

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*}، محمدصالح 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 برونو 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 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 بدست آمده‌است. شناخت وضع موجود بافت تاریخی شهر ارومیه با کمک جدول SWOT در چهار بعد رویه‌ای، ماهوی، زیبا شناختی و زیست محیطی بوده‌است. با مطالعه متون تخصصی و مبانی نظری، معیارهای مکان‌سازی، در ۴ معیار اصلی و ۳۴ زیرمعیار که با توجه 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 آلتنتاتیو ارائه شده با همین روش امتیازدهی و رتبه‌بندی شده و پس از تشخیص نقاط قوت و ضعف آن‌ها آلتنتاتیو نهایی به صورت ترکیبی از نقاط قوت آلتنتاتیوهای پیشنهادی ارائه گردیده است. با توجه به ویژگی‌ها و معیارهای رویکرد مکان‌سازی سعی برآن بوده که طرحی ارائه شود تا با در نظرگیری شرایط موجود مکانی برای گردشکری 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 شهریوندی 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. آلتنتاتیو نهایی با در نظرگیری جنبه‌های مختلف محدوده و با تحلیل و بررسی امتیازات و نقاط قوت و ضعف سه آلتنتاتیو بیان شده، ارائه شده‌است.

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 شده‌است. 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 کارکرد ها شده است (بحرینی و همکاران، ۱۳۹۳). بافت‌های تاریخی ایران با توجه به تمدن دیرین تاریخی و جاذبه‌های فرهنگی، معماری و بنای‌های 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 از شمندترین 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 این را از دست داده‌اند. به وجود پتانسیل‌های بسیاری که می‌توانست یکی از نقاط قوت و عصای دست شهرها و مسئولین شهری گردد به یکی از مضلات و مشکلات اساسی در پیش روی آنان قرار گرفته است و به جلوه نامناسبی از شهرها بدل گردیده است. امروزه با توجه 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 گوهری 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 گسترهای 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 موردنظر 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).

میدان‌ولایت 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، ریزدانگی، ترافیک و مشکلات اساسی در حوزه حمل و نقل عمومی و منظر تخریب شده و نازیبا و ... درگیر می‌باشد. در نتیجه با توجه به فرسودگی این بافت نیازمند رسیدگی و اجراء اقاماتی در جهت باز زنده‌سازی و بازآفرینی می‌باشد. در همین راستا طرح‌ها و برنامه‌های مختلفی در این محدوده صورت گرفته اما با توجه به شرایط مختلف و بعض‌نیمه تمام ماندن برخی از آن‌ها شاهد افت روزافزون شرایط محدوده و ورود 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 میدان‌ولایت فقیه ارومیه و پاسخ به سؤال چگونگی برونو 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)، در پژوهشی تحت عنوان، "مکان‌سازی"، نمای کلی از مفهوم مکان‌بابی را ارائه می‌دهد، یک عمل و فرآیند توسعه بافت‌های 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

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 روکیده‌های پایین به بالا به منظور توسعه پایدار جامعه مستند شده است.

لأنه^(۲۰۱۸)، در تحقیقی تحت عنوان، "ایا تحقیقات گردشگری پایدار در آینده پایدار خواهد بود؟" توسعه گردشگری پایدار و تحقیقات گردشگری پایدار را مورد بحث قرار داده است. مفهوم جهانی تحقیقات گردشگری پایدار در مرحله دوم تولید همراه با مناطق تحقیقاتی چند رشته‌ای جدید و پیچیده که مسائل و فرستادهای جامع را بررسی کرده است. مقاله به بررسی پنج چالش عده پرداخته که می‌توانند این پیشرفت را به خطر بیندازنند: پیچیدگی آن، نیاز به شیوه‌های کاری جدید برای ایجاد تیمهای تحقیقاتی چند رشته‌ای، تکامل مجالات 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 موردنیاز است.

کلودیا و لوئیجی^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 بدین معنی، 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، بسط و دسترسی آسانه دارایی‌ها احراز 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 پرداخته است. سپس معیارهای بازآفرینی شهری گردشگری محور از طریق پرسش‌نامه گردشگران شهری با بهره‌گیری از روش میدانی مورد آزمون واقع شده است. 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، تاریخی و محیطی در اولویت‌های دوم تا چهارم قرار دارند.

