خود ساخته است. اجرای طرح‌های نوسازی با تمرکز تک‌بعدی بر مفهوم زیارت به عنوان هدف در غفلت از ظرفیت‌های تاریخی - هویتی مذهبی محدوده، شیوه بازسازی را مشروعیت بخشیده و با فروکاهش مفهوم زیارت و پهنه قدسی به نقطه اقامت - نقطه زیارت بسیاری از قابلیت‌های کالبدی - کارکردی موجود را هیچ انگاشته یا حذف کرده است. هدف از این پژوهش بیان مفهوم گردشگری مذهبی به عنوان نگاهی میانجی و کل‌نگر به قابلیت‌های بافت‌های مذهبی تاریخی و کیفیت‌های فضایی مؤثر بر آن و الگوی مناسب طراحی شهری محله تاریخی نوغان جهت ارتقای گردشگری مذهبی به عنوان نمونه ارائه شده است. روش پژوهش کیفی - کمی بوده و از نظر نوع هدف در زمره پژوهش‌های کاربردی قرار می‌گیرد. به منظور جمع‌آوری اطلاعات از منابع، پایگاه‌های علمی معتبر و نظر متخصصان طراحی شهری بهره‌گیری شده و نتایج به کمک تکنیک تحلیل محتوا ارزیابی شده است. یافته‌های پژوهش بیانگر است که ارتقای گردشگری مذهبی و مداخله طراحی محور می‌تواند به صورت موضوعی دوسر برد در معاصر سازی شهرهای تاریخی نقش آفرین باشد. در مدل به دست آمده طراحی محور به ترتیب ابعاد عملکردی، کالبدی و حرکت و دسترسی بافت شهری موجود بیشترین تأثیر را در ارتقای جایگاه گردشگری مذهبی بافت محله تاریخی نوغان داشته است.

واژگان کلیدی | طراحی شهری، گردشگری مذهبی، تحلیل محتوا، محله نوغان، بافت تاریخی.

زمینه‌ساز توسعه الگوهای فضایی گردشگری و جذب گردشگر، بهبود وضعیت فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی ساکنان و ترویج توسعه و هویت بومی و منطقه‌ای و فرهنگ را در قالب (گردشگری شهری) فراهم آورد (عباس‌زاده و همکاران، ۱۳۹۴، ۱۲). گردشگری مذهبی را می‌توان به عنوان یکی از قدیمی‌ترین و پررونق‌ترین انواع گردشگری حال حاضر در سراسر جهان معرفی کرد (Ajit, 2004, 2). گردشگری مذهبی و زیارت، ریشه‌ای عمیق در باورها و عقاید دینی داشته و در مفهومی تخصصی فراتر از وابستگی به اوقات فراغت و زمان بوده و عاملی اساسی در شکل‌گیری مسافرت، ایجاد تمرکز و چشم‌انداز فرهنگی است (مؤمنی و همکاران، ۱۳۸۶، ۱۴). با توجه به آمارهای منتشر شده از سازمان گردشگری جهانی، برآورد شده است که در سال حدود ۳۰۰ تا ۳۳۰ میلیون زائر از مناطق مذهبی در سراسر جهان بازدید می‌کنند که این آمار

مقدمه | گردشگری به دسته‌بندی‌های گوناگونی تقسیم شده است و بر اساس روش‌های متفاوتی طبقه‌بندی می‌شود. گردشگری مذهبی دارای پیشینه‌ای در تمامی مذاهب جهان است. همچنین انگیزه سفر را می‌توان به عنوان اصلی‌ترین تفاوت گردشگری مذهبی با سایر گونه‌های دیگر دانست. در ارتباط با هدف گردشگری مذهبی، غالباً شهرهایی به عنوان مقصد سفر مورد توجه قرار می‌گیرند که یک یا چند جاذبه همانند زیارتگاه‌ها، آثار تاریخی و هویتی، بازارهای متنوع خرید و فروش، امکانات اقامتی و تفریحی و سایر امکانات مورد نیاز گردشگران و زائران را دارا باشند.

ظرفیت‌های فرهنگی، گردشگری و تاریخی به خصوص در بافت‌های مرکزی و تاریخی شهرها به مثابه کانون‌های جاذب، قابلیت سرزندگی و پویایی بافت‌های شهری را داشته و می‌تواند

* نویسنده مسئول: ۰۵۱۳۸۸۰۵۴۲۷ ir.um.ac.ir@hghahremani

امام هشتم به مشهد مشرف می‌شوند. این محله در طول سالیان و با مرور زمان، علاوه بر فرسودگی در کالبد، دچار تضعیف کیفیت‌های فضایی، بصری، اجتماعی، زیست‌محیطی و مشکلات حرکت و دسترسی شده است. در این میان طراحی شهری به‌عنوان حلقه واسط و پیونددهنده گردشگری مذهبی و بافت تاریخی می‌تواند با ارتقا و بهبودبخشیدن کیفیت‌های فضای شهری، بافت تاریخی نوغان را به محیط مطلوب گردشگری جهت بازدید، اقامت، تفریح و فراغت گردشگران و زائران تبدیل کند.

این پژوهش به‌واسطه پیوندزدن مباحث گردشگری مذهبی، طراحی شهری، بافت تاریخی، حفاظت از آثار تاریخی، احیای بخشی از مسیرهای تشریف به حرم مطهر رضوی، احیای اصلی‌ترین مسیر بازار در محله نوغان، افزایش کیفیت‌های گردشگری جهت حضور و استفاده مخاطبان و گردشگران از فضا ضمن تلاش در تحقق تبدیل پتانسیل‌های محله نوغان به یک مسیر گردشگری مطلوب، به تقویت هویت محله نوغان و کیفیت‌بخشی به آن، با توجه به فرهنگ محلی می‌پردازد. با توجه به مسئله بیان‌شده، این پژوهش در پاسخ به دو پرسش ذیل انجام شده است:

۱- رویکردهای طراحی و برنامه‌ریزی شهری به‌طور عام چگونه می‌توانند گردشگری مذهبی را متأثر کنند؟ ابعاد نظیر و شاخص‌های وابسته براساس نمونه‌موردی نوغان کدام‌اند؟
۲- راهکارهای طراحی شهری به‌منظور ارتقا گردشگری مذهبی در محله نوغان کدام است؟

هدف از این پژوهش بیان مفهوم گردشگری مذهبی و کیفیت‌های فضایی مؤثر بر آن و ارائه الگوی مناسب طراحی شهری محله تاریخی نوغان جهت ارتقای گردشگری مذهبی است.

ادبیات نظری

• گردشگری مذهبی

گردشگری مذهبی به آن نوع گردشگری گفته می‌شود که انگیزه شرکت‌کنندگان آن به‌طور جزئی یا منحصراً به دلایل مذهبی است. در اینجا به‌عنوان یک‌گونه جداگانه و مجزا ذکر شده است، همچنین می‌تواند یک زیر گروه گردشگری فرهنگی در این طبقه‌بندی باشد. غالباً یک سفر ممکن است انگیزه‌های مختلف و اهداف تبعی دیگری داشته باشد (Rinschede, 1992, 52).

• بافت تاریخی

بخش مرکزی شهرها که اغلب مجموعه‌ای ارزشمند از تاریخ، فرهنگ و هویت جامعه را در خود جای داده، همواره مورد توجه گردشگران واقع شده است. با توجه به ارتباط دوسویه میان بازنده‌سازی بافت‌های تاریخی و توسعه گردشگری، بهره‌برداری مطلوب از آثار تاریخی و فرهنگی دربردارنده منافع

از سال ۲۰۱۹ تا ۲۰۲۳، بیش از پانزده درصد افزایش پیدا کرده است. با توجه به اطلاعات ارائه‌شده از سوی سازمان جهانی گردشگری، بیش از ۶۶ میلیون سفر بین‌المللی در سال ۲۰۲۲ به منطقه خاورمیانه انجام شده است و با توجه به سیر صعودی این سفرها پیش‌بینی می‌شود این تعداد به ۱۵۹ میلیون سفر در سال ۲۰۳۰ برسد (UNWTO, 2023).

شهرهای مذهبی با توجه به ماهیت تکوینشان غالباً دارای بافت تاریخی و با هویت ارزشمند و منحصربه‌فرد هستند. منظور از بافت‌های تاریخی، آنهایی است که به‌رغم فرسودگی ناشی از قدمتشان، در گستره‌شان بناها، مجموعه‌ها، تأسیسات و تجهیزات شهری با ارزش (و یا ترکیبی از آنها) وجود دارد (Sharan, 2005). بافت‌های تاریخی با ارزش کالبدی و فرهنگی نهفته در خود بهترین نشانه هویت شهری بوده، بنابراین در هویت‌دادن به شهر، نقش مؤثر و بارزی را ایفا می‌کند و در عین حال حیات و رشد این بافت مانع از بی‌هویتی و فرسودگی شهر از درون شده و توسعه بی‌رویه آن را محدود می‌کند (کیانی و همکاران، ۱۳۸۸، ۱۲۱).

فعالیت و حیات بافت‌های شهری خصوصاً شهرهای مذهبی غالباً دارای سابقه‌ای تاریخی و هویتی ارزشمند و منحصربه‌فرد، اصل و پایه بسیاری از آداب و رسوم و فرهنگ موجود است؛ اما با گذشت زمان و تغییر در سبک و روند توسعه کالبدی، عملکردی و..... از نقش ابنیه، فضاها و کالبد هویت‌مند و ارزشمند شهری کاسته شده و با ایجاد اختلال در روند کارکردی و عملکردی بافت، از جذابیت‌های آن برای گردشگری کاسته شده است (قاسمی‌خوزانی، ۱۳۸۶).

از آنجاکه بافت‌های شهری مذهبی و تاریخی غالباً در مرکزیت شهرها واقع شده‌اند و در برگیرنده عواملی همچون، بازارهای اصلی و تاریخی، کالبدهای هویت‌مند، مراکز مذهبی و زیارتی، ابنیه و فضاها دارای پیشینه تاریخی، مراکز خدماتی و..... هستند و نیز اتصال این عوامل را به‌عنوان مسیرهای تشریف به مراکز مذهبی و زیارتی برقرار می‌سازند، لذا همواره مورد توجه گردشگران، زائران و مسافران هستند.

طراحی شهری به‌عنوان دانشی میان‌رشته‌ای و تخصصی می‌تواند با بهره‌گیری از ابزارهای علمی، ارائه طرح‌ها و پیشنهادها کاربردی به حفظ و تقویت کالبدهای ارزشمند و هویتی و نیز تلاش جهت بهبود عملکرد موجود پرداخته و با طراحی و کیفیت‌بخشی به فضا، ضمن حفظ تاریخ و هویت بافت، آن را به‌عنوان بستری جهت جذب گردشگر، افزایش رونق اقتصادی و اجتماعی و کالبدی مطرح سازد (نظرآبادیان و قهرمانی، ۱۴۰۲، ۳).

محله نوغان با توجه به پیشینه غنی هویتی و تاریخی خود و نیز هم‌جواری با مجموعه حرم مطهر رضوی هرساله میزبان درصد قابل توجهی از گردشگران و زائرانی است که برای زیارت

فرهنگی، کالبدی اقتصادی و اجتماعی برای جوامع عرضه‌کننده آنهاست. فضاهای تاریخی - فرهنگی شهرها بیانگر سنت‌های گذشته و سبک‌فکری و هنری و شیوه شهرسازی و معماری پدیدآورندگان آنها هستند؛ لذا مورد توجه مردم قرار گرفته و نقش قابل توجهی در جذب گردشگران و سرمایه‌گذاران دارند. اقتصاد بخش تاریخی شهر متشکل از فعالیت‌های گردشگری شکل گرفته است و رونق می‌یابد. تأکید بر گردشگری و اقتصاد پایدار می‌تواند منشأ مطلوبی جهت بهره‌برداری اقتصادی از مراکز تاریخی شود. این امر تجدید حیات مراکز تاریخی و احیای کارکردهای فاخر و برتر را به این فضاها با توجه به ظرفیت‌هایشان، به همراه دارد (عظیمی و پرتوی، ۱۳۹۰، ۷۵).

