

## برنامه‌ریزی توسعه گردشگری شهری اصفهان با تأکید بر بازآفرینی فرهنگ مینا مطالعه موردی: منطقه ۳ شهر اصفهان

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۰۵/۱۴ تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۳۹۹/۰۶/۱۸

ارسلان مالکی<sup>۱</sup> امیرحسین شبانی شهرضا<sup>۲\*</sup>

- ۱- دانشجوی کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی شهری، گروه شهرسازی، واحد نجف‌آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف‌آباد، ایران.
- ۲- استادیار، گروه شهرسازی، واحد نجف‌آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف‌آباد، ایران.

### چکیده:

در بازآفرینی فرهنگ مینا، عامل فرهنگ به عنوان یک راهبرد توسعه‌ای بسیار مهم در مقیاس محلی و جهانی مطرح است. بسیاری از کارشناسان اذعان دارند مسئولین شهرها بر نقش تأثیرگذار فرهنگ به عنوان محرک و سیاست مداخله‌ای بر بازآفرینی شهری و گسترش توسعه گردشگری شهری تأکید می‌نمایند. ارتباط زیادی بین فرهنگ و توسعه گردشگری شهری وجود دارد. از آنجا که شهر اصفهان دارای بافت تاریخی ارزشمند و عناصر فرهنگی باارزشی است، این پژوهش با رویکرد پیمایشی به برنامه‌ریزی توسعه گردشگری شهری منطقه ۳ اصفهان با تأکید بر بازآفرینی فرهنگ مینا پرداخته است. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه و حجم نمونه پژوهش ۳۸۴ نفر بوده است. نتایج نشان داد عناصر تاریخی منطقه ۳ شهر اصفهان به لحاظ کالبد، عملکرد، ارزش معماری نقش زیادی در توسعه گردشگری شهری منطقه دارند. آداب و رسوم، فرهنگ مهمان نوازی و رفتاری مردم در جذب گردشگری شهری نقش زیادی دارد. مجموعه‌های نقش جهان با کاربرهای اطراف، مجموعه بازار، مجموعه پل‌ها و... هر یک با عناصرهای مربوط به خود می‌توانند تأثیر قابل ملاحظه‌ای در توسعه گردشگری منطقه داشته باشند. همچنین نتایج نشان داد از جمله برنامه‌ها و فعالیت‌هایی که باید در برنامه‌ریزی توسعه گردشگری شهری منطقه ۳ اصفهان مدنظر مسئولان و مدیران شهری قرار گیرد ساماندهی، مرمت و حفاظت عناصر تاریخی شامل حمام‌های تاریخی، مساجد و مدارس قدیمی، بافت‌های تاریخی و ارزشمند و... باید باشند. در این بین باید به احیای هویت فرهنگی و ایجاد حس تعلق مکانی در بافت‌های تاریخی منطقه نیز توجه نمود. بررسی میانگین مؤلفه‌های تأثیرگذار بر توسعه گردشگری شهری منطقه ۳ اصفهان نشان داد مراکز تفریحی تعریف شده در شهر، کاخ هشت بهشت، عناصر طبیعی موجود در منطقه ۳، مجموعه نقش جهان با کاربری‌های اطراف و عناصر تاریخی موجود در منطقه ۳ شهر اصفهان بیشترین تأثیر را در توسعه گردشگری شهری منطقه ۳ شهر اصفهان دارند.

**واژه‌های کلیدی:** بازآفرینی فرهنگ مینا، گردشگری شهری، عناصر فرهنگی، بافت تاریخی

## مقدمه

بازآفرینی فرهنگ مبنا را می‌توان اصلی‌ترین رویکرد بازآفرینی شهری در دو دهه اخیر دانست. کاربست فرهنگ در جایگاهی راهبردی و با هدف دستیابی به سازوکارهای اقتصادی پررونق که می‌تواند متضمن اهداف توسعه‌ای باشد و چهره فرهنگ‌گرا برای شهرها ترسیم کند. رویه‌ای است که در چارچوب بازآفرینی شهرها به آن اهمیت داده می‌شود. بازآفرینی فرهنگ مبنا با طرح مفاهیم پایه‌ای مانند استفاده از حوزه‌های نوآورانه اقتصادی و آنچه صنایع خلاق نامیده می‌شود به این نکته اساسی می‌رسد که می‌توان در بافت‌های درونی و هسته‌های مرکزی شهرها، با اطمینان به نتایج فرایند بازآفرینی، از رهیافت فرهنگی و ویژگی‌های مثبت آن در جهت توسعه گردشگری بهره جست. (لطفی، ۱۳۹۰: ۴۷) بازآفرینی که امروزه برای مداخله در امور شهرها مورد استفاده قرار می‌گیرد، دارای رویکردهایی است که در هر محدوده بسته به موقعیت و ویژگی‌های آن محدوده از آن‌ها استفاده می‌شود. از آنجا که در مناطقی که پیشینه تاریخی و فرهنگی از ویژگی‌های بارز آنها محسوب می‌شود، فرهنگ بیش از پیش در اولویت قرار دارد. بازآفرینی فرهنگ- مبنا نیز با هدف قرار دادن فرهنگ به منظور تسهیلگر در پی زیست‌پذیر کردن شهر برای شهروندان می‌باشد. (عین‌الهی و محمدی، ۱۳۹۴) اهداف بازآفرینی فرهنگ مبنا، اشاعه گردشگری فرهنگی، افزایش میزان بهره‌برداری مفید از فضاهای شهری، ارتقاء وجهه یا تصویر شهری، جذب سرمایه‌گذاری‌ها و کاستن از حجم صدمه‌رسانی به محیط شهری است (DCMS, 2004: 14). بازآفرینی فرهنگ مبنا با حداقل مداخلات و بیشترین استفاده از میراث تاریخی شهری ملموس و ناملموس، مناسب‌ترین رویکرد برای توسعه درون‌زای شهری در بخش‌های ارزشمند تاریخی محسوب می‌شود (برهانیان طرقي، ۱۳۹۶). فعالیت‌های فرهنگی که در گذشته فرض می‌شد دارای اثرات جانبی بر بالندگی اقتصادی هستند، به تدریج نقش پررنگی در ادبیات برنامه‌ریزی شهری و بازآفرینی ایفا نموده؛ به نحوی که بازآفرینی بر مبنای فرهنگ، تبدیل به یکی از رایج‌ترین رویکردهای بازآفرینی در بسیاری از شهرهای دنیا گشته است. این رویکرد بر مبنای دو مدل تولید و مصرف فرهنگی شکل می‌گیرد. مدل تولید فرهنگی بر اساس توسعه صنایع خلاق، به طور کلی ایجاد شهر خلاق شکل گرفته و مدل مصرف فرهنگی در نظر دارد تا از طریق راهبردهای بازاریابی و ارتقای مکان، زمینه‌های مصرف مکان توسط ساکنین و گردشگران را فراهم نموده و بدین ترتیب به احیاء منطقه بپردازد.