هرندی و دزآباد (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 برخوردار 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 گردیده است.

حاجیان جابر (۱۳۹۵)، در پژوهشی با عنوان، "مکان سازی؛ اصول ساخت مکان و مزایای آن در طراحی شهری" به بررسی اصول مکان سازی در طراحی شهری پرداخته است. 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 مکان سازی و اصول ساخت مکان باعث ایجاد زمینه‌های مشارکت مردمی، سرمایه اجتماعی و تعاملات اجتماعی، آرامش و لذت برای انسان‌ها خواهد شد و مکان، با عملکرد مناسب را، شهر وندان، خلّه، خواهد گردید.

۳- مبانی نظری

۱-۳- 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 سنت ساکنین آن‌ها می‌باشند. در بافت‌های تاریخی و کهن ایران، معانی نمادین، پیوند عمیق و ناساختنی 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 (احدنزارووشتی، ۱۳۹۹). مرآکز تاریخی شهری آسیب پذیری 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).

J-Lane

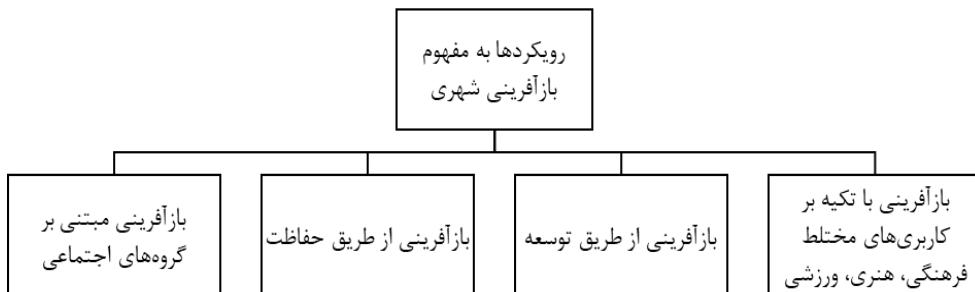
*1- Lane
2- Claudia & Luigi*

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

۳-۳- مکان‌سازی

مفهوم ساخت مکان یا مکان‌سازی اولین بار توسط معماران و برنامه‌ریزان در دهه ۱۹۶۰ میلادی به منظور توصیف فرآیند خلق خیابان‌ها، میادین، پارک‌ها و پلازاها به کار گرفته شد، به گونه‌ای که جاذب مردم باشدن (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 سوال 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 مقایسه 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 ظهرور 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 مثبت داشته باشند (Design Commission for Wales, 2020).

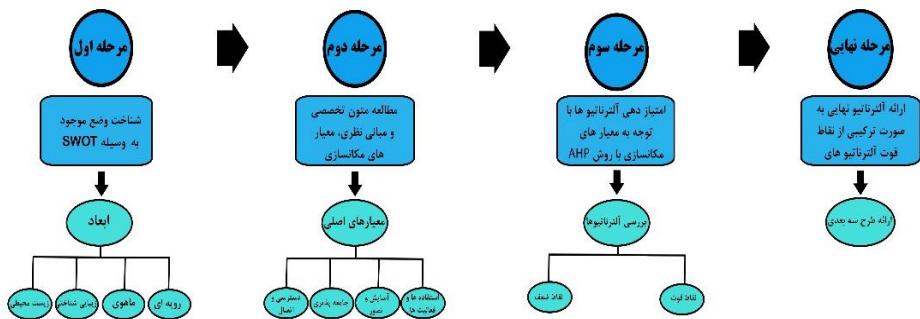
فریدمن مکان‌سازی را به عنوان فرآیند مناسب سازی فضا به منظور ایجاد "آینه خویشن" می‌داند (Friedman, 2007:159). بهبود دسترسی به فضاهای شهری به منظور بهبود کیفیت آن، یکی از اهداف عده رويکرد مکان‌سازی محسوب می‌شود. مطابق آموزه‌های مکان‌سازی، تنوع دسترسی به مراکز و فضاهای شهری برای تمام اقسام جامعه به منظور افزایش قدرت انتخاب به فراخور نیاز و شرایط آنها، از اولویت‌های طراحان و برنامه‌ریزان شهری است (مهروری 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 حمل و نقل عمومی در آن بسیار بالاست. یک فضای عمومی، زمانی موفق است که قابل رؤیت باشد و راحت بتوان به آن رسید و پرسند (PPS, 2018).

