

بازآفرینی بافت تاریخی با رویکرد مکان‌سازی گردشگری؛ نمونه مطالعاتی: بخش مرکزی شهر ارومیه

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۶/۲۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۸/۰۴

کد مقاله: ۹۲۴۰۹

محسن عبدود^{۱*}، محمد صالح علی‌رضائی فرد^۲، رضا فرخ^۳

میلاد عباس پور^۴

چکیده

پژوهش با هدف ساماندهی بافت تاریخی میدان ولایت فقیه ارومیه و پاسخ به سؤال چگونگی برون رفت از مشکلات موجود و تقویت پتانسیل‌های گردشگری بافت به آسیب‌شناسی در قالب ارائه یک طرح بازآفرینی شهری با رویکرد مکان‌سازی گردشگر محور پرداخته است. تحقیق از نوع تحلیلی - کاربردی بوده و با رویکرد استقرایی در جهت رسیدن به یک طرح و برنامه کارآمد می‌باشد. داده‌های مورد استفاده با روش‌های میدانی (مشاهده و پرسشنامه) و بررسی متون علمی و پژوهشی به دست آمده است. شناخت وضع موجود بافت تاریخی شهر ارومیه با کمک جدول SWOT در چهار بعد روبه‌ای، ماهوی، زیبا شناختی و زیست محیطی بوده است. با مطالعه متون تخصصی و مبانی نظری، معیارهای مکان‌سازی، در ۴ معیار اصلی و ۳۴ زیرمعیار که باتوجه به ویژگی‌های مشترک به ۱۵ گروه تقسیم‌بندی شده‌اند و با استفاده از پرسشنامه متخصصین با روش تحلیل سلسله مراتبی (AHP) و نرم افزار اکسپرت‌چویس امتیازدهی شده‌اند. سه آلترناتیو ارائه شده با همین روش امتیازدهی و رتبه‌بندی شده و پس از تشخیص نقاط قوت و ضعف آن‌ها آلترناتیو نهایی به صورت ترکیبی از نقاط قوت آلترناتیوهای پیشنهادی ارائه گردیده است. باتوجه به ویژگی‌ها و معیارهای رویکرد مکان‌سازی سعی بر آن بوده که طرحی ارائه شود تا با در نظرگیری شرایط موجود مکانی برای گردشگری خلق گردد. ساخت چنین مکان‌هایی علاوه بر رونق اقتصادی شهر باعث تقویت ویژگی‌های فرهنگی و هنری شهری و در نتیجه آن حس تعلق به مکان و تقویت هویت شهری و شهروندی می‌گردد و موجب احیای بافت‌های تاریخی و قدیمی می‌شود و همچنین محیطی برای جذب توریست داخلی و خارجی گردد و به مکانی گردشگر محور تبدیل شود. آلترناتیو نهایی با در نظرگیری جنبه‌های مختلف محدوده و با تحلیل و بررسی امتیازات و نقاط قوت و ضعف سه آلترناتیو بیان شده، ارائه شده است.

واژگان کلیدی: واژه کلیدی، واژه کلیدی، واژه کلیدی، واژه کلیدی، واژه کلیدی،

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی شهری، دانشکده معماری، شهرسازی و هنر، دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران. (نویسنده مسئول). abdovadmohsen@gmail.com

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد طراحی شهری، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه بین‌المللی امام خمینی، قزوین، ایران.

۳- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت شهری، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه هنر تهران، تهران، ایران.

۴- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت شهری، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه هنر تهران، تهران، ایران.

۱- مقدمه

گسترش روزافزون تکنولوژی در دهه‌های اخیر علاوه بر برقرار کردن بستر مورد نیاز آسایش بشر، که موجبات رشد روز افزون جمعیت، سوق افراد به شهرها و ایجاد موج وسیعی از شهرنشینی گردیده است، موجب تغییرات ساختاری و کارکردی فراوانی در شهرها نیز شده است. به گونه‌ای که دیگر ساختار و کالبد شهرهای قدیمی پاسخگوی نیازهای فعلی ساکنین خود نبوده و ناچار به دگرگونی و ساماندهی دوباره می‌باشند. که از پیامدهای این پدیده، شدت یافتن ضرب‌آهنگ تغییرات فضایی-کالبدی شهرها به طور اعم و مراکز شهری، بخش‌های مرکزی شهرها به طور اخص بافت‌های تاریخی و فرهنگی بوده است که اغلب سبب افت منزلت اجتماعی، نابسامانی در سازمان فضایی-کالبدی، زوال اقتصادی و ناکارآمدی کارکردی در این محدوده‌ها شده است (بحرینی و همکاران، ۱۳۹۳). بافت‌های تاریخی ایران باتوجه به تمدن دیرین تاریخی و جاذبه‌های فرهنگی، معماری و بناهای یادگار از دوره‌های حکومتی مختلف از جذاب‌ترین مراکز گردشگری جهان بوده و می‌تواند یکی از پتانسیل‌های درآمدی برای شهرها باشد. اما مراکز تاریخی شهرها با دارایی‌های نامحدود و پتانسیل‌های فراوان به فراموشی سپرده شده‌اند و به عنوان ازسمندترین بخش شهرها دیگر کارکرد قبلی خود را از دست داده‌اند و رو به فرسودگی می‌باشند. با اجرای طرح‌های نامناسب و ناسازگار سرعت تخریب این بافت‌ها افزایش پیدا کرده و منزلت اولیه خود را نیز از دست داده‌اند. به طور کلی مراکز تاریخی شهرها مورد کم لطفی مسئولان، برنامه‌ریزان و طراحان شهری قرار گرفته و با وجود پتانسیل‌های بسیاری که می‌توانست یکی از نقاط قوت و عصبی دست شهرها و مسئولین شهری گردد به یکی از معضلات و مشکلات اساسی در پیش روی آنان قرار گرفته است و به جلوه نامناسبی از شهرها بدل گردیده است. امروزه باتوجه به مسائل طرح شده لزوم مداخله در این بافت‌ها در جهت پیشبرد اهداف استراتژیک شهری و استفاده از پتانسیل‌های محلی موجود در استخوان‌بندی تاریخی شهرها به عنوان گوهی بی‌بدل در مراکز شهرها مطرح می‌گردد. در این راستا یکی از رویکردهای اصلی برای احیای بافت‌های فرسوده و تاریخی شهرها رویکرد بازآفرینی شهری است. این واژه به شکل گسترده‌ای پس از ۱۹۹۵، به عنوان جایگزینی برای نوسازی شهری در عرصه ادبیات شهرسازی جریان یافت (بحرینی و همکاران، ۱۳۹۳: ۲۰). بازآفرینی شهری نگرشی است که در قالب آن اقداماتی جامع و یکپارچه در جهت بهبود مشکلات شهری موجود در بافت‌های مشکل دار از جمله بافت‌های تاریخی و فرسوده شهری صورت می‌گیرد که در نهایت موجب پوشش ضعف‌های موجود و تقویت نقاط قوت می‌گردد و پایداری را برای بافت مورد نظر به ارمغان می‌آورد.

بازآفرینی محیط‌های شهری از رکود اقتصادی، محیطی، اجتماعی و فرهنگی که در اثر زوال و تخریب کالبد فیزیکی به وجود می‌آید، جلوگیری می‌کند (Roberts & Sykes, 2000: 140). به عبارتی بازآفرینی شهری می‌تواند به طور مؤثر محیط فیزیکی شهری را ارتقا دهد و از میراث فرهنگی محافظت کند. به طور کلی، پروژه‌های بازآفرینی شهری شامل استفاده مجدد از زمین، بازسازی ساختمان‌های مسکونی قدیمی، بازسازی میدان‌های قدیمی، تجدید منطقه تجاری و دیگر پیشرفت‌های اجتماعی و فرهنگی است (fangyun et al, 2021).