از طرفی عامل فرهنگ و اجتماع به عنوان راهبردهای توسعه‌ای بسیار مهم در مقیاس‌های محلی و جهانی در رویکرد بازآفرینی یکپارچه مطرح است. (امین زاده و دادرس، ۱۳۹۱) استفاده از ارزش‌های تاریخی و فرهنگی به عنوان منابعی برای توسعه و توجه به گذران اوقات فراغت مردم و همچنین توجه به منافع مالی و اقتصادی در پروژه‌های شهری و مشخص کردن مسیر این سرمایه گذاری در راستای ایجاد مراکز فرهنگی و هنری و گذران اوقات فراغت از مهمترین وجوه بازآفرینی فرهنگی است. (صحی زاده و ایزدی، ۱۳۸۳) هدف از بازآفرینی اجتماعی - فرهنگی تحقق "یکپارچگی اجتماعی" می‌باشد. (فدایی‌نژاد، ۱۳۹۱) در بحث مؤلفه‌های فرهنگی و تأثیر آنها در جذب گردشگری باید به این نکته توجه داشت که تمامی مؤلفه‌های فرهنگ تأثیر یکسانی در جذب گردشگران برای یک ناحیه ندارند. عناصر فرهنگی هم می‌توانند مانع و سد جذب گردشگر قلمداد شوند و هم می‌توانند نقش پیش رونده و مثبت در امر گردشگری ایفا کنند و بستر مناسبی برای پیشرفت و ترقی جذب گردشگران شوند. چرا که از اصلی‌ترین و

مهم‌ترین انگیزه‌های سفر مردم، فرهنگ است و گردشگری در هر شکل موجد تأثیر فرهنگی بر بازدیدکننده و میزبان است. (تقوایی و صفراآبادی، ۱۳۹۱: ۴) از آنجایی که گردشگری بیش از هر چیز، پدیداری اجتماعی و فرهنگی است صرفاً نباید از بعد اقتصادی به آن نگاه کرد بلکه باید در نظامی بزرگ‌تر که همانا ابعاد اجتماعی و فرهنگی است به آن توجه کرد. عوامل فرهنگی شامل صنایع دستی، زبان ساکنان محلی، آداب و رسوم خاص یک ناحیه، غذاها و سبک ویژه تهیه آن، معماری، اعم از خارجی و داخلی که ظاهری منحصر به فرد به هر ناحیه می‌دهد، مذهب که اهمیت ویژه‌ای برای نواحی دارد (شامل نمودهای بیرونی آن)، سیستم آموزش که به یک ناحیه شکل می‌دهد، سبک پوشش، فعالیت‌های تفریحی که نشان‌دهنده سبک زندگی ساکنان محلی است شامل می‌شود. (نیکوئی، ۱۳۹۳). آداب و رسوم و تاریخ و همچنین جلوه‌ای که یک مقصد از معماری آن می‌گیرد، قدرت بیشتری در جذب گردشگران از خارج از مقاصد دارند.

اصفهان به عنوان یکی از کلان شهرهای کشور، جاذبه‌های زیادی در بخش گردشگری دارد؛ اما عدم سرمایه‌گذاری مناسب برای جذب گردشگر باعث شده تا این شهر آن‌طور که باید شناخته نشود. شهر اصفهان با وجود ظرفیت‌های بسیار در حوزه گردشگری شهری هنوز در این بخش از گردشگری از جایگاه مناسبی برخوردار نبوده و نتوانسته درخور ظرفیت‌های موجود شهر اصفهان ایفای نقش نماید. لذا برنامه‌ریزی در این زمینه نیازمند تعامل دستگاه‌های مختلف از جمله استانداری، شهرداری، اداره کل میراث فرهنگی و گردشگری و... است. بنابراین مسئولین شهری اصفهان می‌تواند از این فرصت استفاده کنند تا با استفاده از تجارب سایر کشورها در این زمینه، برنامه‌ریزی سفرهای کوتاه مدت و بلندمدت درون شهری را تنظیم کنند و با ارائه این نوع خدمات به شهروندان داخلی و خارجی به درآمدزایی پایدار برای شهرداری برای دستیابی به سطحی از توسعه در ابعاد مختلف بپردازد. بررسی‌ها نشان می‌دهد در برنامه‌ریزی‌های گردشگری شهر اصفهان، گردشگری مبتنی بر فرهنگ با توجه به پتانسیل و ظرفیت‌هایی که وجود دارد مغفول مانده است. لذا یکی از تأکیدات اصلی مسئولین شهری اصفهان جهت توسعه گردشگری شهری می‌تواند بازآفرینی فرهنگی شهر یا توسعه بازآفرینی فرهنگ مبنا باشد. چرا که شهر اصفهان دارای پتانسیل عظیمی در زمینه فرهنگی است. در این مدل فعالیت‌های فرهنگی می‌تواند به عنوان کاتالیزور و موتور بازآفرینی شهر اصفهان در جهت توسعه گردشگری شهری باشد. لذا با توجه به اهمیت موضوع، این پژوهش به برنامه‌ریزی توسعه گردشگری شهری اصفهان با تأکید بر بازآفرینی فرهنگ مبنا در منطقه ۳ شهر اصفهان می‌پردازد. مؤلفه‌ها در دو بعد ملموس و غیر ملموس بررسی می‌شوند. میراث ملموس شامل (معماری، اماکن تاریخی، بناهای یادبود، مصنوعات و...) و غیر ملموس شامل (سنت‌ها، آداب و رسوم، جشنواره‌های سنتی، سنت‌های زندگی، هنرهای سنتی، آداب مذهبی، آیین‌هایی مانند رقص بومی، غراهای محلی، موسیقی‌های محلی و...) می‌شود.

### پیشینه تحقیق

تاکنون در ارتباط با برنامه‌ریزی توسعه گردشگری به خصوص در بافت‌های تاریخی رویکردهای مختلفی مطرح شده است. (دهه ۱۹۵۰ رویکرد بازسازی، دهه ۱۹۶۰ رویکرد باززنده‌سازی، دهه ۱۹۷۰ رویکرد نوسازی، دهه ۱۹۸۰ رویکرد تجدید حیات، دهه ۱۹۹۰ رویکرد بازآفرینی و دهه ۲۰۰۰ رویکرد