۴-۳- گردشگری

گردشگری معادل دقیق و فارسی توریسم^۱ است. واژه توریسم از کلمات یونانی و لاتین تورینست^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 فعالیتهای 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 زمرة 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 دهه ۱۹۶۰ رشد چشمگیری یافت و در عصر کنونی از جمله عوامل مؤثر در توسعه-ی تعاملات بین‌المللی به شمار می‌آید و نقش عمدہ‌ای در اقتصاد جهانی بر عهده دارد. این صنعت سومین صنعت جهان پس از نفت و اتمیل 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، اشتغال‌زاibi، 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 ناملوموس 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 موردنی) 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^۴ SWOT در چهار بعد رویاهای، 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 اکسپریت چویس^۶ امتیازدهی شده‌اند. مرحله سوم سه آلتنتاتیو با توجه به امتیازات معیارهای مکان‌سازی ارائه گرده و با روش AHP و نرم افزار اکسپریت چویس سه آلتنتاتیو امتیازدهی و رتبه‌بندی شده و پس از تشخیص نقاط قوت و ضعف هر یک از آلتنتاتیوهای ارائه شده، آلتنتاتیو نهایی به صورت ترکیبی از نقاط قوت آلتنتاتیوهای پیشنهادی ارائه گردیده است.

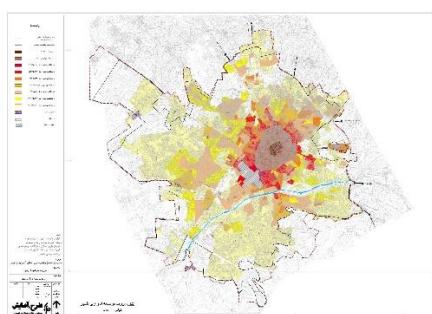


شکل ۲- شماتیک مدل مفهومی روند تحقیق (مأخذ: نگارندگان)

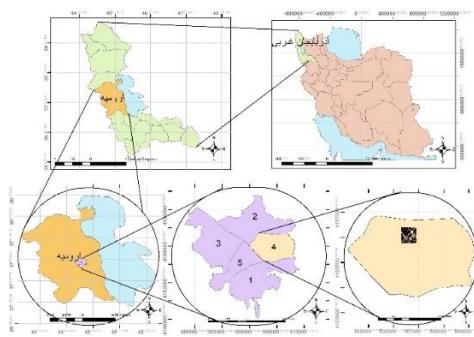
٥ - معرفی محدوده

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 برگیرد (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵).

احداث خیابان امام در سال ۱۳۰۷ هجری شمسی توسط اداره بلدیه شهر ارومیه در دستور کار قرار گرفت. این خیابان که شهر را از شرق به غرب تقسیم می کرد توسط معمار بومی بنام مشهدی محمدحسین معنار معروف به ملا اوستا احداث گردید. ملا اوستا با وجود اینکه سواد اکادمیک 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. بلدیه 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 کرده است مسجد جامع ارومیه در کنار بازار شکل گرفته است و راسته عطاران واقع در جنوب که امروزه میدان گندم نامیده می‌شود ارتباط دارد. ساختار کنونی بازار از دوره صفویه شکل گرفته و در دوره افشار راسته‌های جدید به وجود آمداند و در دوره قاجار راسته‌های متعدد دیگری در غرب بازار به راسته عطاران افزوده شده است. 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 - مافته‌ها

