

تبیین مولفه‌های موثر در باز طراحی فضاهای فرهنگی - تاریخی در راستای توسعه صنعت گردشگری شهری با مطالعه موردی میراث تاریخی و فرهنگی

شهرستان ارومیه^۱

آزیتا بلالی اسکویی^۲

دانشیار دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه هنر اسلامی تبریز، تبریز، ایران

سمانه دهقان

دانشجوی کارشناسی ارشد معماری، دانشگاه هنر اسلامی تبریز، تبریز، ایران

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۷/۰۸/۰۲ تاریخ صدور پذیرش: ۱۳۹۸/۰۱/۱۷

چکیده

شهرستان ارومیه با وجود قدمت زیاد به واسطه عوامل متعدد در طول تاریخ، در حال حاضر آثار تاریخی نسبتاً کمی را در خود حفظ کرده است. اما این آثار، واجد ارزش و مستلزم حفاظت کالبدی و عملکردی برای تداوم هویت تاریخی شهر بوده و درعین حال می‌تواند نقش مهمی در جذب گردشگر به این شهر فرهنگی، تاریخی داشته باشند. تحقیقات حاکی از آن است که صنعت گردشگری از بعد فرهنگی در این شهر بسیار ضعیف بوده و توجه بیشتری را در این زمینه می‌طلبد. به نظر می‌رسد یکی از روش‌های تاثیرگذار در زمینه احیا و بازشناساندن این آثار تاریخی، بازطراحی فضاهای تاریخی فرهنگی در سطح شهر می‌باشد. پژوهش حاضر بر آن است تا با تحقیق پیرامون مولفه‌های موثر در امر باز طراحی فضاهای تاریخی- فرهنگی، ضمن استخراج این مولفه‌ها که به عنوان اصول اساسی در باز طراحی این فضاها مورد استفاده قرار خواهند گرفت، بتواند زمینه توسعه گردشگری از بعد فرهنگی در سطح شهر و منطقه را فراهم آورد. در این راستا با به کارگیری روش توصیفی-تحلیلی و به شیوه کتابخانه‌ای و مطالعات اسنادی، به موضوعات و مفاهیم مرتبط گردشگری فرهنگی پرداخته خواهد شد و اطلاعات مورد نیاز از طریق مطالعات میدانی و با استفاده از پرسش‌نامه جمع‌آوری و با کمک نرم افزار SPSS تجزیه و تحلیل خواهد شد. نتایج حاصل از تحقیق گویای این امر است که رابطه معناداری میان بازطراحی فضاهای تاریخی- فرهنگی و توسعه صنعت گردشگری شهری وجود دارد.

واژگان کلیدی: بازطراحی، فضاهای فرهنگی - تاریخی، گردشگری شهری، شهرستان ارومیه

۱- مقاله حاضر برگرفته از پایان نامه کارشناسی ارشد نویسنده دوم با عنوان "طراحی باغ موزه خانه های از یاد رفته با رویکرد گردشگری فرهنگی (با مطالعه موردی خانه های دوره قاجار تا معاصر شهرستان ارومیه)" می باشد.

۲- (نویسنده مسئول) a.oskoyi@tabriziau.ac.ir

مقدمه

سازمان فرهنگی و آموزش ملل متحد (یونسکو)، براساس تحقیق‌های انجام شده در زمینه گردشگری، در سمینار پاریس (سال ۱۹۹۶) اعلام کرد که مسئله اساسی قرن بیست و یکم برای پدیده گردشگری، «فرهنگ» است. نهادهای ساز و توسعه فرهنگ شهر با توجه به الزامات بنیادی در شهرها نیازمند ایجاد مکان‌هایی نظیر خانه‌های فرهنگ و فرهنگسراها در شهر می‌باشد، که به عنوان پایگاه‌های فرهنگی دارای قابلیت‌های بسیار سودمند می‌باشد. حضور فرهنگ در فضاهای معماری و شهری از راه‌های گوناگون صورت می‌گیرد هر بنایی به عنوان جزئی از فرهنگ معماری وظیفه عینیت بخشیدن یک اندیشه ذهنی را از طریق فرم ظاهری خود دارد که نمودی است برای سنجش فرهنگ. با گسترش مراکز شهری و رشد پدیده شهرنشینی، اشتیاق به سیاحت و سیر و سفر افزون شده است؛ به طوری که مشتاقان این امر با عنوان گردشگر در اقصا نقاط کره زمین امر گذران اوقات فراغت را تکامل بخشیده‌اند. از دیدگاه گردشگری، معماری دو نقش اساسی را داراست که عبارتند از: لازمه و جاذبه، لازمه در حوزه زیرساخت‌های صنعت گردشگری قرار می‌گیرد در حالی که جاذبه، جزئی از جاذبه‌های فرهنگی است که در آن دسته بندی‌های متفاوتی به منظور جاذبه‌های معماری در نظر گرفته شده است. در این میان پتانسیل‌های تاریخی، فرهنگی به عنوان کانون‌های جاذب، 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 بروز داده‌اند. اکنون میراث فرهنگی و گردشگری برای مردم به یک موضوع آشنا تبدیل شده و روزه به روز نسبت به آن کنجکاوی بیشتری نشان می‌دهند (کارگر، ۱۳۸۶: ۲). 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. در این شرایط است که گردشگری می‌تواند موجب حفاظت از میراث فرهنگی شده و محرک احیای آثار تاریخی و الگوهای فرهنگی ای باشد که در حال نابودی است. لازم است در شهر ارومیه به عنوان یک شهر تاریخی که دارای آثار تاریخی و فرهنگی ارزشمند بسیاری در زمینه معماری می‌باشد و نیز شهری با قابلیت‌های گردشگری شهری، برخی از عناصری که در روند تکاملی شهر نقش برجسته‌ای داشته‌اند، به عنوان مجموعه‌های با ارزش و هویت بخش 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.

سوال پژوهش

مؤلفه‌های موثر در بازطراحی فضاهای تاریخی-فرهنگی که باعث توسعه گردشگری از بعد فرهنگی در شهر می‌شوند، کدامند؟

چارچوب نظری

گردشگری فرهنگی: 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 (رضوانی، ۱۳۷۵: ۱۸-۲۰).

گردشگری در بسیاری از کشورها نمادی از هویت فرهنگی و از منابع مهم درآمدزایی است. توسعه‌ی این صنعت برای کشورهای در حال توسعه که با معضلاتی چون بیکاری، محدودیت منابع ارزی و اقتصاد تک محصولی مواجه هستند؛ از اهمیت ویژه برخوردار است. 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 منعکس کننده تنوع و تجسمی از آن سرزمین می‌باشند. یکی از انگیزه‌هایی که گردشگران را به شهرها می‌کشاند، وجود جاذبه‌های یادمانی و تاریخی در شهرها است. مصادیقی مانند شکل شهر، ساختار شهر، فضاها و ساخت و سازهای عمومی، کاخ‌ها و محله‌ها از جمله عناصر تشکیل دهنده هویت تاریخی شهرها هستند. احداث بناهای یادبود، میدین، خیابان‌ها، پل‌ها، کاروانسراها، اماکن مقدس، مساجد و کلیساها و آتشکده‌ها، بازارها، آب انبارها، بادگیرها و بسیاری دیگر از ساخت و سازهای شهری، از جمله اقداماتی است که وجود آنها در شهر باعث ایجاد جذابیت و کشش بیشتر برای شهرها می‌شود. (تقوایی و صفر آبادی، ۱۳۹۱: ۲). گردشگری فرهنگی، بخش مهمی از تقاضای جهانی گردشگری را تشکیل می‌دهد. طبق آمار سازمان جهانی گردشگری ۳۷ درصد گردشگری بین‌المللی با انگیزه فرهنگی انجام می‌شود و این تقاضا در حال افزایش رشد گردشگری فرهنگی و گردشگری میراث نوین است. (Heritage tourism) به عنوان عناصر توجه سیاست‌گذاران و محققان را در سراسر دنیا به خود جلب کرده است. گردشگری فرهنگی عبارت است از مسافرت افراد از محل سکونت خود به مکان‌هایی که جاذبه‌های فرهنگی دارند. این جا به جایی به قصد کسب اطلاعات و تجارت برای ارضای نیازهای فرهنگی گردشگران انجام می‌شود (کاظمی، ۱۳۸۵).