نوزایی شهری)، تا دهه ۱۹۸۰ اکثر این رویکردها بر جنبه کالبدی بافت‌های هدف توسعه گردشگری تأکید کرده و دیگر جنبه‌های اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و... نادیده گرفته شد؛ اما رویکرد بازآفرینی از جمله رویکردهایی است که از دهه ۱۹۸۰ به بعد به خصوص در دهه ۱۹۹۰ در ارتباط با بافت‌های تاریخی مطرح شده است. در این رویکرد ابعاد مختلف کالبدی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، زیست‌محیطی و... در برنامه‌ریزی‌های توسعه مورد توجه قرار می‌گیرد. طرح‌های بازآفرینی سعی در استفاده از پتانسیل‌های موجود در مناطق دارند، بازآفرینی سعی دارد با بررسی موقعیت شرایط محیطی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی و با بهره‌گیری از مشارکت گسترده عمومی با صرف کم‌ترین بودجه، حیات اجتماعی و رونق اقتصادی به توسعه، تجدید حیات مکان‌هایی بپردازد که به مرور زمان نابسامان شده و کارایی لازم را ندارند. در بررسی گردشگری فرهنگی مالزی از دیدگاه گردشگران هندی سودیپتا و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۱۰) گردشگری فرهنگی به عنوان یک کاتالیزور برای تغییر در نظر گرفته که برای تحریک اقتصاد از طریق جذب گردشگران طراحی شده است و منافع اجتماعی و اقتصادی فراوانی را برای جامعه میزبان ایجاد می‌کنند. گردشگری فرهنگی غرور و افتخار را به جوامع محلی می‌بخشد و در عین حال اسارت و فهم فرهنگی میان جوامع میزبان و مهمان را ایجاد می‌کند. در گردشگری میراث فرهنگی در مالزی؛ مسائل و چالش‌ها به روش مروری - تحلیلی اسماعیل و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۱۴) عوامل فرهنگی و گردشگری فرهنگی در مالزی را به عنوان یکی از عوامل مهم در جذب گردشگر جایگزین دیگر اقسام گردشگری در بین گردشگران بین‌المللی و مسافران داخلی دانسته و معتقدند تفاوت قومی که در مالزی وجود دارد انواع و اقسام و رشته‌های مختلف فرهنگی از جمله در زمینه‌های معماری، صنایع دستی، لباس، موسیقی و رقص را به وجود آورده است. که منعکس کننده یک میراث رنگارنگ از تنوع فرهنگی مالزی است. در نقش حیات فرهنگی و تاریخی در توسعه گردشگری؛ مطالعه موردی موزه‌های مالشو میلن کوسکی و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۱۶) معتقدند میراث فرهنگی و تاریخی نقش اصلی را در گردشگری بازی می‌کنند. هر یک از آنها جذابیت منحصر به فردی دارند. این میراث از سطوح مختلفی از ارزش‌های فرهنگی برخوردارند. هر یک از آنها در ایجاد انگیزه در گردشگران برای سفر به مقصد مؤثر هستند. چرا که روح و هنر انسانی در آنها دمیده شده است. در بررسی الگوی توسعه گردشگری شهری در مرکز شهر تهران با رویکرد مدیریت شهری کاظمیان و آزادی (۱۳۹۰) جمع‌بندی نموده‌اند که گردشگری شهری در مرکز شهر تهران در حد قابلیت‌های آن توسعه نیافته است. راهکار تحقق این قابلیت‌ها، تبدیل مرکز شهر اقتصادی به مرکز شهر فرهنگی است. همچنین در این پژوهش جایگاه کنونی مرکز شهر تهران و جایگاه ایده‌آل ممکن آن در یک الگوی سه بعدی ارائه و الگوی مناسب برای بالفعل کردن پتانسیل‌های توسعه گردشگری شهری در مرکز شهر تهران، الگویی تلفیقی از توسعه گردشگری فرهنگ محور و اقتصاد محور تشخیص داده شده است. در بازآفرینی فرهنگ مبنا زمینه‌ساز ارتقاء تعاملات فرهنگی؛ نمونه موردی: بافت تاریخی شهر مشهد صفدری و همکاران (۱۳۹۶)

<sup>1</sup> - Sudipta et al

<sup>2</sup> - Ismail et al

<sup>3</sup> - Milenkovski et al

معتقدند تعریف شبکه پیوسته‌ای از فضاها و فعالیت‌های شهری در بستری تاریخی و در راستای حفظ و تقویت استخوان‌بندی اصلی شهر زیرساخت جدیدی را در توسعه شهر مشهد فراهم خواهد کرد. در تحلیلی بر نقش جاذبه‌های میراث فرهنگی در توسعه و جذب گردشگری شهری در ایران مرکزی (مطالعه موردی: شهر یزد) زارع اشکذری و همکاران (۱۳۹۵) معتقدند گردشگری فرهنگی یا میراثی، ابزاری از توسعه اقتصادی است که از طریق جذب بازدیدکنندگان از خارج از جامعه میزبان به سمت جاذبه‌های تاریخی و میراثی مقصد، به رشد اقتصادی منجر می‌شود. همچنین یافته‌های تحلیلی براساس مدل تحلیل شبکه نشان می‌دهد شاخص‌های ظرفیت‌های گردشگری فرهنگی با مقدار ۰/۱۲۴ و رضایتمندی گردشگران با ۰/۱۱۶، عامل بسیار مهمی در افزایش رونق گردشگری فرهنگی در شهر یزد است. در این راستا، امضای تفاهم‌نامه همکاری بین استان‌های همجوار، سرمایه‌گذاری در بخش میراث مادی فرهنگی، بازسازی و احیای مراکز تاریخی و همکاری با مراکز دانشگاهی، بیشترین تأثیر را در رونق جاذبه‌های گردشگری فرهنگی شهر یزد دارد.

بررسی پژوهش‌های صورت گرفته نشان می‌دهد پژوهشی با عنوان برنامه‌ریزی توسعه گردشگری شهری با تأکید بر بازآفرینی فرهنگ مبنا نه تنها در شهر اصفهان بلکه در کشور هم خیلی کم صورت گرفته است. بنابراین این خلا پژوهشی به خصوص در بخش برنامه‌ریزی گردشگری فرهنگی احساس می‌شود. برخی از پژوهش‌ها صرفاً به ابعاد کالبدی و زیرساختی بازآفرینی تأکید کرده‌اند، برخی به آداب و رسوم اشاره کرده‌اند. اما چگونگی بهره‌برداری و استفاده از این ظرفیت‌ها در غالب برنامه عملیاتی مشخصی بیان نشده است. لذا این پژوهش سعی دارد برنامه عملیاتی از بهره‌برداری از این ظرفیت‌های فرهنگی موجود در منطقه مورد مطالعه را ارائه دهد.

## مبانی نظری

### گردشگری شهری در کلان شهرها

در حال حاضر گردشگری شهری به تعداد نسبتاً کمی از شهرها محدود شده و بسیار رقابتی است. پاریس و آمستردام، از مهم‌ترین این کلان‌شهرها در اروپا هستند. کلان‌شهرهایی دیگری همچون رم، مادرید، پراگ و لندن نیز به رقابت برخاسته‌اند. مقاصد دور نیز، تعداد زیادی از گردشگران را به سوی خود جذب می‌نماید. نیویورک، مهم‌ترین مقصدی است، که در فاصله دورتر قرار دارد. در بریتانیا، لندن مهم‌ترین مقصد گردشگری شهری می‌باشد. بازار گردشگری که به صورت ناگهانی از اواسط دهه ۱۹۸۰ رشد کرد. این رشد بازار در سایر بخش‌های گردشگری نیز اتفاق افتاده است. مهم‌ترین روند، مربوط به سفرهای داخلی کوتاه مدت بوده که جایگزین تعطیلات خارج از کشور شده است. کلان‌شهرهایی مثل نیویورک، آمستردام و پاریس که بیشتر مورد توجه گردشگران قرار می‌گیرند، کم‌کم با مشکل محدودیت ظرفیت روبرو شده و متصدیان گردشگری مقاصد جدیدی را تبلیغ می‌کنند. با توجه به این که تمایل گردشگران شهری به مسافرت‌های کوتاه مدت می‌باشد، نگرانی‌های کمتری در سفر با آنها وجود داشته و کمتر به جریانات اقتصادی جهانی وابسته است. با افزایش فشارهای کاری و کاهش اوقات فراغت، جستجوی پادزهری برای

کاهش استرس بیشتر شده است. خرید، خوردن، نوشیدن و سرگرمی، خواسته‌های اساسی اغلب گردشگران بوده و بیشتر این خواسته‌ها، در محیط شهری پاسخ داده می‌شوند.