• رویکردهای طراحی شهری مؤثر بر گردشگری مذهبی
 هنگامی که صحبت از گردشگری مذهبی به میان می‌آید، منظور سفری با اولویت زیارت یا بازدید از یک مکان مذهبی است که در کنار آن می‌توان انگیزه‌های دیگری مانند تفریح، بازدید و غیره را نیز دنبال کرد. این موضوع به آن معناست که در سال‌های اخیر مقاصد زیارتی و مقدس به مکان‌هایی چند عملکردی تبدیل شده‌اند که میزبان گردشگران بازدیدکنندگان بسیاری از سراسر دنیا هستند. گردشگران مذهبی پس از پرداختن به امر زیارت یا بازدید از مکان مذهبی بخشی از زمان خود را به بازدید از ارزش‌های تاریخی، میراثی، معماری، فرهنگی و یا هنری می‌گذرانند؛ لذا ضرورت فراهم کردن محیطی مطلوب به منظور جذب گردشگران و بازدیدکنندگان می‌تواند در جذب آنها بسیار مؤثر واقع شود. اماکن مقدس و زیارتی گاه هسته شکل‌گیری شهرها هستند که نمونه‌های آن را می‌توان در دنیا مشاهده کرد که از جمله می‌توان به شهر مشهد و بارگاه زیارتی امام هشتم شیعیان اشاره کرد. در این موارد غالباً بافت پیرامونی عامل زیارتی به‌عنوان هسته تاریخی و هویت‌مند شهر شناخته می‌شوند. حفاظت از آثار تاریخی و معنوی ارزشمند در این گونه بافت‌ها می‌تواند انگیزه گردشگران و زائران را جهت بازدید و یا مراجعه دوباره افزایش دهد؛ لذا اهمیت حفظ و ارتقای محیط‌های گردشگری اهمیت دوچندان پیدا می‌کند.

طراحی شهری به‌عنوان دانشی میان‌رشته‌ای می‌تواند ضمن درک نیازهای گردشگران از یک فضای مطلوب پذیرای گردشگر به‌منظور اقامت، زیارت و تفریح و نیز حفظ و ارتقای محیط‌های تاریخی با استفاده پیشنهادی طراحی‌گرانه و سیاست‌گذارانه به ارتقای جایگاه گردشگری مذهبی در بافت‌های مذهبی تاریخی کمک کند که ادبیات نظری مرتبط با هر کدام به تفصیل در ادامه آورده شده است.

- رویکرد طراحی‌گرانه

رویکرد طراحی‌گرانه در پنج بُعد عملکردی و فضاهای همگانی، فرم کالبدی، حرکت و دسترسی، منظر شهری و زیست‌محیطی قابل بررسی است.

بعد عملکردی و فضاهای همگانی: در حال حاضر، تأثیر گردشگری بر ساختارها و فضاهای عمومی شهری به میزانی است که صنعت گردشگری شهری از منظر مدیریت شهری بسیار اهمیت دارد. این موضوع باعث شده است طراحی شهری به این نتیجه برسد که ارتقای کیفیت فضاها و ایجاد تأسیساتی مناسب برای گردشگران، از جمله مراکز اقامتی، اماکن تفریحی و تجهیزات و مبلمان شهری نوین می‌تواند به حفظ تعاملات اجتماعی شهروندان بومی کمک کند. همچنین، این اقدامات می‌تواند رضایت بازدیدکنندگان فضاهای عمومی شهری را افزایش داده و در نتیجه گردشگران را جذب کند و زمینه لازم برای ایجاد انگیزه سفر مجدد را فراهم کند (صادقی و همکاران، ۱۳۹۵). فضاهای شهری اغلب به‌عنوان فضاهای عمومی و باز شناخته می‌شوند. این فضاها به‌عنوان محیط‌هایی برای تعاملات اجتماعی و ایجاد ارتباطات بین افراد شهری شناخته می‌شوند. از این رو، اهمیت این فضاها در تشکیل فضای عمومی شهر و ارتقای کیفیت زندگی شهروندان بسیار مهم است (پاکزاد، ۱۳۹۳). به‌طور مثال پارک‌ها، خیابان‌ها و میادین، رستوران‌ها و کافه‌ها، کتابخانه‌ها، مراکز خرید، سینما و تئاتر، کافی‌نت و فرهنگسرا، مساجد و حسینیه‌ها، نمایشگاه‌ها و موزه‌ها، استادیوم‌ها و باشگاه‌های ورزشی و سالن‌های کنسرت از جمله این فضاها هستند که نقش مهمی در ایجاد ارتباط اجتماعی و فعالیت‌های فرهنگی و تفریحی شهروندان دارند (اعتماد، ۱۳۸۴). بی‌تردید هر یک از فضاهای همگانی شهری با حضور مردم است که معنی پیدا کرده و تضمین حضور و پرداختن به فعالیت‌های روزمره در این گونه فضاها، تأمین آسایش، رضایت‌مندی و رفاه شهروندان اهمیت دارد (ملکیان و همکاران، ۱۳۹۵، ۲۴۰). از جمله عوامل تأثیرگذار بر رضایت‌مندی و آسایش شهروندان در فضاهای همگانی شهری می‌توان به مؤلفه‌هایی مانند زیبایی‌شناسی، تنوع، بداعت، اجتماع‌پذیری، آسایش و منظر، نفوذپذیری، ارتباط متقابل، غنا، مقتضیات بصری، برخورداری از تدارک و نگهداری مؤثر خدمات و تسهیلات، رقابت، تخصصی بودن، واجد قابلیت بهره‌برداری و تقسیم منابع و برخورداری از مبلمان شهری درخور که خود شامل عناصر زیبایی‌شناختی و کارکردی هستند، اشاره کرد (آگشته، ۱۳۷۹؛ بهرامی‌نژاد، ۱۳۸۲؛ حبیبی، ۱۳۸۰؛ رفیعیان و خدائی، ۱۳۸۸؛ سیفایی، ۱۳۸۴). کیفیت عملکردها و فضاهای عمومی می‌تواند به‌عنوان یکی از عوامل اساسی در بهبود تجربه گردشگری مذهبی مورد توجه قرار گیرد. هرچند اهمیت عمل زیارت و انگیزه‌های مذهبی برای گردشگران بسیار مهم است، اما دیگر عوامل نیز نقش بسیار مهمی در این زمینه ایفا می‌کنند. ارائه خدمات و امکانات گردشگری مناسب، متنوع بودن فعالیت‌ها و خدمات، راهنمایی و اطلاع‌رسانی مناسب به زائران و گردشگران، و فراهم‌بودن

بعد حرکت و دسترسی: امروزه سیستم حمل و نقل جزء اساسی صنعت گردشگری و پیش‌نیاز توسعه در هر منطقه از جهان است (Currie & Falconer, 2014; Khadaroo & Seetanah, 2007; Musa & Ndawayo, 2011; Schiefelbusch et al., 2007; Szymanska et al., 2021). یک ساختار حمل و نقل کارآمد، راحتی مسافران را به مقاصد مختلف افزایش می‌دهد که برای لذت‌بردن از فعالیت‌های تفریحی بیشتر ضروری است (Khadaroo & Seetanah, 2007). زیرساخت‌های گردشگری و حمل و نقل به هم پیوسته و از نظر اقتصادی سودمند هستند (Chen et al., 2021; Haller et al., 2021; Nenavath, 2023). گردشگری و حمل و نقل دو سازمان متفاوت نیستند؛ بلکه مکمل یکدیگر هستند. علاوه بر این، حمل و نقل یکی از عوامل تعیین‌کننده جذابیت مقصد در نظر گرفته شده (Chew, 1987; Chon et al., 1991; Gallarza et al., 2002; Gunn, 1988; Hu & Ritchie, 1993; Inskip, 1991; Martin & Witt, 1988; Naudé & Saayman, 2005; Robinson, 1976) و ضروری‌ترین مؤلفه است و اساساً امکان دسترسی برای گردشگر را فراهم می‌کند. زیرساخت مناسب راه‌ها و حمل و نقل گردشگران عامل مؤثری در جذب گردشگران است (Virkar & Mallya, 2018). بسیاری از محققان ارتباط مثبتی را بین زیرساخت‌های حمل و نقل و فعالیت‌های گردشگری پیشنهاد کرده‌اند (Khadaroo & Seetanah, 2007; Liu & Shi, 2019) که به‌طور مستقیم بر توسعه گردشگری تأثیر می‌گذارد (Kanwal et al., 2020; Nazneen et al., 2019). علاوه بر این، زیرساخت‌های گردشگری به‌طور مثبت بر کیفیت زندگی ساکنان تأثیر می‌گذارد (Mamirkulova et al., 2020). در برخی مطالعات ذکر شده است که اگر مقصد گردشگری از دسترسی محروم شود، گردشگری مطلوب امکان‌پذیر نخواهد بود (Chew, 1987; Prideaux, 2000). دسترسی یکی از ملاحظات مهم توسعه گردشگری در جهت نوآوری‌های جدید است (Gillovic & McIntosh, 2020). زیرساخت‌های حرکت و دسترسی یک جزء اصلی است و لذت جابه‌جایی را به گردشگران ارائه می‌دهد و موجب سهولت در دستیابی به کالاهای خدمات، فعالیت‌ها و مقاصد اشاره دارد (Dhali & Dar, 2019). ارتقای کیفیت حرکت و دسترسی، از جمله بهبود کیفیت ترافیک در محله، تضمین نورپردازی مناسب، فراهم کردن مبلمان شهری مناسب برای استفاده گردشگران و شهروندان، استفاده از کفپوش مناسب و آرام‌سازی تقاطع‌ها برای ارتقای کیفیت شبکه معابر و فراهم کردن امکانات حمل و نقل و دسترسی به انواع وسایل حمل و نقل، می‌تواند به‌صورت مؤثری به تأمین نیازهای گردشگران کمک کند (نظرآبادیان و قهرمانی، ۱۴۰۲، ۱۰). بعد زیست‌محیطی: ضرورت تأثیرات زیست‌محیطی گردشگری زمانی آشکار خواهد شد که گردشگران به دنبال

بستری مناسب برای انجام فعالیت‌های عامه می‌تواند به جذب و حفظ گردشگران مذهبی کمک کند. همچنین، امکان حضور گروه‌های مختلف سنی و جنسی و ارائه خدمات متناسب با توان مالی آنها، می‌تواند باعث افزایش تعداد گردشگران و حضور مکرر آنها شود (نظرآبادیان و قهرمانی، ۱۴۰۲، ۹). بعد فرم کالبدی: مورفولوژی شهری، یکی از مهم‌ترین رویکردهای کالبدی به شکل شهر است و چنین تعریف می‌شود: مورفولوژی شهری جریانی عمده در مطالعه شکل شهر در جغرافیای شهری است. واژه مورفولوژی به معنای علم فرم است که کار آن بررسی (شکل، فرم، ساختار خارجی یا شیوه مرتب‌شدن) است (میرمقتدایی، ۱۳۸۴، ۱۳۱). طرفداران این زمینه فکری عقیده دارند که تمایلات و ارزش‌های انسانی در کالبد شهر مستتر است و مطالعه کالبد شهر به‌طور ضمنی مطالعه ارزش‌های انسانی شکل‌دهنده آن نیز به‌شمار می‌رود: مورفولوژی شهری به مطالعه شهر به‌عنوان یک محیط کالبدی متمرکز است، اما به‌طور ضمنی پیوندی میان عناصر فضایی و مادی شهری و نیروهای اجتماعی و اقتصادی شکل‌دهنده آنها نیز برقرار می‌کند (Moudon, 2000, 2). شهرها از ابعاد مختلف می‌توانند بر توسعه گردشگری، مؤثر باشند که از جمله آنها می‌توان از ساختار، کالبد و مورفولوژی، وضعیت فرهنگی و... نام برد (Suleiman & Mohamed, 2011). در این میان عوامل کالبدی شهری به جهت آن که نمایان‌تر و ملموس‌تر بوده و قبل از هر بعد دیگری در شهر، نمود و عینیت دارد، اهمیت شایانی دارند (آیتی و همکاران، ۱۳۹۵، ۴۴). عوامل کالبدی شامل متغیرهایی نظیر محصوریت، زیبایی و چشم‌انداز مطلوب (Dubisch, 1995; Evans, 1998)، قابلیت دسترسی، امکانات جانبی و نیز احساس آرامش (بحرینی و طیبیان، ۱۳۷۷؛ هاشم‌پور و همکاران، ۱۳۹۴)، احساس امنیت (فرای، ۱۳۸۷)، هویت مکان و لذت بصری شده (بیر و هیگینز، ۱۳۹۲؛ رفیعیان و خدائی، ۱۳۸۸) و مجموعه این عوامل در دو دسته ابعاد عینی و ذهنی قابل دسته‌بندی هستند. فرم کالبدی به‌عنوان جنبه‌ای مشهود و قابل‌درک از طراحی شهری در فضا، تأثیر به‌سزایی بر تجربه یک گردشگر مذهبی دارد. وقتی یک گردشگر مذهبی وارد یک فضا می‌شود، اولین تصویری که در ذهنش شکل می‌گیرد، فرم کالبدی آن فضا است؛ بنابراین، اهمیت ورودی و الگوهای رفتاری در این فضا بسیار مهم است. رعایت ارزش‌های تاریخی و هویتی محله، تلاش برای حفظ یا احیای عناصر ارزشمند تاریخی و همچنین ایجاد تنوع کالبدی و فضایی، می‌تواند در جذب گردشگران مذهبی تأثیرگذار باشد. همچنین، ساماندهی نماها، حفظ عناصر کالبدی و ارتقای نشانه‌های ذهنی جمعی نیز می‌تواند به بهبود محیط گردشگری مذهبی کمک کند (نظرآبادیان و قهرمانی، ۱۴۰۲، ۸).