- مولفه‌های موثر در توسعه گردشگری از منظر صاحب نظران مختلف

ربیعی و همکاران در مقاله‌ای تحت عنوان عوامل موثر بر گسترش جذب گردشگری فرهنگی در کرمانشاه، جاذبه‌های گردشگری فرهنگی را در ۸ مورد عمده دسته بندی کرده‌اند این موارد عبارتند از: سایت‌های باستان‌شناسی، تاریخی و فرهنگی، الگوهای خاص فرهنگی، هنرها و صنایع دستی، فعالیت‌های جذاب اقتصادی، اماکن شهری جذاب، موزه‌ها، فستیوال‌ها و رویدادهای فرهنگی آداب و رسوم مهمان‌پذیری ساکنین. (ربیعی، ع و نوبخت، محمدباقر و زنگنه، سیروس، ۱۳۹۱: ۸). در مقاله‌ای دیگر با عنوان "تحلیلی بر نقش جاذبه‌های میراث فرهنگی در توسعه و جذب گردشگری شهری در ایران مرکزی (مطالعه موردی: شهر یزد)"، شاخص‌های ظرفیت‌های گردشگری فرهنگی شامل پتانسیل‌های ارزشمند در حوزه صنایع دستی و میراث فرهنگی و گردشگری، وجود بافت قدیمی، وجود اماکن تاریخی و مذهبی ادیان مختلف بیشترین نقش را در رونق گردشگری و در مرتبه بعد، وجود تجهیزات و امکانات رفاهی در کنار جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی شهر، برخورد بسیار خوب مسئولان آثار تاریخی و مهمان‌نوازی مردم شهر، میزان سرمایه‌گذاری‌های دولتی و خصوصی در تجهیز امکانات رفاهی و تفریحی جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی شهر یزد، فراهم کردن زیرساخت‌های گردشگری شامل سیستم حمل و نقل، راه و محل

اقامت که بسترهای توسعه گردشگری مکان‌ها و جاذبه‌های فرهنگی میراثی را فراهم می‌کند رضایتمندی گردشگران و به تبع آن توسعه گردشگری را فراهم کرده است (زارع اشکذری و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۴). پور احمد و همکاران در پژوهش خود در رابطه با نقش موزه‌ها در توسعه گردشگری، معتقدند الگوهای فرهنگی مانند موسیقی، رقص محلی، نمایش، لباس، هنرها و صنایع دستی، مراسم، شیوه‌ی زندگی، فعالیت‌های سنتی اقتصادی و سبک معماری، از جاذبه‌های مهم برای گردشگری فرهنگی برشمرده می‌شود (پور احمد و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۲). تقوایی و صفرآبادی در مقاله‌ای تحت عنوان توسعه گردشگری فرهنگی با تاکید بر جاذبه‌های تاریخی (مطالعه موردی: جاذبه‌های تاریخی شهر اصفهان)، شاخص‌های اجتماعی-فرهنگی، جذابیت، اقتصادی، تسهیلات و خدمات و رقابتی را از مهمترین معیارها در توسعه گردشگری تاریخی برمی‌شمرند (تقوایی و صفرآبادی، ۱۳۹۱: ۱۰).

حیدرزاده و همکاران در مقاله‌ای تحت عنوان "تاثیر کیفیت خدمات گردشگری بر وفاداری به مقصد گردشگری با توجه به نقش میانجی تصویر ذهنی از مقصد گردشگری و رضایت گردشگران" متغیرهایی نظیر احساس امنیت در محل، تمیزی و نظافت محل، کیفیت خدمات ارائه شده در محل، تسهیلات مشهود، همدلی، فراهم آوردن محیط‌های جذاب و لذت بخش، برگزاری جشنواره‌ها و... باعث افزایش رضایت گردشگران و در نهایت توسعه گردشگری در شهر می‌شوند. (حیدرزاده و نجفی و حسینی، ۱۳۹۶: ۱۹). هزارجریبی در مقاله خود تحت عنوان "احساس امنیت اجتماعی از منظر توسعه گردشگری به بررسی رابطه میان امنیت و توسعه گردشگری پرداخته است. (هزار جریبی، ۱۳۸۹: ۱۷). مکیان و نادری بنی در پژوهش خود درباره "بررسی گردشگری خارجی در شهرستان یزد"، ایجاد تسهیلات مناسب نظیر احداث هتل‌های و فضاهای اقامتی مناسب، حفظ و مرمت دائمی مکان‌های تاریخی و زیبا نشان دادن شهر، گسترش و تبلیغ بازی‌های محلی و بومی را از عوامل گسترش گردشگری بیان می‌دارد (مکیان و نادری بنی، ۱۳۸۲: ۱۰). کروی در مقاله خود با عنوان "فرهنگ قومی، سرمایه فرهنگی و صنعت گردشگری" عواملی نظیر: سفره متنوع قومی و فرهنگی (غذاهای محلی)، موسیقی محلی، دست‌ساخته‌های اقوام مختلف (صنایع دستی)، هنرهای نمایشی محلی و نمایش حیات وحش بومی (کلکسیون‌های حیوانات بومی و گل و گیاهان منطقه و مناظر ..) منجر به توسعه گردشگری فرهنگی در منطقه خواهند شد. (کروی، ۱۳۸۷: ۱۴). ترک زبان و مرادی در تحقیقی با عنوان ضوابط طراحی معماری در بافت‌های تاریخی توجه به وجوه خاص طراحی از قبیل وجوه کالبدی (شامل: گونه‌شناسی، الگو، مواد و مصالح، دانه بندی، عرصه و اعیان و جزئیات معماری)، شبکه دسترسی (شامل مدیریت ترافیک، تامین پارکینگ‌های موقت و دائمی، شبکه‌ی معابر و خیابان‌ها و نظام‌های ارتباطی)، کاربری (شامل معیشت و تطابق با محیط اطراف)، منظر بافت تاریخی (شامل: تراکم، پراکندگی و خط آسمان)، و وجوهی نظیر پیوستگی و یکپارچگی و مالکیت را در این بافت‌ها لازم می‌داند. (ترک زبان و مرادی، ۱۳۹۰: ۱۲). لحمیان و همکاران در پژوهش خود تحت عنوان نقش مبلمان شهری در توسعه گردشگری در شهر ساری، به این نتیجه رسیده‌اند که میان کیفیت فضای شهری (با تاکید بر مبلمان شهری) و توسعه گردشگری رابطه معناداری وجود دارد. (لحمیان و عبوری و براری، ۱۳۹۲: ۱۵). آهنگران و همکاران در مقاله‌ای تحت عنوان "تدوین الگوی گردشگری قابل دسترس"، لزوم توجه به نیازهای گردشگران معلول جسمی - حرکتی را خواستار بوده و با ارائه پیشنهاداتی در این زمینه به توسعه گردشگری شهری اشاره می‌کند. (آهنگران و موسوی بازرگان و نظری اورکانی، ۱۳۹۲: ۹). پور

امرای و همکاران در پژوهش خود در رابطه با فضای سبز شهری و گردشگری، معتقد است فضای سبز بخشی از کالبد

شهری محسوب می‌شود که از عوامل مهم در توسعه گردشگری شهری بوده و نیازمند برنامه ریزی و مدیریت صحیح می‌باشد (پور امرایی و اکبری و صابری، ۱۳۹۴: ۱۱).