### باز آفرینی فرهنگ مینا

فرهنگ و بازنمودهای فرهنگی، همواره به عنوان جزئی جدایی‌ناپذیر از مناسبات شهر محسوب شده و هر شهری با فرهنگ و بازه‌های فرهنگی مختص به خود، شناخته می‌شده است (لطفی، ۱۳۹۰). در بازآفرینی فرهنگی، عامل فرهنگ به عنوان یک راهبرد توسعه‌ای بسیار مهم در مقیاس محلی و جهانی مطرح است (امین‌زاده و دادرسی، ۱۳۹۱).

زوکین<sup>۱</sup> (۱۹۹۵) استدلال می‌نماید که قوانین فرهنگ محور تغییر کرده و معتقد است که در حال حاضر ایده تقویت جذابیت‌های فرهنگی و افزایش فعالیت‌های مرتبط با آن در فضاهای عمومی شهری مطرح بوده که خود از نمودهای مؤثر بر تحولات شهری محسوب می‌گردد. همچنین معتقد است که در بسیاری از موارد، ارتقاء راهبردهای فرهنگی منعکس کننده رشد راهبردهای اقتصادی می‌باشد و به نوبه خود منافع بالقوه اقتصادی تخصیص یافته به خلق محیط‌هایی جهت بروز فعالیت‌های فرهنگی، خود عاملی در راستای بالا بردن ارزش اقتصادی و محو کردن مرزهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جوامع محسوب می‌گردد.

فلوریدا<sup>۲</sup> (۲۰۰۲) معتقد است، طبقه خلاق به طور فزاینده‌ای در جوامع توسعه یافته در حال رشد بوده و از آنجایی که تمایل این افراد به زندگی در شهرهای فرهنگی می‌باشد، صنایع خلاق فرهنگی نیز در حال رشد و شکوفایی می‌باشند. از این منظر، فرهنگ می‌تواند به‌طور بالقوه به عنوان ابزاری قدرتمند جهت جذب افراد خلاق و گردشگران فرهنگی مطرح نمود.

اسکات (۲۰۰۰) نیز به این موضوع اشاره دارد که گروه‌ها و کاربری‌های فرهنگی اثرات عمیق و تحول آفرین بر احیاء شهری داشته و ارتقاء و تقویت آنها، منجر به بازآفرینی شهری در مناطق تاریخی و واجد ارزش و در نتیجه افزایش کیفیت زندگی شهری خواهد شد.

### روش‌شناسی پژوهش

#### ابزار گردآوری داده‌ها

ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه است. که سؤالات مربوط به آن براساس طیف لیکرت تهیه شده است. طیف لیکرت میزان ارزیابی را با ۵ درجه از پاسخ اندازه‌گیری می‌کند. بنابراین اعتبار این طیف بیشتر است. تعداد ۲۲ سؤال در این پرسشنامه برای بررسی موضوع تهیه و تدوین شده است که این سؤالات براساس مدل مفهومی پژوهش تهیه شده است و روایی و پایایی آنها نیز اندازه‌گیری شده است.

<sup>1</sup> - Sharon Zukin

<sup>2</sup> - Richard Florida

## جامعه آماری

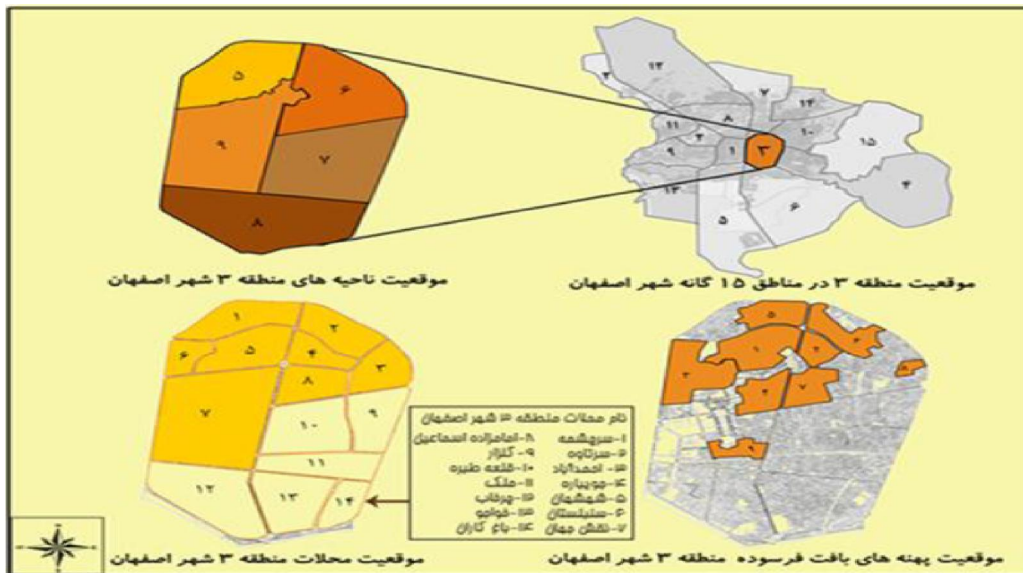
جامعه آماری پژوهش را ساکنان منطقه ۳ شهر اصفهان، گردشگران، مدیران و کارشناسان ذیربط در شهر اصفهان، فعالان عرصه گردشگر، مدیران حوزه گردشگری و... تشکیل می‌دهند.

### حجم نمونه و روش محاسبه

بر اساس آخرین سرشماری مرکز آمار ایران جمعیت منطقه ۳ شهر اصفهان ۱۱۱۹۶۴ نفر بوده است. حجم نمونه براساس جمعیت شهر اصفهان و بر مبنای فرمول کوکران ۳۸۴ نفر به دست آمده است. بررسی میانگین و نحوه تأثیرگذاری مؤلفه‌های و متغیرهای عنوان شده در توسعه گردشگری شهری منطقه پس از ارائه و بررسی آمار به دست آمده از مؤلفه‌ها و متغیرهای مورد بررسی در توسعه گردشگری شهری منطقه، از لحاظ ارقامی، به تقسیم‌بندی و گروه‌بندی مؤلفه‌ها بر اساس ویژگی‌های مختلفشان می‌پردازیم، تا ضمن نظم دادن به این متغیرها از لحاظ تفاوت ویژگی‌ها، تأثیر این عوامل بر یکدیگر نیز در ادامه بررسی و تحلیل شود.

