

نقش ارزش‌های میراث معماری و شهری در توسعه گردشگری فرهنگی

مطالعه موردی: بافت تاریخی ارومیه

مظفر عباس زاده^۱ - دانشجوی دکتری معماری دانشکده معماری و شهرسازی دانشگاه علم و صنعت
اصغر محمدمرادی - استاد دانشکده معماری و شهرسازی دانشگاه علم و صنعت ایران
الناز سلطان احمدی - دانشجوی کارشناسی ارشد طراحی شهری دانشگاه هنر اسلامی تبریز، دانشکده معماری و شهرسازی

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۰۵/۲۵

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۱۰/۲۶

چکیده:

بافت تاریخی شهرها به عنوان مکانی واجد ارزش‌های میراث فرهنگی، با دربرگرفتن دوره‌های مختلف تاریخی، دارای ویژگی‌هایی متشکل از ساختاری فضایی - کالبدی می‌باشد. ارزش‌های منسوب به آن و تعیین میزان اهمیت و درجه بندی آنها، می‌تواند نقش مهمی در جهت حفاظت و سرمایه‌گذاری در قالب گردشگری فرهنگی باشد. هدف از این تحقیق نیز تعریف منطقه و محور گردشگری فرهنگی با استفاده از اولویت بندی مکان‌های میراث معماری و شهری، براساس ارزش‌های استحصالی از این حوزه پژوهشی و مستخرج از بخش مبانی نظری تحقیق است. تحقیق حاضر از نوع کاربردی - توسعه‌ای بوده و داده‌های آن به صورت توصیفی و کتابخانه‌ای می‌باشد که با تشکیل گروه تخصصی از کارشناسان و دست‌اندرکاران حوزه میراث فرهنگی و گردشگری برای امتیازدهی به شماری از مکان‌های میراثی محدوده مرکزی شهر ارومیه براساس ارزش‌ها به منظور ارزیابی آن با استفاده از تحلیل شبکه‌ای ANP جمع‌آوری گردیده است. یافته‌های این تحقیق حاکی از آن است که سه عنصر اصلی از ساختار شهری ارومیه، شامل مسجد جامع، بازار تاریخی و میدان ایالت به ترتیب دارای اولویت ارزشی شامل احساسی، فرهنگی - تاریخی، علمی و کاربردی نسبت به سایر عناصر بوده و تعریف‌کننده محدوده و محور گردشگری فرهنگی می‌باشد.

به طور کلی می‌توان گفت، توجه و به تصویر کشیدن ارزش‌ها می‌تواند مبنایی برای تصمیم‌گیری‌های مربوط به حوزه گردشگری و میراث فرهنگی باشد. از دیگر سو می‌توان با اولویت بندی مداخله اجرایی پروژه‌های گردشگری فرهنگی با شناخت قابلیت‌های مکان‌های میراث معماری و شهری با هدف بهبود وضعیت اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی ساکنان، توسعه و ترویج فرهنگ و هویت بومی و منطقه‌ای و در جهت حفظ و احیای هویت تاریخی این شهر شاهد تأثیر قابل توجهی بود.

واژگان کلیدی: میراث فرهنگی، گردشگری فرهنگی، ارزش‌های میراث معماری و شهری، ارزیابی، ارومیه.

۷۷

شماره چهارم

بهار ۱۳۹۴

فصلنامه

علمی-پژوهشی

مطالعات

شهری

۱. مقدمه

فرهنگ به عنوان پدیده‌ای ذهنی با تجسم و تجسد کالبدی می‌تواند ابزاری برای بیان متن فرهنگی جامعه در قالب ایجاد تجارب و انتقال معانی فردی و جمعی به حساب آید. گردشگری نیز به عنوان پدیده‌ای فرهنگی به دنبال تغییرات در جهان معاصر، هم در ساخت و سازمان کالبدی و هم در توانمندی‌های اجتماعی - فرهنگی جوامع متناسب با فرهنگ حاکم مطرح است. در این میان پتانسیل‌های تاریخی، فرهنگی و گردشگری به ویژه در مناطق تاریخی و مرکزی شهرها به عنوان کانون‌های جاذب، توانایی و امکان پویایی و سرزندگی بافت‌های شهری را دارا بوده و می‌تواند زمینه جذب گردشگر و توسعه الگوهای فضایی گردشگری، بهبود وضعیت اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی ساکنان و توسعه و ترویج فرهنگ و هویت بومی و منطقه‌ای را در قالب «گردشگری فرهنگی» فراهم آورد.

با رشد سریع گردشگری فرهنگی در دنیا، گردشگران علاقه فزاینده‌ای را به تاریخ میراث فرهنگی از خود برود داده‌اند. اکنون میراث فرهنگی و گردشگری برای مردم به یک موضوع آشنا تبدیل شده و روزبه‌روز نسبت به آن کنجکاو بیشتی نشان می‌دهند (Kargar, 2007: 2). در این راستا توجه سیاست‌گذاران به میراث فرهنگی، علاوه بر مسائل اقتصادی، خدماتی و تبلیغاتی در موضوع گردشگری، لازم است به فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی نیز معطوف گردد. بنابراین توجه و کاربست ارزش‌ها در مدیریت فرهنگی و تعاملات بین فرهنگی بسیار مؤثر خواهد بود. در این شرایط است که گردشگری می‌تواند موجب حفاظت از میراث فرهنگی شده و محرک احیای ارزش‌های محلی و الگوهای فرهنگی‌ای باشد که در حال نابودی است. چراکه فرآیند توسعه شهری و روند تغییرات حاضر، موجب بروز وضعیت نامطلوب شهرهای امروز ایران بوده و لطمات جبران‌ناپذیری را به ارزش‌های نهفته در شهرها دارد.

شهر ارومیه به عنوان یک شهر تاریخی دارای ساختار کالبدی و فضایی مشخص با محوریت بازار به عنوان ستون فقرات شهر و عناصر کارکردی اصلی مانند میدان، مسجد جامع و مراکز حکومتی در محدوده بازار، با بافتی یکپارچه و ارگانیک با برج و بارو و دروازه‌های هفت‌گانه شکل‌گرفته است. این محدوده به واسطه تغییرات در اوضاع اجتماعی - فرهنگی، سیاسی و اقتصادی در طی ادوار مختلف دچار تحولاتی در ساخت و بافت بوده و این امر تأثیراتی در فضای شهری داشته است. در این میان لازم می‌نماید، برخی از عناصری که در روند تکاملی شهر نقش برجسته‌ای داشته‌اند، به عنوان مجموعه‌های با ارزش و هویت‌بخش فرهنگی - تاریخی شهر ارومیه، از گزند طرح‌های توسعه شهری کنونی که ناشی از مشکلات امروزی است، در امان مانده، مورد صیانت و حفاظت قرار گرفته و توجه بیشتری نسبت به آنها، برای ادامه جریان زندگی و جلوگیری از فرسودگی کالبدی و عملکردی مبذول گردد. این پژوهش بر آن است که نقش گردشگری فرهنگی را در به تصویر کشیدن ارزش‌های میراث معماری و شهری مشخص نموده و با بررسی این موضوع که کدام دسته از ارزش‌ها بایستی

مورد استحصال و ارزیابی برای توسعه گردشگری فرهنگی قرار گیرند، می‌پردازد. در این راستا با به‌کارگیری روش توصیفی و به شیوه کتابخانه‌ای و مطالعات اسنادی، به موضوعات و مفاهیم مرتبط گردشگری فرهنگی میراثی پرداخته و لزوم توجه به ارزش‌ها را در آن مورد بررسی قرار می‌دهد. پس از بیان دیدگاه‌های مختلف در حوزه ارزش‌های میراث فرهنگی و تبیین و تعریف ارزش‌ها و زیر ارزش‌های موجود در میراث معماری و شهری، با به‌کارگیری روش تحلیل شبکه‌ای (ANP) برای اولویت‌بندی ارزش‌های مکانی میراث معماری و شهری، تلاش دارد نسبت به تعیین محدوده و محور مناسب برای گردشگری فرهنگی در شهر ارومیه دست یابد.

۲. روش‌شناسی تحقیق

این تحقیق از نوع کاربردی - توسعه‌ای است. اطلاعات به دو شیوه کتابخانه‌ای و اسنادی در بخش بررسی مبانی نظری مرتبط با موضوع گردشگری فرهنگی و ارزش‌های میراث معماری و شهری برای حصول معیارها و زیرمعیارهای ارزیابی و به صورت پیمایشی در قالب پرسشنامه با تشکیل گروه ۵۰ نفره از کارشناسان و دست‌اندرکاران حوزه میراث فرهنگی و گردشگری در زمینه‌های مردم‌شناسی، مطالعات تاریخ معماری و شهرسازی، حفاظت و مرمت میراث معماری و شهری، برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در حوزه میراث فرهنگی و گردشگری، باستان‌شناسی، اعضای هیأت علمی پژوهشگاه میراث فرهنگی و هیأت علمی دانشگاه در زمینه مرمت، معماری و شهرسازی و همچنین کارشناسان و راهنمایان حوزه گردشگری گردآوری شده است. پس از تشکیل گروه، تعیین هدف و مشخص نمودن معیارها و زیرمعیارها و گزینه‌های مورد بررسی ساختار شبکه‌ای تشکیل شده و براساس الگوریتم اجرایی برای تعیین وزن معیارها و زیرمعیارها به تعداد متخصصان، پرسشنامه تدوین گردید. سپس کلیه پرسشنامه‌ها برای ترکیب در نرم‌افزار Super Decisions به منظور تجزیه و تحلیل و اولویت‌بندی مکان‌های میراثی مورد بررسی قرار گرفت، تا امتیاز نهایی به معیارها و زیرمعیارها داده شود. نرخ ناسازگاری ۰،۰۵ نشان از قابل قبول بودن سازگاری سیستم و صحت محاسبات و نتایج حاصل از اولویت‌بندی در مدل داده شده می‌باشد.

