

# برنامه‌ریزی راهبردی گردشگری شهری با رویکرد بازآفرینی فرهنگ مبنا در بافت‌های تاریخی

## مطالعه موردی: بافت قدیم شهر رشت

موسی پژوهان<sup>۱</sup> - دکترای جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه تهران.  
زهرا پورمقدم - کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه آزاد واحد تهران مرکز.

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۰۷/۰۴

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۱۲/۰۸

### چکیده

بازآفرینی فرهنگ مبنا و گردشگری فرهنگی، دو روی سکه نوسازی بافت‌های ارزشمند شهری محسوب می‌شوند؛ اولی فرایندی همه جانبه برای نجات بافت قدیم شهر از اضمحلال کالبد و فعالیت و دومی رهیافتی کارآمد با بُن‌مایه مشارکت مردم، میراث فرهنگی و هنر در بسیج نیروهای اجتماعی و فرهنگی بافت قلمداد می‌شوند. در این مقاله تعامل این دو در چارچوب برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری فرهنگی بافت قدیم شهر رشت که محدوده محلات زاهدان و ساغریسازان را در بر می‌گیرد، مورد کنکاش قرار گرفته است. روش تحقیق توصیفی-تحلیلی بوده و از ترکیبی از ابزارهای کیفی و کمی شامل پرسشنامه و جداول تحلیل عوامل درونی و بیرونی برای طبقه‌بندی و تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شده است. نتایج نشان می‌دهند که بافت قدیم شهر رشت با وجود دارا بودن منابع فرهنگی درون خود، به دلیل ضعف زیرساخت‌های گردشگری فرهنگی و عدم خلاقیت در کاربری فرهنگ و هنر در فرایند بازآفرینی فرهنگ مبنا نتوانسته از این منابع محلی بهره‌جوید. در راستای بهره‌گیری از این ظرفیت‌ها، راهبردهای دارای اولویت به همراه سیاست‌های اجرایی و برنامه اقدامات به منظور فعال‌سازی این ظرفیت‌ها برای توسعه گردشگری فرهنگی در عین حفاظت فعال از هویت و میراث بافت، تدوین شدند. ایجاد جاذبه‌های گردشگری نو و متفاوت با احیای سنت‌های آیینی و بومی بافت و ارائه به گردشگران، بهسازی بناهای تاریخی با تزریق فعالیت‌های جاذب برای گردشگران و پیاده‌راه‌سازی محور دارای قابلیت بازار-خواهر امام-زرجوب از جمله با اولویت‌ترین راهبردهای تدوین شده برای بازآفرینی فرهنگ مبنا از طریق گردشگری شهری در بافت قدیم شهر رشت محسوب می‌شوند.

**واژگان کلیدی:** بازآفرینی فرهنگ مبنا، گردشگری شهری، برنامه‌ریزی راهبردی، بافت تاریخی، رشت.

۵۳

شماره بیست‌وهفتم

تابستان ۱۳۹۷

فصلنامه  
علمی-پژوهشی

مطالعات  
شهری

برنامه‌ریزی راهبردی گردشگری شهری با رویکرد  
بازآفرینی فرهنگ مبنا در بافت‌های تاریخی

## ۱. مقدمه

بازآفرینی فرهنگ مینا یکی از رویکردهای متأخر بازآفرینی پایدار شهری است که پس از سال‌ها تجربه در عرصه نظر و عمل توانسته حقانیت خود را نه تنها به عنوان رویکرد نظری بلکه به عنوان راهبردی عملی در نوسازی و بهسازی بافت و فضای قدیمی شهرها اثبات کند. کاربست مشارکت میراث فرهنگی و انسانی بافت‌های واجد ارزش در فرایند باززنده‌سازی جریان حیات در بافت‌های قدیمی در برنامه‌ریزی توسعه گردشگری قابل تحقق است؛ چرا که از طریق عرضه داشته‌های فرهنگی به گردشگران علاقه‌مند است که می‌توان به رونق محلی فرهنگ و کسب و کارهای مرتبط دست یافت. بنابراین بازآفرینی فرهنگ مینا از گذرگاه گردشگری را می‌توان یکی از امیدبخش‌ترین راه‌حل‌های باززنده‌سازی پایدار بافت‌های قدیمی شهرها دانست. فرهنگ و گردشگری به دلیل پتانسیل‌هایی که برای رشد دارند و هم‌افزایی آشکارشان با یکدیگر، ارتباطات درونی منسجمی برقرار کرده‌اند و در نتیجه گردشگری فرهنگی به عنوان یکی از سریع‌ترین بازارهای در حال رشد تبدیل به ابزاری برای تحول اقتصادی و اجتماعی در مقاصد این نوع گردشگری شده است (OECD, 2009: 10). زمانی که از راهکار گردشگری در بازآفرینی فرهنگ مینا صحبت به میان می‌آید، مشخصاً مقصود گردشگری فرهنگی یا گردشگری مبتنی بر فرهنگ است؛ گردشگری فرهنگی نوعی گردشگری تعریف می‌شود که هدف اصلی آن گسترش افق دانش از طریق کشف میراث هنری و یا معماری یک سرزمین است (Stratan et al., 2015). مطالعات بسیاری تأثیرات مثبت گردشگری فرهنگی بر رشد اقتصادی را مورد بررسی قرار داده‌اند. براساس آمار OECD در سال ۲۰۰۹ بیش از ۵۰ درصد فعالیت‌های بخش گردشگری به وسیله گردشگری فرهنگی و میراثی تولید شده است. این نهاد، گردشگری بین‌قاره‌ای را با شعار وحدت در عین تنوع<sup>۱</sup> و برای ترویج میراث فرهنگی اروپایی تشویق می‌کند (OECD, 2009). همچنین نهاد ملی حفاظت تاریخی ایالات متحده، فواید گردشگری فرهنگی را شامل اشتغال‌زایی، افزایش درآمد، متنوع‌سازی اقتصاد محلی، خلق فرصت‌های مختلف برای شراکت، حفاظت از سنت‌ها و میراث فرهنگی، افزایش سرمایه‌گذاری‌های محلی در بناها و محوطه‌های تاریخی می‌داند (Stratan et al, 2015 and Herrero - Prieto and Go'mez-Vega, 2017). در این میان توانایی بالقوه ایران در این زمینه که از لحاظ جاذبه‌های تاریخی در رتبه ۱۰ و از نظر جاذبه‌های فرهنگی و طبیعی بین پنج کشور برتر دنیا قرار دارد، قابل توجه است. با این حساب بخش گردشگری در ایران می‌بایست سالانه به طور متوسط ۲۰ میلیارد دلار درآمد داشته باشد (دوبرابر درآمد نفتی) اما اینگونه نیست و اکنون گردشگری ایران با درآمد سالانه کمتر از ۶۰۰ میلیون دلار حتی در میان ۸۰ کشور توریستی جهان جایگاهی ندارد (UNESCO, 2009). شهر رشت در شمال کشور با برخورداری از قدمت تاریخی، اقلیم

مطلوب، موقعیت جغرافیایی مناسب و پتانسیل‌های فرهنگی و تاریخی خود امکانات فراوانی به منظور توسعه گردشگری فرهنگی دارد. این بافت با محوریت محلات زاهدان و ساغریسازان از نخستین و قدیمی‌ترین محلات شهر رشت است و در گذشته به دلیل اتصال با بازار سنتی شهر و برخورداری از مساجد و اماکن مذهبی از اهمیت خاصی در شهر برخوردار بوده است (Abbasi, 2011). گرچه بخش گردشگری همواره از متغیرهایی مانند جریان گردشگری، دولت، افکار و عقاید محدودکننده، شوک‌های خارجی و مشکلات مربوط به زیرساخت‌ها تأثیرات زیادی پذیرفته (Zahra and Ryan, 2006) و در متون گردشگری مطالب و مطالعات انجام شده فراوانی راجع به اثرات اقتصادی گردشگری وجود دارد، اما آثار فرهنگی این پدیده به خوبی معرفی نشده است. در حالی که مسئله اساسی قرن بیست و یکم گردشگری، فرهنگ معرفی شده است (UNESCO, 2009). همچنین از دهه ۱۹۹۰ به این سو رویکرد بازآفرینی فرهنگ مینا با استفاده از سرمایه‌های فرهنگی و نه تعریف پروژه‌های بزرگ تجاری و اداری با محوریت دولت (Vickery, 2007) به عنوان یکی از بهینه‌ترین راه‌حل‌های مرمت شهری مطرح است (Aminzadeh and Dadras, 2012). در پیوند با این رویکرد، گردشگری فرهنگی یکی از فعالیت‌هایی است که در سال‌های اخیر به عنوان ابزاری برای بازآفرینی بافت‌های قدیمی و مرکزی مورد اقبال قرار گرفته است. این فعالیت، راهی برای احیا و بهبود کیفیت زندگی شهری از طریق بهبود و توسعه خصوصیات ویژه تاریخی و جاذبه‌های فرهنگی مکان است.

علاوه بر این، تجارب مختلف و موفق در دنیا نشان می‌دهد که یکی از راهکارهای برون رفت از مشکلات و احیای بافت‌های تاریخی ارزشمند در گرو اجرای برنامه‌هایی است که بر راهبردها و سیاست‌های تعاملی بین بازآفرینی فرهنگی و گردشگری فرهنگی شهری استوار است. رویکرد گردشگری فرهنگی نیز مانند بازآفرینی به نوبه خود از ابزار مؤثر در احیای بافت‌های تاریخی محسوب می‌شود (Aminzadeh and Dadras, 2012). توجه به عامل فرهنگ در فرایند بازآفرینی شهری موجب می‌شود تا فرهنگ به عنوان یکی از سرمایه‌های شهری در کنار سرمایه‌های اقتصادی، کالبدی، طبیعی و انسان ساخت مطرح و نقش سازنده خود را در فرایند توسعه شهری در بافت‌های قدیمی ایفا نماید (Sacco and Blessi, 2009).