جدول شماره ۱. پیشینه موضوعی تحقیق

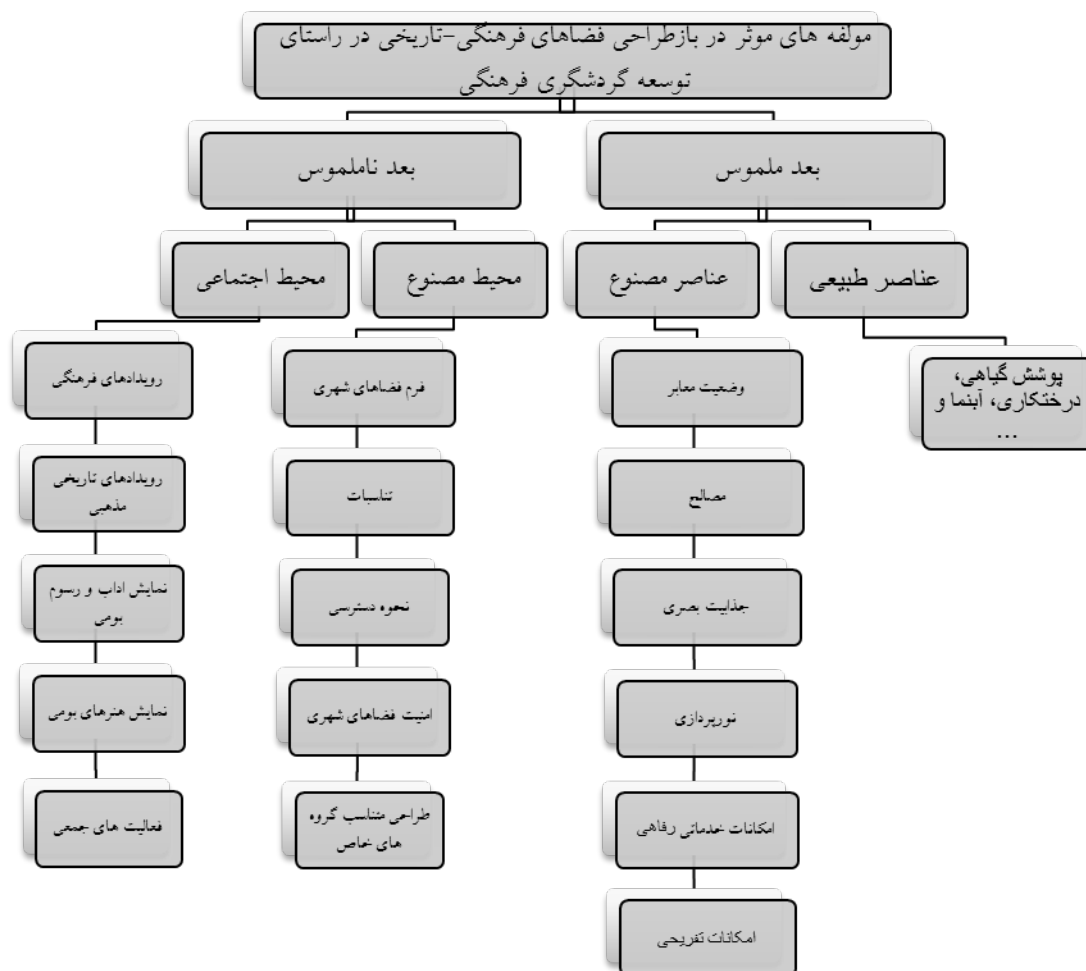
نگارنده (سال)	نتایج پژوهش
ربیعی و همکاران (۱۳۹۱)	جاذبه‌های گردشگری فرهنگی عبارتند از: سایت‌های باستان‌شناسی، تاریخی و فرهنگی، الگوهای خاص فرهنگی، هنرها و صنایع دستی، فعالیت‌های جذاب اقتصادی، اماکن شهری جذاب، موزه‌ها، فستیوال‌ها و رویدادهای فرهنگی آداب و رسوم مهمان‌پذیری ساکنین
زارع اشکذری و همکاران (۱۳۹۳)	شاخص‌های ظرفیت‌های گردشگری فرهنگی شامل پتانسیل‌های ارزشمند در حوزه صنایع دستی و میراث فرهنگی و گردشگری، وجود بافت قدیمی، وجود اماکن تاریخی و مذهبی ادیان مختلف و در مرتبه بعد، وجود تجهیزات و امکانات رفاهی در کنار جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی شهر، برخورد بسیار خوب مسئولان آثار تاریخی و مهمان‌نوازی مردم شهر، میزان سرمایه‌گذاری‌های دولتی و خصوصی در تجهیز امکانات رفاهی و تفریحی جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی شهر یزد، فراهم کردن زیرساخت‌های گردشگری شامل سیستم حمل و نقل، راه و محل اقامت
پوراحمد و همکاران (۱۳۹۱)	الگوهای فرهنگی مانند موسیقی، رقص محلی، نمایش، لباس، هنرها و صنایع دستی، مراسم، شیوه‌ی زندگی، فعالیت‌های سنتی اقتصادی و سبک معماری، از جاذبه‌های مهم برای گردشگری فرهنگی
تقوایی و صفرآبادی (۱۳۹۱)	مهمترین معیارها در توسعه گردشگری تاریخی: شاخص‌های اجتماعی-فرهنگی، جذابیت، اقتصادی، تسهیلات و خدمات
حیدرزاده و همکاران (۱۳۹۶)	متغیرهایی نظیر احساس امنیت در محل، تمیزی و نظافت محل، کیفیت خدمات ارائه شده در محل، تسهیلات مشهود، همدلی، فراهم آوردن محیط‌های جذاب و لذت بخش، برگزاری جشنواره‌ها و... باعث افزایش رضایت گردشگران و در نهایت توسعه گردشگری در شهر می‌شوند.
مکیان و بنی (۱۳۸۲)	ایجاد تسهیلات مناسب نظیر احداث هتل‌ها و فضاهای اقامتی مناسب، حفظ و مرمت دائمی مکان‌های تاریخی و زیبا نشان دادن شهر، گسترش و تبلیغ بازی‌های محلی و بومی از عوامل گسترش گردشگری می‌باشند.
کروبی (۱۳۸۷)	سفره متنوع قومی و فرهنگی (غذاهای محلی)، موسیقی محلی، دست‌ساخته‌های اقوام مختلف (صنایع دستی)، هنرهای نمایشی محلی و نمایش حیات وحش بومی (کلکسیون‌های حیوانات بومی و گل و گیاهان منطقه و مناظر و...) منجر به توسعه گردشگری فرهنگی در منطقه خواهند شد.
ترک زیان مرادی (۱۳۹۰)	توجه به وجوه خاص طراحی از قبیل وجوه کالبدی (شامل: گونه‌شناسی، الگو، مواد و مصالح، دانه بندی، عرصه و اعیان و جزئیات معماری)، شبکه دسترسی (شامل مدیریت ترافیک، تامین پارکینگ‌های موقت و دائمی، شبکه‌های معابر و خیابان‌ها و نظام‌های ارتباطی)، کاربری (شامل معیشت و تطابق با محیط اطراف)، منظر بافت تاریخی (شامل: تراکم، پراکندگی و خط آسمان)، و وجوهی نظیر پیوستگی و یکپارچگی و مالکیت را در این بافت‌ها
لحمیان و همکاران (۱۳۹۲)	نقش مبلمان شهری در توسعه گردشگری
پور امرایی	فضای سبز از عوامل مهم در توسعه گردشگری شهری می‌باشد.

مولفه‌های موثر در توسعه گردشگری فرهنگی

منبع: نگارندگان، ۱۳۹۷

با بررسی و مطالعات صورت گرفته مشخص است که موضوع ارتباط بین میراث معماری و شهری و گردشگری فرهنگی در شهر ارومیه آنچنانکه لازم بوده، مورد توجه نبوده است. بنابراین در این پژوهش می‌توان با استخراج مولفه‌های موثر در امر بازطراحی فضاهای تاریخی و فرهنگی، ضمن معرفی سرمایه‌های تاریخی شهر، در راستای بهبود و ارتقای گردشگری فرهنگی نیز در این شهر گام برداشت. در نهایت با تحلیل نظر صاحب‌نظران مختلف در حوزه گردشگری و نیز اطلاعات حاصل از مصاحبه با گردشگران در خصوص عوامل موثر در توسعه گردشگری در بافت تاریخی شهر ارومیه، مولفه‌های زیر جهت تدوین پرسشنامه بسته در تحقیق حاضر به کار گرفته شده‌اند: جذابیت بصری، وضعیت معابر پیاده و سواره، مبلمان شهری، امکانات خدماتی رفاهی، طراحی متناسب با افراد

ناتوان جسمی، فضاهای سبز و آبنا، مصالح، امکانات تفریحی، امنیت، رویدادهای فرهنگی، فضاهای شهری جذاب و نحوه دسترسی

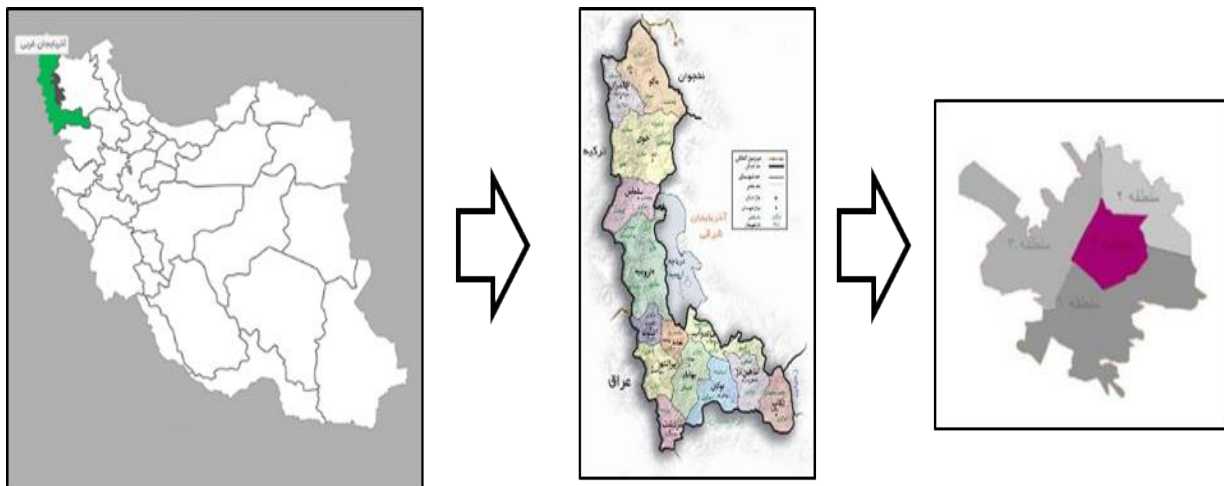


نمودار شماره ۱. مدل مفهومی پژوهش (منبع: نگارندگان، ۱۳۹۷)