۶-۱- تحلیل سکیار چه با روش SWOT

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

جدول ۱- عوامل داخلی و خارجی

اعمال	ابعاد
<p>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</p> <p>۶- خصوصی بودن مالکیت اراضی ۷- افزایش روز افزون قیمت اراضی تجاری و مسکونی ۸- استفاده نامناسب از برخی اراضی با ارزش ۹- سرقفلی بودن برخی مغازه‌ها</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>۷- وجود حمل و نقل عمومی ۸- نفوذپذیری مناسب محدوده ۹- دسترسی مناسب جهت قرارگیری در مرکز شهر ۱۰- عرض مناسب خیابان‌های اصلی ۱۱- وجود سرزندگی در سطح محدوده</p> <p>۶- کاهش کارایی عملکردی بواسطه عدم مجاورت کاربری وابسته ۸- عدم وجود تأسیسات شهری برای زمان بحرانی ۹- کمود فضای پارکینگ مناسب ۱۰- ترافیک محلی در لبه‌های تجاری در ساعات اوج ۱۱- عدم دسترسی مناسب به دلیل ریزدانگی بلوک ۱۲- عدم استفاده از عملکرد مناسب مسجد جامع</p> <p>۵- امکان ایجاد پارکینگ در قطعات بایر و مخربه ۶- امکان ایجاد کاربری‌های شبانه برای حضور افراد در تمامی ساعات طول روز ۷- امکان ساماندهی دست فروشان محدوده برای جلوگیری از اغتشاش عملکردی</p> <p>۴- خطر ایجاد ترافیک و افزایش آلودگی هوازی و صوتی ۵- احتمال سد معبراسازی کاربری‌ها بر روی پیاده‌رو ۶- احتمال خطر کاهش تعاملات اجتماعی و امنیت به دلیل مخصوصیت نامطلوب و رها شدن فضایی ۷- امکان کاهش امنیت محدوده در اثر کاهش حضور افراد در ساعات پایانی روز</p>	<p>۱- اختلاط کاربری در بافت ۲- اقتصاد قوی به دلیل وجود کاربری‌های تجاری عمده و خرد 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</p> <p>۱- جدا شدن بازار در اثر ایجاد معابر پهلوی-عسکرآبادی و .. ۲- عدم وجود تداوم زمانی در نیمه‌های شب ۳- عدم وجود تعاملات اجتماعی مطلوب در میدان امام ۴- بالا بودن رفاهی های نامناسب و بزهکاری ۵- پایین بودن سطح ایمنی</p> <p>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 سیماه تاریخی</p> <p>۱- احتمال تبدیل کاربری‌های مسکونی به تجاری در اثر نامناسب بودن (بالا بودن) قیمت اراضی مسکونی ۲- از بین رفتن خرد فروشی‌ها در پی افزایش فروشگاه‌های زنجیره‌ای</p> <p>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</p> <p>۱- کمیود 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</p> <p>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 حمل و نقل عمومی</p> <p>۱- خطر گسترش مشکلات به دلیل عدم وجود کاربری انتظامی ۲- خطر افزایش ترافیک به واسطه وجود عملکرد تجاری فرامانده‌ای و شهری ۳- خطر افزایش ترافیک با تجمع کاربری‌های جاذب سفر</p>
	دینی
	رفت (O)
	تفف (W)
	بیرون (T)
	بین (S)
	بین (T)
	رفت (O)
	تفف (W)
	بین (T)
	بین (S)
	بین (T)
	رفت (O)
	تفف (W)
	بین (T)
	بین (S)

۲-۶- معیارهای مکان‌سازی

به منظور خلق یک مکان با یک یا چند رویکرد، 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

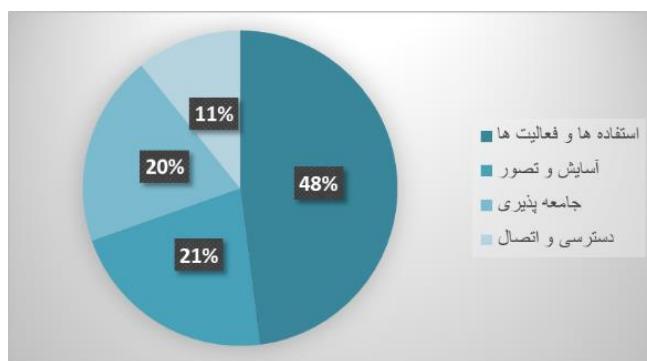
دسترسی و اتصال	جامعه پذیری	آسایش و تصور	استفاده‌ها و فعالیت‌ها	معیار اصلی
پیوسته	متنوع	ایمنی	سرگرمی	
مجاور	قابل نظارت	تمیز	فعال	
متصل	قابل همکاری	سبز	سرزنده	
خوانا	همسایه مداری	پیاده مداری	خاص	
پیاده پرور	افتخار انگیز	قابل نشستن	واقعی	
دنچ	مفید	معنوی	مفید	
در دسترس	دوستانه	دلربا	بومی	
	دارای فعل و انفعال	جاداب	مجلل	
	استقبال گر	تاریخی	پایدار	