در حالی که عمده بافت‌های مرکزی و تاریخی شهرهای کشور دارای ظرفیت‌های راهبردی برای توسعه گردشگری فرهنگی هستند اما فقدان برنامه‌ای منسجم برای بازآفرینی فرهنگ مینا و عدم تمایل به کاربست این رویکرد موجب شده تا بافت‌های تاریخی و میراثی عمده شهرها هم در مفهوم (از منظر هویت‌های فرهنگی) و هم در کالبد دچار اضمحلال شده و با ترک ساکنان اصیل آن و جایگزینی آنها با افشار مهاجر فرودست از یک سو و بی‌برنامگی و بی‌تفاوتی نهاد‌های متولی از سوی دیگر نه تنها بازآفرینی صورت نگیرد بلکه فرهنگ ملموس و ناملموس این گونه بافت‌ها نیز دچار استحاله شده و در فراگرد ساخت‌وسازهای موردی و یا ناشی از بزرگراه‌سازی و قطعه قطعه شدن بافت به فراموشی سپرده شود.

1 ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT

2 Unity in diversity

بافت قدیم شهر رشت که دارای ۶۶۵/۷۹ هکتار مساحت و تراکم جمعیتی ۱۹۸ نفر در هکتار بوده و فضاها و بناهای باارزش تاریخی و فرهنگی از جمله مساجد، بقعه‌ها، حمام‌ها و خانه‌های تاریخی و بازار تاریخی شهر را به عنوان میراث تاریخی و هویتی شهر در بر دارد (Parsoomash Consulting Engineers, 2011)، دچار همین استحاله تدریجی است و در صورتی که راه‌حلی برای آن اندیشیده نشود، هویت تاریخی، اقتصاد محلی شکوفا و هنرهای بومی بخشی از گذشته خواهد شد و در آینده نشانی نخواهد داشت. در همین راستا این مقاله در پی پاسخگویی به سئوال‌های زیر است:

چگونه می‌توان با استفاده از منابع اولیه محرک گردشگری فرهنگی در بافت‌های تاریخی و با بهره‌گیری از دیدگاه‌های نوین بازآفرینی فرهنگ مینا، راهبردهای بازآفرینی در این بافت‌ها یافت؟

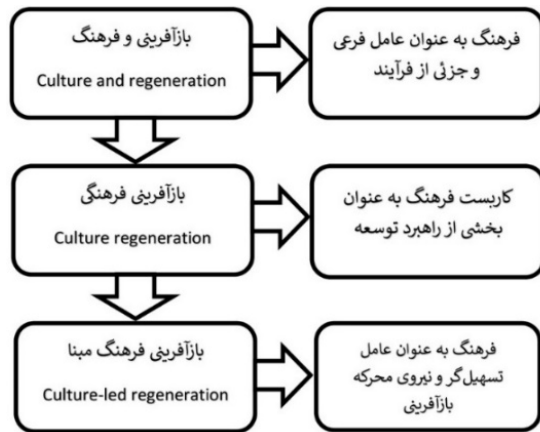
راهبردهای تعاملی بین بازآفرینی فرهنگ مینا و توسعه گردشگری فرهنگی در بافت قدیمی شهر رشت کدامند و دارای چه اولویت‌بندی راهبردی می‌باشند؟

## ۲. چارچوب نظری

در این بخش ابتدا رویکردهای نظری موجود مرور شده و سپس به بررسی پیشینه تحقیق پرداخته می‌شود.

انسان محور بودن بخش گردشگری موجب شده تا نقش عوامل انسانی در توسعه آن بسیار چشمگیر و نمایان شود؛ به گونه‌ای که حمایت عوامل انسانی و فرهنگی تا حد بسیاری تضمین کننده پایداری این بخش محسوب می‌شود (Kazemi, 2007). در رویکرد فرهنگ مینا، فرهنگ به عنوان یکی از سرمایه‌های اصلی شهر شناخته می‌شود. کاربرد فرهنگ و میراث فرهنگی برای کمک به پیشبرد اهداف بازآفرینی بافت‌های شهری عمدتاً به اواخر نیمه دوم قرن بیستم باز می‌گردد؛ طی دهه‌های ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ میلادی، فرهنگ ابزاری بود در خدمت اهداف اجتماعی و سیاسی، و هنوز هیچ نقش‌پذیری در عرصه اقتصادی نداشت. اما از دهه ۱۹۹۰ میلادی که برخی آن را «دوران مشارکت» می‌نامند، فرهنگ به عنوان ابزاری در خدمت بازآفرینی اقتصادی و کالبدی شهر مورد استفاده قرار می‌گیرد و از آن در سیاست‌گذاری‌های شهری استفاده فعال می‌شود (Kong, 2000). به عقیده لطفی با وارد شدن عامل فرهنگ و صنایع خلاق در بازآفرینی شهری، می‌باید به تحلیل الگوهای کاربرد فرهنگ در برنامه‌ریزی و بازآفرینی پرداخت (Lotfi, 2011). در نگاهی کلی، سه نوع الگو برای شرکت دادن عامل فرهنگ در بازآفرینی شهری وجود داشته است؛ این سه الگو به ترتیب عبارتند از «فرهنگ و بازآفرینی»، «بازآفرینی فرهنگی» و «بازآفرینی فرهنگ - مینا». طرح این سه الگو به نوعی با روند تکاملی برداشت از فرهنگ که پیشتر به آن اشاره شد، سازگاری دارد (تصویر شماره ۱). با گذار از دو رویکرد متقدم‌تر، «بازآفرینی شهری فرهنگ - مینا» که رویکردی امروزی و یکپارچه‌نگر است، فعالیت‌ها و رویدادهای فرهنگی را به مثابه عامل تسهیل‌گر و نیروی محرکه بازآفرینی شهری قرار می‌دهد. در این رویکرد، «رویدادمداری» محوریت بازآفرینی را تشکیل می‌دهد و رویدادهای فرهنگی از جنبه اقبال عمومی بسیاری برخوردارند.

در جریان بازآفرینی فرهنگ مینا، معمولاً مجموعه‌ای از بناها به منظور استفاده‌های عمومی و اداری مورد طراحی یا استفاده دوباره قرار می‌گیرند؛ از فضاهای شهری استفاده‌های تازه‌ای صورت می‌گیرد و رویدادها و فعالیت‌های جدیدی که می‌تواند در آینده موجب شهرت و محبوبیت مکان‌ها شود، پیشنهاد می‌گردد (Lotfi, 2011) and (Evans, 2003, 435).



تصویر شماره ۱: سیرگذار الگوهای اثرگذاری فرهنگ بر بازآفرینی شهری (Lotfi, 2011)

## ۲.۱. مؤلفه‌های گردشگری فرهنگی

مفهوم گردشگری فرهنگی را می‌توان در جابه‌جایی مردم از مکان زندگی‌شان به مقاصد دیگر برای جمع‌آوری اطلاعات و لذت بردن از تجاربشان در فرایند پاسخگویی به نیازهای فرهنگی آنها جست‌وجو نمود که در منابع و رویدادهای فرهنگی یک ناحیه یافت می‌شود (Herrero-Prieto and Go'mez-Vega, 2017: 261). اینگونه گردشگری در منشور گردشگری فرهنگی، اهداف تشویق و تسهیل کار متصدیان حفظ و مدیریت میراث، کمک به پیشرفت گردشگری، تسهیل و تشویق گفت‌وگو میان طرفداران محیط زیست و متولیان گردشگری و تشویق تدوین‌کنندگان طرح‌ها و سیاست‌های توسعه گردشگری فرهنگی را مدنظر دارد (ICOMOS, 2002).

با مرور منابع مرتبط با گردشگری فرهنگی، تعدادی از پایه‌ای‌ترین مؤلفه‌های لازم برای توسعه گردشگری فرهنگی قابل شناسایی‌اند که در جدول شماره ۱ مستندسازی شده‌اند.

به عقیده باست در نیمه دوم قرن بیستم به ویژه از دهه ۱۹۸۰ میلادی در بریتانیا نقش اجتماعی فرهنگ و هنر در راهبردهای فرهنگی بسیار برجسته شد و این عقیده به وسیله دولت مورد حمایت قرار گرفت که هنر مشخصاً در سطح محلی می‌تواند در بهبود انسجام و اخلاق اجتماعی نقش داشته باشد. این حمایت از طریق توسعه نهادها و بنیادهای فرهنگی صورت گرفت و به تدریج این نهادسازی جایگاه خود را در بازآفرینی شهری دهه‌های بعدی به خوبی یافت (Bassett, 1993). سه دهه آخر قرن بیستم با جریانی در مرمت و حفاظت شهری همراه است که آن را می‌توان «تجدید نسل شهرها» نام نهاد. احیای ساختار کهن، برجسته‌سازی مکان‌ها و بازتولید خاطرات جمعی و کانون‌های