میدان ولایت فقیه به عنوان بخش اصلی هسته اولیه شهر ارومیه در بافت مرکزی-تاریخی این شهر یکی از غنی‌ترین عرصه‌های عمومی و نقطه مرکزی شهر ارومیه می‌باشد که بسیاری از خیابان‌های اصلی ارومیه به این نقطه ختم می‌شود ولی این بخش با وجود ویژگی‌ها و پتانسیل‌های بسیاری که دارد روز به روز از منزلت اولیه خود دورتر می‌شود و با مشکلات بسیاری از قبیل مشکلات کالبدی، زیست محیطی، ضعف در زیرساخت‌ها، ریزدانی، ترافیک و مشکلات اساسی در حوزه حمل‌ونقل عمومی و منظر تخریب شده و نازیبا و ... درگیر می‌باشد. در نتیجه باتوجه به فرسودگی این بافت نیازمند رسیدگی و اجرای اقداماتی در جهت باز زنده‌سازی و بازآفرینی می‌باشد. در همین راستا طرح‌ها و برنامه‌های مختلفی در این محدوده صورت گرفته اما باتوجه به شرایط مختلف و بعضاً نیمه تمام ماندن برخی از آن‌ها شاهد افت روزافزون شرایط محدوده و ورود خسارات متعدد دیگر است. اجرای طرح‌های بازآفرینی و مکان‌سازی متناسب با پتانسیل‌های ماهوی موجود در بافت علاوه بر جبران خسارات موجود می‌تواند موجبات حضور گردشگران و درآمدزایی برای شهر را نیز به وجود بیاورد. در این پژوهش با هدف ساماندهی بافت تاریخی موجود در حوزه میدان ولایت فقیه ارومیه و پاسخ به سؤال چگونگی برون رفت از مشکلات موجود و تقویت پتانسیل‌های گردشگری بافت به آسیب شناسی در قالب ارائه یک طرح بازآفرینی شهری با رویکرد مکان‌سازی گردشگر محور پرداخته شده است.

۲- پیشینه

هورگان^۱ (۲۰۱۹)، در پژوهشی تحت عنوان، "مکان‌سازی"، نمای کلی از مفهوم مکان‌یابی را ارائه می‌دهد، یک عمل و فرآیند توسعه یافته که در آن سیاستگذاران و کارشناسان معرفی می‌شوند و ذینفعان جامعه برای ارائه چشم انداز متقابل به منظور تغییر در محیط ساخته شده و همچنین رویکردهای شکوفایی جامعه همکاری می‌کنند. این مقاله ابتدا ظهور این فلسفه رایج در زمینه طراحی

1- Horgan

شهری را با اشاره به قهرمانان اصلی جین جیکوبز و جان گیل شرح داده است. راه‌هایی که در آن شیوه‌های مکان‌یابی فرصت‌های جدیدی را برای رویکردهای پایین به بالا به منظور توسعه پایدار جامعه مستند شده‌است.

لانه (۲۰۱۸)، در تحقیقی تحت عنوان، "آیا تحقیقات گردشگری پایدار در آینده پایدار خواهد بود؟" توسعه گردشگری پایدار و تحقیقات گردشگری پایدار را مورد بحث قرار داده‌است. مفهوم جهانی تحقیقات گردشگری پایدار در مرحله دوم تولید همراه با مناطق تحقیقاتی چند رشته‌ای جدید و پیچیده که مسائل و فرصت‌های جامع را بررسی کرده‌است. مقاله به بررسی پنج چالش عمده پرداخته که می‌توانند این پیشرفت را به خطر بیندازند: پیچیدگی آن، نیاز به شیوه‌های کاری جدید برای ایجاد تیم‌های تحقیقاتی چند رشته‌ای، تکامل مجلات تحقیقاتی بهبود یافته، تغییر در رابطه دانشگاه‌ها با تحقیقات گردشگری و پیوندهای بهتر بین صنعت، سیاست‌گذاران و محققان، درک بیشتر عموم، سیاست و صنعت از آنچه گردشگری پایدار به معنی ارائه خدمات مورد نیاز است.

کلودیا و لوییجی^۲ (۲۰۱۶)، در مقاله‌ای تحت عنوان، "یک الگوی جدید برای دستیابی به بازسازی پایدار در مراکز تاریخی با میراث فرهنگی" نشان می‌دهد که یک پارادایم بدیع، قادر به مقابله با مسئله حفاظت از مراکز تاریخی با ارزش میراث فرهنگی با رویکردی جامع امکان مدیریت پایدار ارزش‌های آن‌ها را فراهم می‌آورد. مراکز تاریخی دارای میراث فرهنگی با ارزش باید در استراتژی‌های وسیع‌تر شهری و کلان شهری ادغام شود. ایجاد یک روش جدید برای تجزیه و تحلیل و مدیریت مراکز شهر تاریخی، درک وسیع‌تری از هزینه‌های اجتماعی و زیست محیطی مرتبط با از دست دادن دارایی‌های فرهنگی را ارتقا می‌بخشد. استراتژی‌های به دست آمده باید به آسیب‌های موجود در مراکز تاریخی ارزشمند با دارایی‌های ارزشمند میراث فرهنگی کمک کند، تا اطمینان حاصل شود که اقدامات تاب‌آوری پیشرو در آینده در کلان‌شهرها اجرا می‌شود.

شهریاری و همکاران (۱۳۹۹)، در تحقیقی با عنوان، "اولویت‌بندی قابلیت‌ها و جاذبه‌های گردشگری در محدوده‌های بازآفرینی شده تاریخی" به هدف شناسایی قابلیت‌ها و جاذبه‌های گردشگری در محدوده‌های بازآفرینی شده تاریخی از روش تحلیل محتوا، به بررسی متون نظری شامل تعاریف و بررسی دیدگاه و نظریات اندیشمندان پرداخته‌است. سپس معیارهای بازآفرینی شهری گردشگری محور از طریق پرسش‌نامه گردشگران شهری با بهره‌گیری از روش میدانی مورد آزمون واقع شده‌است. پرسشنامه گردشگران شهری با نرم افزار SPSS و بهره‌گیری از آزمون فریدمن^۳ تحلیل شده و قابلیت‌های تاریخی و یادمانی در اولویت اول و قابلیت‌های فرهنگی، تفریحی و محیطی در اولویت‌های دوم تا چهارم قرار دارند.

هرندی و دژآباد (۱۳۹۵)، در مقاله‌ای با عنوان، "بازآفرینی بافت‌های تاریخی نیازمند ساماندهی با رویکرد گردشگری شهری" به شناخت ویژگی‌های محله‌های تاریخی به عنوان بخشی از بافت تاریخی شهرها و شناسایی رویکردهای برخورد با آن‌ها، به ویژه رویکرد گردشگری با استفاده از روش توصیفی - تحلیلی به تحقیق و تفحص در منابع و آثار کتابخانه‌ای پرداخته است، و با استناد به یافته‌های تحقیق؛ راهبردها، راهکارها و ضوابطی در زمینه‌های مختلف زیست محیطی، کالبدی، اجتماعی - فرهنگی، اقتصادی و گردشگری برای ساماندهی بافت تاریخی مورد نظر در جهت جذب گردشگر پیشنهاد گردیده‌است.

حاجیان جابر (۱۳۹۵)، در پژوهشی با عنوان، "مکان‌سازی؛ اصول ساخت مکان و مزایای آن در طراحی شهری" به بررسی اصول مکان‌سازی در طراحی شهری پرداخته‌است. این تحقیق یک تحقیق توصیفی - تحلیلی است که برای انجام آن از بررسی اسناد و مدارک کتابخانه‌ای استفاده شده است. براساس یافته‌های این تحقیق مشخص شده که توجه به مکان‌سازی و اصول ساخت مکان باعث ایجاد زمینه‌های مشارکت مردمی، سرمایه اجتماعی و تعاملات اجتماعی، آرامش و لذت برای انسان‌ها خواهد شد و مکانی با عملکرد مناسب برای شهروندان خلق خواهد گردید.

۳- مبانی نظری

۳-۱- بافت تاریخی

بافت‌های تاریخی علاوه بر اینکه بخشی از مناطق و محلات شهرها را تشکیل می‌دهند، روایتگر ویژگی‌های هسته اولیه شهرها و همچنین بیانگر یاد و خاطره فرهنگ و آداب و سنن ساکنین آن‌ها می‌باشند. در بافت‌های تاریخی و کهن ایران، معانی نمادین، پیوند عمیق و ناگسستگی با کالبد بافت داشته و این امر باعث شده‌است تا هویت محله‌های تاریخی برخاسته از باورها و نیازهای روحی و مادی ساکنین باشد؛ اما آنچه امروزه در این بافت‌ها مشاهده می‌شود، تنزل هویت اجتماعی و در نهایت فرسودگی تمامی ابعاد آن است (احدنژادروشتی، ۱۳۹۹). مراکز تاریخی شهری آسیب‌پذیری خاصی را هم در زمینه خطرات طبیعی و هم برای حوادث شدید اقلیمی دارند و بی‌توجهی به حفاظت از میراث تاریخی و فرهنگی منجر به خسارات قابل توجهی از نظر اقتصادی و اجتماعی (از جمله بخش گردشگری) می‌شود (Trillo & Petti, 2016: 694). استراتژی‌هایی که برای مقابله با آسیب‌پذیری این

1- Lane

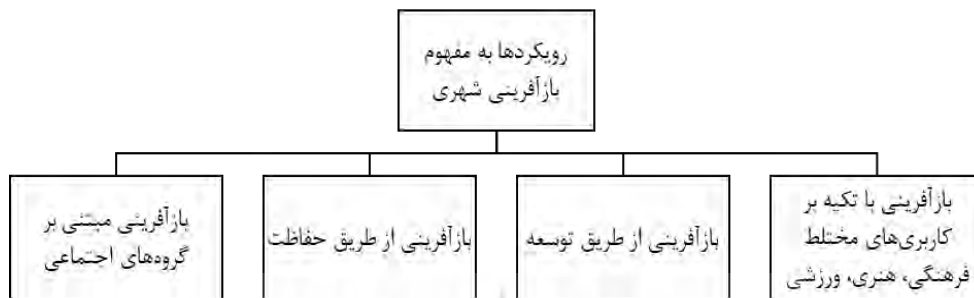
2- Claudia & Luigi

3- Friedman test

بافت‌ها لازم است، باید به مراکز با ارزش تاریخی با دارایی‌های ارزشمند میراث فرهنگی کمک کند و نیز همچنین منجر به تقویت مراکز تاریخی شهر شود و اطمینان حاصل شود که اقدامات به صورت انعطاف پذیر و تدریجی در آینده انجام خواهد شد (Ribera et al, 2015).