گردشگران یا بازدیدکنندگان را نسبت به آن مقصد منعکس می‌کند. یک منظر مطلوب که توسط دو مؤلفه ترکیبی تشکیل شده است می‌تواند مستقیماً بازدیدهای مکرر گردشگران و قصد آنها برای توصیه مقصد به دیگران را افزایش دهد (Giles et al., 2013; Marchiori & Cantoni, 2015; Qu et al., 2011). به‌خصوص برای مکان‌های مذهبی، یک تصویر مثبت نه تنها باعث افزایش باورهای شخصی و حفظ سلامت روان می‌شود، بلکه باعث ارتقای هماهنگی اجتماعی و تضمین امنیت و ثبات می‌شود (Homayouni, 2011)؛ بنابراین، می‌توان استدلال کرد که حفظ یا ایجاد یک تصویر مقصد مطلوب برای حفظ توسعه مکان‌های گردشگری مذهبی بسیار مهم است (Huang & Pearce, 2019).

در ارتباط با این موضوع وبر و همکاران (Weber et al., 2008) دریافتند که پوشش گیاهی، یکنواختی سبک، همگنی مقیاس و تقارن عناصر اصلی منظر شهری هستند. گروهی از پژوهشگران دیگر نیز موارد زیر را به‌عنوان عوامل تأثیرگذار بر منظر شهری ارزیابی و تأیید کرده‌اند که عبارت‌اند از پوشش گیاهی (Cackowski & Nasar, 2003; Galindo & Corraliza Rodríguez, 2000)، تازگی و تیپ (Hekkert et al., 2003; Nasar, 2017)، نظم (Nasar, 1990) و تعامل بین نظم و پیچیدگی و مراقبت و نگهداری.

محصولیت و تناسبات بصری، مطلوبیت کیفیت‌های بصری و ساماندهی کنج‌های تاریک و مخفی را می‌توان سه مؤلفه مؤثر و مهم در ارتقای جایگاه گردشگری مذهبی به کمک طراحی شهری در بافت تاریخی دانست (نظرآبادیان و قهرمانی، ۱۴۰۲، ۱۱).

- رویکرد برنامه‌ریزانه

رویکرد برنامه‌ریزانه در دو بُعد مدیریت گردشگری و اجتماعی قابل بررسی است.

بُعد مدیریت گردشگری: ویژگی‌های مقصد گردشگری، شامل جاذبه‌های محلی، عوامل فرهنگی - هویتی و عوامل رفاهی، به‌عنوان عوامل تعیین‌کننده در جذب و ماندگاری گردشگر مذهبی مطرح می‌شوند. عوامل رفاهی از جمله خدمات بهداشتی و درمانی، آسانی تبدیل ارز، مسیرها و حمل‌ونقل مناسب، تأمین مواد غذایی متنوع و مناسب، شرایط اسکان مناسب و اقتصادی و دیگر عوامل مرتبط، کلیتی واحد را در جهت رفاه گردشگران در یک مکان فراهم می‌کنند. در فرایند گردشگری، معمولاً مقصد موردتوجه گردشگران، جاذبه‌های گردشگری متعددی دارد، از جمله آثار علمی، فرهنگی، تاریخی، زیارتگاه، طبیعت زیبا و متنوع، تسهیلات ارتباطی، بازارهای خریدوفروش و امکانات تفریحی و اقامتی. به‌عبارت‌دیگر، گردشگری نتیجه تناسب عوامل مختلفی است که هر یک از آنها تأثیرات مهمی در جریان گردشگری دارند؛ بنابراین، عوامل رفاهی نیز اهمیت زیادی دارند. امنیت و گردشگری، دو عامل

تجربیات و خاطرات بی‌نظیر در طبیعت و مقصد هستند؛ زیرا محصولات گردشگری غیرقابل‌لمس هستند و تجربه نقش زیادی در این معیارها دارد (Foruzan, 2014). تأثیر گردشگری بر محیط فیزیکی غیرقابل‌انکار است و این نوع تأثیرات برای دهه‌ها موردتوجه قرار گرفته است؛ اما اخیراً این تمرکز به اکوسیستم‌های خاص و نقش گردشگری در تغییر اقلیم و برخی دیگر از مسائل مرتبط منتقل شده است (McKercher, 1993). در جنبه‌های زیست‌محیطی گردشگری باید توجه داشت که مفهوم پایداری باید مورد تأکید فراوان قرار گیرد و از منابع تجدیدنپذیر نباید بیش از حد استفاده شود و باید توسط برنامه‌ریزان مدیریت شود (Mbaiwa, 2005). گردشگری تأثیر غیرقابل‌انکار و مهمی بر محیط‌زیست دارد و سپس درک منطقی این مفهوم ضروری و مفید به نظر می‌رسد. درک نادرست ساکنان در مورد ضرورت برنامه‌های گردشگری به‌عنوان بزرگ‌ترین خطر از نظر توسعه و رشد درنظر گرفته و تعریف شده است. به‌منظور پایداری زیست‌محیطی گردشگری، نگرش و درک گردشگری در مورد منابع طبیعی و حفاظت باید تقویت شود (Foruzan, 2014).

این تأثیرات منفی می‌تواند موجب نارضایتی ساکنان شود و در نتیجه برای تصویر مقصد گردشگری نامناسب خواهد بود. تأثیر گردشگری بر کیفیت زندگی ساکنان قابل‌انکار نیست و باید در روند برنامه‌ریزی بلندمدت و کوتاه‌مدت گردشگری موردتوجه قرار گیرد. لازم به ذکر است ساکنانی که از بخش گردشگری و درآمد آن بهره‌مند می‌شوند، رضایت بیشتری خواهند داشت و سطح حمایت و رضایت بالاتری را نشان می‌دهند. علاوه‌بر این، ساختار جامعه با حضور گردشگران و رشد گردشگری تغییر خواهد کرد. ساکنانی که دور از مناطق گردشگری زندگی می‌کنند ممکن است سطح نارضایتی بالایی نشان دهند زیرا از بخش گردشگری و توسعه گردشگری سود کمتری می‌برند (Tosun, 2002).

کیفیت‌های زیست‌محیطی اهمیت بسیاری دارند و در تعیین مقصد گردشگری مذهبی نقش مهمی ایفا می‌کنند. ارتقای این کیفیت‌ها همواره به‌عنوان یک دغدغه اساسی مطرح بوده است. یک محیط مطلوب از نظر زیست‌محیطی شامل پوشش گیاهی مناسب و تطابق با اقلیم، کیفیت صوتی مناسب در محل، وضعیت آب‌وهوایی و زیست‌محیطی استاندارد و همچنین پایش و مدیریت زیست‌محیطی مناسب است (نظرآبادیان و قهرمانی، ۱۴۰۲، ۱۲). بُعد منظر شهری: بُعد منظر گردشگری ساختاری پیچیده، نسبی‌گرایانه و پویا است (Gallarza et al., 2002). منظر یک سایت مطلوب گردشگری متکی بر دو مؤلفه است: ارزیابی شناختی و ارزیابی عاطفی (Walmsley & Young, 1998). درحالی‌که مؤلفه شناختی به باورها یا دانش گردشگران در مورد یک مقصد اشاره دارد، ابعاد تأثیرگذار احساسات

گردشگری مذهبی و تحقق اهداف برنامه‌ریزی شهری در بافت تاریخی، اهمیت بالایی دارد (نظراً بادیان و قهرمانی، ۱۴۰۲، ۱۴).

پیشینه پژوهش • مرور سیستماتیک

در ابتدا گردآوری داده‌ها با استفاده از روش مرور سیستماتیک در پایگاه‌های معتبر علمی انجام شده است. نتایج بررسی مقالات معتبر علمی نشان می‌دهد که در سال‌های اخیر رفته‌رفته بر اهمیت توجه به موضوع گردشگری مذهبی افزوده شده و پژوهش‌های بسیاری در جهت ارتقای کیفیت بافت‌های مذهبی به‌منظور پاسخ‌دهی به نیاز گردشگران انجام شده است؛ اما همانگونه که نمودارهای فراوانی پژوهش‌های در تصویر نشان می‌دهد تاکنون کمتر به نقش طراحی شهری و نحوه تأثیرگذاری آن بر گردشگری مذهبی به‌ویژه در زمینه‌های تاریخی پرداخته شده است. در راستای انجام این پژوهش پس از جست‌وجوی کلیدواژه (گردشگری مذهبی) در دو پایگاه علمی Scopus و Google Scholar در بازه زمانی سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۳ تعداد ۷۷۸ مقاله به دست آمده است. در گام بعد و پس از بررسی عنوان مقالات تعداد ۲۲۵ مقاله مرتبط با هدف پژوهش بوده که نسبت به مطالعه چکیده آنها اقدام شده و در نهایت ۶۰ مقاله مورد بررسی عمیق علمی قرار گرفته‌اند. تصویر ۱ ارتباط میان پژوهش‌های گردشگری مذهبی و طراحی شهری را نشان می‌دهد که بیانگر این امر است که تاکنون رابطه میان این دو حوزه به تفصیل مورد مطالعه قرار نگرفته است. پژوهش‌هایی که در جدول ۱ به آنها اشاره شده تنها بخشی از مهم‌ترین تحقیقاتی است که به‌نحوی با موضوع این پژوهش ارتباط داشته‌اند.

با توجه به مطالعات انجام شده پژوهش‌های پیشین هیچ‌گاه به‌صورت عمیق و جزئی به ارتباط دو طرفه مفهوم گردشگری مذهبی و رویکردهای نظیر دانش شهرسازی نپرداخته و فاقد راه‌حل‌های عملیاتی در این خصوص بوده‌اند.

روش پژوهش

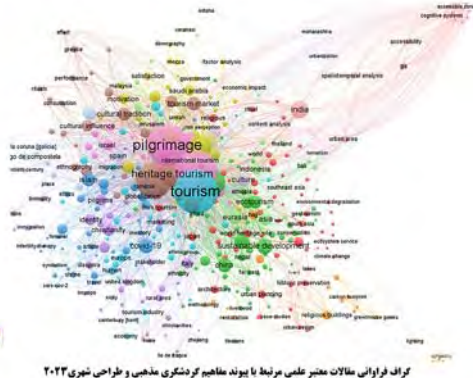
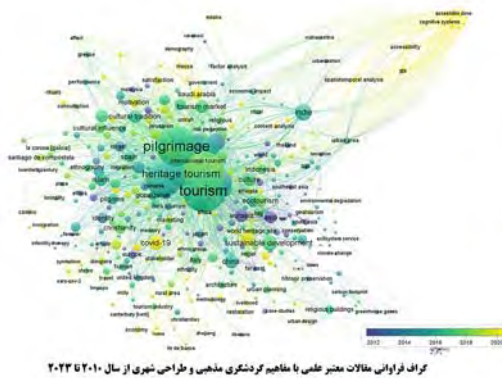
این پژوهش در زمره پژوهش‌های کاربردی بوده و با هدف ارتقای گردشگری مذهبی به کمک طراحی شهری در بافت تاریخی شهر مشهد انجام شده است. در راستای انجام این پژوهش در گام نخست با استفاده از روش مرور سیستماتیک به بررسی پژوهش‌های دو پایگاه علمی Scopus و Google Scholar متناسب با کلیدواژه‌های پژوهش پرداخته شده است و سپس با استفاده از روش تحلیل محتوا راهکارهای مؤثر بر رونق‌بخشی گردشگری مذهبی در بافت‌های تاریخی به کمک طراحی شهری شناسایی و استخراج شده و با کمک نرم‌افزار MAXQDA 2018 طبقه‌بندی شدند. در ارتباط با

متقابل هستند که ارتباط مستقیمی با یکدیگر دارند. در صورت عدم امنیت، سفری انجام نمی‌شود و توجه به گردشگری در یک محیط ناامن، بی‌فایده است. این نشان می‌دهد که امنیت یکی از مهم‌ترین عوامل توسعه گردشگری در جهان است (پورنگ و همکاران، ۱۳۹۹، ۱۷۹).

دیدگاه مجاوران نسبت به حضور زائران و گردشگران، توجه به تحقیقات مرتبط با حوزه گردشگری، آموزش و فرهنگ‌سازی گردشگری مذهبی در بین گروه‌های مختلف از جامعه، به‌عنوان سه عامل مهم و اساسی در بهبود و توسعه گردشگری مذهبی از طریق برنامه‌ریزی شهری در بافت تاریخی، مورد توجه قرار می‌گیرند (نظراً بادیان و قهرمانی، ۱۴۰۲، ۱۳).