### جدول شماره ۱۵: مؤلفه‌های مورد نیاز برای توسعه گردشگری فرهنگی

دارا بودن منابع فرهنگی	برای توسعه گردشگری فرهنگی یکی از ابتدایی‌ترین و اصلی‌ترین کارها، شناسایی منابع فرهنگی و تهیه نقشه فرهنگی از مکان است.
نفوذپذیری مناسب به فضاهای فرهنگی	عدم نفوذپذیری مناسب فضاها و بناهای فرهنگی در محیط اطراف خود، به علت این که حس دعوت‌کنندگی آن فضا یا بنا را کم و حتی آگاهی مردم نسبت به وجود آن بنا یا فضای شهری را محدود می‌کند، یکی از موانع توسعه فرهنگی است.
عدم رهاسازی زمین به صورت خالی و متروکه در پهنه‌های مناسب گردشگری فرهنگی	وجود زمین‌های خالی در کنار فضاهای شاخص بافت تاریخی، خود یک معضل مهم برای توسعه گردشگری فرهنگی بافت است. زیرا زمین‌های رها شده علاوه بر پایین آوردن کیفیت زندگی، امنیت فضاهای فرهنگی و تاریخی مناسب گردشگری را تحت الشعاع خود قرار می‌دهند.
دارا بودن پتانسیل رویدادهای فرهنگی	وجود پتانسیل برای توجه به رویدادهای فرهنگی به معنی نشان دادن قابلیت‌ها و ویژگی‌های فرهنگ محلی در چارچوب شهر امروزی است. فرآیندی که موجب پذیرش دوباره شهر فراموش شده و فرسوده دیروز می‌گردد. حضور هنر در شهر و برپایی انواع فستیوال‌های هنری، توجه به حرمت مکان‌ها و مراسم و سنت‌ها و هدایت گردشگران برای احترام به ارزش‌ها از طریق اطلاع‌رسانی مردم، احیای ارزش‌های فرهنگی، تاریخ و شیوه زندگی پیشینیان، رویدادها و خاطرات جمعی و... به جذب گردشگر کمک شایانی می‌کند.
پیوند دادن بافت قدیم و جدید	توسعه و بازآفرینی بافت قدیم وقتی می‌تواند به لحاظ اجتماعی، اقتصادی، کالبدی و عملکردی سودمند باشد که در راستای حفظ و تقویت استخوان‌بندی اصلی شهر و ارتباط و پیوستگی آن با بافت‌های جدید باشد.

استنتاج براساس: Gharbi, 2013, chilardi, 2004, Sarafraz and Sheikhi, 2013.

موجود در جوامع محلی که در قرن‌ها سنت‌های فرهنگی و هویتی ریشه دارد، تمرکز نمایند. بنابراین خصوصیات محلی عاملی مهم در جهت‌گیری پروژه‌های بازآفرینی فرهنگ مبناست (Yilin and Chiau hsing, 2009).

هر دو این رویکرد در کشورهای امریکای شمالی، اروپا و استرالیا به خوبی تجربه و مستندسازی شده‌اند اما در مورد کشورهای آسیایی به دلیل آغاز کاربست رویکرد بازآفرینی فرهنگ مبنا در بسیاری از آنها، به نظر می‌رسد هنوز تجارب قابل انتقالی وجود نداشته باشد که بتوان در مورد ماهیت اقدامات و رویکردهای اتخاذ شده به قضاوت نشست. اما موضوعی که قطعیت دارد این است که بدون همراهی مردم، بازآفرینی فرهنگ مبنا امکان تحقق ندارد (Nicula et al, 2013 and et al, 2014).

جینگی و چان شینگ در بررسی تأثیرات گردشگری فرهنگی بر منطقه ساحلی ژوهای<sup>۱</sup> از منظر تغییرات فرهنگی با استفاده از مدل تغییر فرهنگی پیر بوردیو<sup>۲</sup> به این نتیجه رسیده‌اند که روابط درونی بین توسعه گردشگری، فرهنگ وارداتی گردشگران و فرهنگ محلی جامعه میزبان وجود داشته که باید شناسایی شود و در پایان چارچوبی را براساس نتایج تجربی در ژوهای در راستای توسعه گردشگری فرهنگی با صیانت از منابع فرهنگی پیشنهاد داده‌اند (Jingyi and Chung-Shing, 2018).

هدوک و دزوپکا در تحقیقی با عنوان بازآفرینی فرهنگ مبنا از طریق نسل جوان در بافت مرکزی شهر کوشیک در اسلواکیا، برنامه کوشیک پایتخت فرهنگی اروپا و اقدامات این شهر در راستای بازآفرینی فرهنگ مبنا برای رسیدن به این چشم‌انداز را با استفاده از کارآفرینان و سازمان دهندگان جوانان مورد تحلیل و ارزیابی قرار داده‌اند. آنها سه معضل اساسی فراروی تحقق این چشم‌انداز را کمبود منابع برای توسعه زیرساخت‌ها، مشکلات جذب گردشگر به بافت تاریخی شهر و مشکلات فضایی ناشی از توزیع امکانات و تسهیلات در شهر بیان نموده و استدلال می‌کنند که کوشیک با برطرف کردن این مشکلات و توسعه گردشگری فرهنگی می‌تواند

تعلق خاطر، از جمله نخستین اقدامات برای ایجاد کشش ذهنی به سمت محیط‌های تاریخی است که مقوله‌ای وسیع و پدیده‌ای نوظهور به نام گردشگری فرهنگی را مطرح می‌سازد. توجه به ترجیح گردشگران در جست‌وجوی مکان‌های منحصر به فرد، لزوم حفاظت از آثار فرهنگی و تاریخی و توجه به آثار مثبت رونق اقتصادی گردشگری، بستر ساز تقویت موضوع گردشگری فرهنگی است. نتایج حاصل از مطالعات صورت گرفته نشان دهنده نقش گردشگری فرهنگی در حفاظت از میراث‌های ارزشمند، گسترش روابط بین‌المللی و ارتقای سطح رفاه اجتماعی ساکنان است (Aminzadeh and Dadras, 2012).

در طول دهه اخیر نیز استفاده از منابع فرهنگی محلی به عنوان موتور بازآفرینی شهری تبدیل به رویه‌ای جهانی در مداخلات شهری در بطن فرایند جهانی شدن اقتصادی شده است. در متون جهانی این مداخلات با توجه به ویژگی‌های خاص هر شهری و رویکرد راهبردی آن به اقدامات و برنامه‌های بازآفرینی فرهنگ مبنا متفاوت بوده است با این حال می‌توان این مداخلات را در دو دسته کلی طبقه‌بندی نمود: دسته نخست سیاست‌مداران و متولیان امر سعی کرده‌اند، سیاست‌های فرهنگی را با برنامه‌های بازآفرینی فرهنگ مبنا ترکیب نمایند تا بتوانند مداخله‌ای راهبردی برای حل مشکلات چندگانه اقتصادی و اجتماعی اعم از افت نواحی شهری، بحران‌های ملی و بازساخت اقتصادی انجام دهند. در این رویکرد زیرساخت‌های فرهنگی و رویدادهای هنری به وسیله دولت‌های محلی به عنوان کاتالیزوری برای اشتغال‌زایی و احیای بافت‌های قدیمی مد نظر بوده است. تعریف پروژه‌های فرهنگی پرچم به عنوان بخشی از برندسازی شهری و راهبردی برای جذب طبقه نخبه و سرمایه‌گذاران به نواحی مرکزی شهرها از دیگر اقدامات در قالب این رویکرد بوده است. دسته دوم بر ارزیابی مجدد منابع فرهنگی بی‌نظیر مکان، نقاط قوت اجتماع مدنی و هویت مکانی به عنوان موتور پایداری محلی و انسجام اجتماعی در فرایند جهانی شدن تأکید می‌کند. در این رویکرد عامل مهم موفقیت پروژه‌های بازآفرینی فرهنگ مبنا، درگیر کردن مردم در فرایند این پروژه‌ها به صورتی درازمدت است؛ دولت‌های محلی باید بر منابع فرهنگی

1 Zhuhai

2 Pierre Bourdieu

موفق به بازگرداندن برند خود شود و از یک شهر صنعتی کمونیستی شرق اروپا به یک شهر فرهنگی، خلاق و گردشگر محور تبدیل شود (Hudec and Dzapka, 2017).

لوگوسی و همکاران در بررسی‌های خود در مورد ارتباط بین مهمان‌نوازی جامعه میزبان، فرهنگ و بازآفرینی شهری در بوداپست مجارستان به این مسئله پرداخته‌اند که چگونه در یک کالبد و اجتماع در حال زوال در بافت قدیمی شهر، مهمان‌نوازی پرورش می‌یابد و این که بازیگران بازآفرینی شهری در این تضادها چه نقشی دارند و در نهایت مهمان‌نوازی چگونه در فرایند بازآفرینی شهری فرهنگ مینا می‌تواند تقویت شود، به تحقیق پرداخته‌اند. آنها به این نتیجه رسیده‌اند که مهمان‌نوازی جامعه میزبان گردشگری در بوداپست نقشی اساسی در توسعه گردشگری فرهنگی و توسعه روابط فرهنگی با گردشگران دارد (Lugosi et al., 2010).