۳. پیشینه تحقیق

در خصوص مطالعات در حوزه گردشگری فرهنگی می‌توان به مطالعات تونی گریفین^۱ و نیکولت بولز^۲ (۱۹۹۳) اشاره کرد که در مقاله‌ای با عنوان راه‌های قابل تصور برای دستیابی به گردشگری پایدار، برقرار نگه‌داشتن و حمایت از میراث فرهنگی و تاریخی محیط، منطقه یا کشور را به عنوان یکی از عناصر کلیدی برای پایداری گردشگری مطرح می‌کنند (Edgell, 2009: 35-36). آشورت^۳ و توبریج^۴ (۲۰۰۰) به منافع استفاده از منابع فرهنگی با حفظ

1 Tony Greffin

2 Nicolette Boele

3 David L Edgell

4 G.J Ashworth

5 J.E Tubridge

کیفیت اشاره دارند و بیان می‌کنند که این امر در مقیاس خرد به اهمیت محیط اطراف آثار تاریخی و یادمانی در حفظ کیفیت آنها و در مقیاس کلان به هویت و سیمای شهرهای تاریخی و مراکز تاریخی شهرها توجه دارد. تولیدات میراثی، مرمت، حفاظت و احیا سه رویکرد آنها نسبت به موضوع گردشگری فرهنگی است که کاربرد هر یک از رویکردهای فوق به ویژگی‌های مکانی، ساختار فضایی و خصوصیات جامعه محلی آن وابسته است (Amin Zadeh, 2012:102). گاسپادینی (۲۰۰۱، ۲۰۰۲) به اهمیت نقش فرهنگ در جذب گردشگر فرهنگی بر تغییرات کالبدی - عملکردی فضاهای شهری و رای زندگی روزمره گردشگر تأکید نموده و معتقد است این تغییرات می‌تواند گستره‌ای از میراث کالبدی فرهنگی، آثار فرهنگی معاصر و همچنین فعالیت‌های فرهنگی روزمره شهر را با چیدمانی کاملاً متفاوت برای گردشگر فرهنگی در فضای شهر ارائه دهد (Habib & Hosseini Nia, 2013:7). دیورا استیونس (۲۰۰۳) نیز بر متنی فرهنگی به شکلی مجزا از یک اثر یادمانی فرهنگی و یا به‌گونه‌ای ترکیبی در فضای شهر و به صورت عرصه‌هایی عمومی از محلات و فضاهای عمومی اشاره دارد که در واقع همگی به طور غیرمستقیم فرهنگ شهری را واجد عرصه‌های عمومی - فرهنگی، همراه با ویژگی‌های کالبدی حاصل از فرآیندهایی از متنی فرهنگی و در برگیرنده بناها، یادمان‌ها و میراث تاریخی - فرهنگی بر می - شمرند (Stevenson, 2009: 125). چارلز گولدنر^۱ و جی. آر. برنت ریچ^۲ (۲۰۰۳) در کتاب معروف "گردشگری: قوانین، دستورالعمل‌ها و فلسفه‌ها" به ویژگی‌های پایدار میراث فرهنگی، شامل تعلق منابع گردشگری به میراث عمومی انسان‌ها، تنظیم سیاست‌های گردشگری و فعالیت‌ها ضمن احترام به میراث هنری، باستانی و فرهنگی، مصرف منافع مالی حاصل از بازدید مکان‌های فرهنگی به میراث و طراحی فعالیت‌های گردشگری با توجه به عدم انحطاط، یکنواختی و استاندارد شدن، اشاره کرده‌اند (Goeldner & Ritchie, 2003: 430). موضوع مورد پیگیری انجمن نشنال جئوگرافیک تراولر^۳ در خصوص گردشگری پایدار با واحد ویژه "فرهنگ و میراث" (۲۰۰۴) شامل درجه‌بندی اماکن پایدار گردشگری در سراسر جهان براساس فرهنگ به عنوان یکی از فاکتورهای درجه‌بندی بوده است (Edgell, 2009: 115-116). ساعی و نائیجی در پژوهشی با عنوان تحلیل جامعه‌شناختی جذب گردشگری فرهنگی در ایران، معتقدند که ایران با داشتن چشماندازهای تاریخی و جاذبه‌های فرهنگی فراوان نتوانسته است زمینه جذب گردشگران فرهنگی را فراهم آورد (Saei & Nayiji, 2011: 175-206). تقوایی و صفراآبادی در مقاله‌ای با عنوان توسعه گردشگری فرهنگی با تأکید بر جاذبه‌های تاریخی شهر اصفهان در راستای تحلیل و سنجش گردشگری فرهنگی - تاریخی اقدام به شاخص‌سازی در پنج بعد اقتصادی، رقابتی، اجتماعی و فرهنگی، تسهیلات و خدمات و

جذابیت بر مبنای اولویت‌ها به منظور برنامه‌ریزی برای جذب گردشگر به جاذبه‌های تاریخی - فرهنگی پرداخته است (Taghvaei, 2012: 59-78). رهنما در مقاله‌ای با عنوان شناسایی نقاط با ارزش شهری در مشهد، با بررسی ارزش‌های شهری، به شناسایی ۵۳ نقطه با ارزش در سه نوع الگوی پراکنش محوری، محوطه‌ای و بنا به لحاظ مذهبی، گردشگری، تجاری، تاریخی، اجتماعی، کالبدی، فرهنگی و آموزشی و سیاسی پرداخته و راه‌حل‌های پیشنهادی را برای نحوه مداخله در فرآیند احیای این عناصر ارائه کرده است (Rahnama, 2009: 159-190). با بررسی و مطالعات صورت گرفته مشخص است که موضوع ارتباط بین ارزش‌های میراث معماری و شهری و گردشگری فرهنگی آنچنان‌که لازم بوده، مورد توجه نبوده است. بنابراین این پژوهش می‌تواند ما را در رسیدن به ارتباط بین ارزش‌های نهفته در میراث معماری و شهری و نقش آن در توسعه گردشگری فرهنگی یاری نماید.

۴. فرهنگ و گردشگری فرهنگی

"فرهنگ رمزی است که می‌آموزیم و در واقع وجه مشترک بین ما و دیگران است. یادگیری" و در میان گذاشتن ایده‌ها به "ارتباط" نیاز دارد و ارتباط هم به رمزگذاری و نمادهایی نیازمند است که باید آموخته شود و مشترک گردد (Smith, 2000: 18). یکی از شیوه‌های ارتباط بین فرهنگی، گردشگری است که دارای انواع مختلفی می‌باشد: ۱. گردشگری تفریحی، ۲. گردشگری درمانی، ۳. گردشگری فرهنگی، ۴. گردشگری اجتماعی، ۵. گردشگری ورزشی، ۶. گردشگری مذهبی و زیارتی، ۷. گردشگری بازرگانی و تجاری و ۸. گردشگری سیاسی (Rezvani, 1995: 18-20). در این میان گردشگری فرهنگی گونه‌ای از گردشگری است که به طور کلی یا جزئی به وسیله عرضه‌های هنری، میراثی یا تاریخی، تهییج و دارای انگیزه شده است. تمایزهای منطقه‌ای، منش نژادی و قومی، تاریخ و سیمای معاصر، تکه‌های به هم پیوسته از مکان‌ها، سنت‌ها و تجاربی هستند که نمایانگر یک کشور و مردم آن بوده و منعکس‌کننده تنوع و تجسمی از آن سرزمین می‌باشند (Edgell, 2009: 106). در جدول ۱ به تبیین انواع مختلف گردشگری فرهنگی می‌پردازیم.

با توجه به جدول ۱ می‌توان گفت که گردشگری میراثی، بخش مهمی از گردشگری فرهنگی است که بر تجربه مکان‌ها و فعالیت‌ها استوار بوده و به درستی، منابع تاریخی، فرهنگی و طبیعی محدود معینی از یک منطقه را می‌نمایاند و فرصتی برای احساس، تجربه و فهم سنن واحد حوزه خاص میراثی برای لذت و کاوش در تاریخ مردم یا کشور را فراهم می‌نماید (Khumalo et al, 2014: 2-3). گردشگری فرهنگی در سطح محلی و بومی با گردشگری میراثی، اشتراک و همپوشانی داشته و نمیتوان به عنوان دو نوع کاملاً مستقل و مجزا از یکدیگر تعریف کرد. بنابراین بیان عبارت "گردشگری فرهنگی میراثی" کمک بزرگی برای گردهم آوردن تمامی دست‌اندرکاران نیازمند به همکاری در این مقوله شامل سازمان‌ها و ارائه‌دهندگان هنرها، برگزارکنندگان موزه‌ها، دست‌اندرکاران مسائل انسانی و حفاظت تاریخی، اماکن میراثی، گروه‌های قومی

1 Gospodini
2 Debourra Stevenson
3 Charles R. Goeldner
4 J.R. Brent Ritchie
5 National Geographic Traveler

جدول ۱: انواع گردشگری فرهنگی، محصول و فعالیت های آن (Csapó, 2012:210)