۲-۱-۶- ارزیابی معیارهای مکان‌سازی

چهار معیار اصلی مکان‌سازی و زیر معیارهای هر کدام که با توجه 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 شده است.

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

امتیاز	زیر معیار	امتیاز	معیار اصلی	امتیاز	زیر معیار	امتیاز	معیار اصلی
۰/۵۷۴	متنوع، استقبال‌گر	۰/۱۹۶	جامعه پذیری	۰/۷۲۴	سرگرمی، سرزنشه	۰/۴۸۰	استفاده‌ها و فعالیت‌ها
۰/۰۸۳	دارای فعل و انفعال			۰/۶۱۴	فعال، مفید، پایدار		
۰/۲۰۷	قابل نظارت، قابل همکاری			۰/۰۵۹	خاص، مجلل		
۰/۱۳۶	همسایه مداری، دوستانه			۰/۰۵۷	واقعی		
۰/۲۹۷	پیوسته، متصل، خوانا، مجاور	۰/۱۰۸	دسترسی و اتصال	۰/۰۷۰	ایمنی	۰/۲۱۶	آسایش و تصور
۰/۱۶۳	در دسترس			۰/۳۴۴	معنوی، درلیا، جذاب، تاریخی		
۰/۵۴۰	پیاده پرور، دنج			۰/۰۴۵	تمیز، سبز		
				۰/۴۵۱	پیاده مداری، قابل نشستن		



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

۴-۶- ارائه آلترا ناتیوها

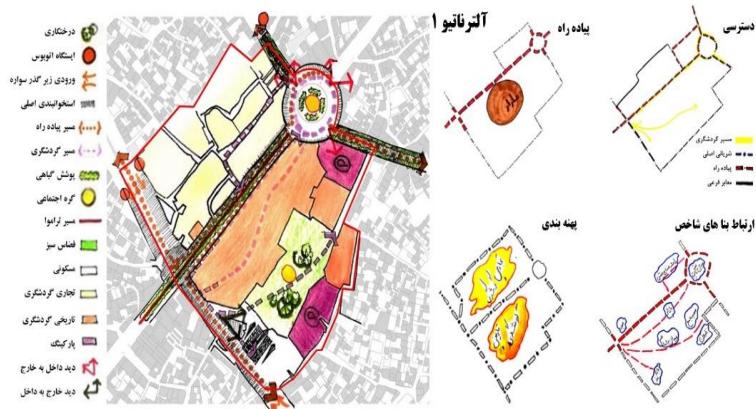
باتوجه به معیارهای مکان سازی، اطلاعات جدول SWOT و در نظرگیری رویکرد گردشگری، برای بخشی از محدوده بافت مرکزی و تاریخ شهر ارومیه با سطح مداخلات متوسط و زیاد، سه آلترا ناتیو ارائه شده است.

۶-۱- آلترا ناتیو اول

آلترا ناتیو اول در جهت پیاده راه کردن محدوده بوده و از ورود خودرو به محدوده جلوگیری شده است و یک محیط گردشگر محور می‌شود.

با ایجاد (الف) مسیر تراموا در پیاده راه امام، (ب) تعریف گرههای اجتماعی سرزنشه 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 معاشر دیگر به پیاده راه، تعیین معابر اصلی و فرعی و تعیین دسترسی‌ها مشکلات حمل و نقلی تا حد مطلوبی کاهش پیدا می‌کند و آلودگی‌های صوتی کاهش می‌پابد. 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 قیمت و پیاده راه امام به مرکز تجاری گردشگری منطقه از طریق: (۱) تقویت توان تجاری بازار، (۲) ایجاد گردشگری‌های جاذب 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 شده است.