بعد اجتماعی: گردشگری مذهبی به‌عنوان یکی از گونه‌های گردشگری مطرح است که ارتباط مستقیم و نزدیکی با موضوع زیارت و مراسمات آیینی دارد. یکی از اصلی‌ترین جنبه‌های گردشگری مذهبی در ارتباط با توسعه آن، چیدمان نظام فضای شهری است. در این راستا، مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی با عملکرد خود، ساماندهی فضاهای شهری را سبب شده است و موجب گردشگری مذهبی می‌شوند. ارتقای کیفیت یک محیط گردشگری مذهبی مطلوب در صورتی که توأم با اهرم‌های سرمایه اجتماعی نمود یابند می‌تواند بر توسعه گردشگری اثر بگذارد. سه شاخص اصلی اعتماد، مشارکت و انسجام اجتماعی تأثیرگذار بر رونق گردشگری مذهبی است و ضمن داشتن ارتباط معنادار با نظام‌بخشی فضا، با یکدیگر نیز ارتباط معنادار داشته و به‌صورت پیوسته با هم عملکرد می‌یابند؛ لذا می‌توان، از ظرفیت سرمایه‌های اجتماعی شکل‌گرفته در کنترل و مدیریت فضای شهری بهره لازم را برده و با مردم‌محور کردن فضای شهری، فضای خدماتی بیشتری را برای گردشگران مذهبی فراهم کرد (دویران و احمدی، ۱۳۹۹، ۲۰۹).

در سال‌های اخیر سرمایه اجتماعی به‌عنوان یکی از اهرم‌های تقویت‌کننده تعامل‌ها و تقابل‌های مؤثر اجتماعی و به‌مثابه یک دارایی نامشهود مورد توجه برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران به‌ویژه مدیریت شهری قرار گرفته است. این مفهوم علی‌رغم ماهیت غیرفیزیکی خود نقش به‌سزایی در توسعه فیزیکی - کالبدی شهرها بر جای می‌گذارد (رضایی و نوری، ۱۳۹۶، ۸۳). اعتماد اجتماعی، انسجام اجتماعی و ارتقای کیفیت تعاملات اجتماعی، به‌عنوان سه عنصر مهم و تأثیرگذار در ارتقای جایگاه گردشگری مذهبی از طریق برنامه‌ریزی شهری در بافت تاریخی، مورد توجه قرار می‌گیرند. این عوامل اساسی نقش مهمی در تحقق اهداف اجتماعی و فرهنگی در این زمینه دارند. اعتماد اجتماعی، به‌عنوان پایه‌ای اساسی برای رشد و توسعه جامعه، اهمیت به‌سزایی دارد. همچنین، انسجام اجتماعی و تعاملات مثبت بین افراد، بهبود کیفیت زندگی اجتماعی را تضمین می‌کند. این موارد به‌عنوان عوامل اساسی در ارتقای جایگاه



تصویر ۱. ارتباط طراحی شهری و گردشگری مذهبی در مطالعات پیشین. مأخذ: نگارندگان.

اسکات، بین ۱۰ تا ۲۰ درصد از حجم کل نمونه جهت بررسی به قید قرعه انتخاب شده‌اند. برای این کار از نرم‌افزار SPSS³ و با استفاده از افزونه Random Sample⁴ نسبت به انتخاب ۱۵ شاخص اقدام شده است. سپس چهار کارشناس خبره نسبت به کدگذاری کدهای باز (کیفیت‌های فضایی) اقدام کرده‌اند که در جدول ۲ توافق یا عدم توافق آرای آنها نمایش داده شده است.

- محاسبه درصد توافق مشاهده شده

سپس با توجه به تعداد کدهای هم‌رای درصد توافق مشاهده شده (PO) محاسبه شده است و پس از آن مطابق فرمول اسکات^۵ درصد توافق مورد انتظار به دست آمده که نتیجه آزمون حصول پایایی با ۸۰٪ اطمینان بوده است.

$$Po = \frac{12 * 100}{15} = 80\%$$

- محاسبه درصد توافق مورد انتظار

در این مرحله درصد توافق مورد انتظار (Pe) محاسبه شده است:

$$Pe = (0.155)^2 + (0.3)^2 + (0.1)^2 + (0.05)^2 + (0.155)^2 + (0.1)^2 + (0.14)^2 = 0.18015$$

- اثبات پایایی

پایایی مدل به دست آمده برابر با $\pi=0.75$ به این معنی است که با در نظر گرفتن هفت زیرمجموعه مرتبط، ۷۵ درصد شباهت بین این چهار کدگذاری از نظر دسته‌بندی وجود دارد. معیار توافق بین چهار کدگذار بین صفر و یک در نوسان است. وقتی $\pi=0$ به این معنی است که هیچ توافقی و شباهتی بین کدگذارها وجود ندارد. وقتی $\pi=1$ ، به این معنی است که چهار کدگذار مطابق یکدیگر کدگذاری کرده‌اند. با توجه به $\pi=0.75$ می‌توان نتیجه

این روش از مصاحبه با دو متخصص طراحی شهری و آگاه به حوزه گردشگری مذهبی جهت تأیید روایی و از روش اسکات برای اثبات پایایی استفاده شده است. در تدوین ادبیات نظری پژوهش نیز مطابق با بسیاری از پژوهش‌های کاربردی از مطالعه اسناد علمی و کتابخانه‌ای بهره گرفته شده است. در گام بعد و پس از طبقه‌بندی راهکارهای مستخرج به شاخص‌ها، ابعاد و رویکردهای متناظر با موضوع، براساس نظر متخصصان و با استفاده از روش AHP^۱ و نرم‌افزار Expert Choice^۲ جهت سنجش میزان اهمیت و تأثیرگذاری هر شاخص بر ارتقای کیفیت گردشگری مذهبی در بافت‌های تاریخی به مقایسه دودویی شاخص‌های پژوهش اقدام شده و وزن هر یک از شاخص‌ها براساس ارزیابی به دست آمده است. در گام آخر متناسب با ابعاد طراحانه ارائه راهبردها، اهداف عملیاتی و سیاست‌ها انجام شده است.

• تحلیل محتوا و تدوین چارچوب مفهومی پژوهش

پس از مطالعه پژوهش‌های تدقیق شده برای تحلیل داده‌ها ابتدا کدهای باز مستخرج از مطالعات براساس موضوع و سبک مطلب در هفت دسته تقسیم‌بندی شده‌اند. آنچه در تصاویر ۲ و ۳ آورده شده است یک دسته‌بندی جامع مشتمل بر ۷۷ راهکار پیشنهادی برآمده از ۲۸ شاخص در ۷ بعد جامع و مؤثر در دو رویکرد طراحانه و برنامه‌ریزانه جهت سنجش گردشگری مذهبی مطلوب در بافت‌های تاریخی است. با توجه به مطالعات پیشین انجام شده می‌توان دسته‌بندی زیر را به عنوان عوامل طراحی شهری مؤثر بر ارتقای گردشگری مذهبی در بافت‌های تاریخی ارائه داد. برای سنجش روایی مدل به دست آمده براساس شاخص ضریب

مأخذ	عنوان پژوهش	خلاصه نتایج پژوهش
عبدود و همکاران (۱۴۰۰)	بازآفرینی بافت تاریخی با رویکرد مکان‌سازی گردشگری؛ نمونه مطالعاتی: بخش مرکزی شهر ارومیه	نتایج بیان می‌کند ساخت مکان‌هایی با رویکرد مکان‌سازی گردشگری ضمن افزایش رونق اقتصادی، موجب تقویت ویژگی‌های فرهنگی و هنری شهری شده و در نتیجه آن افزایش حس تعلق به مکان، تقویت هویت شهری و شهروندی، احیای بافت‌های تاریخی و قدیمی و نیز ایجاد محیطی مطلوب برای جذب گردشگر خارجی و داخلی حاصل می‌شود.
دوبران و احمدی (۱۳۹۹)	اثرات نظام‌بخشی فضای شهری در بازتولید گردشگری مذهبی از طریق میانجی سرمایه اجتماعی (نمونه موردی: مراسم عصر تاسوعای شهر زنجان)	نتایج حاصل از این پژوهش بیانگر این است که برگزاری مراسم‌های آیینی دهه محرم به‌عنوان یکی از جنبه‌های اصلی گردشگری مذهبی به‌شمار می‌رود که جایگاه مهم و نقش پررنگی در ذهن‌ها و اعتقادات مذهبی مردم دارد. چیدمان نظام فضای شهری به‌عنوان یکی از عوامل تأثیرگذار در توسعه مراسم‌های آیینی در جهت ارتقای گردشگری مذهبی مطرح است. بنابراین، شاخص‌های سرمایه اجتماعی با عملکرد خود، موجب ساماندهی فضاهای شهری شده و بازتولید گردشگری مذهبی را توسعه می‌دهند.
پورنگ و همکاران (۱۳۹۹)	شناسایی عوامل مؤثر بر جذب و ماندگاری گردشگر مذهبی در کلان‌شهر مشهد با رویکرد داده‌بنیاد	نتایج به‌دست‌آمده از پژوهش بیانگر آن است که گردشگری در فرهنگ و تمدن اسلامی پیوند عمیقی با اندیشه و باور مسلمانان دارد و به‌عنوان یک صنعت سودآور در سطح بین‌المللی و همچنین یک راه مناسب جهت درآمدزایی و خروج از مشکلات اقتصادی در عرصه‌های محلی، ناحیه‌ای، منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی مطرح است.
اکبری و همکاران (۱۳۹۹)	مدل‌سازی ساختاری تفسیری عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری مذهبی در ایران با رویکرد آینده‌پژوهی	نتایج نشان می‌دهند که گردشگری مذهبی از رایج‌ترین اشکال گردشگری در جهان است و صاحب‌نظران این صنعت بر این باورند که گردشگری مذهبی از نظر موقعیت فرهنگی-مذهبی خاص ایران پتانسیل رشد و توسعه بسیاری نسبت به سایر کشور دارد.
Heidari et al. (2021)	رویکرد شبکه‌ای برای تحلیل کسب‌وکارهای گردشگری مذهبی و بررسی مولفه‌های آن در مورد عتبات‌عالیات در عراق	نتایج بیان می‌کنند که در یک مقصد گردشگری مذهبی، مطالعه شبکه‌های کسب‌وکار می‌تواند برای بهبود درک تعاملاتی که در داخل یا بین کسب‌وکارها اتفاق می‌افتد، با کاوش در ارتباطات غیررسمی و رسمی که آنها را به یکدیگر مرتبط می‌کند، مورد استفاده قرار گیرد.
Sururi (2020)	بازیگر حاکمیت مشارکتی در برنامه احیای منطقه گردشگری مذهبی قدیمی بانتن	نتایج نشان داد که عوامل مختلفی از جمله تعهد، شناسایی نیازهای اولویت‌دار، فرایند یکپارچگی و هماهنگی، مدل‌های مشارکتی و نهادی از موفقیت همکاری‌های منطقه‌ای در برنامه احیاء حمایت می‌کند.
Tomljenovic & Dukic (2017)	گردشگری مذهبی: از یک محصول گردشگری به عاملی برای دگرگونی اجتماعی	نتایج نشان می‌دهد که گردشگری مذهبی/معنوی واقعاً می‌تواند تحول فردی و اجتماعی راه، عمدتاً از طریق تأکید بر معنویت، یا از طریق ارائه تجربیاتی که گردشگران را به تفکر در زندگی و جهان‌بینی خود وادار می‌کند، تقویت کند. برای حفظ کامل این پتانسیل، ما باید از ذهنیت گردشگری مذهبی به‌عنوان یک طاقچه روبه‌رشد گردشگری خارج شویم و در ذهنیت گردشگری مذهبی به‌عنوان یک نیروی دگرگون‌کننده که می‌تواند تغییرات فردی و اجتماعی را تسهیل کند، قدم برداریم. مفاهیم برای تحقیقات بیشتر نیز ارائه شده است.
Yakunin et al. (2016)	گردشگری مذهبی و زیارت در روسیه: تحلیل تاریخی فرهنگی	این پژوهش اهداف گردشگری مذهبی را شامل شرکت در جشن مراسم مذهبی، تزکیه نفس و تصدیق جایگاه معنوی، بالابردن جایگاه شخصیتی در جامعه مذهبی، عبادت مکان مقدس، کلیسا، آثار، به‌دست‌آوردن شفای معنوی و فیزیکی، دریافت انرژی روحی و در نهایت انگیزه‌های سکولار شامل کنجکاوی، زیبایی، معماری و... می‌داند. او گردشگری مذهبی را گردشگری برای اهداف علمی و گردشگری آموزشی دینی تعریف می‌کند.