۳-۲- بازآفرینی

بازآفرینی شهری، رویکردی کلیدی برای مقابله با مشکلات ناپایداری در شهرها است که با این حال، بیشتر به کمک انگیزه‌هایی غیر از تحول پایداری هدایت می‌شود. برای انجام برنامه‌های بازآفرینی باید قوت و ضعف‌های خاص یک مکان مشخص را به طور واقعی و مؤثر شناسایی کرد تا موجب تغییر مسیر به سمت پایداری شود. همچنین برای ارزیابی قابلیت تحول شهری به زیرمجموعه‌های اجتماعی، اکولوژیک و فناورانه نیاز است که تأثیرات عمده‌ای بر تحول مناطق شهری دارد (Wolfram, 2016: 121).



شکل ۱- رویکردها به مفهوم بازآفرینی شهری (مأخذ: سجادزاده و زلفی گل، ۱۳۹۴: ۱۵۱)

طرح‌های بازآفرینی به بهبود زیر ساخت‌های فضاهای شهری که از لازمه‌های اولیه برای خلق یک فضای خلاقانه و موفق است می‌پردازند. این طرح‌ها همچنین می‌توانند ایجاد فضاهای گردشگری، زیرساخت‌هایی نظیر خطوط جدید حمل‌ونقل و زیرساخت‌های هوشمند را در طرح‌های خود معرفی کنند. در این میان گردشگری شهری به عنوان موضوعی مؤثر در ابعاد مختلف توسعه شهری بوده که امروزه در قالب راهبرد بسیاری از شهرها برای بازآفرینی آن‌ها به کار گرفته شده‌است (پوراحمد و حسینی، ۱۳۹۵).

۳-۳- مکان‌سازی

مفهوم ساخت مکان یا مکان‌سازی اولین بار توسط معماران و برنامه‌ریزان در دهه ی ۱۹۶۰ میلادی به منظور توصیف فرآیند خلق خیابان‌ها، میادین، پارک‌ها و پلازاها به کار گرفته‌شد، به گونه‌ای که جاذب مردم باشند (Carmona & Tiesdell, 2007). به عبارتی مکان‌سازی یک رویکرد چندوجهی برای برنامه‌ریزی، طراحی و مدیریت فضاهای عمومی است. به عبارت ساده، این شامل نگاه کردن، گوش دادن و پرسیدن سؤال از افرادی است که در یک مکان خاص زندگی می‌کنند، کار می‌کنند و بازی می‌کنند تا نیازها و آرزوهای آن‌ها را کشف کنند. این اطلاعات سپس برای ایجاد یک دید مشترک برای آن مکان استفاده می‌شود. این چشم‌انداز می‌تواند به سرعت به یک استراتژی پیاده سازی تبدیل شود، با مقیاس کوچک شروع به بهبود می‌کند که می‌تواند فوراً مزایایی را برای فضاهای عمومی و افرادی که از آنها استفاده می‌کنند به ارمغان بیاورد (PPS, 2008). مکان‌سازی طیف وسیعی از فعالیت‌ها را شامل می‌شود که به دنبال حداکثر کردن فرصت‌های ظهور یا شکوفایی مکان‌های خوب است. مکان‌سازی می‌تواند شامل توسعه جدید، بهبود مکان‌های موجود یا مداخلات مانند رویدادهایی باشد که به ایجاد فعالیت در یک فضا کمک می‌کند. مکان‌سازی این است که افراد درگیر در برنامه‌ریزی، طراحی، ساخت و نگهداری بسیاری از عناصر مختلف که شکل، فعالیت و معنای یک مکان را تشکیل می‌دهند مشارکت مثبتی داشته باشند (Design Commission for Wales, 2020). فریدمن مکان‌سازی را به عنوان فرآیند مناسب سازی فضا به منظور ایجاد "آینه خویشتن" می‌داند (Friedman, 2007: 159). بهبود دسترسی به فضاهای شهری به منظور بهبود کیفیت آن، یکی از اهداف عمده رویکرد مکان‌سازی محسوب می‌شود. مطابق آموزه‌های مکان‌سازی، تنوع دسترسی به مراکز و فضاهای شهری برای تمام اقشار جامعه به منظور افزایش قدرت انتخاب به فراخور نیاز و شرایط آنها، از اولویت‌های طراحان و برنامه‌ریزان شهری است (مهروی و همکاران، ۱۳۹۹). این کیفیت بر این که یک مکان تا چه اندازه به اطراف خود دسترسی فیزیکی و بصری دارد، متمرکز است. عموماً فضای عمومی با دسترسی آسان و پیوند قوی با محیط پیرامون سرانه پارکینگ بالایی دارد و سهولت دسترسی عموم به حمل‌ونقل عمومی در آن بسیار بالاست. یک فضای عمومی زمانی موفق است که قابل رؤیت باشد و راحت بتوان به آن رسید و پرسه‌زد (PPS, 2018).