انواع گردشگری فرهنگی براساس هدف	محصولات گردشگری فرهنگی	فعالیت ها
گردشگری میراثی	میراث فرهنگی و طبیعی (در ارتباط با طبیعت یا اکو توریسم)	-
	ساختاری (مواد و مصالح)	میراث ساختاری / محوطه های معماری / محوطه های میراث جهانی / یادمان های ملی و تاریخی
	غیرساختاری	ادبیات / هنر / فولکلور
	محوطه های میراث فرهنگی	موزه ها و مجموعه ها / کتابخانه ها / تئاترها / مکان های رویداد / یادبودهای مرتبط با شخصیت های مهم تاریخی
جریان های موضوعی فرهنگی	حوزه گسترده موضوعات	روحانی / صنعتی / هنری / وابسته به غذا و آشپزی / معماری / زبان شناسی / بومی (محلی) / نژادی
گردشگری فرهنگی شهری، گردش های فرهنگی	گردشگری شهری کلاسیک، دیدن مناظر جالب	-
	پایتخت های فرهنگی	-
	شهرهای واجد فضاهای جذاب برای گردشگری فرهنگی	-
گردشگری سنتی، قومی	سنت های فرهنگی محلی	-
	گوناگونی قومی (نژادی)	-
گردشگری رویداد و فستیوال	فستیوال های فرهنگی و رویدادها	جشنواره ها و رویدادهای موسیقی / جشنواره ها و رویدادهای هنرهای زیبا
گردشگری مذهبی، موضوعات زیارتی	دیدن مجموعه ها و مکان های مذهبی	-
	دیدن مجموعه ها و مکان های مذهبی (معماری و منظر فرهنگی)	-
	موضوعات زیارتی	-
فرهنگ خلاق، گردشگری خلاق	فرهنگ سنتی و فعالیت های هنری	هنرهای نمایشی / هنرهای بصری / میراث فرهنگی و ادبیات
	صنایع فرهنگی	آثار ادبی یا هنری چاپی / چندرسانه ای / مطبوعات / سینما / محصولات سمعی-بصری و صوتی / صنایع دستی / طراحی و گردشگری فرهنگی

و همچنین شرکت کنندگان در برنامه های گردشگری می شود و به مواردی از قبیل مکان های تاریخی، باستانی، محل های جنگ و ستیز، مراکز شهرها، بازارهای مرکزی، حومه شهرها، ابنیه تاریخی، آثار میراثی، مسیرها و آبراهه ها، سازه های میراثی، دست ساخته های میراثی و انواع تولیدات مرتبط اشاره دارد.

۵. لزوم توجه به ارزش ها در گردشگری فرهنگی میراثی

فعالیت های میراث فرهنگی را می توان در چهار گروه اصلی شناسایی و ثبت، صیانت، حفاظت و معرفی خلاصه نمود (Hodjat, 2001:113-161) که نمودار ۱ به تبیین آن می پردازد. با وجود اهمیت هر یک از فعالیت های میراث فرهنگی در ارتباط با آثار تاریخی، معرفی میراث فرهنگی به دلیل پیوند تنگاتنگی که با بحث گردشگری فرهنگی دارد، بیشتر مدنظر بحث خواهد بود. بنابراین در ادامه به توضیح این مورد و ارتباط بین ارزش ها و گردشگری فرهنگی می پردازیم.

آنچه بیشتر اهمیت دارد و در ادامه به آن پرداخته خواهد شد،

موضوع ارتباط منطقی بین میراث فرهنگی و صنعت گردشگری است. در این رابطه می توان گفت، گردشگری فرهنگی و تأثیر آن بر میراث فرهنگی در راستای تبادل و تعامل فرهنگ ها در طی دو منشور گردشگری فرهنگی (۱۹۷۶) و پیش نویس هشتم منشور بین المللی جهانگردی فرهنگی، مدیریت گردشگری در مکان های عمده میراث (۱۹۹۹) با تأکید بر ترغیب حراست، تضمین حفاظت و ارتقای بناها و محوطه های تاریخی (fundamental research Collection of technical office, 2000:195-204) در بیانیه سنت آنتونیو (۱۹۹۶) مبتنی بر بیانیه کیوتو (۱۹۶۷) با تأکید بر گردشگری فرهنگی و با هدف توجه به اصالت در امر حفاظت و مدیریت میراث فرهنگی و ضرورت توسعه پایدار برای محدوده های فرهنگی و در بیانیه مکزیکوسیتی (۱۹۹۹) با تأکید بر مفهوم جامع و جهانی میراث و تعامل آن با گردشگری برای تبادل فرهنگی، ارتباط مکان های میراثی و گردشگری پویا از طریق حفاظت و توسعه پایدار و لازم و ملزوم بودن مرمت و حفاظت بافت های کهن و تاریخی و صنعت گردشگری مورد توجه قرار گرفته است (Habibi & Maghsoudi,



نمودار ۱: انواع فعالیت‌ها در حوزه میراث فرهنگی

154-151:2010).

معرفی آثار تاریخی در جهان به عنوان یک فعالیت ارتباطی واجد اهمیت در جامعه، رابطه بین آثار با مردم یا بهره‌برداری کنندگان از آن را شکل می‌دهد. این فعالیت شامل فرآیندی است که در آن به بررسی منبع با گرایش‌های مقطعی و منحصرأقتصادی، علمی و یا سیاسی پرداخته و رسانه با توجه به برنامه‌هایی برای تقویت بازده فرهنگی و افزایش بینش مخاطب با تکیه بر صنعت توریسم و وضع سیاست‌هایی برای تحقق آن موجب آشنایی هرچه بیشتر مخاطبان با ارزش‌های میراث فرهنگی به عنوان کلید حل بسیاری از مشکلات مربوط به این حوزه می‌باشد (Hodjat, 2001:113). در این خصوص براساس اصول منشور گردشگری فرهنگی می‌توان گفت که می‌بایست درک عمیقی از ویژگی‌های منحصربه‌فرد و یا به طور عمده چگونگی ترکیب تضادهای موجود در هر یک از هویت‌های ویژه هر منطقه که به شناخت ارزش‌های متفاوت برخاسته از فهم ماهوی میراث می‌انجامد، صورت گیرد. تحقیقات متناوب و نتیجه‌گیری‌های مناسب، برای آینده‌نگاری در زمینه حفظ ارزش‌ها و ارائه آنها اهمیت فراوانی داشته و مدیریت ارزش‌های پاینده ارزش‌های محتملاً متضاد برای امروز و آینده مستلزم پژوهش مستمر و اخذ مشاوره علمی از متخصصان است؛ از جمله برای ارزیابی اثرات احتمالاً زیان‌بار فعالیت‌های مرتبط با گردشگری بر میراث فرهنگی و طبیعی. در حالت کلی می‌توان گفت ارتباط دوسویه میان ارزش‌های موجود در میراث و صنعت گردشگری، پویا و در حال تغییر بوده و با توجه به تضادهای بالقوه سبب بروز فرصت‌ها و یا تهدیدهایی در این حوزه خواهد شد. برنامه‌ها، فعالیت‌ها و پروژه‌های گردشگری فرهنگی، در حوزه

میراث باید همواره سبب بروز فرصت‌ها شده و مجموعه اقداماتی که برای پاسخگویی به نیازهای مراجعه‌کنندگان صورت می‌گیرد، کمترین تبعات منفی را بر پیکره زندگی جوامع میزبان و منابع میراث آنان، وارد کند (Feilden & Jokilehto, 2007:217-222)، که این امر نیازمند آگاهی کامل از قابلیت‌ها و ارزش‌های موجود در آثار تاریخی در حوزه میراث فرهنگی است. در ادامه به ارائه مواردی از انواع ارزش‌ها در این حوزه می‌پردازیم.

۶. ارزش و انواع آن در حوزه میراث فرهنگی

ارزش مفهومی نسبی است و رابطه مستقیم با دانش افراد دارد و در تلاش برای شناخت، درک و بهره‌برداری از ارزش‌های یک پدیده معنا و مفهوم خاص خود را می‌یابد (Mehrabi, ۲۰۰۹:۱۹). یکی از حوزه‌های مهمی که مفهوم ارزش در آن وارد شده است، حوزه میراث فرهنگی است. ارزش در حوزه میراث فرهنگی (میراث معماری و شهری) از مهم‌ترین رویکردهای مواجهه با آثار ارزشمند و میراث برجای مانده است. شاید بتوان در یک جمع‌بندی اولیه، به دو گروه کلی از ارزش‌ها اشاره نمود:

ارزش‌های ذاتی: منظور از ارزش ذاتی این است که وقتی شیئی ارزش ذاتی دارد، که آن شیئی در برابر چیزی که ارزش آن وابسته به هدف یا موجود دیگری است، قرار می‌گیرد (Fahimi & Mashhadi, ۲۰۰۹:۱۹۷). ارزش‌های ذاتی در حوزه میراث فرهنگی، به ماهیت میراث یعنی مؤلفه‌هایی که بخشی از وجود و سرشت خود اثر هستند، شامل جنس، کیفیت ساخت، طراحی و محل استقرار یادمان یا محوطه تاریخی بر می‌گردد. به این ترتیب، منبع فرهنگی ذاتی از چیزی تشکیل می‌شود که از لحاظ کالبدی

و فیزیکی جزئی از آن و محیط آن به شمار می‌آید (Feilden & Jokilehto, 2003: 19).

ارزش‌های ابزاری: ارزش ابزاری برخلاف ارزش ذاتی به این معناست که وقتی چیزی ارزش ابزاری دارد که ارزش و بهای خود را در انتصاب به هدف یا موجود دیگری می‌گیرد (Fahimi & Mashhadi, 2009: 197). همانند ارزش‌های اقتصادی ناشی از انتفاع مادی به دلیل ارزش ذاتی موجود در یک اثر تاریخی. با توجه به اینکه ارائه کلیه تقسیم‌بندی‌ها در رابطه با ارزش‌های میراث فرهنگی در قالب این نوشتار امکان‌پذیر نمی‌باشد، به درج نمونه‌هایی اکتفا می‌گردد و می‌توان گفت که هرکدام از این دسته‌بندی‌ها با توجه به بستر مطالعاتی خود ارزشمند بوده و از طرفی دیگر این نکته حائز اهمیت است که این دسته‌بندی‌ها جامع و مانع نبوده و به عنوان نقطه حرکت و بحث در ارتباط با ارزش‌های میراث فرهنگی ارائه می‌گردد.