نگارندگان

نگارندگان

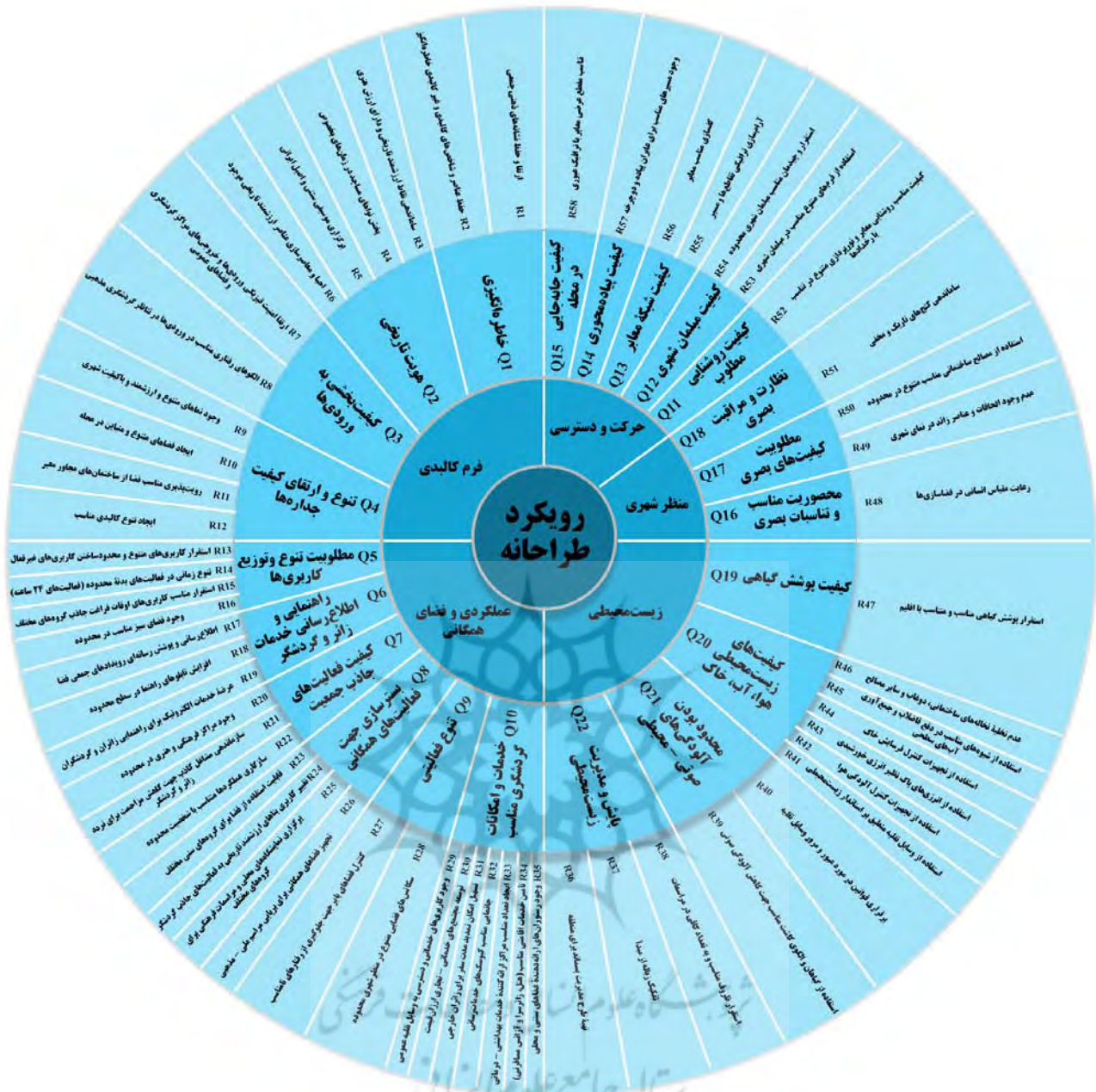
راسته‌ها و کانون‌های فعالیتی متنوع از جمله خیابان نوغان شده است. بافت تاریخی محله نوغان به‌دلیل بی‌توجهی و در مرور زمان رو به فرسودگی نهاده است. با توجه به اهمیت بافت تاریخی نوغان به‌عنوان یکی از اصلی‌ترین مراکز جذب گردشگران از گذشته تا کنون، لزوم ارتقای بسترهای جذب و سکونت گردشگران در این محله بیش از پیش ضرورت یافته است. در این پژوهش عوامل طراحی شهری مؤثر بر رونق‌بخشی گردشگری مذهبی شناسایی شده و پس از آن اهمیت هر شاخص در محله نوغان مورد سنجش قرار گرفته است. پس از فهم اولویت ابعاد و شاخص‌های طراحی شهری

گرفت که کدگذاری مقوله‌ها جامع بوده و در نتیجه می‌توان از صحت تحقیق اطمینان حاصل کرد.

$$\pi = \frac{0.8 - 0.18015}{1 - 0.18015} = 0.756052937$$

معرفی محدوده مورد مطالعه

همان‌طور که در تصویر ۴ ملاحظه می‌شود، محله نوغان در حوزه مرکزی شهر مشهد، منطقه ثامن و در مجاورت حرم مطهر امام رضا قرار گرفته است. حوزه مرکزی مشهد، به علت قدمت بالا و مرکزیت آن، بخش عمده‌ای از فعالیت‌های مقیاس شهر و فراشهر را در خود جای داده است که سبب شکل‌گیری



تصویر ۲. ابعاد، شاخص‌ها و راهکارهای طراحی طراحانه مرتبط با ارتقای گردشگری مذهبی در محله نوغان. مأخذ: نگارندگان.

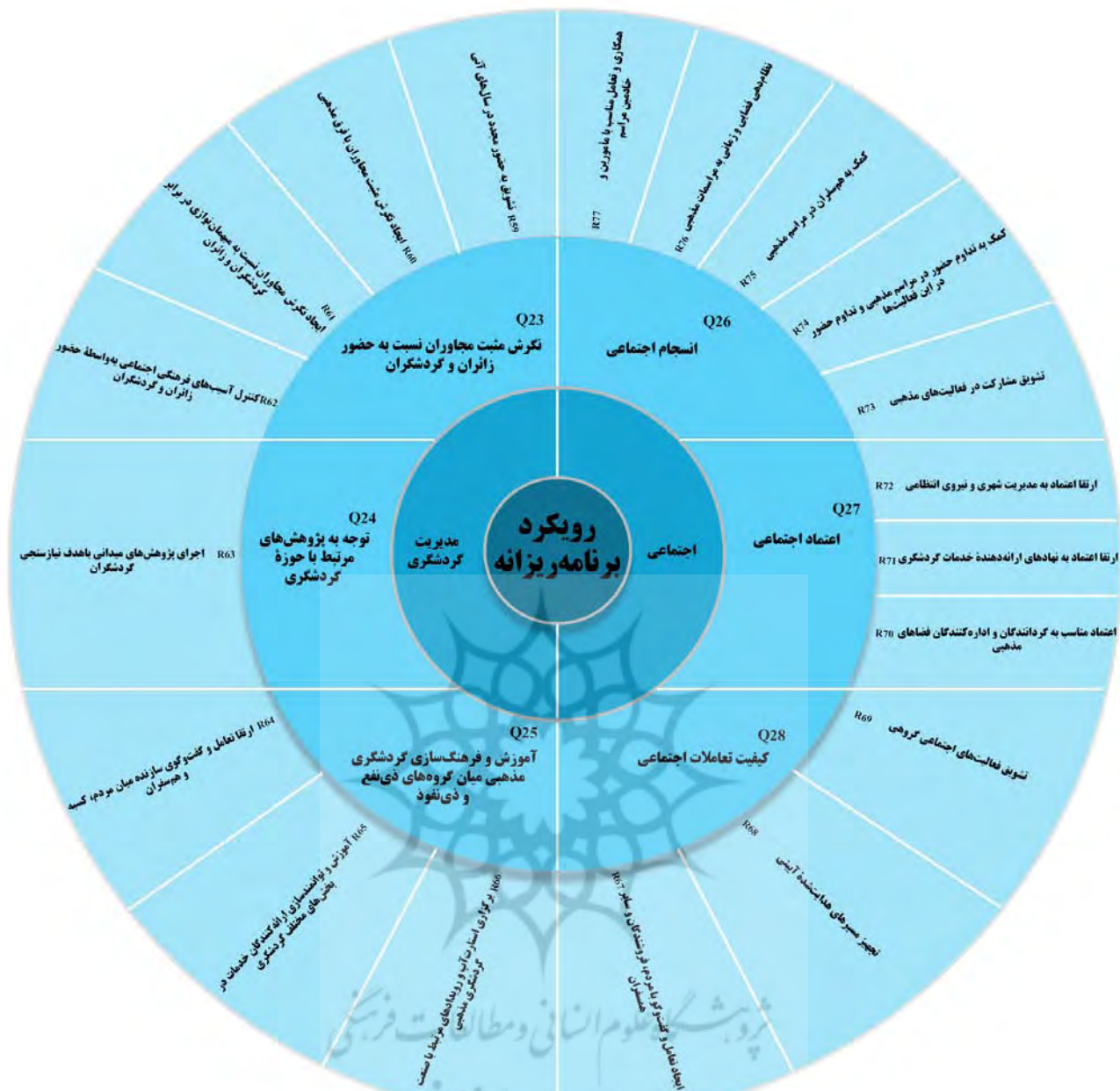
شاخص به ارتقای جایگاه گردشگری مذهبی در بافت کمک کند.

به‌منظور سنجش شاخص‌های پژوهش با نظر متخصصان و با استفاده از روش AHP در محیط نرم‌افزاری Expert Choice نسبت به مقایسه دودویی شاخص‌های پژوهش اقدام شده و رتبه‌دهی و میزان تأثیرگذاری هر شاخص در جهت ارتقای گردشگری مذهبی در بافت تاریخی محله نوغان به‌دست آمده است. در این سنجش دو متخصص پس از مطالعه شاخص‌های به‌دست‌آمده از تحلیل محتوا با توجه به موقعیت و ویژگی‌های محله نوغان به مقایسه شاخص‌ها پرداخته‌اند. بافت‌های تاریخی مذهبی بستر بسیار مناسب و مطلوبی جهت جذب زائر و گردشگر هستند. ارتقای کیفیت‌های مکانی می‌تواند

به‌منظور ارتقای گردشگری مذهبی در محدوده مطالعاتی، پیشنهاداتی در این خصوص ارائه شده است.

بحث و یافته‌ها

باتوجه به مطالعه انجام‌شده با دو رویکرد طراحانه و برنامه‌ریزانه در خصوص موضوع موردبحث می‌توان بیان کرد که راهکارهای پیشنهادی و شاخص‌های محیط رونق‌بخش گردشگری مذهبی مطلوب را می‌توان در هفت بُعد کلی شامل فرم کالبدی، عملکردی و فضاهای همگانی، حرکت و دسترسی، منظر شهری، زیست‌محیطی، مدیریت گردشگری و اجتماعی طبقه‌بندی کرد. طراحی شهری می‌تواند به‌صورت مستقیم از طریق تأمین کیفیتی مطلوب متناسب با هر



تصویر ۳. ابعاد، شاخص‌ها و راهکارهای برنامه‌ریزانه مرتبط با ارتقای گردشگری مذهبی در محله نوغان. مأخذ: نگارندگان.

دسترسی، زیست‌محیطی و منظر شهری با مجموع ضریب تأثیر ۰/۹۳ در کنار رویکرد برنامه‌محور با ضریب تأثیر ۰/۰۷ است. براساس سنجش انجام‌شده ابعاد عملکردی و فضاهای همگانی، فرم کالبدی و حرکت و دسترسی از بیشترین میزان تأثیر در جهت ارتقای گردشگری مذهبی در محله نوغان برخوردار است. فراهم کردن خدمات و امکانات گردشگری مناسب، بسترسازی مطلوب جهت فعالیت‌های همگانی و نیز لزوم توجه به هویت تاریخی و حفظ و ارتقای آن از جمله مهم‌ترین شاخص‌های ارتقای گردشگری در این محله‌اند.