شکل ۶- شماتیک آلتربناتیو اول (مأخذ: نگارندگان)

۶-۳-۲- آلترياتيو دوم

محوریت اصلی آلترناتیو دوم پیاده راه کردن محدوده می‌باشد. اما محور خیابان منتظری به مطهری با احداث زیرگذر در جریان باقی می‌ماند. و پنهانبندی 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 پیاده راه 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 سرزنشنگی و تعاملات، ۶) تبدیل زمین بایر به کاربری تجاری، هستند.



شكل ٧- شماتیک التر ناتیو دوم (مأخذ: نگارندگان)

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

(۱) مرمت و بازسازی مسجد جامع، چداره خیابان امام و چداره میدان ولايت فقيه در راستاي احیای هويت تاریخی،^۲ ارتقا کیفیات کاربری های تفریحی - توریستی برای رسیدن به سطح بین المللی،^۳ ایجاد مجتمع های تجاری - گردشگری در راستای جذب جمعیت و افزایش توان اقتصادی در زمین های با کاربری های مخربه و بایر،^۴ ایجاد پارکینگ های طبقاتی در کنار مجتمع ها و فضای سبز میدان امام،^۵ انتقال کاربری آموزشی به خارج محدوده و تغییر آن به دفتر تسهیل گری 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 مبلمان، رواق و سایه اندازها،^۸ ایجاد کاربری انتظامی در راستای افزایش اینمنی،^۹ ایجاد کاربری خدمات امداد رسانی به منظور امداد رسانی در موقع بحرانی،^{۱۰} اولویت بخشی به حرکت پیاده با ایجاد مسیر پیاده در وسط خیابان امام و طلاقانی، تبدیل مسیر سواره به یک مسیر رفت و برگشت، ایجاد تونل نور، گلکاری و پوشش گیاهی، مبلمان و المان های مناسب با اقلیم در راستای ایجاد سرزنشگی و شبانه روزی کردن محدوده،^{۱۱} حذف میدان مرکز و پیاده مداری چداره های متناسب با اقلیم در راستای ایجاد سرزنشگی و شبانه روزی کردن محدوده،^{۱۲} افزایش میزان نفوذپذیری میدان امام با تعریض و ایجاد معیر جدید،^{۱۳} انتظام بخشی و ساماندهی بلوک بندی به وسیله میدان،

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



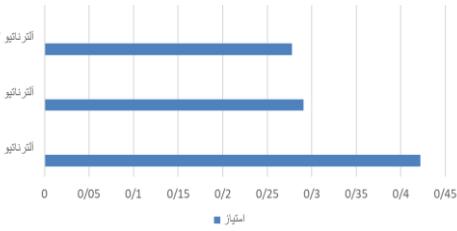
شکل ۸- شماتیک آلترناتیو سوم (ماخذ: نگارندگان)