### معرفی اجمالی از منطقه مورد مطالعه

اصفهان به عنوان شهری که در میان شهرهای بزرگ و معروف جهانی قرار گرفته، نقش اقتصاد پیشرو در کشور و حتی منطقه را یافته است که دارای یک زمینه تاریخی و فرهنگی غنی است. منطقه ۱ و ۳ این شهر که به عنوان بافت تاریخی شهر محسوب می‌گردد، دارای تعداد زیادی آثار تاریخی و فرهنگی می‌باشد. شهر اصفهان بر مبنای تقسیمات شهرداری دارای ۱۵ منطقه می‌باشد. منطقه ۳ اصفهان با مجاورت محور تاریخی چهارباغ، قسمت مهمی از اصفهان تاریخی را تشکیل می‌دهد. این منطقه به دلیل عبور محور مصنوع بازار چهارباغ از یک طرف و هم چنین مجاورت با زاینده‌رود از طرف دیگر، مجموعه‌های را با عملکرد وسیع و متنوع اقتصادی قوام بخشیده است. این منطقه - از شمال فلکه شهدا در مسیر خیابان مدرس تا میدان قدس - خیابان سروش تا میدان احمدآباد از شرق میدان احمدآباد تا میدان بزرگمهر و از جنوب میدان بزرگمهر در مسیر زاینده‌رود تا میدان انقلاب و از - غرب میدان انقلاب تا فلکه شهدا را شامل می‌شود. این منطقه دارای ۱۱۱۸۹۶ نفر جمعیت است. (شهرداری اصفهان، ۱۳۹۷) این منطقه با مساحت ۱۱۱۸ هکتار دارای پنج ناحیه و ۱۴ محله است.



شکل شماره ۱- موقعیت منطقه ۳ اصفهان به تفکیک ناحیه و محلات (شهرداری منطقه ۳ اصفهان - مهندسين مشاور باوند)

## عوامل کالبدی و غیر کالبدی

عوامل تأثیرگذار بر توسعه گردشگری می‌تواند به دو گروه اصلی عوامل ملموس و غیر ملموس تقسیم‌بندی شود، هدف از این گروه بندی در این بخش، بررسی و تحلیل نقش این عوامل در توسعه گردشگری و همچنین مقایسه این دو گروه با هم است.

جدول شماره ۱. نقش و تأثیر عوامل ملموس و غیر ملموس در توسعه گردشگری شهری منطقه

ارزیابی (به درصد)				نوع عامل	
بیشترین میزان	میانگین	میزان متوسط	میزان زیاد و خیلی زیاد		
۸۲,۶	۷۲	۱۶,۴	۷۹,۱	رودخانه و فضای سبز	عوامل ملموس
		۲۰,۳	۷۳,۴	معماری و عناصر تاریخی	
		۱۳,۵	۸۲,۶	مراکز تفریحی	عوامل غیر ملموس
		۲۱	۵۷,۷	نمادها و المان‌های شهری	
		۲۲,۱	۶۷,۲	امکانات زیرساختی شهری (ساماندهی فضاهای شهری و محوطه سازی)	
۵۹,۹۵	۲۳,۴	۵۹,۱	جشنواره‌های محلی و سنتی (آداب و آیین‌های مذهبی، موسیقی محلی و ...)	عوامل غیر ملموس	
		۲۶,۸	۵۳,۱		فرهنگ رفتاری مردم (برخورد با توریست، میهمان نوازی و ...)



۶۸,۸		۲۴,۷	۶۸,۸	خوراک و پوشاک سنتی و محلی	حضور عناصر زندگی تاریخی
		۳۴,۱	۵۸,۳	صنایع دستی (منبت کاری، ترمه دوزی، خاتم کاری)	موجود

(منبع: نگارنده، ۱۳۹۸)

بر اساس جدول شماره ۱، بررسی میانگین مؤلفه‌ها نشان می‌دهد از دیدگاه پاسخگویان، عوامل ملموس به میزان بیشتری نسبت به عوامل غیر ملموس در توسعه گردشگری منطقه تأثیرگذار هستند و همچنین از میان عوامل ملموس، مراکز تفریحی تعریف شده در شهر، بیشترین تأثیر را در توسعه گردشگری دارند.

### بررسی میزان و نحوه تأثیر مؤلفه‌های معماری در توسعه گردشگری منطقه

همانطور که از جداول و نمودارهای ارائه شده برمی‌آید، مؤلفه معماری و بناهای تاریخی در این منطقه از شهر، نقش به‌سزایی در توسعه گردشگری شهر ایفا می‌کند، از آنجا که این مؤلفه خود به تنهایی گستره وسیعی از انواع متغیرها را در برمی‌گیرد، بر آن شدیم که در جداولی جداگانه به ارائه و تحلیل انواع مؤلفه‌ها و عناصر معماری و تأثیر آنها بر توسعه گردشگری منطقه از جوانب مختلف بپردازیم. بنابراین در ابتدا عوامل و عناصر مورد پرسش قرار گرفته را در دو گروه اصلی مؤلفه‌های بالقوه و مؤلفه‌های بالفعل دسته‌بندی و بررسی می‌نماییم و در ادامه به تحلیل جزئی‌تر هر گروه خواهیم پرداخت.

### عوامل بالفعل

عوامل موجود که اکنون و در حال حاضر امکان بهره‌برداری از آنها با کارکرد مشخص وجود دارد که در این پژوهش موارد زیر را شامل می‌شود.

میدان نقش جهان، بازارها، پیاده راه چهارباغ، پل‌ها، بنای هشت بهشت، بنای چهلستون

جدول شماره ۲. نقش و تأثیر مؤلفه‌های معماری بالفعل در توسعه گردشگری شهری منطقه

ارزیابی (به درصد)		ویژگی‌های موثر	نام بنا	نوع عامل
زیاد و خیلی زیاد	بیشتری ن			
۷۱,۶	✓	سازوکار ارتباط فضایی درون و برون، تنوع کالبد و فرم و فضا و کارکرد در عناصر مختلف مجموعه، امکان حضور و معاشرت در فضاهای متنوع مجموعه، ارتباط مناسب با طبیعت، از بناهای ثبت میراث جهانی یونسکو	میدان نقش جهان	عناصر مجموعه‌ای

	۶۷,۲	فعالیت‌های موجود خرید و فروش زندگی امروز در کالبد منحصر به فرد بنای قدیمی، تنوع فضایی ( تیمچه، دالان، بازارچه، خان، خانسرا و...)	بازارها	شهری
	۶۳	رابط اصلی و پیوند دهنده فضاهای پویای شهری، امکان برقراری تعاملات اجتماعی، نظام تردد مناسب، امکانات کالبدی حرکت وسکون در فضای خطی موجود (جریان زندگی در مکث و عبور)، ارتباط مناسب با طبیعت، امکان تنوع فعالیت‌ها بواسطه عملکردهای مختلف	پیاده راه چهارباغ	
✓	۸۲,۲	گشادگی منظر، برونگرایی بنا، تنوع و گوناگونی فضاها، ارتباط درون با طبیعت بیرون، تزئینات منحصر به فرد، توصیفات سیاحان خارجی از این بنادرکتاب‌ها و متون خود	هشت بهشت	تک بناها
	۷۰,۵	تنوع فضایی، تزئینات بنا شامل آئینه کاری، طلاکاری، منبت کاری، خاتم کاری، نقاشی‌ها با مضمون داستان‌های تاریخی، ارتباط با طبیعت (باغ و حوض مقابل ایوان اصلی کاخ)، ایوان ستوندار منحصر به فرد، ثبت یونسکو	چهلستون	پل‌ها
	۶۲,۸	ارتباط بی‌واسطه با طبیعت، تجربه حس فضایی پل‌ها در دو لایه مختلف عمودی و افقی، امکانات فضایی مکث و حرکت، آرایه‌های آجرکاری‌ها و کاشیکاری‌ها		

(منبع: نگارنده، ۱۳۹۸)

همانطور که از جدول شماره 2 بر می‌آید، از میان مجموعه‌های شهری، میدان نقش جهان و از میان تک بناها، کوشک هشت بهشت از نظر پاسخ دهندگان، بیشترین تأثیر را در توسعه گردشگری منطقه دارند.