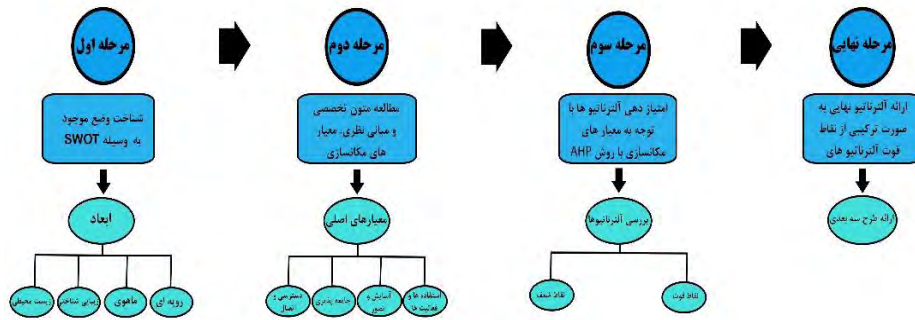
۳-۴- گردشگری

گردشگری معادل دقیق و فارسی توریسم^۱ است. واژه توریسم از کلمات یونانی و لاتین توریست^۲ به معنای گشتن، گردیدن، دور محور چرخیدن، سفر کردن و گردش کردن آمده است. مراد از گردشگری سفرهایی است که در زمان فراغت میان مبدأ و مقصد با انگیزه‌های استراحت، فراغت، تفریح، تمدید قوا، تفریح و... انجام می‌گیرد. در فرهنگ فارسی، گردشگری را چنین تعریف کرده‌اند: در اقطار عالم سفر کردن و شناخت، مسافرت برای تفریح و سرگرمی و سفری که در آن، مسافر به قصدی می‌رود و سپس به محل سکونت خود باز می‌گردد. گردشگری به مجموعه فعالیت‌هایی اطلاق می‌گردد که در جریان مسافرت یک گردشگر اتفاق می‌افتد؛ این فرایند شامل فعالیت‌هایی نظیر: برنامه‌ریزی سفر، مسافرت به مقصد، اقامت، بازگشت و حتی یادآوری خاطرات سفر نیز می‌شود و اقداماتی مانند خرید کالاهای مختلف و تعامل میان میزبان و میهمان را که گردشگر به عنوان بخشی از سفر انجام می‌دهد هم در زمره فعالیت‌های جهانگردی به حساب می‌آید (کاظمی، ۱۳۸۵). مفهوم استفاده از گردشگری به عنوان عاملی مهم جهت بازآفرینی محیطی و اقتصادی شهرها، نخستین بار در آمریکای شمالی تجربه شد. اما بازآفرینی شهری به عنوان یکی از رویکردهای مداخله از اواخر دهه ۱۹۸۰ و اوایل دهه ۱۹۹۰ مطرح شد، و به منظور ارتقاء کیفیت سکونت مورد استفاده قرار گرفت (تفنگچی، ۱۳۹۴: ۶-۵). صنعت گردشگری در بعد جهانی، از اواخر دهه‌ی ۱۹۶۰ رشد چشم‌گیری یافت و در عصر کنونی از جمله عوامل مؤثر در توسعه‌ی تعاملات بین‌المللی به شمار می‌آید و نقش عمده‌ای در اقتصاد جهانی بر عهده دارد. این صنعت سومین صنعت جهان پس از نفت و اتومبیل است (آرا و همکاران، ۱۳۹۶). در جهان امروز، صنعت گردشگری یکی از بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین صنایع خدماتی در دنیا به حساب می‌آید. بسیاری از کشورها این صنعت پویا را به عنوان منبع اصلی درآمد، اشتغال‌زایی، رشد بخش خصوصی و توسعه‌ی ساختار زیربنایی می‌دانند. صنعت گردشگری امروزه به قدری در توسعه‌ی اقتصادی، اجتماعی کشورها اهمیت دارد که اقتصاددانان آنان را «صادرات نامرئی^۳» نام نهادند (Kim et al, 2016). نمی‌توان «صنعت گردشگری» را مشابه صنایع دیگر تلقی کرد؛ زیرا این صنعت اولاً محصولی واحد و مشخص ندارد و ثانیاً بخشی از بازده آن ناملموس است؛ ضمن اینکه استفاده از بسیاری از خدمات آن صرفاً محدود به گردشگران نمی‌شود (کاظمی، ۱۳۸۵: ۶۴).

۴- روش تحقیق

این تحقیق از نوع تحلیلی کاربردی بوده و با رویکرد استقرایی در جهت رسیدن به یک طرح و برنامه کارآمد در بافت (نمونه موردی) مورد استفاده قرار گرفته است. داده‌های مورد استفاده در پژوهش از روش‌های میدانی (مشاهده و پرسشنامه) و بررسی متون علمی و پژوهشی به دست آمده است. در مرحله اول برای شناخت وضع موجود بافت تاریخی شهر ارومیه جدول SWOT^۴ در چهار بعد رویه‌ای، ماهوی، زیباشناختی و زیست محیطی با نظرسنجی از ساکنین محدوده در قالب یک پرسشنامه عمومی تهیه گردیده و در مرحله دوم با مطالعه متون تخصصی و مبانی نظری مرتبط با اهداف طرح، معیارهای مکان‌سازی با توجه به ابعاد ماهوی محدوده، استخراج شده‌اند و به ۴ معیار اصلی و ۳۴ زیرمعیار که با توجه به ویژگی‌های مشترک به ۱۵ گروه تقسیم بندی شده‌اند و با استفاده از پرسشنامه متخصصین با روش تحلیل سلسله مراتبی (AHP^۵) و نرم افزار اکسپرت‌چویس^۶ امتیازدهی شده‌اند. مرحله سوم سه آلترناتیو با توجه به امتیازات معیارهای مکان‌سازی ارائه کرده و با روش AHP و نرم افزار اکسپرت‌چویس سه آلترناتیو امتیازدهی و رتبه‌بندی شده و پس از تشخیص نقاط قوت و ضعف هر یک از آلترناتیوهای ارائه شده، آلترناتیو نهایی به صورت ترکیبی از نقاط قوت آلترناتیوهای پیشنهادی ارائه گردیده است.

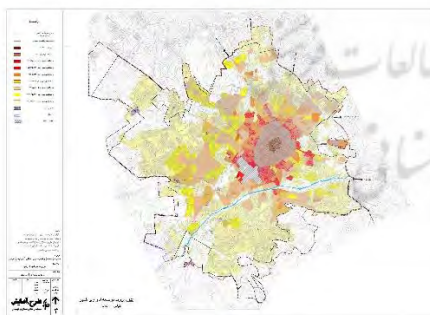
- 1- Tourism
- 2- tourinsth
- 3- Invisible Export
- 4- Strengths Weaknesses Opportunities Threats
- 5- Analytical Hierarchy Process
- 6- Expert Choice



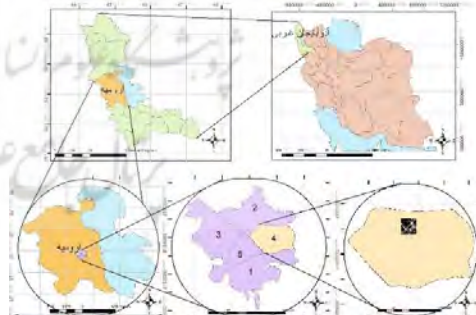
شکل ۲- شماتیک مدل مفهومی روند تحقیق (مأخذ: نگارندگان)

۵- معرفی محدوده

محدوده مورد مطالعه واقع در منطقه ۴ ارومیه که جمعیت این محدوده طبق سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۹۵ بالغ بر ۸۰۲ نفر می‌باشد، از این بین جمعیت مردان ۴۱۷ نفر و جمعیت زنان ۳۸۵ نفر را شامل می‌شود، میزان اشتغال این محدوده شامل ۳۲۸ شاغل و ۴۷۴ بیکار و همچنین از لحاظ سواد، ۶۴۹ باسواد و ۱۵۳ بی‌سواد را در برمی‌گیرد (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵).
 احداث خیابان امام در سال ۱۳۰۷ هجری شمسی توسط اداره بلدیة شهر ارومیه در دستور کار قرار گرفت. این خیابان که شهر را از شرق به غرب تقسیم می‌کرد توسط معمار بومی بنام مشهدی محمدحسین معمار معروف به ملا اوستا احداث گردید. ملا اوستا با وجود اینکه سواد آکادمیک و کلاسیک نداشت ولی خیابان را به طور ماهرانه ایجاد کرد. در مسیر این خیابان جدید ارومیه بازار و در مدخل بازار تکیه بزرگی با ساختمان‌های متناسب و حیاط نسبتاً بزرگی بنام مقبره وجود داشت که در زمان خیابان کشی ویران گردید. این خیابان در سال ۱۳۱۰ تکمیل شد. بلدیة ارومیه در سال ۱۳۱۲ نقشه شهر و خیابان‌های ایجاد شده را ترسیم کرد. مجموعه بازار ارومیه بخش عمده‌ای از بازار پیشین این شهر است. احداث خیابان‌های عسگرآبادی، امام (پهلوی سابق)، خیابان منتظری، خیابان مطهری، به ترتیب بخش‌هایی از آن را جدا کرده‌است مسجد جامع ارومیه در کنار بازار شکل گرفته‌است و راسته عطاران واقع در جنوب که امروزه میدان گندم نامیده می‌شود ارتباط دارد. ساختار کنونی بازار از دوره صوفیه شکل گرفته و در دوره افشار راسته‌های جدید به وجود آمده‌اند و در دوره قاجار راسته‌های متعدد دیگری در غرب بازار به راسته عطاران افزوده شده‌است. مسجد جامع ارومیه یک اثر تاریخی که با شکوه فراوان در مجاورت بازار ارومیه قرار دارد، متعلق به سده هفتم هجری قمری (مربوط به ایلخانان) است. محراب این مسجد از نظر گچبری یکی از زیباترین آثار هنر معماری دوران مغول می‌باشد. موقعیت این مسجد در بازار طوری قرار دارد که از سه طرف به معابر عمومی متصل می‌شود (مهندس مشاور طرح و آمایش، ۱۳۸۵).



شکل ۴- نقشه روند توسعه و ادواری شهر ارومیه (مأخذ: مهندس مشاور طرح و آمایش، ۱۳۸۵)



شکل ۳- نقشه موقعیت بافت مرکزی شهر ارومیه (مأخذ: نگارندگان)

۶- یافته‌ها

۶-۱- تحلیل یکپارچه با روش SWOT

جدول SWOT در چهار بعد رویه‌ای، ماهوی، زیبا شناختی و زیست محیطی در چهار حالت قوت، ضعف، فرصت و تهدید با توجه به رویکرد مکان‌سازی و گردشگری تهیه شده‌است.