۶-۳-۴- امتیاز آلترناتیوها

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

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

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



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

۷- جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

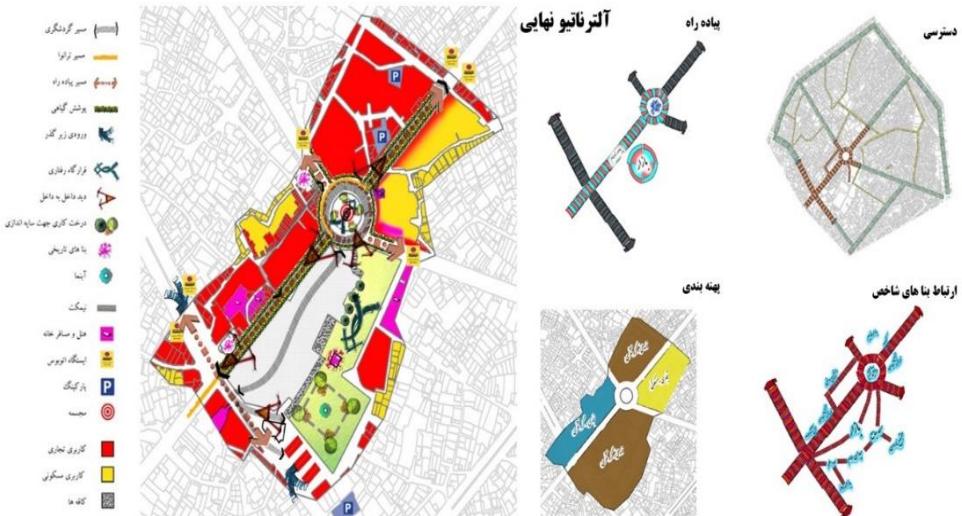
۱- آلترناتیو نهایی

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

ارتباط بناهای شاخص با تعیین و شناسایی مسیرهای گردشگری انتخابی، تعیین نقاط گردشگری موجود و ایجاد مجتمع‌های تجاری تاریخی - گردشگری، صورت می‌گیرد. همچنین برای گردشگری بیشتر منطقه ثبتی بازار قدیم و پیاده راه امام به مرکز تجاری محدوده از طریق: تقویت توان تجارتی بازار، ایجاد کاربری‌های جاذب گردشگر در مسیر پیاده راه امام و تقویت بعد تاریخی محدوده صورت می‌گیرد. پنهانه بندی محدوده بر اساس عملکرد و کاربری به سه بخش اصلی تجارتی - 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 اخلال در رفت و آمد، معابر اصلی و فرعی، دسترسی‌ها و مسیرهای جایگزین برای عبور و سایل نقلیه در محدوده بالفصل پیش‌بینی شده است.

اقدامات مهم و اصلی عبارتنداز: ۱) ایجاد مسیر تراموا در پیاده راه امام، ۲) افزایش اساسی فضای سبز در محدوده پیاده راه،^{۱۳} تغییر الگوی مرکزی میدان ولایت فقیه،^{۱۴} ایجاد راسته تجارتی، گردشگری در نجارخانه،^{۱۵} ایجاد جداره تاریخی در بافت،^{۱۶} تعریف گره‌های اجتماعی سرزنشده در میدان امام و میدان ولایت فقیه (مرکز)،^{۱۷} تعریف ایستگاههای حمل و نقل عمومی در ورودی های پیاده راه،^{۱۸} تقویت پارکینگ‌های موجود (پارکینگ‌های طبقاتی) و احداث پارکینگ در زمین‌های بازیر،^{۱۹} 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 آلترا ناتیو نهایی (مأخذ: نگارندگان)



شکل ۱۱- تصاویر مدل سه بعدی آلترا ناتیو نهایی (مأخذ: نگارندگان)

۷-۲- نتیجہ گیری

بافت‌های تاریخی شهرها به عنوان هسته‌ی اصلی شهری شناخت شده‌است و در اکثر شهرها دارای تجمعی کارکردی و کاربری های خدمات رسان هستند. همچنین این بافت‌ها محتوای معنوی و فرهنگی خاص خود را دارا هستند که تبلور حس تعاق و هویت پیشخواست به شهر و ندان را دارند. اما امروزه در اکثر شهرها این بافت‌ها کارآیی مفید و لازم را ندارند و با تغییر الگوی زندگی در دهه های اخیر و گسترشی 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 با توجه به عدم کارآیی 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 با توجه به در نظرگیری ابعاد مختلف مکان و فضاء، معیارها و شرایط مختلف کمک فراوانی به متفاوت را با توجه به تمامی ابعاد آسیب‌شناسی و فرسودگی بافت در تمام زمینه‌ها و شرایط مختلف کمک فراوانی به فضاهای شهری می‌نماید.

با نگرش به این موضوع که قابلیت‌ها و جاذبه‌های گردشگری در چهار گروه جاذبه‌های تاریخی و یادمانی، جاذبه‌های فرهنگی، جاذبه‌های محیطی و جاذبه‌های تفریحی تقسیم بنده می‌گردد، موفقیت پژوهه‌های 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 گردد. در این پژوهش باتوجه به موارد ذکر شده و شناخت محدوده به کمک روش SWOT که در تهییه آن از نظرخواهی شهروندان نیز کمک گرفته شده و همچنین باتوجه به ویژگی‌ها و معیارهای رویکرد مکان سازی سعی بر آن بوده که طرحی ارائه شود تا با در نظرگیری این موارد مکانی برای گردشکری خلق گردد. ساخت چنین مکان‌هایی علاوه بر رونق اقتصادی شهر باعث تقویت ویژگی‌های فرهنگی و هنری شهری و در نتیجه آن حس تعلاق به مکان و تقویت هویت شهری و شهروندی می‌گردد و موجب احیای بافت‌های تاریخ و قیمتی می‌شود و همچنین محیطی برای جذب توریست داخلی و خارجی گردد و به مکانی گردشگر محور تبدیل شود.