لین و هی سینگ به دنبال نقش بسیج محلی در بازآفرینی فرهنگ مینا در منطقه تاریخی معبد بانو-ان در تایی تایوان بوده و به بررسی نقش سرمایه‌گذاری روی منابع فرهنگی و نقش آن به عنوان پیشران بازآفرینی فرهنگ مینا پرداخته‌اند. آنها چنین استدلال می‌کنند که تولید و استفاده از منابع فرهنگی در فرایند بازآفرینی شهری در بسیج اجتماعی و حمایت نهادی نهفته است نه در رویکرد پروژه‌های پرچم فرهنگی دولت محور. در این میان گردشگری فرهنگی می‌تواند برای جامعه محلی و بافت تاریخی-مذهبی نجات‌بخش اقتصادی و حیات‌بخش اجتماعی و فرهنگ باشد و در این میان دولت محلی باید از ابزارگرایی در تدوین راهبردهای گردشگری فرهنگی شهر عبور کرده و به دنبال به حرکت درآوردن ظرفیت‌های فرهنگی محلی در راستای توسعه باشد (Lin and Hsing, 2009). هررو پریوتو و گومز وگا در تحقیقی با هدف تبیین نقش منابع فرهنگی در گردشگری فرهنگی در مقاصد اسپانیا از طریق تحلیل مقاصد گردشگری به ارزیابی کارایی مقاصد در جذب جریان گردشگران براساس منابع فرهنگی پرداخته‌اند. آنها بر پایه نظریه کفایت و کارایی مقاصد فرهنگی به ارزیابی رابطه بین منابع فرهنگی در دسترس و گردشگری فرهنگی پرداخته‌اند. محققان با مدلی که در این رابطه ارائه داده‌اند، مدعی شده‌اند که می‌تواند راهنمای خوبی برای سیاست‌گذاران فرهنگی باشد (Herrero-Prieto and Gómez-Vega, 2017). با مروری بر ادبیات موضوع می‌توان دو واقعیت را به روشنی دریافت؛ نخست نقش منابع فرهنگی محلی اعم از ملموس یا ناملموس در پیشبرد موفقیت‌آمیز فرایند بازآفرینی شهری و دوم اهمیتی که در کشورهای مختلف به جامعه میزبان به عنوان مهمترین منبع فرهنگی در تدوین راهبردهای گردشگری فرهنگی داده می‌شود.

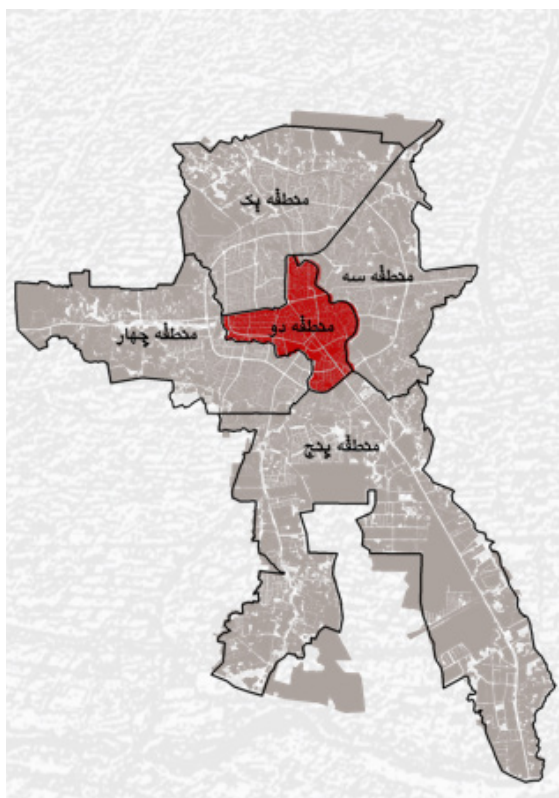
### ۳. روش

در این پژوهش بنا بر محتوای راهبردی آن از تلفیق روش‌های کمی و کیفی استفاده شده است؛ از ابزار SWOT برای شناسایی، طبقه‌بندی و تحلیل عوامل راهبردی محیط درونی و بیرونی استفاده شده است. این روش هم برای تحلیل محیط

درونی (قوت‌ها و ضعف‌ها) و هم تحلیل محیط بیرونی (فرصت‌ها و تهدیدها) ابزاری عمومی است و رویکردی سیستماتیک به مسئله است (McDonald, 1999; Wheelen & Hunger, 1995). در ادامه نتایج SWOT با استفاده از ابزار آنالیز درونی (IFE) و بیرونی (EFE) تجزیه و تحلیل شده و در نهایت خروجی امتیاز وزنی، وزن نسبی و اولویت‌بندی عوامل درونی و بیرونی با استفاده از ماتریس کمی‌سازی برنامه‌ریزی استراتژیک (QSPM) برای اولویت‌بندی راهبردهای پیشنهادی و انتخاب راهبردهای بهینه‌تر مورد استفاده قرار می‌گیرد. با استفاده از تکنیک QSPM مشخص می‌گردد که کدام یک از گزینه‌های راهبردی انتخاب شده، امکان‌پذیر می‌باشد و در واقع این راهبردها اولویت‌بندی می‌شوند. همچنین با تشکیل یک پانل ۳۰ نفره از کارشناسان محلی اعم از کارشناسان شهرداری، میراث فرهنگی و گردشگری و نخبگان ساکن در بافت ارزیابی درونی و بیرونی عوامل انجام شد. روش نمونه‌گیری به دلیل نامشخص بودن جامعه آماری، روش کیفی گلوله برفی بوده است.

### ۳.۱. شناخت محدوده مورد مطالعه

محدوده زاهدان از قدیمی‌ترین مناطق شهر محسوب می‌شود که از محله‌های ساغریسازان، صومعه بیجار و رودبارتان تشکیل شده است. این محدوده که در منطقه دو شهرداری رشت با جمعیت شش هزار و ۲۸۰ نفر واقع شده، از شرق به وسیله رودخانه زرجوب، از شمال به وسیله خیابان شریعتی، از جنوب به وسیله خیابان پاسداران (آزادگان) و از غرب به وسیله بلوار مطهری محدود شده است (نقشه شماره ۱). محدوده زاهدان یکی از قدیمی‌ترین و



نقشه شماره ۱: موقعیت محدوده در مناطق شهرداری رشت

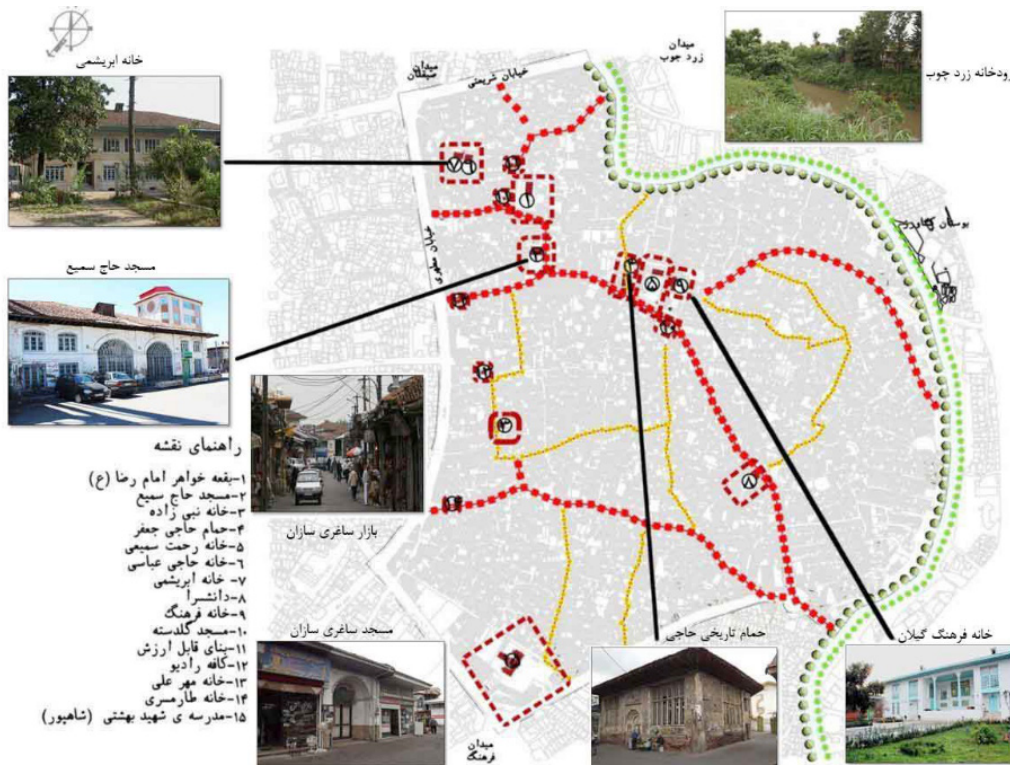
بافت تاریخی محدوده زاهدان به عنوان دومین گام بازآفرینی شهری و در راستای تأمین زیرساخت های توسعه گردشگری در دستور کار نهادهای متولی امر قرار دارد. اما آسیبی جدی که در این میان دیده می شود، بی توجهی به ساکنان این بافت در برنامه ریزی ها و عدم بهره گیری از دیدگاه های مردم و کارشناسان محلی است.

#### ۴. بحث و یافته ها

پس از بررسی کامل وضع موجود براساس اسناد فرادست، مشاهدات میدانی و شناخت از محدوده، به منظور ارائه شناختی راهبردی از مهمترین عوامل تأثیرگذار بر توسعه گردشگری محدوده در قالب SWOT نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید با تمرکز بر بخش گردشگری جمع بندی شده است. پس از تدوین جدول SWOT به منظور بهره گیری از نظرات کارشناسی برای تعیین میزان اهمیت عوامل و میزان تأثیرگذاری آنها بر رشد بخش گردشگری، این عوامل لیست شده و در اختیار یک گروه ۳۰ نفره از کارشناسان محلی شاغل در شهرداری رشت، اداره کل میراث فرهنگی و گردشگری، پژوهشگران حوزه گردشگری و تعداد ۱۰ نفر از تحصیل کرده های آگاه ساکن در بافت قرار گرفت تا به این عوامل وزن دهند. فرایند وزن دهی در قالب دو شیوه وزن دهی عوامل درونی و عوامل بیرونی انجام شده است.