برنارد فیلدن، نخستین و جامع‌ترین دسته‌بندی ارزش‌ها را در حوزه میراث فرهنگی در سه دسته ۱- ارزش‌های احساسی (هیجانی)، ۲- ارزش‌های فرهنگی- تربیتی و ۳- ارزش‌های کاربردی (Hodjat, 2001: 95-96)، برای چگونگی مواجهه و میزان دخالت در آثار تاریخی ارائه نموده است. همچنین ارزش‌ها از دید برنارد فیلدن و یوکایویکیلو در بحث شناسایی ارزش‌ها در ارتباط با محوطه‌های میراث جهانی، در دو دسته ۱- ارزش‌های فرهنگی و ۲- ارزش‌های اجتماعی - اقتصادی معاصر (Feilden & Jokilehto, 2007: 22) و از نظر راندال ماسون^۲ در دو دسته ۱- ارزش‌های اجتماعی - فرهنگی و ۲- ارزش‌های اقتصادی با تأکید بر برنامه‌ریزی و مدیریت حفاظتی مورد توجه قرار گرفته است (Mason, 2002: 11-13)، آلیس ریگل^۳ نیز ارزش‌های میراث فرهنگی را در دو دسته ۱- ارزش‌های یادبودی و ۲- ارزش‌های امروزی (Talebian, 2005: 77-78) و مهدی حجت‌آنها را در سه دسته کلی ۱- ارزش‌های احساسی، ۲- ارزش‌های تاریخی و ۳- ارزش‌های علمی تقسیم‌بندی نموده است (Hodjat, 2001: 99).

با توجه به مطالعات مختلف در خصوص ارزش‌ها و اولویت آنها از دید افراد می‌توان گفت آنچه در شناخت و بررسی ارزش‌های میراث فرهنگی بسیار مهم و اساسی است، شناخت ارزش‌های میراث، نشئت گرفته از فرهنگ‌های متفاوت، نیازهای جامعه مورد بررسی به عنوان سازوکار اصلی، وضعیت جامعه، اعتقادات و اولویت‌های ذهنی افراد در اینکه این موضوع از چه زاویه و نقطه نظری و با چه هدف و موضوع پژوهشی مورد بررسی قرار گیرد، می‌باشد. از طرفی دیگر توانایی در درک این ارزش‌ها تا حدی بستگی به آن میزان از منابع اطلاعاتی درباره آن ارزش‌ها دارد که میتواند درک شده، صادق و درست باشد.

در تمام این دگراندیشی‌ها، آنچه واضح و مبرهن است اینکه، عنصر اساسی که هدف اصلی را در فعالیت‌های میراث فرهنگی

تأمین می‌نماید، حضور انسان است که گام نخست را در شناخت و بررسی آثار بر می‌دارد؛ بنابراین ارزش‌های احساسی موجود در آثار تاریخی و میراثی نخستین ارتباط را با افراد در برانگیختن احساسات برقرار می‌نماید. در مرتبه دوم، کالبد و موجودیت بنا با هنر، قدمت و زیبایی خود که واجد ارزش‌های فرهنگی- تاریخی است، با تفاوت‌هایی که در خود دارد، موجب برداشت متفاوت افراد از آثار می‌گردد. سپس ارزش‌های کاربردی آثار برای به‌کارگیری در جامعه امروزی و با ماهیت عمدتاً اقتصادی، آموزشی و سیاسی واجد اهمیت است، چراکه یکی از راه‌های تسهیل حفاظت از آثار تاریخی پیوند دادن آنها با زندگی روزمره است و این راه درباره میراث ساخته شده معمولاً مستلزم استفاده برای برخی مقاصد مفید اجتماعی است.

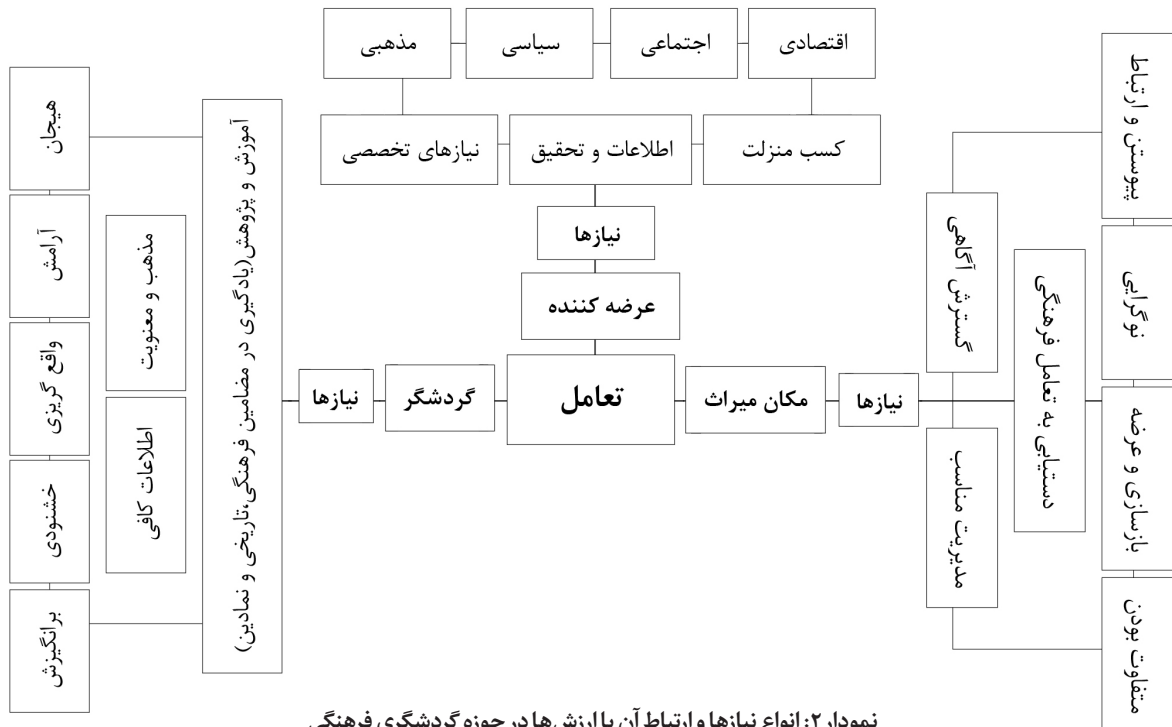
۴.۷ ارزش‌های میراث معماری و شهری در گردشگری فرهنگی

گردشگری فرهنگی میراثی فعالیتی است که حاصل تعامل بین گردشگر، عرضه‌کننده و مکان میراث است (Boniface, 2008: 17). در تلاش برای هدایت مناسب آن باید درک عمیقی نسبت به شناخت نیازهای گردشگر و درک آنچه میراث فرهنگی عامل رفع این نیاز است، همچنین نیازهای عرضه‌کننده و اینکه نیازهای یک مکان میراث در حوزه گردشگری فرهنگی کدامند؟ صورت گیرد. هنگامی که نیازها به طور دقیق مشخص شد، میزان قابلیت اثر در پاسخگویی به آنها، اولویت‌ها را برحسب ارزش‌هایی که هر جامعه به میراث فرهنگی خود قائل است، تعیین می‌نماید. در نمودار ۲ یک جمع‌بندی کلی از نیازهای گردشگر، عرضه‌کننده و مکان میراث ارائه می‌گردد و سپس با توجه به اهمیت شناخت نیازهای گردشگر در برآورده ساختن نیازهای جامعه عرضه‌کننده و نیز استحصال قابلیت‌های مکان‌های میراثی و تبدیل آن به ارزش‌ها، به توضیح این مورد می‌پردازد، تا بتوان به اولویت‌بندی ارزش‌ها بر اساس نیازهای گردشگر اشاره کرد.

اگر نیاز گردشگر برآورده شود، وی تعادل روانی خود را تجربه می‌کند. به وجود آمدن این تعادل بستگی به کیفیت و کمیت برداشت گردشگر از میزان ارضای نیاز دارد، که بدین منظور صورت گرفته است. به هر میزان برداشت فرد بهتر باشد، رضایت او بیشتر خواهد بود، که ملاک آن، ارزش‌ها و انتظارات ناشی از این باورها و ارزش‌هاست که بایستی توسط عرضه‌کننده در مکان‌های میراثی واجد ارزش به تصویر کشیده شود، تا بتوان به ایجاد و افزایش قدرت جاذبه آثار تاریخی در گردشگر به منظور گردشگری فرهنگی میراثی پرداخت. در حالت کلی می‌توان نیازهای گردشگر را در قالب سه هدف عمده تقسیم‌بندی نمود:

۱- انتخاب مقصدی باهدف اولیه لذت بردن از بناها، مجموعه‌ها و اماکن تاریخی و میراثی به عنوان محصول فرهنگی که مدنظر است.
۲- کنجکاوای پیرامون فرهنگ‌های مختلف، تمایل به تجربه کردن چیزی متفاوت از حوزه‌های معمولی گردشگری و جمع‌آوری اطلاعات و تجربیات نو، تا نیازهای فرهنگی آنها را تأمین کرده و بر اطلاعاتشان در ارتباط با میراث تاریخی بیفزاید.

- 1 Bernard Melehiior Feilden
- 2 Jukka Jokilehto
- 3 Randall Mason
- 4 A. Reigl



نمودار ۲: انواع نیازها و ارتباط آن با ارزش‌ها در حوزه گردشگری فرهنگی

دروهله نخست این ارزش احساسی موجود در یک مکان، محوطه و مجموعه است که عامل برانگیزاننده و جذب‌کننده افراد گردشگر که واجد تصور فعال، احساس زیبایی‌پسندی، توجه به احساسات درونی، تنوع‌طلبی و کنجکاوای ذهنی که مایل به پذیرش عقاید جدید و ارزش‌های متفاوت (متفاوت با ارزش‌های جامعه و فرهنگ خود) بوده و بیشتر از سایر افراد هیجان‌های مثبت و منفی را تجربه می‌کند، می‌باشد. چراکه دریافت ارزش‌های احساسی موجود در آثار ساده‌تر و سریع‌تر صورت می‌گیرد. در مرحله بعدی ارزش‌های فرهنگی-تاریخی موجود در بناها، محوطه‌ها و مجموعه‌هاست که فرد را به کاوش پیرامون این عناصر فراتر از یک گردشگر معمولی وا می‌دارد و در مرحله آخر ارزش‌های علمی و کاربردی موجود در آثار مورد توجه قرار می‌گیرد، که تنها مختص جامعه محدودی از گردشگران است؛ که می‌توان به نفوذ طبقه‌ای با سطح بالایی از آموزش اشاره نمود.