محدوده‌ی پژوهش

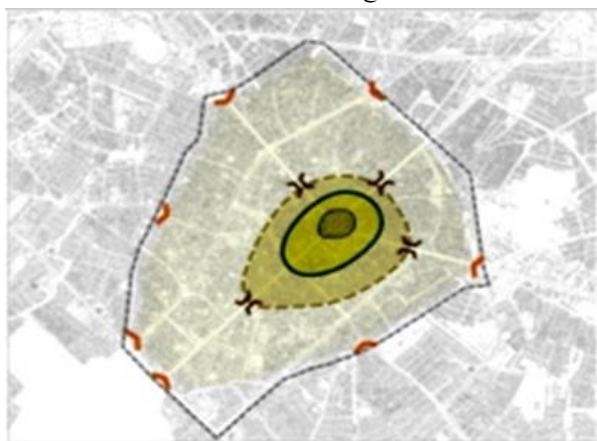
شهر ارومیه مرکز استان آذربایجان غربی با وسعتی معادل هفت هزار و ۸۱۱ هکتار در سمت غربی دریاچه ارومیه واقع شده است. قدمت موجودیت این مرکز سکونت براساس اسناد تاریخی و شواهد باستان شناسی به هزاره اول ق.م می‌رسد. نخستین سندی که در خصوص ویژگی های شهر بحث می‌کند، مربوط به قرن چهارم بوده که وجود مسجد جامع و بازار و باروی شهر را تصدیق می‌کند. مهمترین اقدامات صورت گرفته در این شهر، مربوط به قرن چهار تا نه (ه.ق) می‌باشد. در بخش هایی از مسجد جامع، برج مقبره سه گنبد و نیز بازار نمونه‌هایی از شواهد تحولات قرن های چهار، پنج و شش (ه.ق) مشهود است که با این وجود قطعاً تحولاتی نیز در ساختار شهر صورت گرفته است. این شهر در دوره ایلخانان مغول نیز موردتوجه 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 کوچه بندی 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 هفت گانه 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 (ه.ش) قبل و بعد از دخالت‌های رضاشاه در راستای اهداف شهرسازی جدید تهیه شده است. به طوریکه 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 دو نیم تقسیم کرده و بسیاری از فضاهای با ارزش آن را از بین می‌برد (عباس زاده، ۱۳۹۱: ۵۶۰-۵۶۸). 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 تداوم هویت تاریخی شهر بوده و درعین حال می‌تواند نقش مهمی در جذب گردشگر به این شهر فرهنگی، تاریخی و مذهبی داشته باشند.

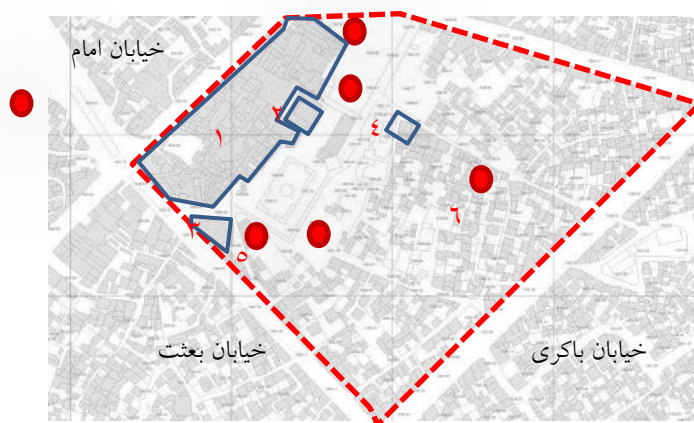


تصویر ۱. محدوده جغرافیایی پژوهش (بافت تاریخی شهرستان ارومیه)

منبع: نگارندگان، ۱۳۹۷



تصویر ۲: سیر تکامل تاریخی محدوده پژوهش (بافت تاریخی شهرستان ارومیه) منبع: نگارندگان، ۱۳۹۷



تصویر ۳: محدوده پژوهش و محدوده‌های نیازمند بازطراحی (بافت تاریخی شهرستان ارومیه)

منبع: نگارندگان، ۱۳۹۷

۱	محدوده بازار تاریخی ارومیه
۲	مسجد جامع ارومیه
۳	مسجد اعظم ارومیه
۴	مسجد قره آغاج
۵	خانه فتحی افشار ارومیه (دارای وضعیت بسیار نامناسب به لحاظ کالبدی)
۶	خانه میرزا آقا اتحادیه (دارای وضعیت نسبتاً نامناسب)
— — —	محدوده پژوهش
— — —	محل قرارگیری آثار تاریخی شاخص در محدوده پژوهش
●	محدوده های نیازمند بازطراحی

محدوده بافت احتمالی شهر در دوره پیش از اسلام	■
محدوده بافت شهر از اول اسلام تا دوره صفویه	■
محدوده بافت شهر از دوره صفویه تا قاجار	■
هسته اولیه شهر	■
دروازه های هفت گانه شهر از دوره صفویه تا قاجار	⤴
دروازه های چهارگانه شهر از اول اسلام تا دوره صفویه	⤵

منبع: یافته‌های پژوهش

روش تحقیق

این تحقیق بنا به ماهیت، موضوع و اهدافی که برای آن پیش بینی شده است از نوع توصیفی-تحلیلی است. جامعه آماری شامل کلیه گردشگران داخلی و خارجی است که به مدت ۶ ماه (فروردین ۱۳۹۶ لغایت شهریور ۱۳۹۶) از شهرستان ارومیه بازدید نموده‌اند. نمونه بصورت تصادفی انتخاب شده و شامل ۵۰ گردشگر خارجی و ۵۰ گردشگر داخلی است. جهت دستیابی به اهداف تحقیق، پرسشنامه‌ای شامل یک سوال کلی و تعدادی مولفه با زیرمولفه‌های مربوطه به زبان انگلیسی (مختص گردشگران خارجی) و زبان فارسی (مختص گردشگران داخلی) تنظیم شده؛ سپس از طریق نمونه گیری تصادفی داده‌های تحقیق جمع آوری گردیده است. سؤالات پرسشنامه به دو صورت باز و بسته میباشد. در سؤالات باز، سؤالاتی از قبیل جنس، سن، محل سکونت، میزان تحصیلات و ... مطرح گردیده است و در سؤالات بسته از طیف لیکرت جهت اندازه گیری نظرات گردشگران در مورد ابعاد مختلف پژوهش استفاده شده است. همچنین ابزار پژوهش برای چند نفر از اساتید صاحب‌نظر و اهل فن ارسال گردید که ایشان روایی صوری و «محتوایی» پرسشنامه را تأیید نمودند. برای تعیین پایایی نیز از روش «ضریب آلفای کرونباخ» استفاده شد و ضریب

۰,۹۸ حاصل گردید که نشان دهنده پایایی بالای ابزار می‌باشد. همچنین روابط بین متغیرهای پژوهش از طریق آماره‌های توصیفی (جدول فراوانی، نمودار و ...) و استنباطی (آزمون فریدمن) در قالب نرم افزار Spss مورد بررسی قرار گرفته است.

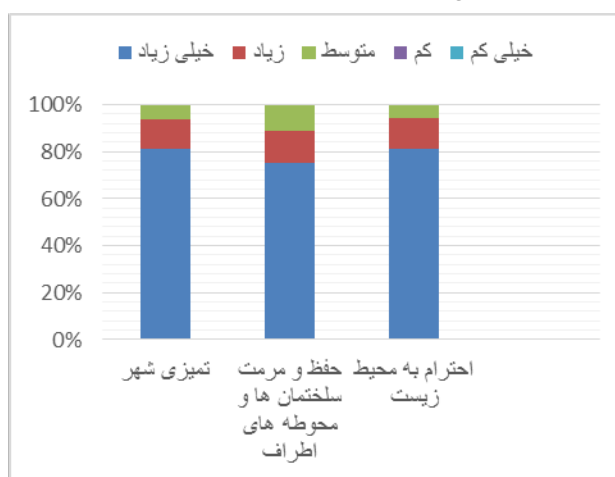
تجزیه و تحلیل داده‌ها

داده‌های تحقیق نشان می‌دهد که ۶۸ درصد پاسخگویان دارای تحصیلات دانشگاهی بوده و حدود ۵۲ درصد در رده سنی بین ۳۰ تا ۴۰ سال قرار داشتند. ۴۲ درصد از پاسخ دهندگان، زن و ۵۸ درصد مرد می‌باشد. پرسشنامه تحقیق شامل یک سوال کلی و تعدادی مولفه در رابطه با امر بازطراحی و گردشگری شهری بوده که با بکارگیری از مقیاس لیکرت بصورت جدولی تنظیم شده و در اختیار پاسخ دهندگان قرار گرفته است. سوال پرسشنامه از این قرار است: "بنظر شما تاثیر گذاری هر کدام از مولفه‌های موجود در جدول بر توسعه گردشگری شهری در امر بازطراحی مجموعه تاریخی فرهنگی به چه میزان است؟". در این راستا اطلاعات حاصل از پاسخ گردشگران به صورت پرسش نامه گردآوری و بصورت جدول تنظیم و ثبت گردیده است.