باهویت ترین محلات شهر رشت است که در برگیرنده آثار تاریخی قابل توجهی است (نقشه شماره ۲). این محله از گذشته به دلیل اتصال با بازار سنتی شهر و وجود صحن خواهرامام رضا (ع) از اهمیت خاصی در شهر برخوردار بوده، به گونه ای که از دیرباز محل سکونت اقشار مرفه شهر رشت به ویژه تجار آن بوده است (Arabani, 1995). از مهمترین مشکلات این محدوده می توان به مسائل کالبدی و زیست محیطی اشاره کرد که شامل معضلاتی همچون دسترسی نامناسب (نفوذ ناپذیری)، کم رنگ شدن نقش مراکز محله ای، عدم توجه ساخت و سازهای جدید به بستر تاریخی، برهم خوردگی خط آسمان، تعدد ساختمان های مخروطی و متروکه، ساخت و سازهای بی ضابطه می شود (Tarh Va Kavosh, 2007).

تغییرات تحمیلی و تحولات ناشی از شهرنشینی گسترده و تمرکز رشد شهری در بخش های دیگر شهر زمینه ساز افت نسبتاً کامل محدوده تاریخی و عناصر ارزشمند آن شده است (Fatahzadeh and Davodpour, 2014). برنامه های بازآفرینی در شهر رشت عمدتاً شامل پیشنهاد مداخلات در محلات بخش مرکزی و تاریخی شهر و بازسازی مسیر هم پیوند پیاده در محور ارزشمند شرقی- غربی شهر بین دو رودخانه زرجوب و گوهررود است (Parsoomash Consulting Engineers, 2011). ساخت پیاده راه مرکزی شهر (میدان شهرداری) نخستین اقدام عملی در راستای اهداف طرح بازآفرینی رشت محسوب می شود. در ادامه آن پیاده مدار نمودن



نقشه شماره ۲: موقعیت عناصر ارزشمند تاریخی بافت محدوده مورد مطالعه

۱ به دلیل این که عوامل جدول SWOT در بخش بعدی و در جدول های شماره ۲ و ۳ آمده اند، از تکرار آن در اینجا خودداری شد.

جدول شماره ۲: ارزیابی عوامل درونی

عوامل درونی	ضریب اهمیت	رتبه	امتیاز نهایی
- وجود مساجد به عنوان نشانه‌های هویت بخش (S1)	۰٫۰۳	۴	۰٫۱۲
- وجود امام‌زاده خواهر امام به عنوان قطب مذهبی فرهنگی شهر رشت (S2)	۰٫۰۳۵	۴	۰٫۱۴
- ویژگی‌های اقلیم معتدل شهر رشت و تأثیرگذار در جذابیت‌های طبیعی (S3)	۰٫۰۳	۳	۰٫۰۹
- واقع شدن محدوده طراحی در بخش مرکزی و فعالیتی شهر رشت (S4)	۰٫۰۳	۳	۰٫۰۹
- وجود فعالیت‌های تجاری سرزنده در سطح محله (S5)	۰٫۰۲۶	۳	۰٫۰۷۸
- وجود همجواری‌های عناصر شاخص در محله (S6)	۰٫۰۲۶	۳	۰٫۰۷۸
- ساختار ارگانیک محله (S7)	۰٫۰۲۶	۳	۰٫۰۷۸
- وجود برخی محورهای قوی و شریانی با کارکرد شهری در اطراف محدوده محله مانند محورهای شریعی و مطهری (S8)	۰٫۰۳۵	۴	۰٫۱۴
- وجود پیچ و خم‌های خاطره‌انگیز در یافت محله (S9)	۰٫۰۲۶	۳	۰٫۰۷۸
- وجود خدمات اساسی (S10)	۰٫۰۲۶	۳	۰٫۰۷۸
- وجود کانون‌های خدماتی دارای پتانسیل (S11)	۰٫۰۲۶	۳	۰٫۰۷۸
- وجود مراسم آیینی در مساجد به عنوان فعالیت‌های هویت بخش در محله در مناسبت‌های مختلف (S12)	۰٫۰۳۵	۴	۰٫۱۴
- ارتباطات مطلوب اکثر اهالی و اتحاد آنان (S13)	۰٫۰۲۶	۳	۰٫۰۷۸
- وجود روحیه همکاری در بین ساکنان (S14)	۰٫۰۳	۳	۰٫۰۹
- وجود رودخانه به عنوان عنصر مهم و هویت بخش محدوده (S15)	۰٫۰۳۵	۴	۰٫۱۴
- جداره سبز طبیعی در امتداد رودخانه زرجوب (S16)	۰٫۰۳	۳	۰٫۰۹
- وجود جمعیت غالب جوان در محدوده (S17)	۰٫۰۲۶	۳	۰٫۰۷۸
- بالا بودن جمعیت باسواد محدوده (S18)	۰٫۰۲۶	۳	۰٫۰۷۸
- وجود محور مهم تاریخی ساغریسازان (S19)	۰٫۰۳۵	۳	۰٫۱۴
- انسجام و وحدت به دلیل عدم وجود کاربری‌های عمده درشت‌دانه (S20)	۰٫۰۲۶	۳	۰٫۰۷۸
- رودخانه زرجوب در مرز شرقی به عنوان یک لبه طبیعی مهم در شهر رشت (S21)	۰٫۰۳۵	۴	۰٫۱۴
- تأثیرگذاری بر خاطرات جمعی شهروندان با وجود مساجد قدیمی و با هویت (S22)	۰٫۰۳۵	۳	۰٫۱۴
- وجود نقاط عطف در ورودی بادی الله و ورودی سوخته تکیه (S23)	۰٫۰۲۶	۳	۰٫۰۷۸
- بلوار مطهری به عنوان خیابانی خاطره‌انگیز با جداره‌های تجاری و ردیف درختان بلند (S24)	۰٫۰۳	۳	۰٫۰۹
- آسفالت نامناسب معابر و ایجاد مشکلاتی در دفع آب‌های سطحی (W1)	۰٫۰۱۷	۲	۰٫۰۳۴
- اختلاط حرکت سواره و پیاده به دلیل عدم طراحی و اجرای مناسب شبکه راه‌های محدوده طرح (W2)	۰٫۰۱	۱	۰٫۰۱
- عدم توجه به عناصر شاخص و هویت بخش محله (W3)	۰٫۰۰۸	۱	۰٫۰۰۸
- اختلال و مخدوش بودن نظام محله‌ای (W4)	۰٫۰۱۷	۲	۰٫۰۳۴
- فرسودگی مفرط یافت محله (W5)	۰٫۰۰۸	۱	۰٫۰۰۸
- کمبود خدمات فرهنگی ورزشی با توجه به تعداد جمعیت (W6)	۰٫۰۰۸	۱	۰٫۰۰۸
- فقدان مرکز محله متناسب با نیازهای مردم (W7)	۰٫۰۱	۱	۰٫۰۱
- فقدان فضاهای عمومی و شهری انسجام بخش و پیونددهنده (W8)	۰٫۰۱	۱	۰٫۰۱
- بی‌توجهی به سامان دهی محورهای فرعی (W9)	۰٫۰۱۷	۲	۰٫۰۳۴
- نابسامانی منظر کالبدی محله (W10)	۰٫۰۱	۱	۰٫۰۱
- اغتشاش در پیوستگی خط آسمان (W11)	۰٫۰۱	۱	۰٫۰۱
- عدم وجود هماهنگی در اجزای کالبدی ساختمان‌ها (W12)	۰٫۰۱	۱	۰٫۰۱
- فقدان مرکز ورزشی و تفریحی (W13)	۰٫۰۱	۱	۰٫۰۱
- فقدان مبلمان شهری مناسب در پیاده‌روها و فضاها (W14)	۰٫۰۱۷	۲	۰٫۰۳۴
- نامناسب بودن کف‌سازی معابر (W15)	۰٫۰۱	۱	۰٫۰۱
- سد معبر نمودن پیاده‌روها در معابر اصلی و عدم رعایت مسائل زیست محیطی (W16)	۰٫۰۱۷	۲	۰٫۰۳۴
- ناکافی بودن فضای پارکینگ و مسئله پارک حاشیه‌ای (W17)	۰٫۰۱	۱	۰٫۰۱
- وضعیت نامناسب خیابان اطراف زرجوب و از بین رفتن سرزندگی و شادابی محل (W18)	۰٫۰۰۸	۱	۰٫۰۰۸
- آلودگی زیست محیطی (بوی بد و چهره نازیبا رودخانه زرجوب) به علت وجود آلودگی‌های ناشی از انتقال فاضلاب شهری به رودخانه (W19)	۰٫۰۰۸	۱	۰٫۰۰۸
- انباشت زباله در زیر پل رودخانه زرجوب در تقاطع خیابان شریعی (W20)	۰٫۰۰۸	۱	۰٫۰۰۸
- وضعیت نامناسب جداره‌های کالبدی فرسوده و جداره‌های حاصل از آزادسازی راه‌ها (W21)	۰٫۰۰۸	۱	۰٫۰۰۸
- تعدد ساختمان‌های مخروبه و متروکه و سیمای نامناسب بناهای مخروبه و زمین‌های بایر در ترکیب کلی بافت (W22)	۰٫۰۰۸	۱	۰٫۰۰۸
- ناهماهنگی ساخت و سازهای جدید با بافت ریزدانه محله (W23)	۰٫۰۰۸	۱	۰٫۰۰۸
- فقدان امکانات تفریحی و فرهنگی برای گذران اوقات فراغت و سرگردانی جوانان و سالمندان در کوچه و خیابان (W24)	۰٫۰۱۷	۲	۰٫۰۳۴
- کمبود فضای سبز (W25)	۰٫۰۰۸	۱	۰٫۰۰۸
- عدم وجود فضاهای شهری مناسب در جهت تجمع اهالی و تبدیل شدن به پاتوق و قرارگاه‌های رفتاری (W26)	۰٫۰۱	۱	۰٫۰۱
- کمبود کاربری‌های اقامتی گردشگری برای استفاده گردشگران (W27)	۰٫۰۰۸	۱	۰٫۰۰۸
- کمبود کاربری پذیرایی که جزو مهمترین نیازهای استفاده‌کنندگان می‌باشد (W28)	۰٫۰۰۸	۱	۰٫۰۰۸
مجموع	۱		۲٫۷۳