### عوامل بالقوه

همانطور که اشاره شد عوامل بالقوه در این پژوهش شامل دو عامل اصلی مرمت و ساماندهی عناصر و احیای بافت تاریخی می‌شود که در ادامه در جدولی جداگانه به بسط و توضیح آنها می‌پردازیم.

جدول شماره ۳. نقش و تأثیر مؤلفه‌های معماری بالفعل در توسعه گردشگری شهری منطقه

نوع عامل	نوع بنا	ویژگی‌ها و اثرات	ارزیابی به درصد زیاد و خیلی زیاد
مرمت و ساماندهی عناصر تاریخی	عصارخانه‌ها و کاروانسراها	آشنایی با نحوه زندگی گذشته، سفر و صنعت و تجارت، تنوع و وسعت فضایی	۶۴,۱
	مساجد و مدارس	جذابیت ترکیب کارکردها، تفکیک و تنوع فضایی در لایه‌های افقی و عمودی، امکان بهره‌برداری با همان عملکرد گذشته خود بنا در حال به علت غنای فضا و ساختار مجموعه	۶۳,۵
	حمام‌ها	امکان برگزاری آیین‌ها و نمایش آداب و رسوم و سبک زندگی گذشته، تنوع و سلسله مراتب فضایی و ابعاد و ارتفاعی	۶۱,۷
	خانه‌ها	مشاهده همزمان فضا، زندگی، معنا در یک مجموعه، ارتباط مناسب و جذاب اتاق‌ها و تالارها با حیاط میانی، تنوع تزیینات، نورگیرها	۶۰,۷
	بازارها	امکان نمایش و فروش صنایع دستی در کالبد مناسب و تقسیمات فضایی بازار، پویایی حرکت و فعالیت	۵۶,۲
	امامزاده‌ها	برگزاری آیین‌ها و مراسم مذهبی	۵۶,۲
احیای بافت تاریخی	بافت تاریخی: محل‌ها، مجموعه‌های شهری	ایجاد حس تعلق مکانی، احیای هویت فرهنگی، افزایش قابلیت‌های محیط، کمک به ادراک مناسب فضا و منطقه شهری، امکان شکل‌گیری فعالیت‌های گردشگری و تجارب زیبایی شناختی	۵۹,۷

(منبع: نگارنده، ۱۳۹۸)

آنچه از تحلیل جداول و بررسی پاسخ‌های پرسش‌شوندگان بر می‌آید نشان از این دارد که بناها و مجموعه‌هایی که قابلیت ایجاد فضاهای پویا و چند عملکردی را به واسطه ساختار متناسبشان به وجود می‌آورند، امکان تأثیرگذاری در بسط و توسعه گردشگری منطقه را به میزان زیادی دارا هستند. این قابلیت در بخش قبل در مجموعه فضاها و بناهای موجود، قابل درک و لمس می‌باشد. همچنین در این بخش که موضوع بحث عوامل بالقوه با قابلیت‌های نهان است، اگر طراحان و برنامه‌ریزان بتوانند با در نظر گرفتن ساختارهای اصلی شکل دهنده آن ویژگی‌ها از آنها در مرمت و بازسازی و احیای بناها و بافت‌های تاریخی بهره‌جویند، امکان ایجاد اتمسفر فعال و پویا و مؤثر در این نوع مؤلفه‌ها هم به وجود خواهد آمد و می‌توان از اینها نیز به میزان مؤلفه‌های بالفعل در توسعه گردشگری بهره‌جست.

## جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

نتایج پیمایش نشان داد عناصر طبیعی موجود در منطقه ۳ شهر اصفهان نقش زیادی در توسعه گردشگری شهری منطقه دارد و شهروندان و ساکنان شهری را برای گذراندن اوقات فراغت به سوی خود می‌کشاند. از نظر ۷۳,۴ درصد از پاسخگویان و شهروندان منطقه ۳ اصفهان عناصر تاریخی موجود در منطقه شهر اصفهان به لحاظ کالبد، عملکرد، ارزش معماری نقش زیاد و خیلی زیادی در توسعه گردشگری شهری منطقه تأثیرگذار است. عناصر، بافت‌ها و خانه‌های تاریخی اصفهان بر اساس نیازهای فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی انسان به عنوان کاربر فضا و همچنین در ارتباط با بستر طبیعی، بنا شده است. ساماندهی، مرمت حفاظت از آنها به منزله‌ی پاسداشت هویت ملی بوده و آگاهی از نحوه عملکرد و نقش اجتماعی‌شان مبنایی برای شناخت و تبیین نظام مدیریت حفاظتی از این عناصر ارزشمند بافت‌های تاریخی اصفهان است. ۵۷,۵ درصد از پاسخگویان نقش و اهمیت میراث فرهنگی و هنری موجود در منطقه ۳ شهر اصفهان را در توسعه گردشگری به میزان زیاد و خیلی زیاد ارزیابی کرده‌اند. آداب و رسوم، فرهنگ مهمان‌نوازی و رفتاری مردم در جذب گردشگری شهری نقش زیادی دارد. برگزاری فستیوال‌ها و جشنواره‌های نقش زیاد و خیلی زیادی در احیای گردشگری شهری منطقه دارد. مراکز تفریحی و گردشگری تعریف شده در منطقه ۳ شهرداری اصفهان از نظر ۸۲,۶ درصد از پاسخگویان تأثیر زیاد و خیلی زیادی در توسعه گردشگری منطقه ۳ اصفهان دارد. مجموعه‌های نقش جهان با کاربرهای اطراف، مجموعه بازار با فعالیت‌های موجود، مجموعه پل‌ها و... هر یک با عناصرهای مربوط به خود، معماری، نقش و طراحی‌های موجود می‌توانند تأثیر قابل ملاحظه‌ای در توسعه گردشگری منطقه داشته باشند.

جدول شماره ۴. عوامل اصلی تشکیل دهنده شبکه کلان و تأثیرگذار بر توسعه گردشگری

نوع عامل	تقسیم بندی	نوع امکانات فضایی و مراودات				مشترکات
رابطه فضا و فعالیت	کلیات	قابلیت‌های محیط: مراکز تفریحی، عناصر معماری، عناصر طبیعی	بستر امنیت و سهولت و آرامش	بستر تفریح و لذت جویی	جلوه های قومی و تاریخی و فرهنگی	جلوه های قومی تاریخی فرهنگی
	جزئیات	تجارب زیبایی شناختی	برانگیزاننده حس کنجکاوی	سرزندگی و خوانایی	ایجاد حس متنوع خلوت و جمع	تفریح و لذت جویی
مفاهیم انسانی	معاشرت و	مراودات با جامعه میزبان ( فرهنگ میهمان نوازی)				روابط متقابل فضا و فعالیت
		حضور در آیین ها، مراسم ، جشنواره ها				

پویایی مکان و عملکرد	آشنایی با سنن و آداب و رسوم	تعاملات اجتماعی	فردی اجتماعی
	آشنایی با فرهنگ لباس و غذا و موسیقی محلی و صنایع دستی		
	خرید و ارز آوری		
	درک هویت فرهنگی		