با توجه به نرمال بودن توزیع داده‌ها توسط آزمون کولموگروف-اسمیرنوف و مشاهده اعداد بیشتر از ۰,۰۵ برای داده‌های آماری در قسمت sig جدول، می‌توان داده‌ها را با اطمینان بالایی نرمال فرض کرد. ازین رو جهت مقایسه میانگین رتبه‌های مولفه‌های پرسشنامه به لحاظ تاثیر بر موضوع مورد مطالعه، از آزمون فریدمن استفاده شده است که نتایج حاصله بصورت جدول منتج از نرم افزار آماری spss ازین قرار است: نتایج آزمون فریدمن نشان می‌دهد که در جدول میانگین مولفه‌های جذابیت بصری، زیرمولفه حفظ و مرمت دائمی ساختمان‌ها و محوطه اطراف با بیشترین میانگین (میانگین ۲,۲۰) در اولویت اول بوده و مولفه‌های تمیزی شهر و احترام به محیط زیست به ترتیب در اولویت‌های بعدی قرار می‌گیرند.

		q1	q2	q3
q1		2.00		
q2		1.80		
q3		2.20		
Statistics				
N	Valid	5	5	5
	Missing	39	39	39
Mean		20.0000	20.0000	20.0000
Median		6.0000 ^a	5.0000 ^a	11.0000 ^a
Mode		.00	.00	.00
Std. Deviation		34.51811	30.97580	31.39267
Variance		1191.500	959.500	985.500
Sum		100.00	100.00	100.00

a. Calculated from grouped data.



نمودار ۲: درصدهای فراوانی مولفه جذابیت بصری جدول ۲: آزمون فریدمن

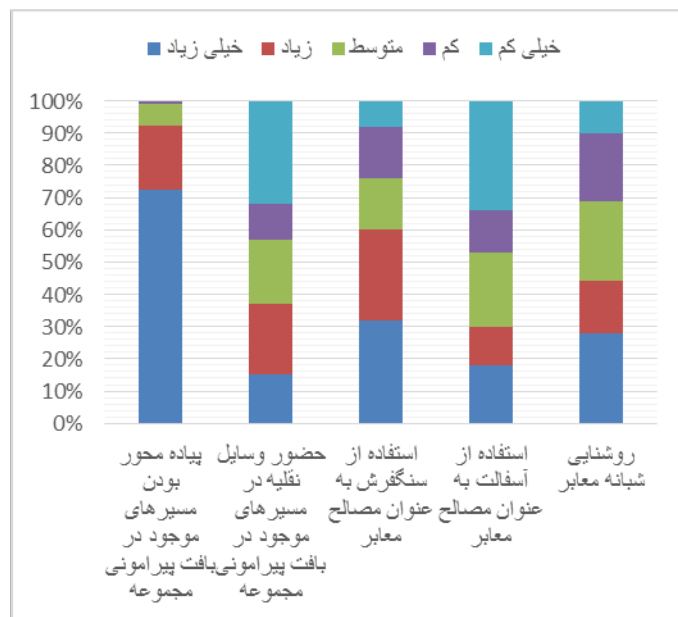
منبع: یافته‌های پژوهش

نتایج حاصل از آزمون فریدمن در رابطه با مولفه‌های وضعیت معابر پیاده و سواره نشان می‌دهد که روشنایی شبانه معابر با میانگین (۳,۶۰)، ترجیح به استفاده از سنگفرش با میانگین (۳,۳۰) بجای آسفالت در مصالح معابر و ترجیح به پیاده محور بودن مسیرهای موجود در بافت با میانگین (۲,۸۰) به ترتیب جزء اولویت‌های گردشگران می‌باشد.

q4	2.80
q5	2.50
q6	3.30
q7	2.60
q8	3.60

Statistics					
	q4	q5	q6	q7	q8
N Valid	5	5	5	5	5
Missing	39	39	39	39	39
Mean	20.0000	20.0000	20.0000	20.0000	20.0000
Median	6.0000 ^a	20.0000 ^a	20.0000 ^a	18.0000 ^a	21.0000 ^a
Mode	.00 ^b	11.00 ^b	16.00	12.00 ^b	10.00 ^b
Std. Deviation	27.59529	7.96869	9.79796	8.97218	7.17635
Variance	761.500	63.500	96.000	80.500	51.500
Sum	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

a. Calculated from grouped data.
b. Multiple modes exist. The smallest value is shown



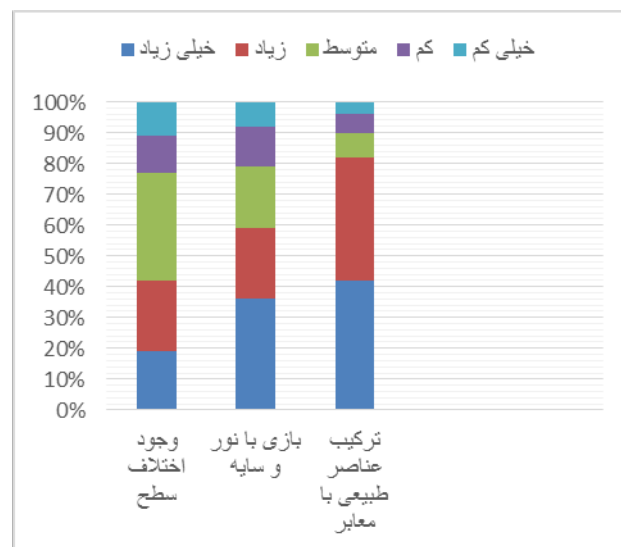
نمودار ۳: درصد‌های فراوانی مولفه وضعیت عابر پیاده و سواره رو جدول ۲: آزمون فریدمن منبع: یافته‌های پژوهش

نتایج حاصل از آزمون فریدمن در رابطه با مولفه‌ی زیبایی معابر نشان می‌دهد که زیرمولفه ترکیب عناصر طبیعی با معابر با میانگین (۲,۲۰) و زیرمولفه بازی با نور و سایه با میانگین (۲,۰۰) به ترتیب جزء اولویت‌های گردشگران می‌باشد.

q9	1.90
q10	2.00
q11	2.20

Statistics			
	q9	q10	q11
N Valid	5	5	5
Missing	39	39	39
Mean	20.0000	20.0000	21.8000
Median	19.0000 ^a	20.0000 ^a	15.0000 ^a
Mode	11.00 ^b	8.00 ^b	4.00 ^b
Std. Deviation	9.74679	10.70047	17.97776
Variance	95.000	114.500	323.200
Sum	100.00	100.00	109.00

a. Calculated from grouped data.
b. Multiple modes exist. The smallest value is shown



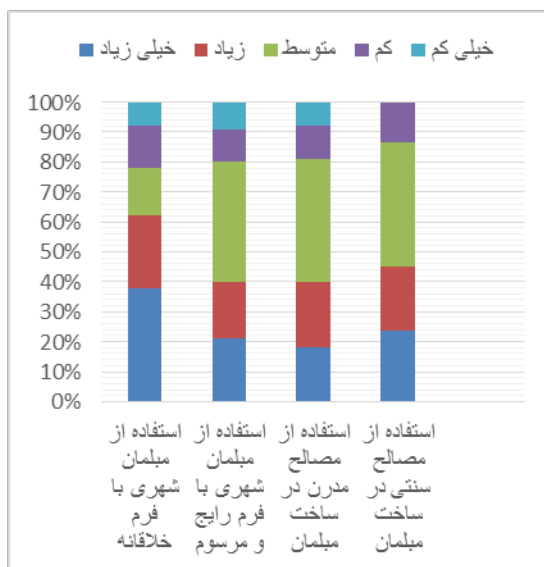
نمودار ۴: درصد‌های فراوانی مولفه زیبایی معابر جدول ۲: آزمون فریدمن منبع: یافته‌های پژوهش

نتایج حاصل از آزمون فریدمن در رابطه با مولفه‌ی مبلمان شهری نشان می‌دهد که زیرمولفه استفاده از مبلمان شهری با فرم خلاقانه با میانگین (۲,۹۰) و زیرمولفه استفاده از مصالح سنتی در ساخت مبلمان با میانگین (۲,۶۰) به ترتیب جزء اولویت‌های گردشگران می‌باشد.

q12	2.90
q13	2.30
q14	2.20
q15	2.60

	q12	q13	q14	q15
N Valid	5	5	5	5
Missing	39	39	39	39
Mean	20.0000	20.0000	20.0000	20.0000
Median	16.0000 ^a	19.0000 ^a	18.0000 ^a	19.0000 ^a
Mode	8.00 ^b	9.00 ^b	8.00 ^b	11.00 ^b
Std. Deviation	11.57584	12.28821	12.98075	10.44031
Variance	134.000	151.000	168.500	109.000
Sum	100.00	100.00	100.00	100.00

a. Calculated from grouped data.
b. Multiple modes exist. The smallest value is shown

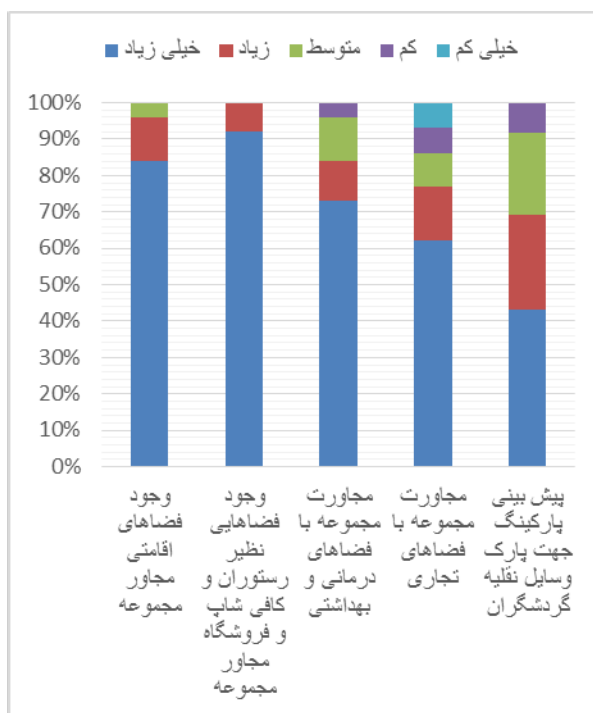


نتایج حاصل از آزمون فریدمن در رابطه با مولفه‌ی امکانات خدماتی رفاهی نشان می‌دهد که زیرمولفه وجود فضاهای اقامتی مجاور مجموعه با میانگین (۳,۷۰) و زیرمولفه مجاورت مجموعه با فضاهای تجاری با میانگین (۳,۶۰) و زیرمولفه وجود فضاهایی نظیر رستوران، کافی شاپ و فروشگاه در مجاورت مجموعه با میانگین (۳,۰۰) به ترتیب جزء اولویت‌های گردشگران می‌باشد.