جدول شماره ۳: ارزیابی عوامل بیرونی

عوامل بیرونی	ضریب اهمیت	رتبه	امتیاز نهایی
فرصت	۰,۰۵۴	۴	۰,۲۱۶
	۰,۰۰۵	۳	۰,۱۵
	۰,۰۰۴	۳	۰,۱۲
	۰,۰۰۵	۳	۰,۱۵
	۰,۰۰۴	۳	۰,۱۲
	۰,۰۰۵	۳	۰,۱۵
	۰,۰۰۴	۳	۰,۱۲
	۰,۰۰۴	۳	۰,۱۲
	۰,۰۰۴	۳	۰,۱۲
	۰,۰۰۴	۳	۰,۱۲
	۰,۰۰۴	۳	۰,۱۲
	۰,۰۰۴	۳	۰,۱۲
	۰,۰۰۴	۳	۰,۱۲
	۰,۰۰۴	۳	۰,۱۲
	تهدید	۰,۰۰۵	۴
۰,۰۰۴		۳	۰,۱۲
۰,۰۰۴		۴	۰,۱۶
۰,۰۰۴		۴	۰,۱۶
۰,۰۰۴		۳	۰,۱۲
۰,۰۰۴		۳	۰,۱۲
۰,۰۰۳		۱	۰,۰۱۳
۰,۰۰۳		۱	۰,۰۱۳
۰,۰۰۳		۱	۰,۰۱۳
۰,۰۰۳		۱	۰,۰۱۳
۰,۰۰۳		۱	۰,۰۱۳
۰,۰۰۳		۱	۰,۰۱۳
۰,۰۰۲۷		۲	۰,۰۵۴
۰,۰۰۳		۱	۰,۰۱۳
۰,۰۰۲۷		۲	۰,۰۵۴
۰,۰۰۳	۱	۰,۰۱۳	
۰,۰۰۲	۲	۰,۰۰۴	
۰,۰۰۲	۲	۰,۰۰۴	
مجموع	۱		۲,۸۸

۶۰  
شماره بیست و هفت  
تابستان ۱۳۹۷  
فصلنامه علمی-پژوهشی مطالعات شهر  
برنامه ریزی راهبردی گردشگری شهری با رویکرد بازآفرینی فرهنگ مینا در بافت های تاریخی

محدودیت های فراروی آن در قالب عوامل چهارگانه SWOT به ارائه چشم انداز آن به شرح زیر پرداخته می شود:  
بافت تاریخی رشت بافتی است سرزنده از نظر اجتماعی، پررونق از نظر اقتصاد محلی و هویت مند و پیاده مدار از نظر کالبدی فضایی و دوستدار گردشگران تاریخی و فرهنگی از سراسر دنیا که در آن مردم، محور اصلی برنامه ریزی توسعه گردشگری بوده و با مشارکت نهادهای محلی، برند شهر رشت در سطح ملی محسوب می شود.  
۴,۴. تعیین موقعیت راهبردی توسعه گردشگری در بافت تاریخی رشت

نمودار راهبردی و راهنمای تدوین راهبردها، بخش های مختلف سیستم را در چهار قسمت جداگانه قرار می دهد (تصویر شماره ۲).  
نمودار راهبردی و راهنمای تدوین راهبردها براساس استقرار

با توجه به ستون های ۱ و ۲ مجموع امتیاز نهایی برای عوامل درونی و بیرونی به ترتیب ۲/۷۳ و ۲/۸۸ است که نشان می دهد بافت از نقاط قوت نتوانسته بهره برداری لازم را نماید و یا در استفاده از فرصت ها و موقعیت های خود تلاش کند، همچنین نتوانسته از عواملی دوری گزیند که موجب ضعف و تهدید آن می شود. بنابراین بافت در وضعیتی میانی قرار دارد که می توان با تدوین راهبردهایی برای رفع مسائل آن برآمد.

### ۴,۳. تدوین چشم انداز برای بافت تاریخی شهر رشت

برایسون معتقد است « چشم انداز توصیف روشن و فشرده ای است از سیمایی که شهر در آینده و پس از به فعلیت درآمدن کلیه توان های بالقوه اش پیدا می کند» (Golkar, 2015). بر این اساس و پس از شناسایی توان های بالقوه بافت تاریخی رشت و



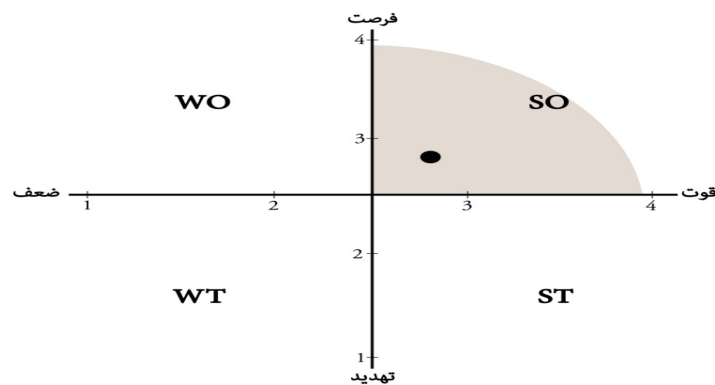
داده‌ها در دو بعد اصلی شکل می‌گیرد:

۱- جمع امتیاز نهایی جدول ارزیابی عوامل درونی که بر روی محور X نشان داده می‌شود.

۲- جمع امتیاز نهایی جدول عوامل ارزیابی بیرونی که بر روی محور Y نشان داده می‌شود.

در ماتریس استراتژی‌ها و اولویت‌های اجرایی، این نمرات در یک طیف دو بخشی قوی (۲/۵ تا ۴) و ضعیف (۱ تا ۲/۵) طبقه‌بندی می‌شود. در این ماتریس چنانچه موقعیت مورد مطالعه از نظر نمرات عوامل درونی و بیرونی در ناحیه نخست نمودار باشد، استراتژی توسعه‌ای (SO)، اگر در ناحیه دوم باشد، استراتژی رقابتی (ST)، چنانچه در ناحیه سوم باشد، استراتژی محافظه کارانه (WO) و سرانجام اگر در ناحیه چهارم باشد، استراتژی تدافعی (WT) پیشنهاد می‌گردد. در تصویر شماره ۲ با توجه به امتیاز نهایی عوامل درونی و بیرونی، موقعیت راهبردی محدوده مورد مطالعه در ناحیه نخست نمودار تعیین می‌گردد که متناسب با آن

راهبردهای توسعه‌ای (SO) انتخاب خواهند شد. مجموعه راهبردی SO از تقابل نقاط قوت درونی و فرصت‌های بیرونی به وجود آمده و عناصر راهبردی منتج از آن، براساس این فرض می‌باشد که هر پدیده‌ای از نقاط قوت خویش در راستای بهره‌مندی از فرصت‌های موجود استفاده می‌نماید. بدین ترتیب این مجموعه راهبردی کمک می‌نماید تا پدیده مورد مطالعه از نقاط قوت خود به منظور بهره‌مندی هر چه بیشتر از فرصت‌های موجود از سوی محیط خارجی استفاده نماید و به این شکل توانمندی‌ها و فرصت‌هایش را به حداکثر برساند. در این مجموعه مفهوم حداکثر-حداکثرسازی هر دو عمل مد نظر است و عمدتاً شامل استراتژی‌های رقابتی یا تهاجمی می‌باشد (Panahandeh, 2007). برای این اساس هفت راهبرد از در کنار هم قرار دادن مجموعه نقاط قوت و فرصت‌های فراروی بافت تاریخی شهر رشت تدوین و به شرح جدول شماره ۴ ارائه شد.



شکل ۲: تعیین موقعیت راهبردی بافت تاریخی رشت

جدول شماره ۴: فهرست راهبردهای تدوین شده

ایجاد جاذبه‌های گردشگری نو و متفاوت با احیای سنت‌های آیینی و بومی بافت و ارائه به گردشگران	راهبرد نخست
بهبودی بناهای تاریخی با تزریق فعالیت‌های جذاب برای مخاطب بیرونی	راهبرد دوم
اولویت بخشی به حرکت پیاده با تعریف محور بازار-خواهر امام-زرجوب	راهبرد سوم
بهره‌گیری از جاذبه‌های طبیعی رودخانه زرجوب در راستای توسعه گردشگری و بازتولید فضای شهری	راهبرد چهارم
استفاده از کارشناسان و مردم بومی برای برنامه‌ریزی توسعه گردشگری فرهنگی	راهبرد پنجم
حفظ خاطره و هویت ارزش‌های اصیل فرهنگی-اجتماعی، در عین توجه به نیازهای امروزی	راهبرد ششم
توسعه تأسیسات گردشگری مانند ایجاد هتل، رستوران و...	راهبرد هفتم

۴٫۶. ارائه نقشه فضایی برنامه اقدام محوطه‌سازی بناهای تاریخی و پروژه‌های پیشنهادی فضاهای برگزاری رویدادهای آیینی و بومی

به منظور ارائه تصویری دقیق‌تر و واقعی‌تر از پیشنهادها برنامه راهبردی توسعه گردشگری در بافت تاریخی رشت با رویکرد بازآفرینی، در این بخش به ارائه برنامه‌های اقدام در محدوده مورد مطالعه پرداخته می‌شود.