(منبع: نگارنده، ۱۳۹۸)

همچنین نتایج نشان داد از جمله برنامه‌ها و فعالیت‌هایی که باید در برنامه‌ریزی توسعه گردشگری شهری منطقه ۳ اصفهان مدنظر مسئولان و مدیران شهری مربوطه قرار گیرد، ساماندهی، مرمت و حفاظت عناصر تاریخی شامل حمام‌های تاریخی، مساجد و مدارس قدیمی، بافت‌های تاریخی و ارزشمند و... باید باشند. چرا که مرمت و ساماندهی عناصر تاریخی (خانه‌های تاریخی) موجود در منطقه ۳ شهر اصفهان از نظر ۶۰,۷ درصد از پاسخگویان، مرمت و ساماندهی حمام‌های تاریخی موجود از نظر ۶۱,۷ درصد از پاسخگویان، مرمت و ساماندهی مساجد و مدارس با قدمت تاریخی موجود از نظر ۶۳,۳ درصد از پاسخگویان تأثیر زیاد و خیلی زیادی در توسعه گردشگری شهری منطقه دارد. در این بین باید به احیای هویت فرهنگی و ایجاد حس تعلق مکانی در بافت‌های تاریخی و فرسوده منطقه نیز توجه نمود؛ چرا که در توسعه گردشگری شهری منطقه تأثیرگذار هستند. همچنین مرمت و ساماندهی عصارخانه‌ها و کاروانسراها، بافت تاریخی امام‌زاده‌ها، مرمت بازارچه‌ها و بازارهای قدیمی نقش زیادی در توسعه گردشگری شهری منطقه دارد. به طور کلی ۶۷,۲ درصد از پاسخگویان و ساکنان شهری منطقه ۳ شهر اصفهان تأثیر ساماندهی فضای شهری و محوطه سازی را در توسعه گردشگری شهری منطقه ۳ به میزان زیاد و خیلی زیاد ارزیابی کرده‌اند.

همانطور که در بخش سوم اشاره شد، عوامل اصلی و مهم تأثیر گذار بر توسعه گردشگری را می‌توان در دو گروه

۱- رابطه فضا و فعالیت و ۲- مفاهیم انسانی فردی اجتماعی تقسیم بندی کرد، در جدول زیر بسط و بررسی این عوامل انجام شده است.

برای نتیجه‌گیری کلی می‌توان چنین عنوان کرد که هر زمان که مجموعه گروه دوم یعنی عوامل انسانی فردی و اجتماعی در بستر و زمینه مناسب و تعریف شده مجموعه گروه اول یعنی فضاهای مناسب معماری شهری و طبیعی، اتفاق بیفتند و مجال بروز و ظهور پیدا کنند، همپوشانی این عوامل بر هم موجب ایجاد مجموعه‌ای جذاب برای گردشگران می‌شود و باعث افزایش کیفی و کمی مرادفات گردشگران بر محیط می‌گردد و در نهایت نقش مؤثری در توسعه گردشگری می‌تواند ایفا کند. برای مثال از چنین همپوشانی‌هایی می‌توان به مجموعه راهبردهای ذیل اشاره کرد:

برگزاری جشنواره لباس و غذای محلی در فضاهای تاریخی موجود منطقه (فضای باز میدان نقش جهان، حیاط‌های وسیع خانه‌های تاریخی، محور فضای سبز منطقه)  
امکان وجود گروه‌های نوازندگان موسیقی سنتی در فضای باز میدان نقش جهان، حیاط کاروانسراها، خانه‌های تاریخی

مرمت و احیای بناهای تاریخی و تبدیل برخی از این بناها به فضاهایی با عملکرد جدید مثل کافه کتاب و یا کافه گالری به منظور ایجاد ارتباط زندگی جدید در کالبد قدیم  
نورپردازی برخی بناهای تاریخی شهر و بیان یک داستان تاریخی یا اسطوره‌ای از طریق نور و صدا با ترکیب کالبد بناهایی که پتانسیل این برنامه‌ها را دارند؛ مانند پل‌ها.  
استفاده از land art و installation art در برخی مکان‌های عنوان شده در پژوهش (مثلاً روی حوض کاخ چهلستون) به منظور ایجاد تجربه‌ای متفاوت در محیطی خاص برای کاربران  
استفاده از واقعیت مجازی (virtual reality) برای نمایش نحوه زندگی در بناها و فضاهای مختلف شهر

جدول شماره ۵. راهبردها، سیاست‌ها و برنامه‌های اجرایی جهت توسعه گردشگری شهری منطقه ۳

شهر اصفهان در ابعاد مختلف

برنامه اجرایی	سیاست	راهبرد	بعد
- تعیین چشم انداز گردشگری شهری با همکاری تمام سازمان‌های ذیربط - اولویت دادن به استراتژی‌های گردشگری در تهیه اسناد شهری - اعطای مجوزهای تشویقی به فعالین عرصه گردشگری فرهنگی	جذب گردشگران ملی و بین‌المللی	برنامه‌ریزی جهت توسعه گردشگری شهری	مدیریتی
- تشکیل کارگروه‌ها و سازمان‌های تخصصی با حضور نمایندگان از سازمان‌های ذیربط جهت بازاریابی شهری و گردشگری فرهنگی	ایجاد مدیریت یکپارچه واحد در شهر		

<p>- بهره‌گیری از رسانه‌های جمعی جهت تبلیغات گسترده</p> <p>- تعریف مجموعه هویتی از المان ها، لوگو، یادواره ها، رنگ و... در قالب بسته های هویتی</p>	<p>تبلیغات در سطح ملی و بین‌المللی</p>	<p>برنامه‌ریزی مسولان جهت شناساندن ارزشهای گردشگری منطقه ۳</p>	
<p>- نوسازی از طریق مشارکت و توانمندسازی مالکان و شاغلان منطقه</p> <p>- بهره‌گیری از امکانات بازیافت زمین و اجرای پروژه های تحریک توسعه</p>	<p>مشارکت دادن بخش های خصوصی و عمومی در عمران شهری</p>	<p>تولید ارزش افزوده از دارایی های موجود در منطقه</p>	اقتصادی
<p>- توسعه صنایع خلاق در منطقه با اعطای مجوزهای ویژه به افراد محلی</p> <p>- بهره‌گیری از مزایای اقتصاد تجربه به ویژه در حوزه صنایع دستی در منطقه</p>	<p>افزایش توانمندی‌های نیروهای شاغل در منطقه</p>		
<p>- مرمت و بازسازی حمام های تاریخی</p> <p>- مرمت و بازسازی مدارس تاریخی</p> <p>- مرمت و بازسازی کاروانسراها</p> <p>- مرمت و بازسازی عصارخانه ها</p>	<p>حفاظت از بناهای تاریخی و جاذب گردشگر</p>	<p>بسترسازی برای مرمت بناهای تاریخی و بافت ارزشمند شهر</p>	
<p>- حفظ تاب پیوند میان لبه خیابان و بافت درونی بلوک های شهری و باغ ها</p> <p>- ترکیب بافت قدیم و توسعه های جدید (کالبدی و کارکردی)</p> <p>- مرمت و حفاظت از بدنه های ارزشمند باقیمانده</p>	<p>احیای بافت کالبدی تاریخی</p>		کالبدی
<p>- حفظ ساختمان های ارزشمند موجود و تعمیم عناصر شاخص نمای آن در دیگر بناهای مجاور</p> <p>- شناسایی عناصر تاریخی و دارای ارزش تاریخی در منطقه</p> <p>- رعایت زبان معماری تاریخی و مقیاس انسانی</p>	<p>- ساخت با کیفیت بناها، سازه ها و فضاهای عمومی</p>	<p>توجه به ارزشهای معماری منطقه</p>	
<p>- حفظ خرده فضاهای حامل خاطره جمعی شهروندان همراه با گسترش عرصه های عمومی</p> <p>- استفاده از فرصت های نوسازی و رعایت شناسه ژنتیکی تاریخی در توسعه های جدید</p>	<p>تامین فضاهای مدنی و خدماتی مورد نیاز حیات شهری معاصر با تکیه بر سابقه این فضاها در تاریخ شهر</p>	<p>برنامه ریزی جهت احیای آداب و رسوم و فرهنگ منطقه</p>	فرهنگی - اجتماعی
<p>- احیای نام قدیمی مکان ها</p> <p>- توجه به آداب و رسوم محلی</p> <p>- توجه به ارزش های رفتاری محلی (مهمان نوازی)</p>	<p>- احیای خاطره های تاریخی و جذب گردشگر فرهنگی</p>		
<p>- تجهیز محیط به اثاثیه و مبلمان شهری مناسب</p>	<p>- فراهم آوردن تاسیسات و تجهیزات شهری مناسب</p>	<p>تجهیز محیط شهری به خدمات و تاسیسات شهری</p>	عملکردی
<p>- توسعه کریدورهای سواره همگانی</p> <p>- ارتباط مسیرهای پیاده با لبه های فعال فرهنگی، گردشگری، تجاری</p> <p>- ایجاد پیاده روهای مجهز در امتداد محورهای شهری با</p>	<p>ایجاد شبکه حرکتی و دسترسی ایمن و روان</p>		