منابع

- ۱۲- مهوری، پرسا: قلعه‌نویی، محمود؛ و مختارزاده، صفورا (۱۳۹۹). سنجش کیفیت فضای شهری بر اساس معیارهای مکان سازی با تأکید بر کیفیت دسترسی، مطالعه موردي: میدان عتیقه، اصفهان. مطالعات شهری، ۳۵(۹)، ۴۷-۶۰.

۱۳- شهری (مورد پژوهی): بافت تاریخی شهر زنجان. فصلنامه جغرافیا و برنامه‌ریزی منطقه‌ای، ۱۰(۳)، ۹۴۷-۹۶۰.

۱۴- آراء، هایده؛ زارع، غلامرضا؛ ترابی، علی؛ محمدی، منصوره (۱۳۹۶). بررسی سیر تحولات صنعت گردشگری تا پیدایش ژیومورفو-توریسم، پنجمین کنفرانس بین‌المللی ایده‌های نوین در کشاورزی، محیط زیست و گردشگری.

۱۵- بحری‌نی، سیدحسین؛ ایزدی، محمدسعید؛ مفیدی، مهرانوش. (۱۳۹۳). رویکردها و سیاست‌های نوسازی شهری (از بازسازی تا بازآفرینی شهری پایدار). مطالعات شهری، ۱۷، ۹-۳۰.

۱۶- پوراحمد، احمد و حسینی، علی (۱۳۹۵). بازآفرینی بافت‌های تاریخی شهری جهت توسعه گردشگری فرهنگی نمونه موردي هسته مرکزی شهر تهران. همایش ملی بافت‌های فرسوده و تاریخی شهر.

۱۷- نهنگچی مهاری، میلان (۱۳۹۴). بازآفرینی محلات مرکزی شهر، همایش ملی معماری و شهرسازی بومی ایران. یزد.

۱۸- حاجیان جابر، فاطمه (۱۳۹۵). مکان‌سازی؛ اصول ساخت مکان و مزایای آن در طراحی شهری، چهارمین کنگره بین‌المللی عمران، معماری و توسعه شهری، تهران.

۱۹- سجادزاده، حسن و زلفی‌گل، سجاد (۱۳۹۴). طراحی شهری در بازآفرینی محلات سنتی با رویکرد محرك توسعه نمونه موردي: محله گلپا همدان. آمایش محیط، ۳۱(۸)، ۱۷۱-۱۴۷.

۲۰- شهریاری، کمال الدین؛ کریم‌زاده، علی؛ شهریاری، شهرزاد (۱۳۹۹). اولویت‌بندی قابلیت‌ها و جاذبه‌های گردشگری در محدوده‌های بازآفرینی شده تاریخی، مطالعه موردي: محدوده تاریخی زندیه شیراز، هویت شهر، سال ۱۴، شماره ۴۱، ۱۱۳-۱۶.

۲۱- کاظمی، مهدی (۱۳۸۵). مدیریت گردشگری. تهران: انتشارات سمت.

۲۲- مرکز آمار ایران، (۱۳۹۵). مهندس مشاور طرح و آمایش (۱۳۸۵). طرح جامع ارومیه، سازمان مسکن و شهرسازی استان آذربایجان غربی، گزارشات مطالعات تاریخی ارومیه، جلد اول.



۱۳. هرنزدی، مینا و درآباد، نگار (۱۳۹۵). بازار آفرینی بافت‌های تاریخی نیازمند ساماندهی با رویکرد گردشگری شهری، نمونه موردنی: محدوده شرق میدان نقش جهان، دومین کنفرانس بین‌المللی 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.