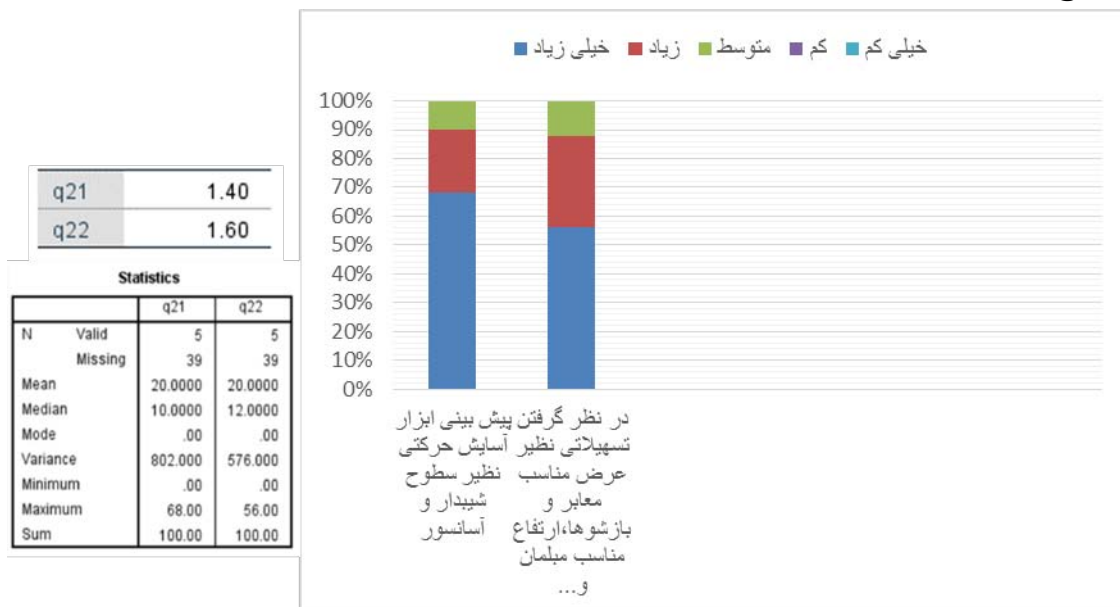
q16	3.70
q17	3.00
q18	2.90
q19	3.60
q20	2.70

	q16	q17	q18	q19	q20
N Valid	5	5	5	5	5
Missing	39	39	39	39	39
Mean	20.0000	20.0000	20.0000	20.0000	20.0000
Median	4.0000 ^a	4.0000 ^a	11.0000 ^a	9.0000 ^a	18.0000 ^a
Mode	.00	.00	.00 ^b	7.00	.00 ^b
Std. Deviation	36.11094	40.39802	30.04164	23.70654	17.16100
Variance	1304.000	1632.000	902.500	562.000	294.500
Sum	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

a. Calculated from grouped data.
b. Multiple modes exist. The smallest value is shown



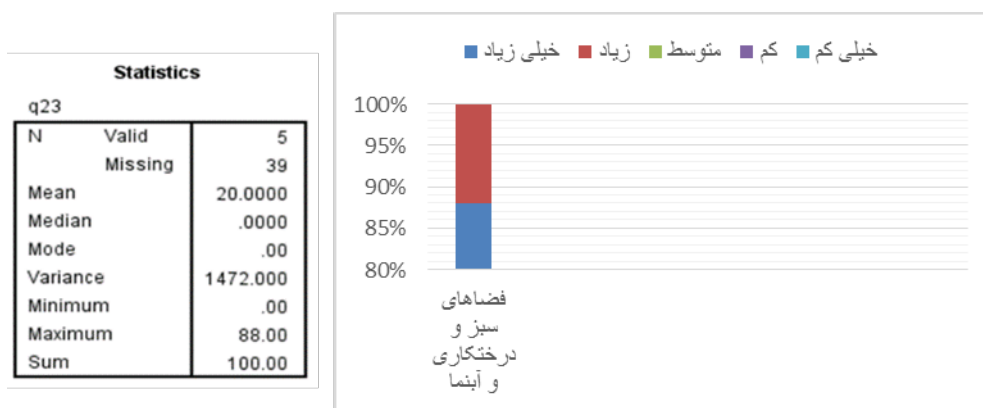
نتایج حاصل از آزمون فریدمن در رابطه با مولفه‌ی طراحی متناسب با معلولین نشان می‌دهد که زیرمولفه‌های در نظر گرفتن تسهیلاتی نظیر عرض مناسب معابر و بازشوها، ارتفاع مناسب مبلمان و... و پیش بینی ابزار آسایش حرکتی نظیر سطوح شیبدار و آسانسور به ترتیب با میانگین ۱,۶۰ و ۱,۴۰ جزء اولویت‌های گردشگران می‌باشد.



نمودار ۷: درصدهای فراوانی مولفه طراحی متناسب با معلولین جدول ۲: آزمون فریدمن

منبع: یافته‌های پژوهش

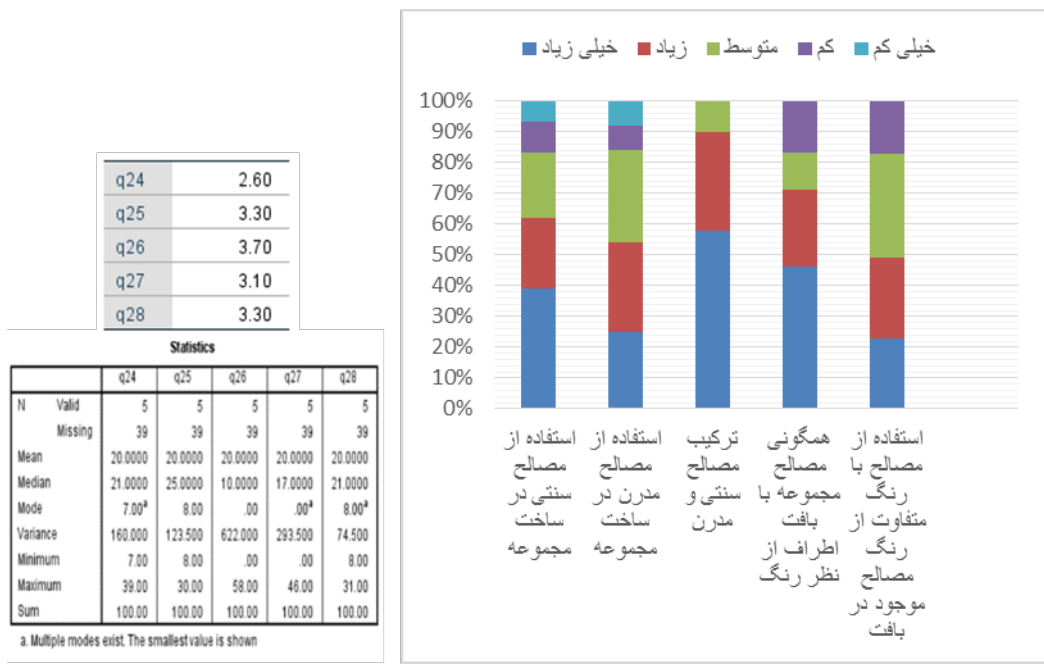
نمودار ۷ نشان دهنده درصد‌های اختصاص یافته به ترجیح گردشگران به مولفه‌ی محیط طبیعی می‌باشد که این مولفه با درصد بیشتری جزء اولویت‌های گردشگران می‌باشند.