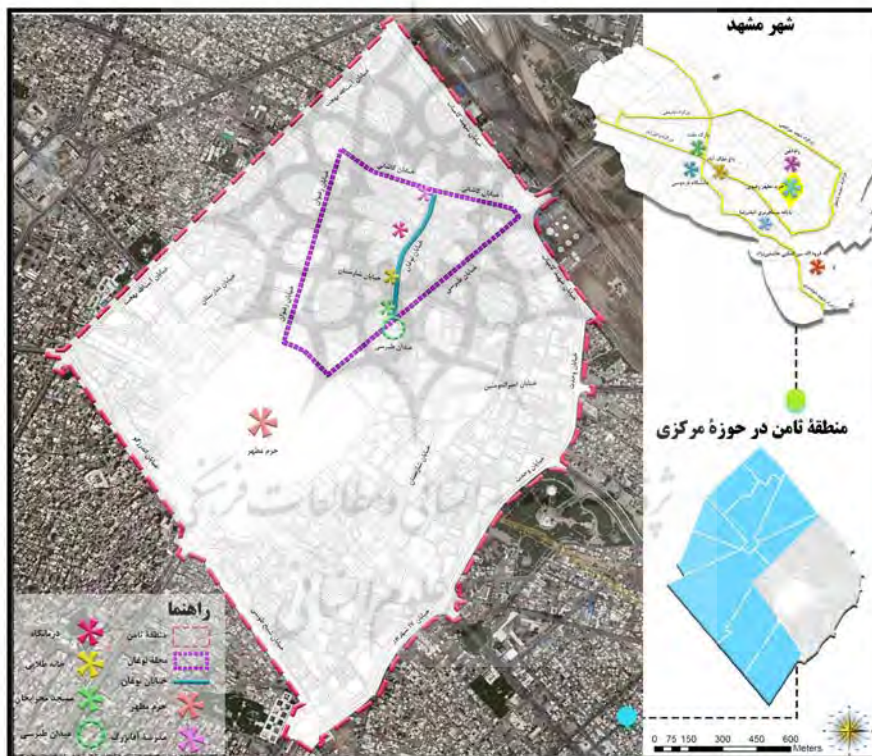
در صورت تحقق، اجرا و پیاده‌سازی راهکارهای پیشنهادی ارائه‌شده، می‌توان محله نوغان را به فضایی ارزنده در تأمین نیازهای گردشگران و زائران تبدیل کرد. راهبردها، اهداف

منجر به رونق اقتصادی، افزایش تعاملات و سرزندگی، بهبود شرایط اقامت و سکونت، افزایش انگیزه و تمایل جهت سفر مجدد به سایت، ارتقای کیفیت خدمات به گروه‌های ذی‌نفع، افزایش حضورپذیری و سایر کیفیت‌ها شود؛ لذا نقش پررنگ طراحی شهری جهت بهبود کیفیت‌های خدمات و ارتقای کیفیت‌های منجر به گردشگرپذیری سایت‌های تاریخی - گردشگری بیش‌ازپیش حس می‌شود. توجه به میزان تأثیر هر شاخص می‌تواند در عملیاتی‌کردن هدف مؤثرتر باشد. تصویر ۵ چارچوب نظری پژوهش را به‌طور کامل به تصویر کشیده است.

نتیجه سنجش بیانگر اهمیت رویکرد طراحی محور شامل پنج بُعد عملکردی و فضاهای همگانی، فرم کالبدی، حرکت و

تصویر ۳. ابعاد، شاخص‌ها و راهکارهای برنامه‌ریزانه مرتبط با ارتقای گردشگری مذهبی در محله نوغان. مأخذ: نگارندگان.

شماره ترتیب که به قرعه انتخاب شده	کدگذار اول سبک مطلب	کدگذار دوم سبک مطلب	کدگذار سوم سبک مطلب	کدگذار چهارم سبک مطلب	توافق (+) یا عدم توافق (-) در مورد نمونه‌های کدگذاری شده
۴	۱	۱	۱	۱	+
۱۵	۲	۲	۲	۲	+
۱۷	۲	۲	۲	۲	+
۲۶	۲	۲	۲	۲	+
۲۷	۲	۲	۲	۲	+
۲۹	۲	۲	۲	۲	+
۳۰	۲	۳	۳	۲	-
۳۳	۲	۱	۲	۱	-
۴۴	۴	۴	۴	۴	+
۵۱	۵	۵	۵	۵	+
۵۹	۵	۵	۵	۵	+

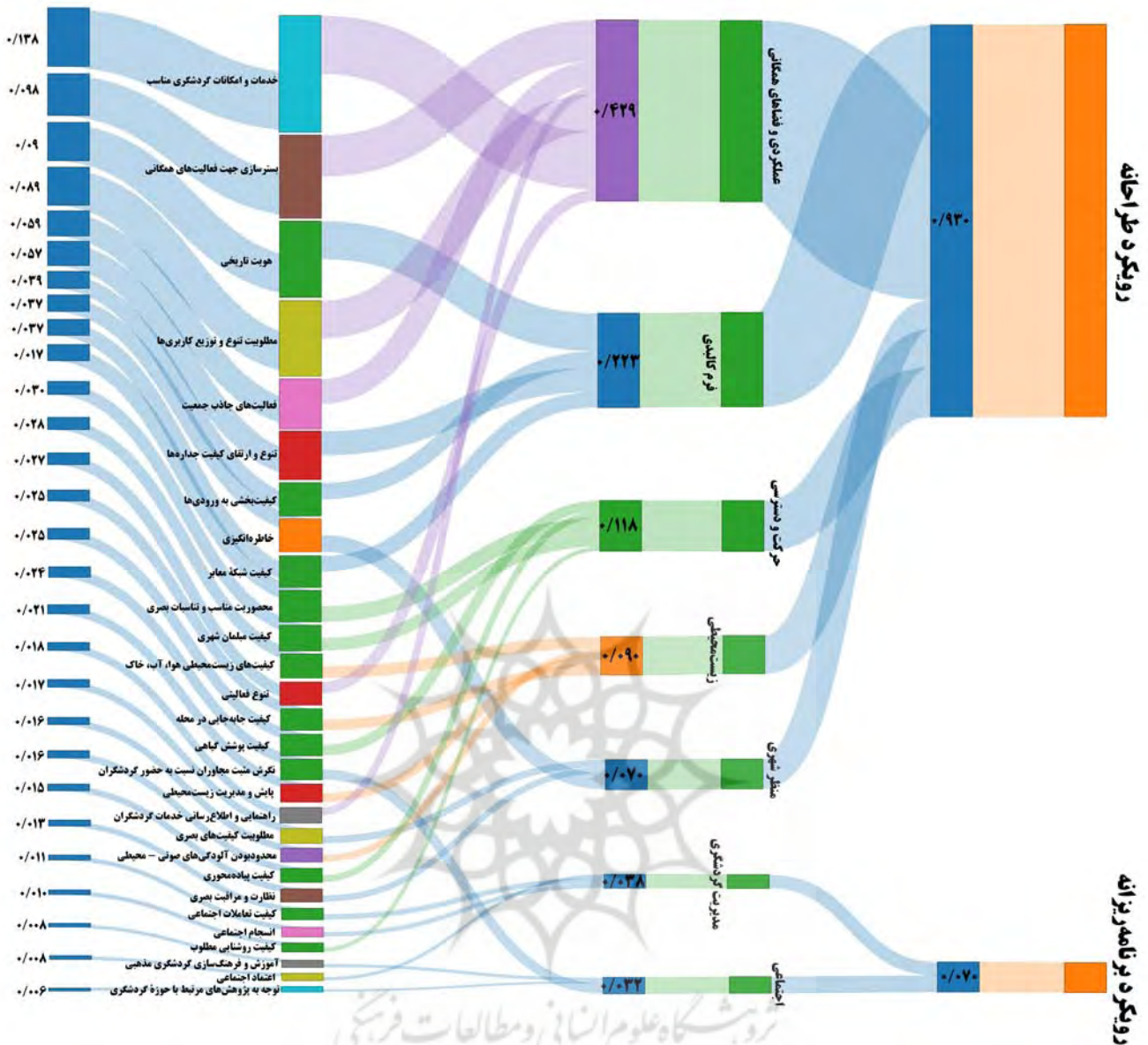


تصویر ۴. موقعیت محدوده پژوهش. مأخذ: نگارندگان.

نتیجه‌گیری

امروزه عامل مذهب به‌عنوان یکی از برجسته‌ترین عوامل در جذب گردشگر به‌ویژه در شهرهای زیارتی به‌شمار می‌رود. قرارگیری مجموعه زیارتی حرم مطهر در بافت مرکزی و تاریخی شهر مشهد می‌تواند به‌عنوان فرصتی مطلوب جهت پیوند عامل زیارت و تاریخ در جذب گردشگران و زائران تلقی می‌شود. ایجاد بستری با کیفیت‌های مناسب فضایی و مکانی می‌تواند محیطی مطلوب جهت اقامت، فراغت و زیارت برای گردشگران و زائران فراهم سازد. گردشگری

عملیاتی و سیاست‌های پیشنهادی ارائه‌شده در جدول ۳، علاوه‌بر ارتقای کیفیت‌های فضایی و مکانی عواملی چون بهبود شرایط اقامتی، تفریحی و زیارتی را موردتوجه قرار داده و تحقق سیاست‌های پیشنهادی طراحی شهری و عملیاتی شدن آنها می‌تواند مسئله گردشگری مذهبی و پاسخ به نیازهای آنها را به بهترین شکل برآورده سازد. راهبردها، اهداف عملیاتی و سیاست‌های طراحی متناظر با هر کیفیت در جدول ۳ آورده شده است.



تصویر ۵. سنجش میزان اهمیت شاخص‌های طراحی شهری مؤثر بر گردشگری مذهبی در محله نوغان. مأخذ: نگارندگان.

به‌منظور ارتقای گردشگری مذهبی به کمک طراحی شهری باشد. راهکارهای پیشنهادی شاید بتواند علاوه بر ارتقای کیفیت‌های فضایی و مکانی موجب افزایش فرصت‌های شغلی برای تمامی اقشار محلی به‌ویژه جوانان و بانوان، ایجاد تعامل مطلوب و سازنده میان گردشگران و زائران با جامعه محلی، افزایش میزان حس تعلق خاطر برای گردشگران و زائران جهت سفر مجدد و افزایش روحیه ساکنین در جذب و پذیرایی از آنها، افزایش سطح فرهنگی جامعه محلی، ایجاد رفاه اقتصادی و اجتماعی، جلب توجه سرمایه‌گذاران جهت سرمایه‌گذاری در پروژه‌های محلی، حفظ ساکنان قدیمی و ایجاد شوق و رغبت جهت بازگشت ساکنان مهاجر به بافت، بهبود کیفیت زندگی و در نهایت ایجاد رضایت‌مندی جامعه محلی از شرایط زیستی می‌شود. بدیهی است بررسی موضوع در سایر محلات تاریخی مشهد و سایر شهرهای مذهبی کشور می‌تواند یافته‌های این مطالعه را اصلاح، تدقیق و تعمیم‌پذیر کند.

مذهبی به‌عنوان گونه‌ای برجسته در میان انواع گونه‌های گردشگری در جهان به‌شمار می‌رود. محله نوغان نقش بسیار مهمی در ارائه خدمات به گردشگران و زائران دارد. طراحی شهری، دانش و عاملی پیوندزنده میان گردشگری مذهبی و بافت مذهبی تاریخی است که از طریق ارتقای کیفیت‌های فضایی می‌تواند نقش حائز اهمیتی در ارتقای گردشگری مذهبی در محله نوغان ایفا کند. ارتقای کیفیت‌های طراحی شهری مؤثر بر گردشگری مذهبی در محله نوغان به‌عنوان تاریخی‌ترین محله هم‌جوار با مجموعه حرم مطهر رضوی می‌تواند ضمن تقویت جایگاه این محله نسبت به سایر محلات، به ارتقای تصویر ذهنی آن در ذهن مخاطبان اعم از گردشگران، زائران، شهروندان، کسبه و ساکنین کمک کند. نتایج مطالعه انجام‌شده بیانگر آن است که رونق‌بخشی گردشگری مذهبی از طریق ارتقای کیفیت عملکردها و فضاهای همگانی، فرم کالبدی و بهبود کیفیت حرکت و دسترسی قابل تحقق است. آنچه در جدول ۳ بیان شد می‌تواند فرایندی مؤثر

جدول ۳. رویکردها، ابعاد، شاخص‌ها و راهکارهای پیشنهادی مرتبط با طراحی شهری محله نوغان. مأخذ: نگارندگان.