۳- انتخاب مقصدی مبتنی بر مطالعات علمی در ارتباط با اهداف خود (مردم‌شناسی و نسب‌شناسی، زبان‌آموزی، آموزش‌های فرهنگی، اقتصاد و...) و یادگیری عمیق در مضامین فرهنگی، نمادین، معنوی یا تاریخی که فراتر از یک نیاز متعارف بوده و تنها مختص تعداد کمی از گردشگران می‌باشد.

در بحث از ارزش‌ها و اولویت آنها با توجه به نیازها، می‌توان به ارزش‌های زیر در مکان‌های میراثی برای توسعه گردشگری فرهنگی میراثی اشاره نمود:

- ارزش‌های احساسی

- ارزش‌های فرهنگی-تاریخی

- ارزش‌های علمی و کاربردی

البته بیان این نکته ضروری است که به فراخور موضوع مورد بررسی، اولویت ارزش‌های میراث فرهنگی می‌تواند متفاوت باشد. اما در ارتباط با نقش ارزش‌ها در گردشگری فرهنگی می‌توان گفت،

جدول ۲: ارزش‌های استحصالی از میراث معماری و شهری برای توسعه گردشگری فرهنگی میراثی

ارزش‌ها	مفهوم
ارزش‌های احساسی	ارزش‌هایی هستند که در برگیرنده تجربیات شگفت‌انگیز خوشایند و مطلوب و تحریک‌کننده احساسات مذهبی و غیرمذهبی افراد بوده و به جنبه‌های غیرمادی و معنوی آثار تاریخی اشاره داشته و رابطه‌ای بی‌واسطه بین فرد و اثر در پیوند با گذشته برقرار می‌نماید.
زیرارزش‌ها	ارزش‌های احساسی / روحانی - مذهبی / هویت / زیبایی‌شناسی / تداوم
ارزش‌های فرهنگی-تاریخی	ارزش‌هایی هستند که از مطالعه ابعاد بیرونی و ظاهری آثار تاریخی برای کسب ایده‌آل‌های فرهنگی آنها در ظواهر شکل‌دهی به آثار تاریخی، حاصل شده و آنها را به لحاظ نوع، سبک، سازنده، دوران ساخت، منطقه و سایر ترکیب‌هایی از این جنبه‌ها که متأثر از زمان، اقلیم و شیوه نگرش می‌باشد، مورد بررسی قرار می‌دهد.
زیرارزش‌ها	ارزش‌های فرهنگی-تاریخی / هنری / اسنادی / هنری / فنی - ساختاری
ارزش‌های علمی و کاربردی	ارزش‌های حاصل از تداوم عملکردی اثر و بهره‌برداری از آن در طول زمان برای کاربست در زندگی امروزی برای رفع نیازها می‌باشد، که حوزه‌های مختلف علوم از قبیل حفاظت آثار، باستان‌شناسی، تاریخ، علوم انسانی و جامعه‌شناسی و اقتصاد در گرو درک صحیح نسبت به این ارزش‌هاست.
زیرارزش‌ها	ارزش‌های علمی و کاربردی / اقتصادی / سیاسی / اجتماعی

در این قسمت با توجه به نقش ارزش‌ها در گردشگری فرهنگی، به اولویت‌بندی آثار تاریخی براساس ارزش‌های یاد شده با هدف تعیین منطقه و محور گردشگری در محدوده مرکزی شهر ارومیه پرداخته می‌شود. در این خصوص ضمن ارائه مختصر روش‌های

مختلف ارزیابی ارزش‌های میراث معماری و شهرسازی در قالب نمودار ۳، پس از معرفی محدوده مورد مطالعه به توضیح روش مورد نظر این پژوهش اشاره می‌شود.



نمودار ۳: روش‌های مختلف ارزیابی ارزش‌های میراث فرهنگی (Abbaszadeh et al, 2013: 215)

۸. یافته‌های پژوهش

شهر ارومیه مرکز استان آذربایجان غربی با وسعتی معادل هفت هزار و ۸۱۱ هکتار در سمت غربی دریاچه ارومیه واقع شده است. قدمت موجودیت این مرکز سکونت براساس اسناد تاریخی و شواهد باستان‌شناسی به هزاره اول ق.م می‌رسد. نخستین سندی که در خصوص ویژگی‌های شهر بحث می‌کند، مربوط به قرن چهارم بوده که وجود مسجد جامع و بازار و باروی شهر را تصدیق می‌کند. مهم‌ترین اقدامات صورت گرفته در این شهر، مربوط به قرن چهار تا نه (ق.ه) می‌باشد. در بخش‌هایی از مسجد جامع، برج مقبره سه گنبد و نیز بازار نمونه‌هایی از شواهد تحولات قرن‌های چهار، پنج و شش (ق.ه) مشهود است که با این وجود قطعاً تحولاتی نیز در ساختار شهر صورت گرفته است. این شهر در دوره ایلخانان مغول نیز مورد توجه قرار گرفته و در دوره‌های صفویه، زندیه، افشار، قاجاریه و پهلوی نیز شاهد تحولاتی بوده است. بافت مرکزی شهر ارومیه از اول صفویه تا اوایل پهلوی براساس برج و بارو، دروازه‌ها، معابر و کوچ‌پندی شهر و مجموعه بازار به عنوان هسته مرکزی و قلب تپنده شهری و کانون فعالیت‌های همگانی بوده است. طبق نخستین نقشه از شهر در دوره قاجاریه، دروازه‌های هفت‌گانه شهر عبارتند از: دروازه بالو (شاپور)، دروازه توپراق قلعه، دروازه هزاران، دروازه بازارباش، دروازه ارگ، دروازه نوگنچر، دروازه عسگرخان که در محل تلاقی معابر اصلی با برج باروی شهر قرار داشته‌اند و به لحاظ اجتماعی، اقتصادی و امنیتی و فرهنگی دارای اهمیت و اولویت بوده‌اند. دومین نقشه از شهر در سال ۱۳۱۲ (ش.ه) قبل و بعد از دخالت‌های رضاشاه در راستای اهداف شهرسازی جدید تهیه شده است. به طوری که شهر تا تاریخ یاد شده هنوز ساختار سنتی و قدیمی خود را حفظ کرده بود. در این سال برج و باروی

شهر تخریب و همانند بسیاری از شهرهای دیگر توسط خیابان‌های عمود به هم مصلوب گردیده و به چهار قطعه تقسیم می‌گردد. مهم‌ترین صدمه آن معطوف به ساختار مرکزی شهر یعنی بازار بوده که آن را تقریباً به دونیم تقسیم کرده و بسیاری از فضاهای با ارزش آن را از بین می‌برد (Abbaszadeh, 2012: 560-568).

بعد از وقوع انقلاب اسلامی، با وجود تغییرات فراوان در ساختار و نظام فضایی و جمعیتی شهر، این مرکزیت کماکان به قدرت خود باقی مانده و همچنان به ایفای نقش می‌پردازد، اما باید به این نکته اشاره نمود که ارومیه با وجود قدمت زیاد به واسطه عوامل متعدد در طول تاریخ، در حال حاضر آثار نسبتاً کمی را در خود حفظ کرده است. اما با این حال این آثار واجد ارزش و مستلزم حفاظت کالبدی و عملکردی برای تدوام هویت تاریخی شهر بوده و درعین حال می‌تواند نقش مهمی در جذب گردشگر به این شهر فرهنگی، تاریخی و مذهبی داشته باشند.

در این راستا تعدادی از مهم‌ترین عناصر ثبتی محدوده مرکزی شهر ارومیه که به لحاظ تنوع دارای ارزش‌های خاص میراثی می‌باشند، برای ارزیابی و اولویت‌بندی با هدف تشخیص محور و محدوده گردشگری فرهنگی مورد بررسی قرار می‌گیرند.

در این خصوص روش تحلیل شبکه‌ای (ANP) با توجه به اینکه ارتباطات پیچیده بین عناصر تصمیم را با ساختار شبکه‌ای در نظر گرفته و دارای سادگی، انعطاف‌پذیری، قابلیت به‌کارگیری معیارهای کمی و کیفی به طور همزمان می‌باشد و همچنین قابلیت بررسی سازگاری در قضاوت‌ها و امکان رتبه‌بندی نهایی گزینه‌ها و نیز در نظر گرفتن وابستگی متقابل بین عناصر تصمیم (معیارها، زیرمعیارها و گزینه‌ها) بوده و نگرش دقیقی نسبت به



نقشه ۱: محدوده بافت تاریخی و مکان‌های میراثی ثبتی محدوده مرکزی ارومیه

مسائل پیچیده دارد (Zebardast, 2010:79)، مورد نظر این پژوهش قرار گرفته و شامل مراحل زیر می‌باشد:

- الف) تبیین مدل
ب) تشکیل ماتریس‌های مقایسه‌ای و کنترل سازگاری آنها
- مقایسه دودویی معیارهای اصلی
 - مقایسه دودویی وابستگی‌های درونی معیارهای اصلی
 - مقایسه دودویی زیرمعیارهای هر یک از معیارهای اصلی
 - مقایسه دودویی وابستگی‌های درونی زیرمعیارها
 - مقایسه دودویی ارجحیت‌گزینه‌ها
 - ج) محاسبه سوپر ماتریس حد
 - تشکیل سوپر ماتریس ناموزون
 - محاسبه سوپر ماتریس موزون
 - محاسبه سوپر ماتریس حد
- د) انتخاب گزینه (88-81:2010: Zebardast)