جدول ۱- عوامل داخلی و خارجی SWOT

ابعاد		عوامل
رویدای	قوت (S)	۱- اختلاط کاربری در بافت ۲- اقتصاد قوی به دلیل وجود کاربری‌های تجاری عمده و خرده ۳- مراجعه افراد از مناطق مختلف به مراکز تجاری ۴- وجود امتیازات حقوقی به بافت تاریخی و فرسوده ۵- محدودیت افراد خصوصی در دخل و تصرف بافت تاریخی ۶- وجود تعامل اجتماعی بین ساکنان
	ضعف (W)	۱- جدا شدن بازار در اثر ایجاد معابر پهلوی-عسگرآبادی و .. ۲- عدم وجود تداوم زمانی در نیمه‌های شب ۳- عدم وجود تعاملات اجتماعی مطلوب در میدان امام ۴- بالا بودن فعالیت‌های نامناسب و بزهکاری ۵- پایین بودن سطح ایمنی
	فرصت (O)	۱- تصویب طرح کاهش تراکم بخش مرکزی ۲- وجود اراضی با ارزش برای جذب سرمایه‌گذاری ۳- امکان ایجاد مجتمع‌های اقتصادی با توجه به برخی پتانسیل‌های تجاری محدوده ۴- کسب درآمد از طریق جذب توریست با توجه به سیمای تاریخی
	تهدید (T)	۱- احتمال تبدیل کاربری‌های مسکونی به تجاری در اثر نامناسب بودن (بالا بودن) قیمت اراضی مسکونی ۲- از بین رفتن خرده فروشی‌ها در پی افزایش فروشگاه‌های زنجیره‌ای
ماهوی	قوت (S)	۱- وجود کاربری‌های تجاری با ظرفیت فرا منطقه‌ای ۲- نزدیکی به مرکز شهر ۳- وجود سرانه‌های مناسب تفریحی توریستی ۴- سازگاری مطلوب کاربری‌ها ۶- نزدیکی به کاربری‌های درمانی
	ضعف (W)	۱- کمبود سرانه فضای سبز ۲- بالا بودن قیمت زمین موجب عدم مشارکت در طرح‌ها و تجمع قطعات ریزدانه می‌شود ۳- عرض نامناسب کوچه‌ها و معابر فرعی، سبب ترافیک می‌شود ۴- نامطلوب بودن محل قرارگیری کاربری مسکونی و اداری ۵- عدم قرارگیری کاربری‌های وابسته در ارتباط و مجاورت هم
	فرصت (O)	۱- گسترش نقش تجاری با تقویت کاربری‌های وابسته و مکمل ۲- احتمال افزایش پیاده مداری بواسطه اختلاط کاربری‌ها و کاهش زمان سفر ۳- احتمال افزایش سرزندگی با توجه به مرکز جاذب جمعیت ۴- امکان کاهش بار ترافیکی بواسطه حمل‌ونقل عمومی
	تهدید (T)	۱- خطر گسترش مشکلات به دلیل عدم وجود کاربری انتظامی ۲- خطر افزایش ترافیک به واسطه وجود عملکرد تجاری فرامنطقه‌ای و شهری ۳- خطر افزایش ترافیک با تجمع کاربری‌های جاذب سفر
		۷- بالا بودن نظارت اجتماعی توسط کسبه ۸- جداره فعال و اختلاط کاربری در خیابان امام و بازار ۹- وجود تعامل اجتماعی به دلیل وجود کاربری‌های فعال ۱۰- وجود عنصر تاریخی بازار و مسجد جامع ۱۱- وجود پایگاه‌ها و پاتوق‌های اجتماعی ۱۲- وجود میراث تاریخی با ارزش دوره‌های صفویه و ایلخانیان ۱۳- وجود معابر تاریخی دوره پهلوی
		۶- خصوصی بودن مالکیت اراضی ۷- افزایش روز افزون قیمت اراضی تجاری و مسکونی ۸- استفاده نامناسب از برخی اراضی با ارزش ۹- سرقتی بودن برخی مغازه‌ها
		۵- امکان افزایش سرزندگی و گسترش امنیت با تقویت جداره فعال و اختلاط کاربری ۶- امکان افزایش تعاملات اجتماعی با تقویت عنصر تاریخی ۷- افزایش حس تعلق به دلیل افزایش حس مشارکت مردمی ۸- امکان افزایش نظارت اجتماعی به سبب مشارکت کسبه
		۳- احتمال خطر کاهش حضور پذیری در مرکز با افزایش بزهکاری و نبود حس امنیت ۴- احتمال جذب ارادل از سایر مناطق به دلیل فرسودگی بافت
		۷- وجود حمل‌ونقل عمومی ۸- نفوذپذیری مناسب محدوده ۹- دسترسی مناسب جهت قرارگیری در مرکز شهر ۱۰- عرض مناسب خیابان‌های اصلی ۱۱- وجود سرزندگی در سطح محدوده
		۶- کاهش کارایی عملکردی بواسطه عدم مجاورت کاربری وابسته ۸- عدم وجود تأسیسات شهری برای زمان بحرانی ۹- کمبود فضای پارکینگ مناسب ۱۰- ترافیک محلی در لبه‌های تجاری در ساعات اوج ۱۱- عدم دسترسی مناسب به دلیل ریزدانه بلوک ۱۲- عدم استفاده از عملکرد مناسب مسجد جامع
		۵- امکان ایجاد پارکینگ در قطعات بایر و مخروبه ۶- امکان ایجاد کاربری‌های شبانه برای حضور افراد در تمامی ساعات طول روز ۷- امکان ساماندهی دست فروشان محدوده برای جلوگیری از اغتشاش عملکردی
		۴- خطر ایجاد ترافیک و افزایش آلودگی هوایی و صوتی ۵- احتمال سد معبرسازی کاربری‌ها بر روی پیاده‌رو ۶- احتمال خطر کاهش تعاملات اجتماعی و امنیت به دلیل محصوریت نامطلوب و رها شدگی فضایی ۷- امکان کاهش امنیت محدوده در اثر کاهش حضور افراد در ساعات پایانی روز

زیباشناختی		قوت (S)
۳- وجود گره‌های فعالیتی ۴- وجود نشانه‌های بصری و عملکردی	۱- عدم ایجاد اغتشاش بصری به دلیل وجود خط آسمان یکنواخت ۲- عرض مناسب معابر اصلی	
زیباشناختی		ضعف (W)
۴- وجود بناهای با عمر بالا و کیفیت پایین ۵- عدم وجود مبلمان کافی در محله	۱- سطح اشغال بالا در محدوده ۲- وجود ناهماهنگی میان نمای ساختمان‌ها	
زیباشناختی		فرصت (O)
۴- امکان افزودن المان‌های شهری در راستای افزایش خوانایی و سرزندگی ۵- احتمال ایجاد مبلمان مناسب و متناسب با اقلیم ۶- امکان تقویت مسیریابی با توالی نشانه‌ها	۱- ایجاد قوانین و نظارت بر اجرای قوانین در نوسازی و بازسازی ۲- تعویض تابلو و هماهنگ‌سازی به منظور تقویت جنبه زیباشناختی و خوانایی ۳- امکان افزایش هویت با ایجاد دید به عنصر تاریخی	
زیباشناختی		تهدید (T)
۲- احتمال خطر کاهش خوانایی به دلیل عدم پیوستگی نشانه‌ها	۱- در صورت نبود برنامه‌ریزی برای گره‌های اجتماعی این مکان‌ها می‌توانند تبدیل به محل بزه‌های اجتماعی گردند	
زیست محیطی		قوت (S)
۲- عدم وجود پستی و بلندی در محدوده	۱- جهت‌گیری مناسب خیابان‌ها برای دفع آب‌های سطحی	
زیست محیطی		ضعف (W)
۳- عدم تابش مناسب نور خورشید به داخل کوچه‌ها به دلیل محصوریت بالا ۴- عدم توجه ساختمان‌ها به نوسازی و طراحی مناسب با اقلیم	۱- کمبود پوشش گیاهی مناسب ۲- وجود محله‌های دمیچری خانه و نجار خانه که باعث آلودگی صوتی می‌شوند.	
زیست محیطی		فرصت (O)
۲- امکان ایجاد پوشش گیاهی مناسب با نوع اقلیم ۳- ایجاد مراکز خدمات‌رسانی در زمان‌های بحرانی	۱- جهت‌گیری مناسب ابنیه امکان کاهش تاثیرات بادهای زمستانه (بادهای غربی) را دارا است	
زیست محیطی		تهدید (T)
۲- احتمال افزایش آلودگی به دلیل تجمع در محدوده	۱- احتمال زیاد تخریب محله در زمان رخداد سوانح طبیعی مانند زلزله به دلیل قدمت زیاد و کیفیت پایین ابنیه	

۲-۶- معیارهای مکان‌سازی

به منظور خلق یک مکان با یک یا چند رویکرده، شناخت ویژگی‌ها، جنبه‌های و معیارهای اصلی و فرعی مختلف رویکردها ضروری می‌باشد. جدول ۲ رویکردهای اصلی مکان‌سازی و زیرمعیار هر کدام را نشان می‌دهد.