<p>میلان شهری و کف سازی مطلوب</p> <p>- گذرهای پیاده با امکان گذر از مجموعه و محوطه های تاریخی</p> <p>- تقویت شبکه دوچرخه، با محدودسازی ترافیک خصوصی و مطلوبیت فضاهای عمومی یادمانی</p> <p>- اولویت دادن به حرکت پیاده و دوچرخه در پیوند با حمل و نقل همگانی</p> <p>- دسترس پذیرکردن کلیه مسیرها برای همگان (از سالمند تا کودک)</p>			
<p>- ایجاد لبه های فعال هم در مجاورت محورهای شهری</p>	<p>پیوند دادن کانون های اصلی به یکدیگر با تقویت محورهای فعالیتی</p>		
<p>- نفوذ دادن فعالیت های فرهنگی و گردشگاهی و پالایش فعالیت های ناسازگار (کارگاهی و انبار)</p> <p>- ترکیب زمین های بایر با زمین های بازیافتی حاصل از پالایش فعالیت های ناسازگار</p>	<p>توسعه مراکز تفریحی و چند عملکردی</p>	<p>تقویت و توسعه فعالیتها و کاربریهای فرهنگی</p>	
<p>- توسعه مثبت کاری</p> <p>- توجه به ترمه دوزی</p> <p>- توجه به صنایع دستی</p>	<p>توسعه صنایع دستی منطقه</p>		
<p>- تقویت ارتباط باغ های تاریخی در منطقه با بافت کالبدی آن</p> <p>- توسعه پارک ها و فضاهای سبز تفریحی در منطقه</p> <p>- تقویت پیوستگی و یکپارچگی عناصر طبیعی منطقه از جمله رودخانه، مادی ها، باغهای تاریخی و پارکها</p>	<p>حفظ و توسعه عناصر طبیعی منطقه</p>	<p>حفظ و ارتقاء کیفیت محیطی</p>	<p>طبیعی و زیست محیطی</p>
<p>- ایجاد مدیریت یکپارچه و دائمی در نگهداری فضاهای شهری منطقه در طول شبانه روز</p> <p>- تنظیم ضوابط جهت حذف آلودگی های محیطی و بصری از بافت فرسوده منطقه</p>	<p>پاکیزگی و نگهداری عرصه های عمومی در منطقه</p>		

(منبع: نگارنده، ۱۳۹۸)



**منابع و مآخذ:**

۱. امین‌زاده، ب. دادرس، ر. ۱۳۹۱. بازآفرینی فرهنگ‌مدار در بافت تاریخی شهر قزوین با تأکید بر گردشگری شهری. مجله مطالعات معماری ایران، شماره ۲.
۲. برهانیان طرقي، ز. صبور جنتی، م. قهرمانی، ه. ۱۳۹۶، بازآفرینی فرهنگ مینا، رهیافتی برای معاصر سازی بافتهای تاریخی شهر در مواجهه با برنامه پایتخت فرهنگی (راهبردهایی در خصوص بازار سرشور مشهد)، اولین کنفرانس بین‌المللی و هشتمین کنفرانس ملی برنامه‌ریزی و مدیریت شهری، مشهد، شورای اسلامی شهر مشهد- دانشگاه فردوسی مشهد- شهرداری و مرکز پژوهش‌های شورای اسلامی شهر مشهد.
۳. تقوائی، م. صفر آبادی، ا. ۱۳۹۱. مقاله توسعه گردشگری فرهنگی با تأکید بر جاذبه‌های تاریخی (مطالعه موردی: جاذبه‌های تاریخی شهر اصفهان)، فصلنامه برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، دوره ۳ شماره ۱۲ صفحه ۵۹-۷۸.
۴. حناچی، پ. فدایی نژاد، س. تدوین چارچوب مفهومی حفاظت و بازآفرینی یکپارچه در بافت فرهنگی - تاریخی. نشریه هنرهای زیبا شماره ۴۶.
۵. صحنی‌زاده، م. ایزدی، م. ۱۳۸۳. حفاظت و توسعه شهری، دو رویکرد مکمل و مغایر. مجله آبادی، شماره ۴۵.
۶. عین‌الهی، م. محمدی، م. ۱۳۹۴. دستیابی به شاخص‌های بازآفرینی شهری پایدار به منظور ارتقای هویت تاریخی. اولین کنفرانس سالانه بین‌المللی عمران، معماری و شهرسازی، شیراز، مؤسسه عالی علوم و فناوری خوارزمی.
۷. لطفی، س. ۱۳۹۰. بازآفرینی شهری فرهنگ مینا، تأملی بر بن‌مایه‌های فرهنگی و کنش بازآفرینی، نشریه هنرهای زیبا معماری و شهرسازی، دوره ۳، شماره ۴۵، ص ۶۰-۴۷.
۸. مهندسین مشاور باوند. ۱۳۸۲. گزارش‌های طرح توسعه تاریخی اصفهان - بخش اقتصادی.
۹. نکویی، ر. فیض آبادی، م. نقش مجموعه‌های تفریحی اقامتی در توسعه صنعت گردشگری و اقتصاد شهری کنفرانس بین‌المللی عمران، معماری و شهرسازی ایران معاصر. تهران - دانشگاه شهید بهشتی مرداد ۱۳۹۶.
10. DCMS (department for culture media and sport)(2004)the contribution of culture to regeration in the uk,London metropolitan university,London.