جدول ۳: مقیاس نه کمیته ساعتی برای مقایسه دودویی-

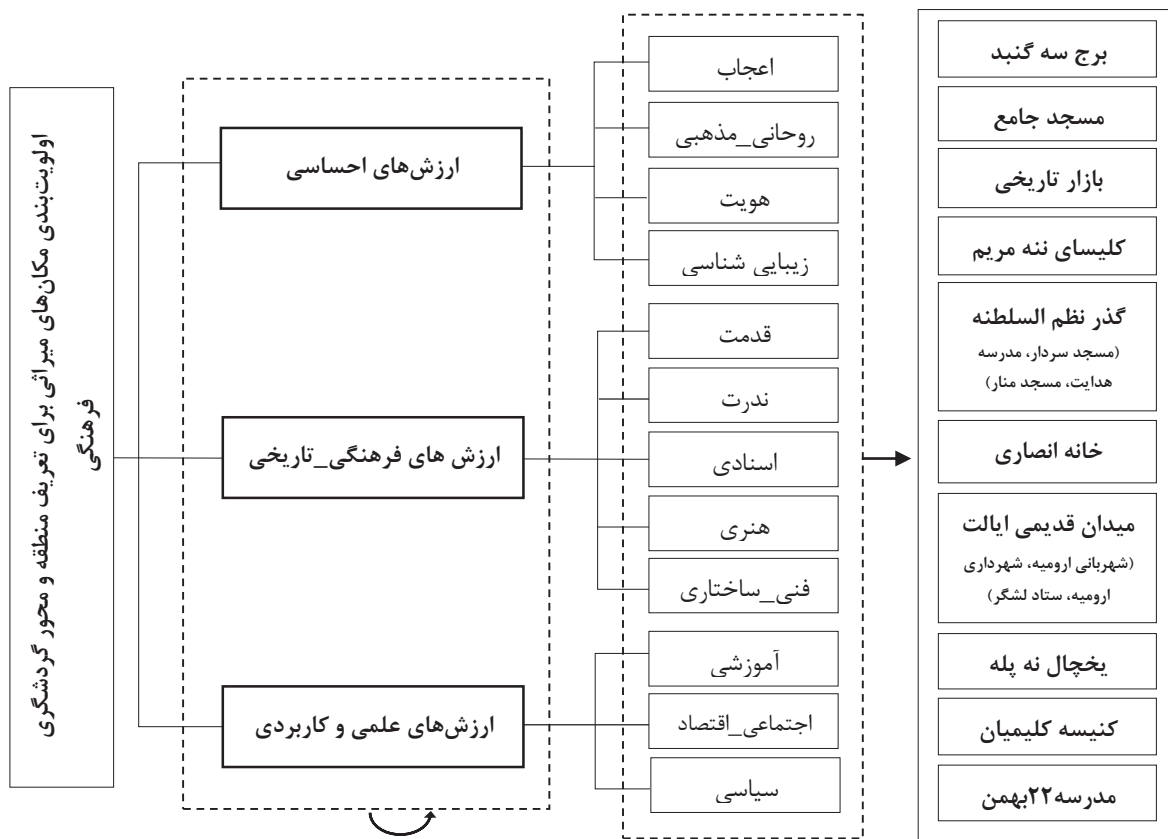
Zebardast, 2001: 17

امتیاز	تعریف
۱	ترجیح یکسان
۳	کمی مرجع
۵	ترجیح بیشتر
۷	ترجیح خیلی بیشتر
۹	کاملاً مرجع
۸,۶,۴,۲	ترجیحات بینابین

در جدول ۴ و ۵ وابستگی‌های درونی معیارها نسبت به هم و زیرمعیارها نسبت به هم برای مقایسه دودویی آنها به منظور نشان دادن اینکه کدام ارزش‌ها و زیر ارزش‌ها با یکدیگر دارای وابستگی درونی می‌باشند، با علامت (*) آورده شده است.

در جدول ۶ وزن مهم‌ترین زیرمعیارها با توجه به معیار اصلی در ارتباط با مکان‌های میراثی بافت تاریخی شهر ارومیه نشان داده شده است. همچنین مقایسه مقادیر به دست آمده از فرآیند تحلیل شبکه‌ای در ارتباط با محاسبه وزن ارزش‌های هر یک از مکان‌های میراثی مطابق جدول ۷ نشان دهنده این است که مسجد جامع به لحاظ ارزش احساسی در مرتبه نخست با بیشترین وزن و سپس بازار تاریخی در مرتبه دوم و میدان ایالت (شهربانی ارومیه، شهرداری ارومیه و ستاد لشکر) در مرتبه سوم نسبت به دیگر مکان‌های میراثی قرار گرفته‌اند. همچنین به لحاظ ارزش فرهنگی-تاریخی و ارزش علمی و کاربردی نیز این سه مکان و مجموعه میراثی به ترتیب دارای بیشترین وزن می‌باشند که نشان دهنده شدت اولویت ارزش‌ها برای مداخله در حوزه گردشگری فرهنگی زیاد در این سه مکان می‌باشد. در مراتب بعدی برج سه گنبد و کلیسای ننه مریم به ترتیب با وزن ارزش احساسی و ارزش فرهنگی-تاریخی بالاتر و مدرسه ۲۲ بهمن و گذر نظم السلطنه با وزن ارزش علمی و کاربردی بیشتری قرار گرفته‌اند. همچنین مکان‌های در فاصله نسبتاً دور از تمرکز بناهای تاریخی دارای کمترین وزن به لحاظ ارزش‌ها می‌باشند که می‌توان به خانه انصاری، یخچال نه پله و کنیسه کلیمیان اشاره نمود.

نتایج حاصل از مقایسه‌های زوجی معیارها و زیرمعیارها در ارتباط با گزینه‌ها، به اولویت‌بندی ارزش‌های مکانی میراثی مطابق جدول ۸



نمودار ۴: ساختار شبکه‌ای (معیارها، زیرمعیارها و گزینه‌ها)

جدول ۴: وابستگی معیارهای اصلی به یکدیگر

معیارها	ارزش احساسی	ارزش فرهنگی-تاریخی	ارزش علمی و کاربردی
ارزش احساسی	-	*	*
ارزش فرهنگی-تاریخی	*	-	*
ارزش علمی و کاربردی	*	*	-

جدول ۵: وابستگی زیرمعیارهای اصلی به یکدیگر

زیرمعیارها	اعجاب	روحانی-مذهبی	هویت	زیبایی‌شناسی	قدمت	ندرت	اسنادی	هنری	فنی-ساختاری	آموزشی	اقتصادی-اجتماعی	سیاسی
اعجاب	-	-	-	-	*	*	-	*	*	*	*	*
روحانی-مذهبی	-	-	*	-	*	-	-	-	-	*	*	*
هویت	-	-	-	-	*	*	*	*	-	-	*	*
زیبایی‌شناسی	-	-	-	-	*	*	-	*	*	*	-	-
قدمت	-	-	-	-	-	-	-	-	-	*	*	*
ندرت	-	-	-	-	-	-	-	-	-	*	*	*
اسنادی	-	-	*	-	-	-	-	-	-	*	-	*
هنری	-	-	-	-	-	-	-	-	-	*	-	-
فنی-ساختاری	*	-	-	-	-	-	-	-	-	*	*	-
آموزشی	*	*	-	*	*	*	*	*	*	-	-	-
اجتماعی-اقتصادی	*	*	-	-	*	*	-	*	*	-	-	-
سیاسی	*	*	-	-	*	*	*	-	-	-	-	-

جدول ۶- ماتریس وزنی زیرمعیارها در ارتباط با مکان های میراثی

معیار	ارزش های احساسی			ارزش های فرهنگی- تاریخی					ارزش های علمی و کاربردی			
	عجاب	روحانی- مذهبی	هویت	زیبایی شناسی	قدمت	ندرک	اسنادی	هنری	فنی- ساختاری	آموزشی	اجتماعی- اقتصادی	سیاسی
برج سه گنبد	۰.۰۵۸۰۵۹	۰.۰۵۳۸۳۵	۰.۰۵۶۶۷۴	۰.۰۸۵۷۵۴	۰.۰۹۵۷۸۳	۰.۰۵۸۶۶۹	۰.۰۶۵۵	۰.۰۸۰۴۳۴	۰.۰۷۴۳۲۴	۰.۰۶۸۷۲۷	۰.۱۱۴۸۷۷	۰.۰۴۴۵
مسجد جامع	۰.۱۵۷۵۸۴	۰.۱۴۳۷۴۷	۰.۱۴۷۷۷۴	۰.۱۸۳۲۱۱	۰.۱۱۷۳۶۴	۰.۱۵۲۹۹۴	۰.۱۸۲۴۰۱	۰.۲۱۲۴۶۴	۰.۱۸۳۷۷۸	۰.۳۰۸۷۳۲	۰.۰۹۶۴۵۹	۰.۱۸۳۲۸۳
بازار تاریخی	۰.۱۳۴۱۹۴	۰.۰۸۴۳۷۹	۰.۱۴۴۶۴۹	۰.۰۸۵۷۳۵	۰.۱۰۶۵۴	۰.۱۱۵۶۰۵	۰.۱۱۱۴۶۳	۰.۱۰۰۲۱۸	۰.۱۶۳۵۴۹	۰.۱۸۲۳۴	۰.۳۷۷۹۲۲	۰.۱۸۶۳۳۵
کلیسای ننه مریم	۰.۰۵۰۰۸۸	۰.۱۱۲۲۲۹	۰.۰۵۱۰۷۲	۰.۰۳۳۶۴۷	۰.۱۴۶۱۴۶	۰.۰۴۷۸۴۲	۰.۰۴۱۶۴۴	۰.۰۲۶۳۲۶	۰.۰۳۳۴۲۵	۰.۰۳۴۵۰۶	۰.۰۳۰۵۲۸	۰.۰۷۴۴۴
گذر نظم السلطنه (مسجد سردار، مدرسه هدایت، مسجد منار ارومیه)	۰.۰۴۳۱۸۲	۰.۰۶۴۴۹	۰.۰۴۳۷۴۹	۰.۰۳۷۱۱۴	۰.۰۳۱۳۰۷	۰.۰۲۸۴۶۴	۰.۰۴۶۷۴	۰.۰۵۳۸۱۸	۰.۰۳۹۲۵۵	۰.۰۶۸۴۵	۰.۰۳۰۵۲۸	۰.۰۸۰۴۳۵
خانه انصاری	۰.۰۱۴۳۳۹	۰.۰۱۶۱۷۸	۰.۰۱۴۹۱۸	۰.۰۲۱۲۵۴	۰.۰۲۰۲۲	۰.۰۱۵۳۵۴	۰.۰۱۷۴۸۴	۰.۰۲۰۰۳۳	۰.۰۱۸۷۱	۰.۰۲۹۷۵۶	۰.۰۲۸۸۵۴	۰.۰۲۲۴۰۱
میدان ایالت (شهریانی ارومیه، شهرداری ارومیه، ستاد لشکر)	۰.۰۶۵۳۱	۰.۰۶۱۳۶	۰.۰۸۵۴۳۳	۰.۰۸۹۲۹۴	۰.۰۷۵۵۷۳	۰.۱۵۲۰۵۴	۰.۱۲۸۸۶۲	۰.۰۷۳۶۸۳	۰.۰۷۶۴۵	۰.۰۹۱۷۳۳	۰.۲۱۱۵۶۳	۰.۳۲۸۳۰۶
یخچال نه پله	۰.۰۱۹۱۹۴	۰.۰۱۵۳۸	۰.۰۱۶۹۴۹	۰.۰۱۲۱۸۵	۰.۰۲۲۶۷	۰.۰۲۳۹۲۷	۰.۰۱۴۷۰۴	۰.۰۱۷۱۰۸	۰.۰۲۱۸۹۸	۰.۰۱۷۷۹۱	۰.۰۶۴۰۶۴	۰.۰۱۹۸۲۵
کنیسه کلیمیان	۰.۰۱۴۰۵۶	۰.۰۴۱۱۷۲	۰.۰۱۶۳۹۳	۰.۰۱۰۰۸۹	۰.۰۱۹۶۳۹	۰.۰۳۸۵۱۶	۰.۰۱۸۴۰۵	۰.۰۱۲۴۰۹	۰.۰۱۱۹۳۹	۰.۰۱۷۴۷	۰.۰۱۶	۰.۰۴۰۹۳۵
مدرسه ۲۲ بهمن	۰.۰۳۲۵۰۹	۰.۰۲۵۷۸۶	۰.۰۲۲۳۸۹	۰.۰۴۱۷۱۶	۰.۰۳۱۴۲۴	۰.۰۳۳۲۴۲	۰.۰۳۹۶۶۴	۰.۰۷۰۱۷۴	۰.۰۴۳۳۳۹	۰.۱۸۲۸۵۵	۰.۰۲۹۳۰۵	۰.۰۱۹۵۳۹