جدول ۲- معیارهای مکان‌سازی

معیار اصلی	استفاده‌ها و فعالیت‌ها	آسایش و تصور	جامعه‌پذیری	دسترسی و اتصال
زیرمعیار	سرگرمی	ایمنی	متنوع	پیوسته
	فعال	تمیز	قابل نظارت	مجاور
	سرزنده	سبز	قابل همکاری	متصل
	خاص	پیاده‌مداری	همسایه‌مداری	خوانا
	واقعی	قابل نشستن	افتخار انگیز	پیاده‌پرور
	مفید	معنوی	مفید	دنج
	بومی	دلربا	دوستانه	در دسترس
مجلل	جذاب	دارای فعل و انفعال		
پایدار	تاریخی	استقبال‌گر		

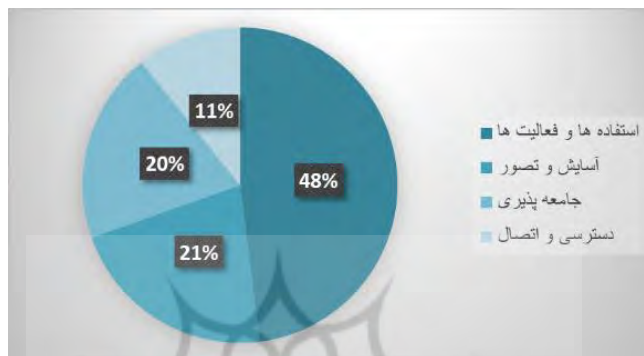
۲-۶-۱- ارزیابی معیارهای مکان‌سازی

چهار معیار اصلی مکان‌سازی و زیر معیارهای هر کدام که باتوجه به ویژگی‌های یکسان در یک دسته قرار گرفته‌اند با روش AHP مورد ارزیابی قرار گرفته و امتیاز مربوط به هر مورد با کمک نرم افزار اکسپرت‌چویس^۱ در جدول نشان داده شده‌است.

1 - Expert Choice

جدول ۳- امتیاز معیارهای مکان‌سازی با روش AHP (مأخذ: نگارندگان)

معیار اصلی	امتیاز	زیر معیار	معیار اصلی	امتیاز	زیر معیار	امتیاز	معیار اصلی
استفاده‌ها و فعالیت‌ها	۰/۴۸۰	سرگرمی، سرزنده	جامعه پذیری	۰/۲۷۴	دارای فعل و انفعال	۰/۱۹۶	متنوع، استقبال‌گر
		فعال، مفید، پایدار			قابل نظارت، قابل همکاری		
		خاص، مجلل			همسایه مداری، دوستانه		
		واقعی			پیوسته، متصل، خوانا، مجاور		
آسایش و تصور	۰/۲۱۶	ایمنی	دسترسی و اتصال	۰/۱۰۸	در دسترس	۰/۱۶۳	پیاده پرور، دنج
		معنوی، دلربا، جذاب، تاریخی			۰/۳۴۴		
		تمیز، سبز			۰/۰۴۵		
		پیاده مداری، قابل نشست			۰/۴۵۱		



شکل ۵- نمودار دایره‌ای امتیاز معیارهای اصلی مکان‌سازی (مأخذ: نگارندگان)

۳-۶- ارائه آلترناتیوها

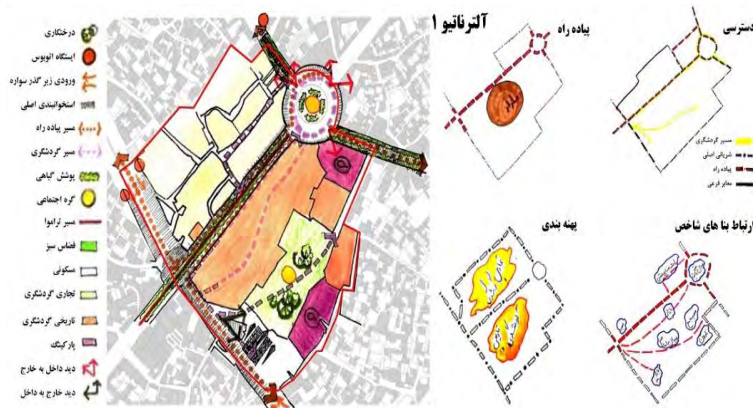
باتوجه به معیارهای مکان‌سازی، اطلاعات جدول SWOT و در نظرگیری رویکرد گردشگری، برای بخشی از محدوده بافت مرکزی و تاریخ شهر ارومیه با سطح مداخلات متوسط و زیاد، سه آلترناتیو ارائه شده‌است.

۶-۳-۱- آلترناتیو اول

آلترناتیو اول در جهت پیاده راه کردن محدوده بوده و از ورود خودرو به محدوده جلوگیری شده‌است و یک محیط گردشگر محور می‌شود.

با ایجاد الف) مسیر تراموا در پیاده راه امام، ب) تعریف گره‌های اجتماعی سرزنده در میدان امام و میدان ولایت فقیه (مرکز)، ج) افزایش اساسی فضای سبز در محدوده پیاده راه، د) درختکاری در میدان امام در جهت افزایش آسایش اقلیمی، س) تغییر الگوی مرکزی میدان ولایت فقیه، ش) تخریب جداره کنار مسجد اعظم و ایجاد راسته بازار به سوی میدان امام، و) تقویت پارکینگ‌های موجود (پارکینگ‌های طبقاتی) و احداث پارکینگ در زمین‌های بایر، ه) ایجاد راسته تجاری، گردشگری در نجارخانه، ی) انتقال کاربری‌های مسکونی به بافت درونی خیابان تاریخی، مطلوبیت کالبدی را در بافت افزایش خواهد یافت.

با تبدیل خیابان امام و نقاط اتصال معابر دیگر به پیاده راه، تعیین معابر اصلی و فرعی و تعیین دسترسی‌ها مشکلات حمل‌ونقلی تا حد مطلوبی کاهش پیدا می‌کند و آلودگی‌های صوتی کاهش می‌یابد. همچنین با تعیین و شناسایی مسیرهای گردشگری انتخابی و تعیین نقاط گردشگری موجود ارتباط بین بناهای شاخص محدوده افزایش پیدا کرده و با ایجاد مجتمع‌های تجاری تفریحی گردشگری و تثبیت بازار قدیم و پیاده راه امام به مرکز تجاری گردشگری منطقه از طریق: ۱) تقویت توان تجاری بازار، ۲) ایجاد کاربری‌های جذاب گردشگر در مسیر پیاده راه امام، ۳) تقویت بعد تاریخی محدوده، محیط بافت می‌تواند دارای پتانسیل گردشگری شود. پهنه بندی محدوده بر اساس عملکرد و کاربری، به ۲ پهنه تجاری - گردشگری و گردشگری - تاریخی تقسیم شده‌است.



شکل ۶- شماتیک آلترناتیو اول (مأخذ: نگارندگان)

۲-۳-۶- آلترناتیو دوم

محوریت اصلی آلترناتیو دوم پیاده راه کردن محدوده می‌باشد. اما محور خیابان منتظری به مطهری با احداث زیرگذر در جریان باقی می‌ماند. و پهنه‌بندی غالب کاربری تجاری می‌باشد. اقدامات مهم عبارتند از: (۱) احداث زیرگذر خیابان منتظری به مطهری و ثابت ماندن میدان مرکز و تبدیل خیابان امام و قسمتی از خیابان‌های منتظری، مطهری و طالقانی و میدان مرکز به پیاده راه، (۲) در نظر گرفتن پارکینگ‌های طبقاتی برای جلوگیری از ایجاد ترافیک به علت پیاده‌راه شدن، (۳) ایجاد حوزه سبز در میدان امام با درخت‌های بومی و مطابق اقلیم و دارای سایه، (۴) ارتباط بناهای شاخص به وسیله احداث پیاده راه جدید در پشت بازار (میدان امام)، (۵) ایجاد آب‌نما میدان مرکز جهت سرزندگی و تعاملات، (۶) تبدیل زمین بایر به کاربری تجاری، هستند.