۴٫۵. تدوین سیاست‌ها و برنامه‌های اقدام براساس راهبردهای هفت‌گانه

با مشخص شدن موقعیت راهبردی بافت تاریخی رشت و تدوین راهبردهای توسعه به منظور بازآفرینی آن از طریق توسعه گردشگری فرهنگی، در ادامه به ارائه سیاست‌ها و برنامه‌های اقدام برای پیاده‌سازی راهبردها پرداخته می‌شود (جدول شماره ۵).

جدول شماره ۵: راهبردها، سیاست‌ها و اقدامات پیشنهادی در چارچوب بازآفرینی فرهنگ مبنای بافت تاریخی شهر رشت

راهبرد	سیاست	اقدام
ایجاد جاذبه‌های گردشگری نو و متفاوت با احیای سنت‌های آیینی و بومی بافت و ارائه به گردشگران	- تقویت عوامل زمینه‌ساز ماندگاری بیشتر گردشگر مانند رستوران‌های محلی و مغازه‌هایی که در آنها کالاهای و محصولات سنتی محله ارائه می‌شود.	- حفاظت و نگهداری از ساختمان‌های قدیمی و سبک‌های معماری که تأثیر زیادی بر کیفیت زیبایی شناسی و هویت مندی محله دارند به خصوص حمام حاجی و خانه ابریشمی.
بهسازی بناهای تاریخی با تزریق فعالیت‌های جاذب برای مخاطب بیرونی	- پیش‌بینی مکان‌هایی برای برگزاری رویدادهای فرهنگی مثل تئاترها و نگارخانه‌های عمومی، گالری‌ها، سالن‌های کنسرت، کتابخانه‌ها و نمایشگاه‌های موقت	- برگزاری جشنواره‌های صنایع دستی به ویژه در فصول رکود گردشگر و ارائه دست‌سازه‌ها و خوراکی‌های اصیل گیلانی در خانه فرهنگ گیلان.
اولویت بخشی به حرکت پیاده با تعریف محور بازار - خواهرامام - زرچوب	گردشگری آنان از طریق معرفی و فروش در جشنواره‌ها و رویدادهای گردشگری در فضاهای تاریخی محله.	- استقرار بخشی از راسته‌های محصولات صنایع دستی و مایحتاج اصلی شهر در مکان‌های تاریخی.
بهره‌گیری از جاذبه‌های طبیعی رودخانه زرچوب در راستای توسعه گردشگری و بازتولید فضای شهری	- واگذاری مدیریت امور محله به ساکنان آن و افزایش ضریب مسئولیت‌پذیری افراد در برنامه‌ریزی‌های گردشگری	- تقویت کالبد و عملکرد بازار ساغریسازان و حمایت از محصولات گردشگری آنان از طریق معرفی و فروش در جشنواره‌ها و رویدادهای گردشگری در فضاهای تاریخی محله.
استفاده از کارشناسان و مردم بومی برای برنامه‌ریزی توسعه گردشگری فرهنگی	- برنامه‌ریزی در جهت افزایش متوسط اقامت گردشگران از طریق برگزاری برنامه‌های متنوع فرهنگی، هنری و جشنواره‌های محلی، جشنواره‌های بهار و تابستانه	- اجرای مراسم و جشن‌های سنتی شهر رشت در جهت جذب گردشگر داخلی و خارجی مثل لافندبازی، کشتی گیله‌مردی در عرصه‌های عمومی و فضاهای باز بافت از جمله در محوطه خانه فرهنگ گیلان.
حفظ خاطره و هویت ارزش‌های اصیل فرهنگی - اجتماعی، در عین توجه به نیازهای امروزی	- بهره‌مند کردن جامعه میزبان از سود حاصله از ورود گردشگر به محله که نوعی انگیزه را در آنها برای پذیرش جامعه میهمان به وجود آورد	- ترکیب متعادل کاربری‌ها و تسهیلات ویژه گردشگر از جمله ترکیب مراکز اطلاع‌رسانی، خرید، صنایع دستی، اسکان با کاربری‌های تفریحی فرهنگی گردشگری (نمایشگاه، موزه، خانه هنرمندان و ...) در محورهای مشخص.
توسعه تأسیسات گردشگری مانند ایجاد هتل، رستوران و ...	- آموزش فرهنگی-اجتماعی به مردم منطقه در جهت شیوه برخورد مناسب و همچنین ایجاد رضایت‌مندی معقول در ارتباط با گردشگران	- توسعه و محوطه‌سازی اراضی پیرامونی بقعه‌ها و امام‌زاده‌ها به خصوص امام‌زاده خواهرامام.
	- اولویت حرکت پیاده بر سواره در طراحی مسیر گردشگری	- معاصر سازی برخی از خانه‌های باارزش قدیمی و تاریخی به موزه و گالری‌های هنری مانند خانه ابریشمی، خانه سمیعی‌ها و ...
	- آگاه‌سازی ساکنان از ارزش‌های میراثی و هویتی بافت و اهمیت اجتماعی و اقتصادی برای آنان	- احداث مسیرهای ویژه دوچرخه با امکانات مورد نیاز در موازات رودخانه زرچوب.
	- توسعه فضاهای مکث و تعامل اجتماعی در حاشیه رودخانه زرچوب	- پیاده‌راه‌سازی محور تاریخی تا رودخانه زرچوب با استقرار مبلمان شهری مورد نیاز استفاده‌کنندگان از فضاهای همگانی (نیمکت، آبخوری، سطل زباله و ...).
	- پیاده‌راه‌سازی محورهای دارای قابلیت و تجهیز آن	- تغییر کاربری بناهای نیمه تخریب شده یا فرسوده به کاربری‌های مورد نیاز محدوده به ویژه فضای سبز.
	- رونق بخشی فعالیتی به مکان‌های تاریخی و مذهبی ضمن حفظ هویت کالبدی آنها	- احداث فضاهای پذیرایی و امکاناتی با جاذبه‌های طبیعی و مصنوعی گردشگری در حریم رودخانه.
	- تدوین طرح نمای ویژه بافت تاریخی	- استفاده از مصالح موجود در محل (مصالح بومی) در ساماندهی پیاده‌روها.
		- هماهنگ ساختن مصالح جدید با مصالح غالب و متناسب با روحیه فضا در قالب طرح نمای ویژه بافت.
		- حفظ پیوستگی و هماهنگی خط آسمان و نمای ساختمان‌های جدید با ساختمان‌های ارزشمند معبر.
		- استقرار کاربری‌های فعال در شب در محل گره‌های اصلی با عملکردهای مذهبی، تجاری و تفریحی.
		- جلوگیری از ایجاد گوشه‌های متروک، خلوت و ناامن در طول معابر با استقرار کاربری‌های فعال یا نورپردازی و ایجاد دید به آنها.
		- ملزم نمودن مالکان به اجرای نمای سوم ساختمان‌ها و جلوگیری از تبدیل آنها به فضاهای بی‌دفاع شهری و محل نصب پوستر و اعلامیه در قالب طرح نمای هویت‌مند بافت.



- راهنمای نقشه
- ۱- خانه ابریشمی
  - ۲- خانه حاجی عباسی
  - ۳- مسجد جامع سمیع
  - ۴- حمام حاجی جعفر
  - ۵- خانه نبی زاده
  - ۶- بازار ساغری سازان
  - ۷- محدوده اطراف رودخانه زرجوب
  - ۸- فضای برگزاری جشنواره ها
  - ۹- فضای برگزاری رویدادهای فرهنگی مذهبی
  - ۱۰- پیاده راه

نقشه شماره ۴: معرفی فضاهای دارای قابلیت توسعه گردشگری تاریخی از طریق استفاده از پتانسیل‌های طبیعی و تاریخی موجود در محله

می‌توان به رونق اقتصاد محلی در عین صیانت از میراث‌های هنری و فرهنگی جوامع محلی دست یافت. چنانکه باست در مرور تاریخی خود از نقش فرهنگ و هنر در بازآفرینی شهری بریتانیا نتیجه‌گیری می‌کند، نقش اجتماعی فرهنگ و هنر در بهبود انسجام و همگرایی اجتماعی نقش مهمی در حفظ آداب و سنن فرهنگی جوامع ساکن در بافت قدیمی دارد.

موضوع بعدی که در مرور متون مرتبط با بازآفرینی از طریق گردشگری فرهنگی به عنوان موضوع کلیدی مهم به نظر می‌آید، درگیر کردن جوامع محلی از طریق ایجاد فرصت‌هایی برای ارائه هنرهای بومی و قومی خود به گردشگران به عنوان عاملی مهم در تضمین موفقیت و پایداری رهیافت گردشگری فرهنگی است؛ تجارب مختلف نشان داده‌اند که مداخله دولت در چارچوب ایجاد فرصت‌های اشتغال‌زایی در این زمینه باید کنترل شود و چنانچه دولت تبدیل به یک کارفرمای بزرگ با رویکرد تعریف پروژه‌های بزرگ، هر چند با رویکرد فرهنگ مینا شود، مشارکت مردمی در این فرایند تضعیف شده و برنامه‌های بازآفرینی پایداری خود را از دست خواهند داد.

نتایج تحقیق در مورد شهر رشت نیز نشان داد که بافت تاریخی آن تعدادی از الزامی‌ترین زیرساخت‌ها برای توسعه گردشگری فرهنگی از جمله منابع فرهنگی و رویدادهای فرهنگی را داراست

در نقشه شماره ۴ فضاهای دارای قابلیت برای توسعه فعالیت‌ها و برنامه‌های گردشگری معرفی شده‌اند. پنج مورد نخست فضاهای تاریخی مناسب برای محوطه‌سازی و اجرای برنامه‌های جشنواره‌ای و رویدادهای گردشگری تاریخی و فرهنگی می‌باشند. بازار ساغریسازان با ارتقای عملکردی می‌تواند زمینه رونق اقتصاد محلی محصولات سنتی و بومی را فراهم آورد. فضاهای شماره ۸ و ۹ نیز عرصه‌های دارای قابلیت برگزاری جشنواره‌های فصلی و اجرای مراسمات و آیین‌های بومی شهری باشند. همچنین یکی از محورهای دارای قابلیت در بافت، محدوده بازار تارودخانه زرجوب است که می‌تواند با کف‌سازی و تجهیز آن به مبلمان شهری به توسعه محورهای گردشگری و فعال‌سازی ظرفیت‌های گردشگری رودخانه زرجوب به عنوان پشتیبان توسعه فعالیت‌های گردشگری این رودخانه کمک کند (فضای شماره ۱۰).