جدول ۷- ماتریس وزنی معیارها برای اولویت مکان های میراثی

معیارها	ارزش احساسی	ارزش فرهنگی- تاریخی	ارزش علمی و کاربردی
برج سه گنبد	۰.۰۳۰۹۴۸	۰.۰۳۳۰۰۹	۰.۰۳۲۴۶۹
مسجد جامع	۰.۰۷۷۶۱۳	۰.۰۸۵۱۸۳	۰.۱۱۲۳۵۷
بازار تاریخی	۰.۰۶۲۷۸۶	۰.۰۷۰۸۹۶	۰.۱۰۵۹۹۶
کلیسای ننه مریم	۰.۰۲۵۱۸۱	۰.۰۲۹۰۶۱	۰.۰۲۵۵۲۶
گذر نظم السلطنه (مسجد سردار، مدرسه هدایت، مسجد منار ارومیه)	۰.۰۲۱۰۷۷	۰.۰۲۳۲۲۲	۰.۰۳۴۰۸۴
خانه انصاری	۰.۰۰۸۵۷۵	۰.۰۰۹۹۰۵	۰.۰۱۳۲۳۸
میدان ایالت (شهریانی ارومیه، شهرداری ارومیه، ستاد لشکر)	۰.۰۴۹۵۳۲	۰.۰۶۴۹۱۵	۰.۱۰۴۵۷۱
یخچال نه پله	۰.۰۰۸۳۴۲	۰.۰۰۹۹۲۱	۰.۰۱۲۶۳۷
کنیسه کلیمیان	۰.۰۰۸۳۵۱	۰.۰۱۰۰۴	۰.۰۱۳۶۵۸
مدرسه ۲۲ بهمن	۰.۰۱۹۲۵۵	۰.۰۲۷۴۸۴	۰.۰۴۵۴۶۴

جدول ۸: ترتیب اولویت مکان های میراثی در مدل ANP

مکان	برج سه گنبد	مسجد جامع	بازار تاریخی	کلیسای ننه مریم	گذر نظم السلطنه	خانه انصاری	میدان ایالت	یخچال نه پله	کنیسه کلیمیان	مدرسه ۲۲ بهمن
امتیاز نهایی	۰.۳۶۰۱۸۶	۱.۰۰۰۰۰۰	۰.۸۵۹۳۴۴	۰.۲۹۹۱۰۴	۰.۲۸۲۰۰۲	۰.۱۱۴۷۲۹	۰.۷۷۲۰۱۷	۰.۱۱۲۰۳۸	۰.۱۱۵۴۲۵	۰.۳۲۲۴۴۲
اولویت	۴	۱	۲	۶	۷	۹	۳	۱۰	۸	۵

منتهی گردیده است.

با در نظر گرفتن بحث ارزش‌ها و اولویت‌بندی آنها در ارتباط با نیازها و مقتضیات گردشگری فرهنگی، ارزش‌ها در سه دسته ارزش‌های احساسی، فرهنگی-تاریخی، علمی و کاربردی ارائه گردید. در همین راستا و با توجه به نتایج جداول مستخرج از ارزش در خصوص روش ANP در رابطه با محدوده مورد مطالعه می‌توان به موارد ذیل اشاره کرد. مسجد جامع و بازار تاریخی به ترتیب در اولویت نخست و دوم و میدان ایالت (شهریانی ارومیه، شهرداری ارومیه، ستاد لشکر) در اولویت سوم به لحاظ ارزشی قرار دارند و می‌توان از این سه مکان میراثی به عنوان نقاط معرف محور گردشگری فرهنگی نام برد. بیشتر مکان‌های با وزن ارزشی نسبتاً کمتر از سه مکان شاخص نیز در حوزه درونی این محور استقرار یافته‌اند؛ هرچند می‌توان از برج سه گنبد با وجود قرارگیری در مرتبه بعد از این سه مکان میراثی نام برد، ولی به دلیل قرارگیری در محدوده خارج از حوزه تمرکز بناهای تاریخی، می‌توان گفت که در ارتباط با مقوله گردشگری فرهنگی ارزش محور نوع مداخله متفاوتی را می‌طلبد. در حالت کلی، اولویت ارزش‌های هریک از مکان‌های میراثی، نشان از اولویت مداخله در حوزه گردشگری فرهنگی است، به طوری که ارزش‌ها می‌توانند در خصوص سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و اجرای طرح‌های گردشگری فرهنگی مفید و مؤثر واقع گردند.

۹. نتیجه‌گیری

احیای ارزش‌های میراث معماری و شهری، از دیرباز مورد توجه بوده و کشورهای توسعه یافته جهان با اجرای برنامه‌ها، سیاست‌ها و دستورالعمل‌های متنوع به رونق میراث فرهنگی خود همت گماشته و در تلاش برای احیای هویت تاریخی-فرهنگی گذشته خود می‌باشند. منابع با ارزش میراثی به عنوان یکی از اجزای پیکره فرهنگی جوامع، می‌توانند بازگوکننده ظرفیت‌ها و ویژگی‌های فرهنگی ما در قالب گردشگری فرهنگی باشند. بنابراین توسعه گردشگری فرهنگی با توجه به قابلیت‌ها و جذابیت‌های موجود در این حوزه و با تکیه بر ارزش‌های میراث معماری و شهری در قالب تعریف منطقه و محور گردشگری فرهنگی ارزش محور هدف مورد نظر این پژوهش گردید.

بررسی منابع موضوع گردشگری فرهنگی مشخص می‌نماید که تمرکز عمده مطالعات در ارتباط با موارد زیر می‌باشد:

- ضرورت حفظ و نگهداری میراث فرهنگی و تاریخی محیط برای پایداری گردشگری،
- اهمیت نقش فرهنگ در جذب گردشگر،
- اهمیت درجه‌بندی اماکن گردشگری بر اساس فرهنگ در راستای پایداری گردشگری،
- جذب گردشگران فرهنگی به آثار تاریخی و فرهنگی ایران و مشکلات موجود در این حوزه و
- ارتباط ویژگی‌های کالبدی و عملکردی مکان‌های میراثی برای ارائه آثار و فعالیت‌های فرهنگی در راستای جذب گردشگر به فضاهای شهری.

آنچه مشخص است رابطه معناداری بین حفاظت و مرمت آثار تاریخی و توسعه گردشگری فرهنگی وجود دارد، که در قالب مطالعات مختلف با کاربری‌های مختلف تلاشی شده تا از این امکان در راستای توسعه گردشگری فرهنگی بهره‌برداری شود.