نمودار ۸: درصدهای فراوانی مولفه محیط طبیعی جدول ۲: آزمون فریدمن

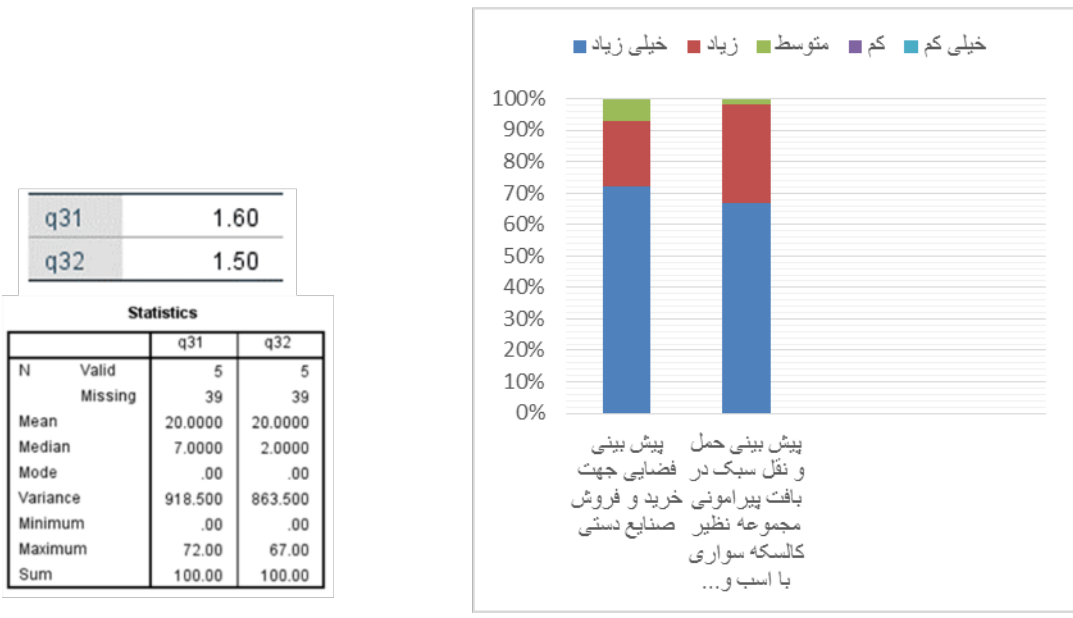
منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۸

نتایج حاصل از آزمون فریدمن در رابطه با مولفه‌ی مصالح نشان می‌دهد که زیرمولفه ترکیب مصالح سنتی و مدرن با میانگین (۳,۷۰) و زیرمولفه‌های استفاده از مصالح مدرن با رنگ متفاوت از رنگ بافت در ساخت مجموعه با میانگین برابر (۳,۳۰) به ترتیب جزء اولویت‌های گردشگران می‌باشند.



نمودار ۹: درصد‌های فراوانی مولفه مصالح جدول ۲: آزمون فریدمن منبع: یافته‌های پژوهش

نتایج حاصل از آزمون فریدمن در رابطه با مولفه‌ی امکانات تفریحی نشان می‌دهد که زیرمولفه پیش بینی فضایی جهت خرید و فروش صنایع دستی با میانگین (۱,۶۰) و زیرمولفه پیش بینی حمل و نقل سبک در بافت پیرامونی مجموعه نظیر کالسکه سواری با اسب و... با میانگین برابر (۱,۵۰) به ترتیب جزء اولویت‌های گردشگران می‌باشد.



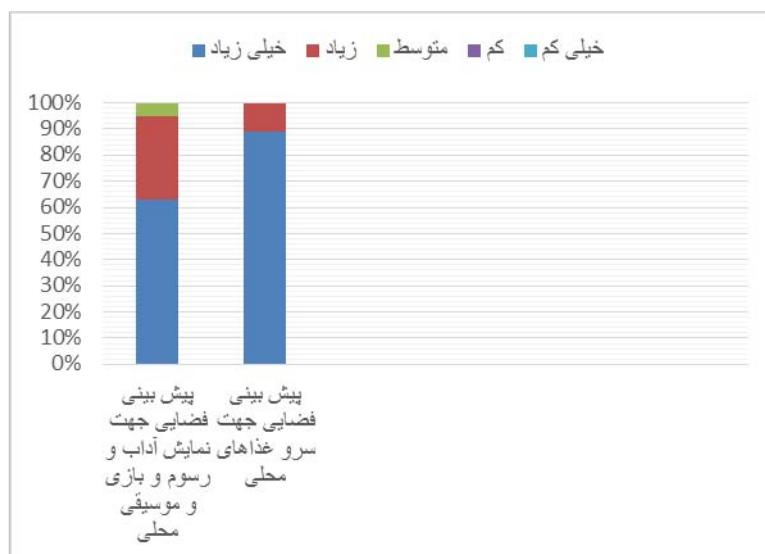
نمودار ۱۰: درصد‌های فراوانی مولفه امکانات تفریحی جدول ۲: آزمون فریدمن منبع: یافته‌های پژوهش

نتایج حاصل از آزمون فریدمن در رابطه با مولفه‌ی رویدادهای فرهنگی نشان می‌دهد که زیرمولفه پیش بینی فضایی جهت سرو غذای محلی با میانگین (۱,۷۰) و زیرمولفه پیش بینی فضایی جهت نمایش آداب و رسوم و بازی و موسیقی محلی با میانگین برابر (۱,۶۰) به ترتیب جزء اولویت‌های گردشگران می‌باشد.

q29	1.60
q30	1.70

Statistics			
	q33	q34	q35
N Valid	5	5	5
Missing	39	39	39
Mean	20.0000	20.0000	20.0000
Median	11.0000	4.0000	.0000
Mode	.00 ^a	.00	.00
Variance	467.500	740.500	1114.500
Minimum	.00	.00	.00
Maximum	54.00	61.00	77.00
Sum	100.00	100.00	100.00

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

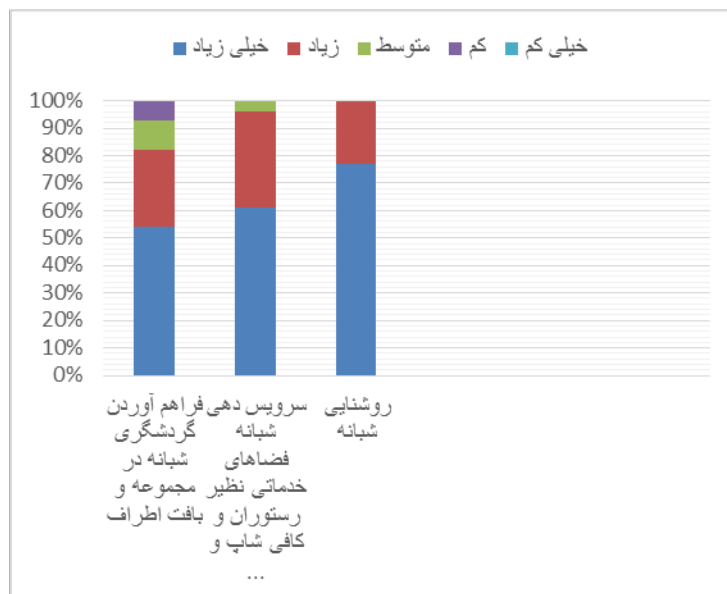


نمودار ۱۱: درصد‌های فراوانی مولفه رویدادهای فرهنگی جدول ۲: آزمون فریدمن منبع: یافته‌های پژوهش

نتایج حاصل از آزمون فریدمن در رابطه با مولفه‌ی امنیت نشان می‌دهد که زیرمولفه فراهم آوردن گردشگری شبانه در مجموعه و بافت اطراف با میانگین (۲,۲۰) و سرویس دهی شبانه فضاهای خدماتی نظیر رستوران، کافی شاپ و... با میانگین برابر (۲,۱۰) به ترتیب جزء اولویت‌های گردشگران می‌باشد.

q33	2.20
q34	2.10
q35	1.70

Statistics		
	q29	q30
N Valid	5	5
Missing	39	39
Mean	20.0000	20.0000
Median	5.0000	.0000
Mode	.00	.00
Variance	754.500	1510.500
Minimum	.00	.00
Maximum	63.00	89.00
Sum	100.00	100.00



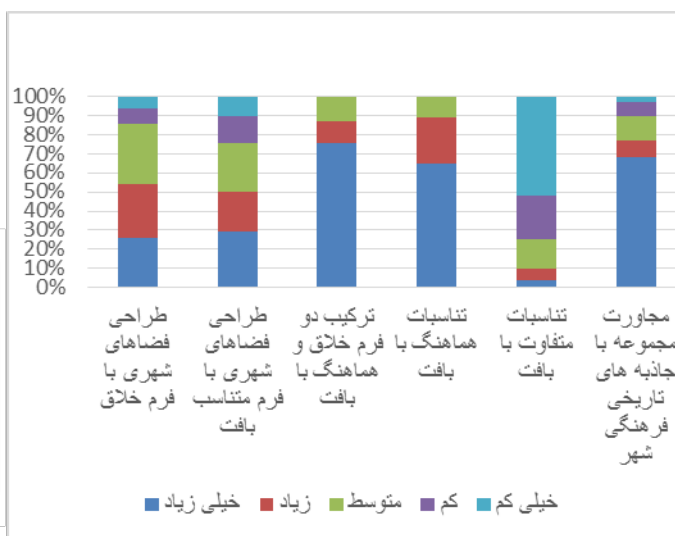
نمودار ۱۲: درصد‌های فراوانی مولفه امنیت جدول ۲: آزمون فریدمن منبع: یافته‌های پژوهش