شکل ۷- شماتیک آلترناتیو دوم (مأخذ: نگارندگان)

۳-۳-۶- آلترناتیو سوم

اولویت آلترناتیو سوم پیاده مدار بودن بافت می‌باشد و معابر به کلی حذف نمی‌شوند اما کمتر از وضع موجود می‌باشد و عرض معابر کاهش پیدا می‌کند. اقدامات مهم عبارتند از:

(۱) مرمت و بازسازی مسجد جامع، جداره خیابان امام و جداره‌ی میدان ولایت فقیه در راستای احیای هویت تاریخی، (۲) ارتقا کیفیات کاربری‌های تفریحی - توریستی برای رسیدن به سطح بین‌المللی، (۳) ایجاد مجتمع‌های تجاری - گردشگری در راستای جذب جمعیت و افزایش توان اقتصادی در زمین‌های با کاربری‌های مخروبه و بایر، (۴) ایجاد پارکینگ‌های طبقاتی در کنار مجتمع‌ها و فضای سبز میدان امام، (۵) انتقال کاربری آموزشی به خارج محدوده و تغییر آن به دفتر تسهیل‌گری در جهت افزایش مشارکت شهروندان، (۶) افزایش سرانه فضای سبز - افزایش مساحت فضای سبز میدان امام - ایجاد فضای سبز محلی، (۷) طراحی پلان مناسب فضای سبز (پلان انگور) و ایجاد میلمان، رواق و سایه اندازه‌ها، (۸) ایجاد کاربری انتظامی در راستای افزایش ایمنی، (۹) ایجاد کاربری خدمات امداد رسانی به منظور امداد رسانی در مواقع بحرانی، (۱۰) اولویت بخشی به حرکت پیاده با ایجاد مسیر پیاده در وسط خیابان امام و طالقانی، تبدیل مسیر سواره به یک مسیر رفت و برگشت، ایجاد تونل نور، گلکاری و پوشش گیاهی، میلمان و المان‌های متناسب با اقلیم در راستای ایجاد سرزندگی و شبانه روزی کردن محدوده، (۱۱) حذف میدان مرکز و پیاده مدارای جداره‌ی میدان، (۱۲) افزایش میزان نفوذپذیری میدان امام با تعریض و ایجاد معبر جدید، (۱۳) انتظام بخشی و ساماندهی بلوک‌بندی به وسیله

ی تعریض معابر فرعی در راستای تسهیل در عبور و مرور و افزایش حس امنیت، ۱۴) انتقال ایستگاه‌های حمل و نقل عمومی به خیابان‌های مجاور، ۱۵) ساماندهی تابلوها و علائم برای جلوگیری از اغتشاش بصری، می‌باشد.

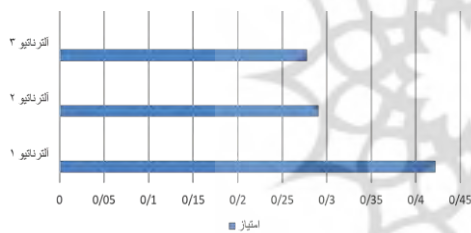
آلترناتیو ۳



شکل ۸- شماتیک آلترناتیو سوم (مأخذ: نگارندگان)

۶-۳-۴- امتیاز آلترناتیوها

باتوجه به امتیازات معیارها و زیر معیارهای مکان‌سازی و دارا بودن هر کدام از این موارد در آلترناتیوهای ارائه شده‌است. با روش AHP امتیاز کلی برای هر آلترناتیو به دست آمده‌است که آلترناتیو اول با امتیاز ۰/۴۲۲ دارای بیشترین امتیاز است.



جدول ۴- امتیاز آلترناتیوها با روش AHP (مأخذ: نگارندگان)

آلترناتیو	امتیاز
آلترناتیو ۱	۰/۴۲۲
آلترناتیو ۲	۰/۲۹۱
آلترناتیو ۳	۰/۲۷۸

شکل ۹- نمودار میله‌ای امتیاز آلترناتیوها با روش AHP (مأخذ: نگارندگان)

۷- جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

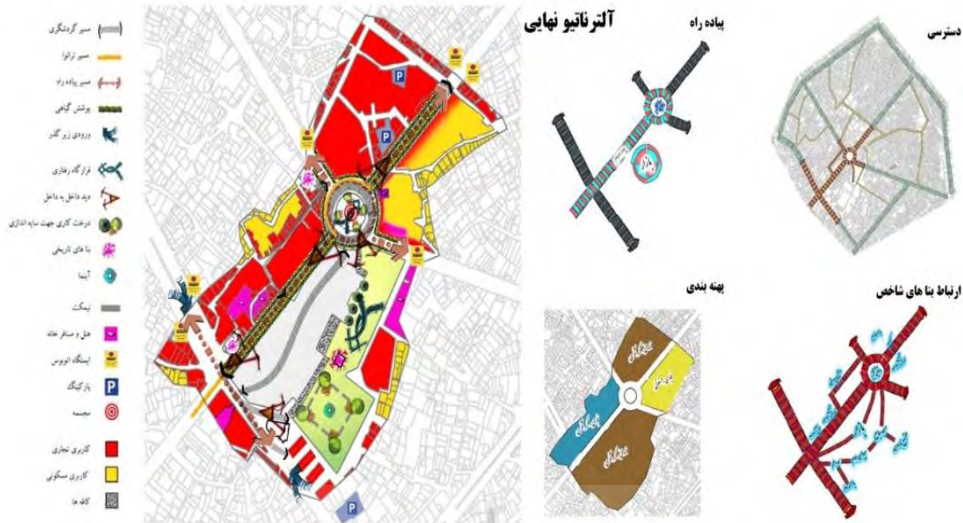
۷-۱- آلترناتیو نهایی

آلترناتیو نهایی با در نظرگیری جنبه‌های مختلف محدوده و با تحلیل و بررسی امتیازات و نقاط قوت و ضعف سه آلترناتیو بیان شده، ارائه شده‌است.

ارتباط بناهای شاخص با تعیین و شناسایی مسیرهای گردشگری انتخابی، تعیین نقاط گردشگری موجود و ایجاد مجتمع‌های تجاری تفریحی - گردشگری، صورت می‌گیرد. همچنین برای گردشگری بیشتر منطقه تثبیت بازار قدیم و پیاده راه امام به مرکز تجاری محدوده از طریق: تقویت توان تجاری بازار، ایجاد کاربری‌های جاذب گردشگر در مسیر پیاده راه امام و تقویت بعد تاریخی محدوده صورت می‌گیرد. پهنه بندی محدوده بر اساس عملکرد و کاربری به سه بخش اصلی تجاری - مسکونی، تاریخی - گردشگری و تجاری - گردشگری تقسیم می‌شود. برای ایجاد پیاده راه خیابان امام، نقاط اتصال معابر به این خیابان به پیاده راه تبدیل شده و برای جلوگیری از اختلال در رفت و آمد، معابر اصلی و فرعی، دسترسی‌ها و مسیرهای جایگزین برای عبور وسایل نقلیه در محدوده بلافاصله پیش‌بینی شده‌است.

اقدامات مهم و اصلی عبارتند از: ۱) ایجاد مسیر تراموا در پیاده راه امام، ۲) افزایش اساسی فضای سبز در محدوده پیاده راه، ۳) تغییر الگوی مرکزی میدان ولایت فقیه، ۴) ایجاد راسته تجاری، گردشگری در نجارخانه، ۵) ایجاد جداره تاریخی در بافت، ۶) تعریف گره‌های اجتماعی سرزنده در میدان امام و میدان ولایت فقیه (مرکز)، ۷) تعریف ایستگاه‌های حمل و نقل عمومی در ورودی های پیاده راه، ۸) تقویت پارکینگ‌های موجود (پارکینگ‌های طبقاتی) و احداث پارکینگ در زمین‌های بایر، ۹) انتقال کاربری‌های

مسکونی به بافت درونی خیابان تاریخی، ۱۰) درختکاری در میدان امام در جهت افزایش آسایش اقلیمی، ۱۱) تخریب جداره کنار مسجد اعظم و ایجاد راسته بازار به سوی میدان امام، ۱۲) ایجاد فضای باز در قسمت پشت بازار قدیم و تبدیل آن به فضای شهری فعال، ۱۳) تغییر کاربری ساختمان نارون از اداری به تجاری، ۱۴) ادغام فضاهای باز اطراف با میدان، ۱۵) ایجاد مسیر پیاده از سمت مرکز به میدان امام در جهت افزایش نفوذپذیری آن، ۱۶) تغییر مکان ورودی زیر گذر عطایی، می‌باشند.