هدف	راهبردها	اهداف عملیاتی	سیاست‌ها	ابعاد
باز طراحی محله تاریخی نوغان در ساختار فضایی مرکز شهر (بافت تاریخی) با رویکرد گردشگری مذهبی	A- فراهم کردن امکان ارائه خدمات برای گروه‌های سنی از طریق تزریق کاربری‌های موردنیاز	توسعه فضاهای همه‌شمول در ارتباط با ذی‌نفعان محدوده	- طراحی فضاهای بازی نظیر (play street) در نوغان - طراحی فضای (learning street) جهت آگاهی‌بخشی و تعامل گروه‌های سنی کودکان تا جوانان در حدفاصل نوغان ۱۶ و خیابان کاشانی - ساخت پاتوق‌های جمعی و پارک‌های محلی جهت استفاده تمامی گروه‌های سنی و جنسی در جداره خیابان شارستان و در مجاورت دارالشفای امام صادق (ع)	بند عملکردی و فضاهای همگانی
	B- ارتقای کیفیت سکونت گردشگران و زائران با استفاده از گونه‌های مختلف سکونتی و اقامتی	توسعه فضاهای همه‌شمول در ارتباط با ذی‌نفعان محدوده مختلف گردشگران و زائران	- احداث خانه‌های بوم‌گردی، هتل آپارتمان‌ها، مسافرخانه‌ها و مراکز اقامتی در محله نوغان	
	C- ارتقای چهره گردشگری نوغان با استفاده از سکانس‌های فضایی متنوع	بازتعریف نقش‌های تاریخی نوغان	- احیای نقش قدیمی بازار محله نوغان	
	D- تعریف کاربری مناسب طبقات فوقانی جداره‌ها جهت جلوگیری از فرسودگی ابنیه	ارتقا کاربری‌های مختلط در محدوده	- ساماندهی اجراهای خیابانی در قالب ساختارهای رسمی مانند خانه موسیقی، فرهنگسرا و ... - امکان پخش موسیقی و اجرای زنده نواهای محلی در رستوران‌ها، کافه‌ها و ... در محله نوغان	
	A- تقویت جایگاه گردشگری محله نوغان در ساختار سلسله‌مراتب شهری	تعریف ساختار کالبدی منحصربه‌فرد برای محله نوغان	- مرمت و نوسازی خانه طلایی، راسته بازار نوغان و مساجد تاریخی (مسجد محراب خان و مسجد پل سنگی)	بند فرم کالبدی
	B- تقویت ساختار کالبدی	بهینه‌سازی تراکم ساختمانی و الگوهای نحوه امتزاج توده و فضا در قطعات فرسوده در محله	- تقویت نمای جداره کاربری‌ها و ابنیه تاریخی حاشیه جداره‌های محله نوغان - بازسازی پلاک‌های فرسوده جهت احیای کالبد و هویت تضعیف‌شده - ایجاد عقب‌نشینی پلکانی از طبقات دوم - تجمیع پلاک‌های فرسوده و ریزدانه	
	C- ارتقای کیفیت کالبدی ورودی‌های محله نوغان جهت ایجاد تشخیص	تقویت عناصر هویتی و نشانه‌ای محله	- تقویت کالبد مسجد محراب خان، خانه تاریخی طلایی، مدرسه آقابزرگ، هتل لوکس عقیق رضوی، هتل آپارتمان نگین، هتل کمیل و هتل عماد - استفاده از المان، سردر یا تعریف فعالیت‌های مناسب در ورودی خیابان کاشانی و میدان طبرسی	
	A- استفاده از طیف‌های مختلف رنگی جهت ارتقای کیفیت نورپردازی محله نوغان	ارتقای کیفیت نورپردازی محله	- نورپردازی نمای هتل‌ها و مسافرخانه‌ها در شب، نظیر هتل عماد، هتل لوکس عقیق رضوی، هتل کمیل و هتل آپارتمان نگین	بند دسترسی
	B- تقویت عبور و مرور گونه‌های مختلف حمل‌ونقلی	ارتقای کیفیت دسترسی به محدوده از طریق سیستم‌های مختلف حمل‌ونقل عمومی، پیاده، دوچرخه و سواره	- استفاده از ون‌های برقی جهت انتقال گردشگران و زائران تا حرم مطهر رضوی در تقاطع خیابان نوغان با شارستان، ورودی محله نوغان در خیابان کاشانی و از میدان طبرسی تا ورودی حرم مطهر - ایجاد جایگاه جهت توقف موتورسیکلت‌ها در تقاطع نوغان با شارستان و خیابان طبرسی - ایجاد مسیر دوچرخه در محله نوغان	
	C- تقویت و ارتقای ساختار ارگانیک نوغان جهت هدایت مناسب جریان‌های ترافیکی	برتری بخشی نقش اجتماعی محدوده به نقش ترافیکی	- تبدیل محور نوغان به خیابان اشتراکی با جایگزین کردن مسیرهای عبوری جهت استفاده وسایل نقلیه - استفاده از سرعت‌گیر، خط‌کشی عابر پیاده و تغییر نوع خطوط راهنمایی و رانندگی در تقاطع نوغان با شارستان و در مقابل دارالشفای آرام‌سازی و تعریف کفسازی‌های جهت‌دهنده جهت کاهش سرعت طرح وسایل نقلیه در تقاطع نوغان با شارستان	

اهداف	راهبردها	اهداف عملیاتی	سیاست‌ها	ابعاد
هدف بازطراحی محله تاریخی نوغان در ساختار فضایی مرکز شهر (بافت تاریخی) یا رویکرد گردشگری مذهبی	A- ارتقای منظر عینی با استفاده از کاهش اغتشاشات بصری	ساماندهی نماهای محور نوغان	- حذف عناصر الحاقی و زائد از نما مانند کولرها و... - استفاده از سبزی‌نگی و تراس و بام سبز در ساختمان‌ها جهت تقویت منظر بصری در طول محله نوغان	منظر شهری
	B- بهبود امنیت کنج‌ها با استفاده از افزایش چشمان ناظر	توالی جدیدی از سکانس‌های فضایی در رابطه با زمینه موجود	- پرهیز از عقب‌نشینی یا پیش‌آمدگی‌های ناگهانی - تزریق عملکردهای مناسب به کاربری‌های فاقد عملکرد متناسب با زمینه هر سکانس فضایی	منظر محیطی
	A- استفاده از پوشش گیاهی متناسب با اقلیم جهت جلوگیری از فرسایش خاک	تقویت پوشش گیاهی محدوده در تناسب با خرد اقلیم موجود	- کاشت درختچه‌ها و تأمین فضای سبز مطلوب جهت جلوگیری از فرسایش خاک	منظر طبیعی

پی‌نوشت

- فرایند واکاوی سلسله‌مراتبی یکی از روش‌های تصمیم‌گیری است. واژه AHP مخفف عبارت Analytical Hierarchy process به معنی فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی است. انتخاب سنج‌ها یا criterion بخش اول واکاوی AHP است. سپس براساس سنج‌های شناسایی شده نامزدها ارزیابی می‌شوند.
- نرم افزار Expert choice (اکسپرت چویس) نرم‌افزاری برای تصمیم‌گیری فرایند سلسله‌مراتبی (Analytical Hierarchy Process یا AHP) است که اولین بار توسط توماس ال در ۱۹۸۰ مطرح شد و براساس مقایسه‌های زوجی پی‌ریزی شده است؛ به این علت به این فرایند سلسله‌مراتبی گفته می‌شود که باید روند تصمیم‌گیری را از اهداف و راهبردهای سازمان شروع کرد و با گسترش آنها تصمیمات مختلف را شناسایی و ارزیابی کرد.
- SPSS مخفف (Statistical Package for the Social Sciences) یا همان (بسته آماری

فهرست منابع

- اعتماد، گیتی. (۱۳۸۴). تحول عملکرد و شکل‌گیری فضاهای عمومی در ایران. اندیشه‌های ایران، ۳(۱)، ۵.
- اکبری، مجید؛ طاهرپور، فاطمه؛ بوستان احمدی، وحید و فولادی، عاطفه. (۱۳۹۹). مدل‌سازی ساختاری-تفسیری عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری مذهبی در ایران با رویکرد آینده‌پژوهی. گردشگری و توسعه، ۹(۴)، ۲۸۵-۲۹۶. <https://doi.org/10.22034/jtd.2019.194595.1783>
- آگشته، سعید. (۱۳۷۹). جدول، عنصر ممتد شهری. شهرداری‌ها، ۲(۱۳)، ۷۹.
- آیتی، حمید؛ خدکرمی، فائزه؛ ملایی، کامبیز و آفاق پور، آتوسا. (۱۳۹۵). بررسی تأثیر عوامل کالبدی شهری بر توسعه گردشگری مذهبی (مطالعه موردی؛ شهر شیراز). مطالعات شهر ایرانی/اسلامی، ۶(۲۳)، ۴۳-۵۹.
- بحرینی، سید حسین و طبیبیان، منوچهر. (۱۳۷۷). مدل ارزیابی کیفیت محیط‌زیست شهری. محیط‌شناسی، ۲۴(۲۱)، ۴۱-۵۶. https://jes.ut.ac.ir/article_14519.html?lang=fa
- بهرامی‌نژاد، دهقان. (۱۳۸۲). شناخت و ارزیابی کیفیت محیط شهری در بافت میانی شهرها، مطالعه موردی بافت میانی شهر شیراز (بخشی از محدوده شکل‌گرفته بین سال‌های ۱۳۲۰-۱۳۰۰) (پایان‌نامه منتشر نشده کارشناسی ارشد شهرسازی). دانشکده هنر و معماری، دانشگاه شیراز، ایران.
- بیر، آن و هیگینز، کاترین. (۱۳۹۲). برنامه‌ریزی محیطی برای توسعه زمین: دستورالعملی برای طراحی و برنامه‌ریزی محلی پایدار (ترجمه کیوان کریمی و سید حسین بحرینی). دانشگاه تهران.
- پاکزاد، جهان‌شاه. (۱۳۹۳). راهنمای طراحی فضاهای شهری در ایران. شهیدی، وزارت مسکن و شهرسازی، معاونت شهرسازی و معماری.
- پورنگ، علی؛ غیورباغبانی، سید مرتضی و پورنگ، ناهید. (۱۳۹۹). شناسایی عوامل مؤثر بر جذب و ماندگاری گردشگر مذهبی در کلان‌شهر مشهد با رویکرد داده‌بنیاد. مدیریت اسلامی، ۲۸(۲)، ۱۵۱-۱۹۲. https://im.ihu.ac.ir/article_205354.html
- حبیبی، سید محسن. (۱۳۸۰). فضای شهری: برخورد نظریه‌ای. صفه، ۱۱(۳۳)، ۵-۱۳.
- دویران، اسماعیل و احمدی، حسین. (۱۳۹۹). اثرات نظام‌بخشی فضای شهری