مطالعات زیادی در خصوص ضرورت توجه به موضوع ارزش‌های میراث فرهنگی در ارتباط با گردشگری فرهنگی صورت نگرفته است. فیلدن و یوکیلتو با تکیه بر اصول منشور گردشگری فرهنگی، به ارتباط دو سویه میان ارزش‌های میراث فرهنگی و صنعت گردشگری اشاره کرده‌اند. حجت نیز، معرفی آثار تاریخی به عنوان یکی از ارکان فعالیت‌های میراث فرهنگی با تکیه بر صنعت توریسم را به عنوان ابزاری برای آشنایی هرچه بیشتر مخاطبان با ارزش‌های میراث فرهنگی می‌داند، اما تاکنون پژوهشی که به صورت مستقیم بر مبنای ایجاد رابطه بین ارزش‌های منابع میراث به عنوان مهم‌ترین مؤلفه ارزشمندی آثار در راستای ایجاد گردشگری فرهنگی و توسعه آن باشد، صورت نگرفته است. در مواردی هم که به نقش ارزش‌های میراث در تصمیم‌گیری‌ها پرداخته شده، هدف، گردشگری فرهنگی نبوده است. به عنوان مثال رهنما شناسایی نقاط با ارزش شهری مشهد را، در راستای اولویت‌بندی مکان‌های میراثی بر اساس ارزش‌های میراث انجام داده است. اما این مهم برای اولویت‌بندی مکان‌های ارزشمند با هدف مداخلات حفاظت و مرمت و احیا صورت گرفته است. تقوایی و صفرآبادی نیز، توسعه گردشگری فرهنگی با تأکید بر جاذبه‌های تاریخی شهر اصفهان را با هدف سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری فرهنگی با شاخص‌سازی در پنج بعد اقتصادی، رقابتی، اجتماعی و فرهنگی، تسهیلات و خدمات و جذابیت بر مبنای اولویت‌ها انجام داده‌اند، که در این فرآیند ارزش‌های منابع میراث مدنظر نبوده است.

بر اساس مطالب اشاره شده و همچنین مطالعاتی که در پیشینه تحقیق بدان پرداخته شد، دو مؤلفه مهم یعنی ارزش‌های میراث و گردشگری فرهنگی در ارتباط با یکدیگر برای برنامه‌ریزی، سیاست‌گذاری و توسعه گردشگری فرهنگی مورد مذاقه قرار نگرفته و از طرفی موضوع تأثیر ارزش‌ها در اولویت‌بندی مکان‌های میراثی در ارتباط با گردشگری فرهنگی نیز به طور خاص مورد مطالعه نبوده است.

با توجه به رابطه مستحکم بین نیازهای گردشگر، جامعه عرضه‌کننده و مکان میراث در ارتباط با گردشگری فرهنگی، در این پژوهش، ارزش‌های میراث معماری و شهری به عنوان مهم‌ترین مؤلفه مؤثر در این رابطه مطرح و مدنظر قرار گرفت. در خصوص اولویت‌بندی ارزش‌ها متناسب با سلسله مراتب دریافت آنها توسط گردشگر که می‌بایست توسط جامعه عرضه‌کننده و با شناخت قابلیت‌های میراث معماری و شهری به تصویر کشیده شود، دسته‌بندی ویژه و جدیدی از ارزش‌ها حاصل گردید. سپس برای احصای گونه‌های ارزشی منابع میراث و کاربری‌های آنها در حوزه گردشگری فرهنگی، نیاز به ابزاری بود که در این رابطه از روش ANP که روش شناخته شده‌ای است، استفاده شد. به منظور تدقیق موضوع نیز، این مهم در بخش مرکزی شهر ارومیه،

36, 106, 115-116. [In Persian]

- Fahimi, A; Mashhadi, A (۲۰۰۹), « Inherent value and instrumental value in environmental philosophy (philosophical approaches to legal strategies)», Journal of Qom University: ۱۱, ۱, ۲۱۶-۱۹۵. [In Persian]
- Feilden, M.B; Jokilehto, J (2003), « Evaluation in order to protect», (Translated in to Persian by: Moalemi, B), Haft shahr Journal, 4, 17-23. [In Persian]
- Feilden, M.B; Jokilehto, J (2007). Management Guidelines for World Cultural Heritage Sites. . (Aided & Translated in to Persian by: Hanachi, P). University of Tehran Press. 22-27, 217-222. [In Persian]
- Goeldner, C, Ritchie J.R. B. (2003). Tourism: Principles, Practices, philosophies. Ninth Edition New York: John Wiley and Sons. 430.
- Habibi. S.M, Maghsoudi, M. (2010). Urban Renovation: International Definitions, Theories, Experiences, Charters & Declarations, Urban Methods and Operations. 4th Edition. University of Tehran Press. 151-154. [In Persian]
- Habib, F; Hosseini Nia, M (۲۰۱۳), «Analysis the concept of urban culture and its impact on attracting cultural tourism (Several global case studies) », Hoviyate shahr Journal, 14, 5-16. [In Persian]
- Hodjat, M. (2001). Cultural Heritage in Iran: Policies for an Islamic Country. Cultural Heritage Organization Publications (Department of education), Tehran. 95-96, 99, 113-161. [In Persian]
- Kargar, B. (2007). Urban development and tourism in Iran (from concept to approach). Armed Geographical Organization Publication. Tehran. 2. [In Persian]
- Khumalo, T; Sebatilelo, P; van der Merwe, C. D. (2014). "Who is a heritage tourist?" a comparative study of Constitution Hill and the Hector Pieterse Memorial and Museum. Johannesburg, South Africa, African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure, 3, Johannesburg, South Africa. Open Access-Online @ <http://www.ajhtl.com>.
- Mason, R. (2002). Assessing Values in conservation planning: Methodological Issues and Choices. Assessing the values of cultural heritage (research report). Edited Marta de la Torre, the Getty Conservation Institute, Los Angeles. 5-30.
- Mehrabi, A (2009), «The role of religious orientation in the Islamic Republic of Iran's national security», Hsvn Journal, Institute of Islamic Studies, 19, 5-22. [In Persian]

با ارزیابی تعدادی از عناصر شاخص میراثی انجام گردید و مشخص شد که کاربست ارزش‌های موجود در مکان‌های میراثی شهرها و اولویت‌بندی آنها بر همین اساس، می‌تواند در تعیین منطقه و محورهای گردشگری فرهنگی نقش بسیار مهمی را ایفا کند. نکته قابل‌توجه در این پژوهش، تأکید بر اهمیت شناخت ارزش‌های میراث معماری و شهری در ارتباط با گردشگری فرهنگی است، به طوری که در نحوه کاربست ارزش‌ها به لحاظ کمی و کیفی مسیر جدیدی گشوده شد. این پژوهش تلاش دارد بر این موضوع تأکید نماید که یکی از روش‌های سیاست‌گذاری و توسعه گردشگری فرهنگی، رجوع به ارزش‌های موجود در میراث معماری و شهری بوده و این مهم می‌تواند جوهره اصلی منابع میراث را در مواجهه با گردشگری فرهنگی به منصفه ظهور برساند. دیدگاه اصولی نگارندگان بر این استوار است که نظام گردشگری فرهنگی شکل‌گرفته بر این مبنا، می‌تواند ضمن مرتفع کردن اهداف معمول آن موجب صیانت و حفاظت بیش‌ازپیش منابع میراث گردد. رابطه‌ای که زمینه‌ساز حفاظت و گردشگری پایدار خواهد بود و همچنین بستر لازم را برای بررسی دقیق‌تر موضوع نقش ارزش‌های میراث معماری و شهری در طرح‌های توسعه گردشگری فراهم می‌سازد.

References:

- Abbaszadeh, M (2012), «The study of the spatial organization and the growth of the historic fabric of the city of Urmia», Articles Collections of the Seminar Conference on the Iranian City a city historical, cultural and religious Urmia, Andisheye soheil: Urmia, ۵۷۰-۵۵۹. [In Persian]
- Abbaszadeh, M; Soltanahmadi, E; Mohsen haghghi, N (2013): Assessment examining ways to and exploiting values of Architecture and urbanism Heritage: Articles Collections of the Second National Conference Islamic Architecture & Urbanism (From theory to application in the contemporary world): Tabriz Islamic Art University: Tabriz: 197-217. [In Persian]
- Amin Zadeh, B; Dadras, R (۲۰۱۲). « Renewal of culture in the city of Qazvin historical fabric with an emphasis on urban tourism», Journal of Architectural Studies, 2, 99-108. [In Persian]
- Boniface, P. (2008). Managing Quality Cultural Turism. (Translated in to Persian by: Abdollahzadeh . M). 2th Edition. Office of Cultural Research. 17. [In Persian]
- Csapó, J. (2012). The role and importance of cultural tourism in modern tourism industry. INTECH Open Access Publisher. 210.
- Edgell, D.L. (2009). Managing Sustainable Tourism: A Legacy for the Future. Jahad Daneshgahi Publication. 35-

- Rahnama, M.R (2009), « Identification of urban values in Mashhad», Geography and Regional Development 13,, 159–190. [In Persian]
- Rezvani, A.A. (1995). Geography and Tourism. 2th Edition. Payame noor Publication. Tehran.18-20. [In Persian]
- Saei. A, Nayiji. M. (2011). «Sociological analysis of cultural tourism in Iran: The Case of foreign tourists in Isfahan», Journal of Social Sciences, 52, 175–206. [In Persian]
- Smith, A.J. (2000). Communications and Culture. (Translated in to Persian by: Babayi Ahari, M). SAMT. Tehran.18. [In Persian]
- Stevenson, D. (2009). Cities and urban cultures. (Translated in to Persian by: Panahi, R, Pourahmad. A). Center of Study and Research in Planning and Architecture. 125. [In Persian]
- Taghvaei, M : Safarabadi, A (2012). «Development of cultural tourism with an emphasis on historical attractions (Case Study: Historical attractions of Isfahan)», Journal of Social prosperity and development Plan, 12, 59–78. [In Persian]
- Talebian, M.H. (2005). The concept of authenticity in the conservation area and World Heritage from Durantash for protection based on the experiences of authenticity. PHD Architecture thesis. Honarhaye Ziba college. University of Tehran.77–78. [In Persian]
- Technical Office Department of preservation and rehabilitation: Research group (2000), Determination of frontage historical monuments criteria (fundamental research Collection of technical office): Cultural Heritage Organization. [In Persian]
- Zebardast, E (2010), « Application of Network Analysis Process (ANP) in urban and regional planning», Honarhaye Ziba Journal:41, 79–90. [In Persian]
- Zebardast, E (2001), «Application of Analytical Hierarchy Process in Urban and Regional Planning», Honarhaye Ziba Journal: 10, 13–21. [In Persian]