شکل ۱۰- شماتیک آلترناتیو نهایی (مأخذ: نگارندگان)



شکل ۱۱- تصاویر مدل سه‌بعدی آلترناتیو نهایی (مأخذ: نگارندگان)

۲-۷- نتیجه‌گیری

بافت‌های تاریخی شهرها به عنوان هسته‌ی اصلی شهری شناخت شده‌است و در اکثر شهرها دارای تجمیع کارکردی و کاربری‌های خدمات‌رسان هستند. همچنین این بافت‌ها محتوای معنوی و فرهنگی خاص خود را دارا هستند که تبلور حس تعلق و هویت بخشی به شهروندان را دارند. اما امروزه در اکثر شهرها این بافت‌ها کارایی مفید و لازم را ندارند و با تغییر الگوی زندگی در دهه‌های اخیر و گسستی که میان بناهای سنتی و تاریخی با بافت جدید شهری پدیدار شده است، این بافت‌ها متناسب زندگی امروزه نیستند. بنابراین بافت‌های تاریخی نیازمند بازآفرینی هستند، اما باتوجه به عدم کارایی طرح‌ها و برنامه‌های اجرا شده، رویکرد نوینی در تهیه و اجرای طرح‌های توسعه‌ای و بازآفرینی شهری به منظور جلوگیری از گسترش فرسودگی کالبدی و کارکردی بافت‌های قدیمی و تاریخی شهرها نیاز است. در این راستا رویکرد مکان‌سازی باتوجه به در نظرگیری ابعاد مختلف مکان و فضا، معیارها و شاخص‌های متفاوت را باتوجه به تمامی ابعاد آسیب‌شناسی و فرسودگی بافت در تمام زمینه‌ها و شرایط مختلف کمک فراوانی به خلق فضاهای شهری می‌نماید.

با نگرش به این که این موضوع که قابلیت‌ها و جاذبه‌های گردشگری در چهار گروه جاذبه‌های تاریخی و یادمانی، جاذبه‌های فرهنگی، جاذبه‌های محیطی و جاذبه‌های تفریحی تقسیم بندی می‌گردد، موفقیت پروژه‌های بازآفرینی شهری گردشگری محور در راستای تقویت قابلیت‌ها و جاذبه‌های فوق است (شهریاری و همکاران، ۱۳۹۹: ۷۲). بنابراین طرح‌ها و برنامه‌های بازآفرینی باید در راستای ایجاد و یا تقویت این موارد ارائه گردند. در این پژوهش باتوجه به موارد ذکر شده و شناخت محدوده به کمک روش SWOT که در تهیه آن از نظرخواهی شهروندان نیز کمک گرفته شده و همچنین باتوجه به ویژگی‌ها و معیارهای رویکرد مکان‌سازی سعی بر آن بوده که طرحی ارائه شود تا با در نظرگیری این موارد مکانی برای گردشگری خلق گردد. ساخت چنین مکان‌هایی علاوه بر رونق اقتصادی شهر باعث تقویت ویژگی‌های فرهنگی و هنری شهری و در نتیجه آن حس تعلق به مکان و تقویت هویت شهری و شهروندی می‌گردد و موجب احیای بافت‌های تاریخ و قدیمی می‌شود و همچنین محیطی برای جذب توریست داخلی و خارجی گردد و به مکانی گردشگر محور تبدیل شود.

منابع

۱. احدنژادروشتی، محسن؛ حیدری، محمدتقی؛ و محرمی، سعید (۱۳۹۹). بازآفرینی اجتماعی بافت تاریخی با رویکرد گردشگری شهری (مورد پژوهی: بافت تاریخی شهر زنجان). فصلنامه جغرافیا و برنامه‌ریزی منطقه‌ای، ۱۰(۳)، ۹۶۰-۹۴۷.
۲. آراه، هاید؛ زارع، غلامرضا؛ ترابی، علی؛ محمدی، منصوره (۱۳۹۶). بررسی سیر تحولات صنعت گردشگری تا پیدایش ژئومورفوتوریسم، پنجمین کنفرانس بین‌المللی ایده‌های نوین در کشاورزی، محیط زیست و گردشگری.
۳. بحرینی، سیدحسین؛ ایزدی، محمدسعید؛ مفیدی، مهرانوش. (۱۳۹۳). رویکردها و سیاست‌های نوسازی شهری (از بازسازی تا بازآفرینی شهری پایدار). مطالعات شهری، ۹، ۱۷-۳۰.
۴. پوراحمد، احمد و حسینی، علی (۱۳۹۵). بازآفرینی بافت‌های تاریخی شهری جهت توسعه گردشگری فرهنگی نمونه موردی هسته مرکزی شهر تهران. همایش ملی بافت‌های فرسوده و تاریخی شهر.
۵. تفنگچی مهباری، میلاد (۱۳۹۴). بازآفرینی محلات مرکزی شهر، همایش ملی معماری و شهرسازی بومی ایران. یزد.
۶. حاجیان‌جابر، فاطمه (۱۳۹۵). مکان‌سازی؛ اصول ساخت مکان و مزایای آن در طراحی شهری، چهارمین کنگره بین‌المللی عمران، معماری و توسعه شهری، تهران.
۷. سجاذاده، حسن و زلفی‌گل، سجاد (۱۳۹۴). طراحی شهری در بازآفرینی محلات سنتی با رویکرد محرک توسعه نمونه موردی: محله گلپا همدان. آمایش محیط، ۸(۳۱)، ۱۷۱-۱۴۷.
۸. شهریاری، کمال‌الدین؛ کریمزاده، علی؛ شهریاری، شهرزاد (۱۳۹۹). اولویت‌بندی قابلیت‌ها و جاذبه‌های گردشگری در محدوده‌های بازآفرینی شده تاریخی، مطالعه موردی: محدوده تاریخی زندیه شیراز، هویت شهر، سال ۱۴، شماره ۴۱، صص ۱۱۳-۶۱.
۹. کاظمی، مهدی (۱۳۸۵). مدیریت گردشگری. تهران: انتشارات سمت.
۱۰. مرکز آمار ایران، (۱۳۹۵).
۱۱. مهندس مشاور طرح و آمایش (۱۳۸۵). طرح جامع ارومیه، سازمان مسکن و شهرسازی استان آذربایجان غربی، گزارشات مطالعات تاریخی ارومیه، جلد اول.
۱۲. مهوری، پریسا؛ قلعه‌نویی، محمود؛ و مختارزاده، صفورا (۱۳۹۹). سنجش کیفیت فضای شهری بر اساس معیارهای مکان‌سازی با تأکید بر کیفیت دسترسی مطالعه موردی: میدان عتیق اصفهان. مطالعات شهری، ۹(۳۵)، ۴۰-۴۷.

۱۳. هرندی، مینا و دژآباد، نگار (۱۳۹۵). بازآفرینی بافت های تاریخی نیازمند ساماندهی با رویکرد گردشگری شهری، نمونه موردی: محدوده شرق میدان نقش جهان، دومین کنفرانس بین المللی شهرسازی، مدیریت و توسعه شهری، شیراز، ایران.
14. Carmona, M., & Tiesdell, S. (Eds.). (2007). *Urban design reader*. Routledge.
 15. Claudia, T., & Luigi, P. (2016). A novel paradigm to achieve sustainable regeneration in historical centres with cultural heritage. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 223, 693-697.
 16. Design Commission for Wales, (2020). *Place making Guide*. Retrieved from: <http://dcfw.org/placemaking/>.
 17. Fangyun, Xie., Guiwen, Liu., and Taozhi, Zhuang (2021). A Comprehensive Review of Urban Regeneration Governance for Developing Appropriate Governance Arrangements. *MPDI (land)*, 10,545.
 18. Friedman, J. 2007. Reflections on Place and Place-making in the Cities of China, *International Journal of Urban and Regional Research*, 31(2), 257-279.
 19. Horgan, D. (2019). Place making. In *International Encyclopedia of Human Geography*, pp 145-152.
 20. Kim, M., Lee, Ch., & Bonn, M. (2016). The effect of social capital and altruism on seniors revisit intention to social network sites for tourism related purposes. *Tourism Management*, 53, 96-107.
 21. Lane, B. (2018). Will sustainable tourism research be sustainable in the future? An opinion piece. *Tourism management perspectives*, 25, 161-164.
 22. PSS: Project for Public Spaces. (2008). *A Guide to Neighborhood Place making in Chicago*. Retrieved from: <http://www.placemakingchicago.com/downloads/>.
 23. PSS: Project for Public Spaces. (2018). What Makes a Successful Place? Retrieved from <http://www.pps.org/articles/grplacefeat/>.
 24. Ribera, F., Petti, L., Miccio, G., Landi, A., & Lodato, A. (2015). Risk Analysis of Historic Urban Areas: A Case Study of the Salerno City, Italy. *Journal of Civil Engineering and Architecture*.
 25. Roberts, P., and Sykes, H (2000) *Urban Regeneration: A Handbook*. London: Thousand Oaks, Calif.: Sage.3-.52
 26. Wolfram, M. (2016). Conceptualizing urban transformative capacity: A framework for research and policy. *Cities*, 51, 121-130.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
 پرتال جامع علوم انسانی