- (Unpublished master' thesis in Tourism management). Institute of Graduate Studies and Research, Eastern Mediterranean University. <http://i-rep.emu.edu.tr:8080/xmlui/handle/11129/1640>
- Galindo, M. P. G. & Corraliza Rodríguez, J. A. (2000). Environmental aesthetics and psychological wellbeing: Relationships between preference judgements for urban landscapes and other relevant affective responses. *Psychology in Spain*, 4(1), 13-27.
 - Gallarza, M. G., Saura, I. G. & Garcia, H. C. (2002). Destination image: Towards a conceptual framework. *Annals of tourism research*, 29(1), 56-78. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00031-7](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00031-7)
 - Giles, E. L., Bosworth, G. & Willett, J. (2013). The role of local perceptions in the marketing of rural areas. *Journal of Destination Marketing & Management*, 2(1), 4-13. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2012.11.004>
 - Gillovic, B. & McIntosh, A. (2020). Accessibility and inclusive tourism development: Current state and future agenda. *Sustainability*, 12(22), 9722. <https://doi.org/10.3390/su12229722>
 - Gunn, C. A. (1988). *Tourism Planning*. Taylor & Francis.
 - Haller, A. P., Ionela Butnaru, G., Tacu Hârsan, G.D. & Ștefănică, M. (2021). The relationship between tourism and economic growth in the EU-28. Is there a tendency towards convergence? *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 34(1), 1121-1145. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2020.1819852>
 - Heidari, A., Yazdani, H. R., Saghafi, F. & Jalilvand, M. R. (2021). A networking approach to analyzing religious tourism businesses: The case of Al-Atabat Al-Aliyat in Iraq. *Journal of Islamic Marketing*, 12(2), 427-450. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2019-0067>
 - Hekkert, P., Snelders, D. & Van Wieringen, P. C. (2003). Most advanced, yet acceptable: Typicality and novelty as joint predictors of aesthetic preference in industrial design. *British Journal of Psychology*, 94(1), 111-124. <https://doi.org/10.1348/000712603762842147>
 - Homayouni, A. (2011). The role of personality traits and religious beliefs in tendency to addiction. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 30, 851-855. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.10.165>
 - Hu, Y. & Ritchie, J. B. (1993). Measuring destination attractiveness: A contextual approach. *Journal of Travel Research*, 32(2), 25-34. <https://doi.org/10.1177/004728759303200204>
 - Huang, K. & Pearce, P. (2019). Visitors' perceptions of religious tourism destinations. *Journal of Destination Marketing & Management*, 14, 100371. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2019.100371>
 - Inskeep, E. (1991). *Tourism planning: An integrated and sustainable development approach*. John Wiley & Sons.
 - Kanwal, S., Rasheed, M. I., Pitafi, A. H., Pitafi, A. & Ren, M. (2020). Road and transport infrastructure development and community support for tourism: The role of perceived benefits, and community satisfaction. *Tourism Management*, 77, 104014. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.104014>
 - Khadaroo, J. & Seetana, B. (2007). Transport infrastructure and tourism development. *Annals of Tourism Research*, 34(4), 1021-1032. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2007.05.010>
 - Liu, Y. & Shi, J. (2019). How inter-city high-speed rail influences tourism arrivals: Evidence from social media check-in data. *Current Issues in Tourism*, 22(9), 1025-1042. <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1349080>
 - Mamirkulova, G., Mi, J., Abbas, J., Mahmood, S., Mubeen, R. & Ziapour, A. (2020). New Silk Road infrastructure opportunities in developing tourism environment for residents better quality of life. *Global Ecology and Conservation*, 24, e01194. <https://doi.org/10.1016/j.gecco.2020.e01194>
 - Marchiori, E. & Cantoni, L. (2015). The role of prior experience in the ساختار فضایی - عملکردی بازنده‌سازی بافت‌های تاریخی، با تکیه بر گردشگری شهری (نمونه موردی: محدوده مرکزی تهران). *نامه معماری و شهرسازی*, ۴۸(۴)، ۷۵-۹۴. <https://www.doi.org/10.30480/aup.2012.156>
 - فرای، هیلدبرند. (۱۳۸۷). *طراحی شهر: به سوی یک شکل پایدارتر شهر* (ترجمه سید حسین بحرینی). شرکت پردازش و برنامه‌ریزی شهری.
 - قاسمی خوزانی، محمد. (۱۳۸۶). *ساختار و کارکرد گردشگری مذهبی - فرهنگی و مدیریت آن در کلان شهر مشهد* (رساله منتشر نشده دکتری در گرایش علوم انسانی). گروه جغرافیای طبیعی، دانشکده علوم زمین، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران.
 - کیانی، اکبر؛ فرضعلی، سالاری سردری و افراسیابی راد، محمدصادق. (۱۳۸۸). بررسی هویت‌بخشی شهر فیروزآباد در بهسازی و نوسازی بافت تاریخی شهر گور با استفاده از تکنیک SWOT. *جغرافیایی آمایش محیط*, ۲(۶)، ۱۲۰-۱۳۸.
 - ملکیان، محمود؛ ایزدی، محمد سعید و سبجان اردکانی، سهیل. (۱۳۹۵). اهمیت فضاهای همگانی شهری در توسعه پایدار گردشگری شهری (مطالعه موردی: منطقه یک شهر همدان). *علوم و تکنولوژی محیط زیست*, ۱۸(۴)، ۲۳۷-۲۵۵. <https://sanad.iau.ir/fa/Article/839842>
 - مؤمنی، مصطفی؛ صرافی، مظفر و قاسمی خوزانی، محمد. (۱۳۸۶). *ساختار و کارکرد گردشگری مذهبی - فرهنگی و ضرورت مدیریت یکپارچه در کلان‌شهر مشهد*. *جغرافیا و توسعه*, ۱۱(۱)، ۱۳-۳۸. <https://doi.org/10.22111/gdj.2008.1255>
 - میر مقتدایی، مهنا. (۱۳۸۴). *پیشنهاد روشی برای تحلیل «شخصیت» شهر*. *محیط‌شناسی*, ۳۲(۳۹)، ۱۲۹-۱۴۰. https://jes.ut.ac.ir/article_12355.html
 - نظرآبادیان، مرتضی و قهرمانی، هومن. (۱۴۰۲). ارتقای گردشگری مذهبی به کمک طراحی شهری (نمونه مطالعاتی: محور تاریخی نوغان در شهر مشهد). *سومین کنفرانس بین‌المللی کنفرانسی معماری، عمران، شهرسازی، محیط زیست و افق‌های هنر اسلامی در بیانیه گام دوم انقلاب*. دانشگاه هنر اسلامی تبریز.
 - هاشم‌پور، رحیم؛ محمودی آذر، امین و مومن مرعشی، سید فواد. (۱۳۹۴). تحلیلی بر رابطه میان شاخص‌های عینی و ذهنی کیفیت زندگی از منظر کیفیت و امنیت کلبدی در بافت قدیمی شهر ارومیه. *مطالعات شهری*, ۳(۱۲)، ۳۳-۴۶. https://urbstudies.uok.ac.ir/article_10946.html?lang=fa
 - Ajit, S. K. (2004). *Quest for good governance: Contribution and potential of religious institutions as stakeholders*. The Quest for Good Governance. The Monash Governance Research Unit & Monash Institute for the Study of Global Movements.
 - Cackowski, J. M., & Nasar, J. L. (2003). The restorative effects of roadside vegetation: Implications for automobile driver anger and frustration. *Environment and Behavior*, 35(6), 736-751. <http://dx.doi.org/10.1177/0013916503256267>
 - Chen, A., Li, Y., Ye, K., Nie, T. & Liu, R. (2021). Does transport infrastructure inequality matter for economic growth? Evidence from China. *Land*, 10(8), 874. <http://dx.doi.org/10.3390/land10080874>
 - Chew, J. (1987). Transport and tourism in the year 2000. *Tourism Management*, 8(2), 83-85. [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(87\)90003-3](https://doi.org/10.1016/0261-5177(87)90003-3)
 - Chon, K.-S., Weaver, P. A. & Kim, C. Y. (1991). Marketing your community: Image analysis in Norfolk. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 31(4), 31-37.
 - Currie, C. & Falconer, P. (2014). Maintaining sustainable island destinations in Scotland: The role of the transport-tourism relationship. *Journal of Destination Marketing & Management*, 3(3), 162-172. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2013.10.005>
 - Dhali, G. & Dar, S. N. (2019). Identification of transportation and communication problems in Andaman and Nicobar Islands. *Our Heritage*, 67(5), 51-64.
 - Dubisch, J. (1995). *In a different place: Pilgrimage, gender, and politics at a Greek island shrine* (Vol. 11). Princeton University Press.
 - Evans, G. (1998). Mementos to take home: The ancient trade in souvenirs. In J. Fladmark (Eds.), *search of heritage: As pilgrim or tourist*. Routledge (pp. 105-126).
 - Foruzan, I. (2014). *The role of religious tourism in the development and growth of Urban Metropolis: (In the case of Mashhad, Iran)*

perception of a tourism destination in user-generated content. *Journal of Destination Marketing & Management*, 4(3), 194-201. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2015.06.001>

- Martin, C. A. & Witt, S. F. (1988). Substitute prices in models of tourism demand. *Annals of Tourism Research*, 15(2), 255-268. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(88\)90086-2](https://doi.org/10.1016/0160-7383(88)90086-2)
- Mbaiwa, J. E. (2005). Enclave tourism and its socio-economic impacts in the Okavango Delta, Botswana. *Tourism Management*, 26(2), 157-172. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.11.005>
- McKercher, B. (1993). Some fundamental truths about tourism: Understanding tourism's social and environmental impacts. *Journal of Sustainable Tourism*, 1(1), 6-16. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09669589309450697>
- Moudon, A. V. (2000). Proof of goodness: A substantive basis for new urbanism [the promise of new urbanism]. *Places*, 13(2), 38-43.
- Musa, I. J. & Ndawayo, B. A. (2011). The role of transportation in the development of tourism in Nigeria. *Tourismos*, 6(1), 297-305.
- Nasar, J. L. (1990). The evaluative image of the city. *Journal of the American Planning Association*, 56(1), 41-53. <https://doi.org/10.1080/01944369008975742>
- Nasar, J. L. (2017). Urban Design Aesthetics: The Evaluative Qualities of Building Exterior. In W. F. E. Preiser & B. C. Scheer (Eds.), *Proceedings of the International Symposium on Design Review*. Routledge Revivals (pp. 67-78).
- Naudé, W. A. & Saayman, A. (2005). Determinants of tourist arrivals in Africa: a panel data regression analysis. *Tourism economics*, 11(3), 365-391. <https://doi.org/10.5367/000000005774352962>
- Nazneen, S., Xu, H. & Din, N. U. (2019). Cross-border infrastructural development and residents' perceived tourism impacts: A case of China-Pakistan Economic Corridor. *International Journal of Tourism Research*, 21(3), 334-343. <https://doi.org/10.1002/jtr.2264>
- Nenavath, S. (2023). Does transportation infrastructure impact economic growth in India? *Journal of Facilities Management*, 21(1), 1-15. <https://doi.org/10.1108/JFM-03-2021-0032>
- Prideaux, B. (2000). The role of the transport system in destination development. *Tourism Management*, 21(1), 53-63. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00079-5](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00079-5)
- Qu, H., Kim, L. H. & Im, H. H. (2011). A model of destination branding: Integrating the concepts of the branding and destination image. *Tourism Management*, 32(3), 465-476. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.03.014>
- Rinschede, G. (1992). Forms of religious tourism. *Annals of Tourism Research*, 19(1), 51-67. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(92\)90106-Y](https://doi.org/10.1016/0160-7383(92)90106-Y)
- Robinson, H. (1976). *Aspect Geographies: Geography of Tourism*.

McDonald & Evans Ltd.

- Schiefelbusch, M., Jain, A., Schäfer, T. & Müller, D. (2007). Transport and tourism: roadmap to integrated planning developing and assessing integrated travel chains. *Journal of Transport Geography*, 15(2), 94-103. <https://doi.org/10.1016/j.jtrangeo.2006.12.009>
- Sharan, S. (2005). A Guide to Recognition and Intervention in Worn Worntureof Iran (case study: Isfahan, Dardasht). *Urban Manag*, 31, 81-64.
- Suleiman, J. S. H. & Mohamed, B. (2011). Factors impact on religious tourism market: The case of the Palestinian territories. *International Journal of Business and Management*, 6(7), 254-260. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v6n7p254>
- Sururi, A. (2020). Collaborative Governance Actor in the Revitalization Program of Old Banten Religious Tourism Area. *Policy & Governance Review*, 4(2), 128-139. <https://doi.org/10.30589/pgr.v4i2.216>
- Szymanska, E., Panfiluk, E. & Kiryluk, H. (2021). Innovative solutions for the development of sustainable transport and improvement of the tourist accessibility of peripheral areas: The case of the białowieza forest region. *Sustainability*, 13(4), 2381. <https://doi.org/10.3390/su13042381>
- Tomljenovic, R. & Dukic, L. (2017). Religious tourism-from a tourism product to an agent of societal transformation. *Religious Tourism and the Contemporary Tourism Market*, 6164, 1-8. <http://doi.org/10.15308/Sitcon-2017-1-8>
- Tosun, C. (2002). Host perceptions of impacts: A comparative tourism study. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 231-253. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00039-1](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00039-1)
- UNWTO. (2023). UN Tourism Data Dashboard. Retrieved from <https://www.unwto.org/tourism-data/un-tourism-tourism-dashboard>
- Virkar, A. R. & Mallya, P. D. (2018). A review of dimensions of tourism transport affecting tourist satisfaction. *Indian Journal of Commerce and Management Studies*, 9(1), 72-80. <https://doi.org/10.18843/ijcms/v9i1/10>
- Walmsley, D. J. & Young, M. (1998). Evaluative images and tourism: The use of personal constructs to describe the structure of destination images. *Journal of Travel Research*, 36(3), 65-69. <https://doi.org/10.1177/004728759803600307>
- Weber, R., Schmier, J. & Jacobsen, T. (2008). Aesthetics of streetscapes: Influence of fundamental properties on aesthetic judgments of urban space. *Perceptual and Motor Skills*, 106(1), 128-146. <https://doi.org/10.2466/pms.106.1.128-146>
- Yakunin, V. N., Yamashev, V. M., Anuchin, O. I., Adaevskaya, T. I. & Ovsyannikova, N. V. (2016). Religious tourism and pilgrimage in Russia: cultural-historical analysis. *The Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 6, 2595-2603.

COPYRIGHTS

Copyright for this article is retained by the authors with publication rights granted to Tourism of Culture journal. This is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution License (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



نحوه ارجاع به این مقاله

نظرآبادیان، مرتضی و قهرمانی، هومن. (۱۴۰۳). رونق بخشی گردشگری مذهبی در بافت های تاریخی به کمک طراحی شهری (نمونه موردی: محله نوغان مشهد). گردشگری فرهنگ، ۵(۱۷)، ۵۲-۶۷.

DOI: 10.22034/TOC.2024.464214.1161

URL: https://www.toc-sj.com/article_201004.html