### ۵. نتیجه‌گیری

در این مقاله تلاش شد تا فرایند بازآفرینی فرهنگ مینا در بافت تاریخی شهر رشت با رویکرد برنامه‌ریزی راهبردی گردشگری شهری ارائه شود؛ متون نظری در دنیا از رهیافت گردشگری فرهنگی به عنوان کاتالیزوری قابل اتکاء در برنامه‌های بازآفرینی فرهنگ مینا یاد می‌کنند و تجارب موفق نیز نشان داده که با استفاده از آن

- Bassett. K., (1993). Urban cultural strategies and urban regeneration: a case study and critique, *Environment and Planning A*, volume 25, pp 1773-1788.
- Chilardi, L., (2004). Cultural strategies: A UK approach to cultural development Part 2", Copenhagen.
- Eslah Arabani, A., (1995). Gilan Book, Volume Four. Khane Nashre Tehran. [in Persian]
- Evans, G. (2003). Hard-Branding the Cultural City – From Prado to Prada, *International Journal of Urban and Regional Research*, Volume 27.2, June, pp. 417-440.
- Fatahzadeh, Y and Davodpour, Z., (2014). Analysis of quality of life on the promotion of social capital in old and new urban centers. Case study: Sagharihsazan and Golsar neighborhoods, Rasht city, first national conference on urban planning, urban management and sustainable development, Tehran, Iranian Society of Iranian Architecture. [in Persian]
- Gharbi, M., (2013). Cultural regeneration, A step towards Cultural Tourism in Kerman, The First National Conference on Urbanism and Architecture over time, Qazvin, Imam Khomeini International University. [in Persian]
- Golkar, K., (2015). The City / Neighborhood Outlook proposes a conceptual framework for vision statement formulation, *Journal of Honarhay ziba*, Volume 24. [in Persian]
- Herrero-Prieto, L. C and Go'mez-Vega, M, (2017). Cultural resources as a factor in cultural tourism attraction: Technical efficiency estimation of regional destinations in Spain, *Journal of Tourism Economics*, Vol. 23(2) 260–280.
- Hudec, O and Džupka, P., (2017). Culture-led regeneration through the young generation: Košice as the European Capital of Culture European Urban and Regional Studies, pp1 –8. Sagepub.
- ICOMOS (International Council on monuments and sites., (2002). International Charter of Cultural Tourism, *Journal of Pole Firooze*, No. 3.
- Jingyi, L and Chung-Shing C., (2018). Local cultural vicissitudes in regional tourism development: A case of Zhuhai, *Tourism Management Perspectives* 25, pp 80–92.

اما در عین حال همانگونه که چیلاردی و هانیگان معتقدند، فرسودگی بافت، جدایی آن از مراکز جدید شهری و وجود فضاهای رها شده و بی دفاع که در بافت محدوده زاهدان شهر رشت نیز به وفور یافت می شوند، از جمله موانع توسعه این نوع گردشگری و طبیعتاً گند شدن فرایند بازآفرینی آن محسوب می شوند. با در نظر گرفتن این محدودیت ها و با تکیه بر ظرفیت های بافت مورد مطالعه، چشم انداز توسعه گردشگری آن ارائه و سپس با مشارکت کارشناسان آگاه از موضوع، به هفت راهبرد اساسی در این خصوص دست یافته شد. این راهبردها نشان می دهند که فرایندهای رایج برای توسعه گردشگری ناکارآمد بوده و برای ایجاد تحرک در برنامه های بازآفرینی فرهنگ مبنا باید برنامه ای منسجم و عمل گرا با راهبری فرهنگ و هنر بومی و درگیر کردن مردم ساکن طراحی و اجرا شود. همزمان با این موضوع حفظ خاطره و هویت مندی ارزش های اصیل بافت نیز باید همواره مد نظر قرار گیرد. به منظور دستیابی به چشم انداز بافت و اجرایی نمودن راهبردها، سیاست ها و برنامه های اقدام، ارائه و سپس نقشه های حوزه ها و فضاهای دارای قابلیت تدوین شدند و در جدول شماره ۵ ارائه شدند. همچنین ۱۰ فضای فرهنگی و تاریخی دارای قابلیت توسعه گردشگری تاریخی از طریق استفاده از پتانسیل های طبیعی و تاریخی موجود در محله شناسایی شدند (نقشه شماره ۴).

نتایج این تحقیق نشان می دهد که بازآفرینی بافت های تاریخی با رویکرد گردشگری شهری در شهرهای ایران به طور عام و در شهر رشت به طور خاص همزمان با این که به دلیل فرصت های منحصر به فردی که بافت های تاریخی چه از منظر جاذبه های کالبدی و معماری و چه از منظر آیین ها و سنت های قدیمی ممکن است داشته باشد، اما کمبودهای شدید زیرساخت های گردشگری و دیدگاه های محدود و گذرای مدیریت شهری می تواند از بزرگترین موانع فعال سازی ظرفیت های آنها باشد. بنابراین به نظر می رسد برنامه توسعه گردشگری در بافت های تاریخی شهرهای ایران، برنامه های بلندمدت با اولویت تأمین زیرساخت ها و تغییر دیدگاه های کوتاه مدت مدیریت شهری باشد.

## References

- Abbasi, H., (2011). Historical, Architectural and Cultural Attractions in Rasht, Blur Publications. [in Persian]
- Aminzadeh, B, and Dadras, R., (2012). Culture-led regeneration in Historical Context of Qazvin City with Emphasis on Urban Tourism, *Two Quarterly Iranian Architectural Studies*. [in Persian]
- Anfuso A, Williams T, Hernández , J.A and Pranzini , E., (2014). Coastal scenic assessment and tourism management in western Cuba, *Journal of Tourism Management* , No 42, pp 307-320

- Stratan, A, Perciuna, R, and Gribincea C., (2015). Identifying Cultural Tourism Potentials in Republic of Moldova through Cultural Consumption among Tourists, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, Vol 188, pp 116 – 121.
- Tarh Va Kavosh Consultant Engineers., (2007). Rasht city comprehensive plan, Ministry of Housing and urban development. [in Persian]
- UNESCO, 2009 The World Heritage Review, available at <http://whc.unesco.org/en/publications/>
- Vickery, J. (2007). The Emergence of Culture-led Regeneration: A policy concept and its discontents, Centre for Cultural Policy Studies University of Warwick Research Papers No. 9, Series Editors: Oliver Bennett and Jeremy Ahearne.
- Wheelen, T. L and Hunger, J. D. (1995). Strategic management and business policy (5th edition). Reading, MA : Addison – Wesley publication.
- Yilin, C and Hsing, W.C., (2009). Culture-led Urban Regeneration and Community Mobilisation: The Case of the Taipei Bao-an Temple Area, Taiwan, *Journal of Urban Studies*, Vol 46(7) 1317–1342.
- Zahra, A and Ryan, C, (2006). From chaos to cohesion—Complexity in tourism structures: An analysis of New Zealand’s regional tourism organizations, *Tourism Management* , No 28.
- Kazemi, M., (2007). *Tourism Management*, Tehran, Samt Publication, Third Edition. [in Persian]
- Kong, L. (2000). Culture, Economy, Policy: Trends and Developments, *Geoforum*, Special issue on Cultural Industries and Cultural Policies, 31(4), pp. 385–390.
- Lotfi, S., (2010). Culture-led Urban regeneration, A thinking on cultural and regeneration routs. *Journal of Honarhaye ziba* No. 45. [in Persian]
- Lugosi P, Bell, D and Lugosi, K., (2010). Hospitality, Culture and Regeneration: Urban Decay, Entrepreneurship and the Ruin Bars of Budapest, *Urban Studies Journal*, 47(14) 3079–3101.
- McDonald, M. (1999). The marketing plans, how to prepare them, how to use them, *journal of Butterworth Heinemann*, pp.143 -155, Elsevier.
- Nicula, V, Spânuș, S and Neagua R ,E. (2013). Regional Tourism Development in Romania - Consistency with Policies and Strategies Developed at EU Level, *Journal of Procedia Economics and Finance* 6, pp 530 – 541
- OECD, 2009; *Productivity and Jobs in a Globalised World*, OECD - OECD.org, United States.
- Panahandeh kahah, Musa, (2007). Strategic Assessment of Oil based city Development, Master’s Thesis for Geography and Urban Planning, University of Tehran, by Dr. Rahmat A. Farhoodi. [in Persian]
- Parsoomash Consulting Engineers., (2011). *Regeneration of Rasht City*, Rasht municipality. [in Persian]
- Sacco, P and Blessi G. Tavano ,. (2009). The Social Viability of Culture-led Urban Transformation Processes: Evidence from the Bicocca District, Milan, *Urban studies*, Vol 46 issue: 5-6, page(s): 1115-1135.
- Sarafraz, N, and Sheikhi, S., (2013). Development of urban Tourism in historical center of Dezfoul City with Emphasis on Cultural Regeneration, First National Conference on Geography, Tourism, Natural Resources and Sustainable Development, Scientific Center for Planning and Development of Sustainable Tourism of Tehran University. [in Persian]