نتایج حاصل از آزمون فریدمن در رابطه با مولفه‌ی فضای شهری جذاب نشان می‌دهد که ترکیب دو فرم خلاق و هماهنگ با بافت با میانگین (۴,۴۰)، مجاورت مجموعه با جاذبه‌های تاریخی فرهنگی شهر با میانگین (۳,۶۰) و تناسب هماهنگ با بافت با میانگین (۳,۵۰) به ترتیب جزء اولویت‌های گردشگران می‌باشد.

q36	3.10
q37	3.20
q38	4.40
q39	3.50
q40	2.60
q41	3.60

Statistics						
		q37	q38	q39	q40	q41
N	Valid	5	5	5	5	5
	Missing	39	39	39	39	39
Mean		20.0000	20.0000	20.0000	20.0000	20.0000
Median		26.0000	21.0000	11.0000	11.0000	15.0000
Mode		6.00*	10.00*	.00	.00	4.00*
Variance		146.0000	63.5000	1016.5000	730.5000	377.5000
Minimum		6.00	10.00	.00	.00	4.00
Maximum		32.00	29.00	76.00	65.00	52.00
Sum		100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown



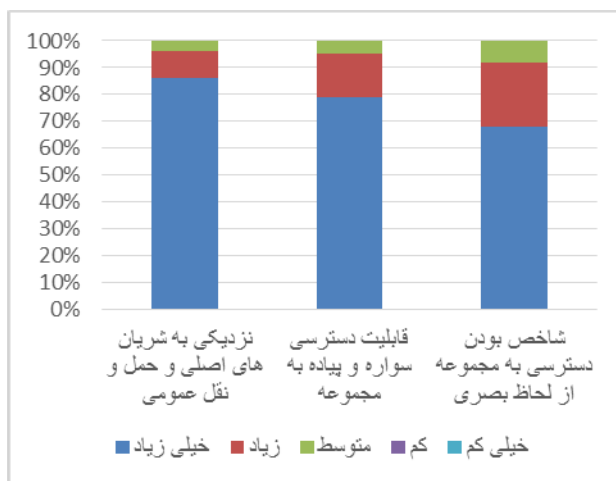
نمودار ۱۳: درصد‌های فراوانی مولفه فضاهای شهری جذاب جدول ۲: آزمون فریدمن

منبع: یافته‌های پژوهش

نتایج حاصل از آزمون فریدمن در رابطه با مولفه‌ی نحوه دسترسی نشان می‌دهد که شاخص بودن دسترسی به مجموعه از لحاظ بصری با میانگین (۲,۲۰) و قابلیت دسترسی سواره و پیاده به مجموعه با میانگین (۲,۰۰) به ترتیب جزء اولویت‌های گردشگران می‌باشد.

q42	1.80
q43	2.00
q44	2.20

Statistics				
		q42	q43	q44
N	Valid	5	5	5
	Missing	39	39	39
Mean		20.0000	20.0000	20.0000
Median		4.0000	5.0000	8.0000
Mode		.00	.00	.00
Variance		1378.0000	1130.5000	816.0000
Minimum		.00	.00	.00
Maximum		86.00	79.00	68.00
Sum		100.00	100.00	100.00



نمودار ۱۴: درصد‌های فراوانی مولفه نحوه دسترسی جدول ۲: آزمون فریدمن

منبع: یافته‌های پژوهش

تحلیل یافته‌ها

با توجه به نمودارهای حاصل از پرسشنامه و نتایج حاصل از آزمون فریدمن، مؤلفه‌های موثر در بازطراحی فضاهای تاریخی-فرهنگی و زیرمؤلفه‌های مربوط به هریک که باعث توسعه گردشگری از بعد فرهنگی در محدوده بافت تاریخی شهرستان ارومیه می‌شوند، استخراج و تحت عنوان مولفه‌های جذابیت بصری، وضعیت معابر پیاده و سواره، مبلمان شهری، امکانات خدماتی رفاهی، طراحی متناسب با افراد ناتوان جسمی، محیط طبیعی، مصالح، امکانات تفریحی، امنیت، رویدادهای فرهنگی، فضاهای شهری جذاب و نحوه دسترسی، با زیرمؤلفه‌های مربوط به هریک دسته بندی شد. اما تمامی مولفه‌ها از دیدگاه گردشگران از اهمیت یکسانی برخوردار نیستند و هرکدام از مولفه‌ها برای هر یک از گردشگران اهمیت متفاوتی دارد. به این منظور لازم است تا اهمیت مولفه‌ها مشخص گردد. به منظور

رتبه بندی مولفه‌ها، از آزمون رتبه بندی فریدمن استفاده گردید. جدول شماره ۱۵ رتبه بندی مولفه‌های پژوهش را نشان می‌دهد:

جدول ۱۵- توزیع رتبه‌ی مولفه‌های تحقیق

رتبه	مولفه
۴،۸۵	جذابیت بصری
۳،۲۸	وضعیت معابر
۳،۶۳	مبلمان شهری
۴،۴۸	امکانات خدماتی - رفاهی
۳،۱۵	طراحی متناسب با افراد معلول و ناتوان جسمی
۴،۶۶	امکانات تفریحی
۵،۴۳	رویدادهای فرهنگی
۴،۱۶	مصالح
۳،۹۱	فضاهای شهری جذاب
۳،۶۴	نحوه‌ی دسترسی
۳،۸۴	امنیت
۵،۵۱	محیط طبیعی

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۸

با توجه به جدول توزیع رتبه بندی مولفه‌های حاصل از تحقیق و تجزیه و تحلیل نمودارها و آزمون‌های مربوط به مولفه‌های مذکور (که اولویت بندی زیرمولفه‌ها در هر دسته مشخص گردیده است)، مشاهده می‌شود مولفه‌های محیط طبیعی، رویدادهای فرهنگی، جذابیت بصری، امکانات خدماتی-رفاهی و امکانات تفریحی به ترتیب جزء بالاترین اولویت‌های گردشگران در بازطراحی فضاهای فرهنگی-تاریخی در بافت تاریخی شهر ارومیه می‌باشد که بنظر می‌رسد اولویت هر یک از مولفه‌های مذبور از منظر گردشگران با توجه به مطالعات حاصل از مبانی نظری تحقیق و بررسی محدود پژوهش به صورت ذیل قابل توجیه می‌باشد:

- وجود مناظر و جاذبه‌های طبیعی اعم از دریاچه نمک ارومیه، باغات میوه، چشمه‌های آب و رودخانه‌های متعدد، دشت‌ها و کوه‌های سرسبز، و مناظر طبیعی و بکر در شهرستان ارومیه که عامل بسیار مهمی در جذب گردشگران به این شهر می‌تواند باشد.

- وجود تنوع فرهنگی و به تبع آن تنوع در آداب و رسوم بومی، سفره‌های غذایی بومی، بازی‌های بومی و هنرها و صنایع دستی گوناگون، وجود آثار تاریخی مربوط به دوره‌های مختلف، و... که عامل مهمی در جذب گردشگران به این شهر می‌تواند باشد.

- توجه مسئولین و مردم شهر ارومیه به میراث‌های باارزش و تاریخی شهر در سال‌های اخیر به منظور حفظ و مرمت دائمی ساختمان‌های موجود در بافت تاریخی، نسبت دادن کاربری‌های مناسب به بناهای تاریخی در راستای حفظ میراث تاریخی و نیز توسعه گردشگری (نظیر یخچال نه پله که دارای کاربری رستوران سنتی می‌باشد)، بکارگیری راهکارهای ترافیکی مناسب، خدمات شهرداری مناسب، در راستای حفظ تمیزی شهر و احترام به محیط زیست در مقیاس شهری و معماری که عامل مهمی در جذب گردشگران به این شهر می‌تواند باشد.

وجود فضاهای اقامتی مناسب نظیر هتل‌ها و مهمانسراها، بازار تاریخی و فضاهای خدماتی نظیر مجتمع‌های تجاری، رستوران‌ها، فروشگاه‌ها و... در سطح شهر و بالاخص در مجاورت بافت تاریخی عامل مهمی در جذب گردشگران به این شهر می‌تواند باشد.

وجود امکانات تفریحی مناسب نظیر نمایشگاه‌های عرضه و فروش هنرها و صنایع دستی بومی، پیش‌بینی محلی جهت سرگرمی‌های گردشگران در سنین مختلف نظیر دهکده تفریحی چی چست، محل‌های بازی پراکنده در سطح شهر، اتوبوس‌های گردشگری رایگان و... حمل و نقل سبک در بافت شهری نظیر کالسکه سواری و... که عامل مهمی در جذب گردشگران به این شهر می‌تواند باشد.

در این راستا مولفه‌های دیگر تحقیق که در اولویت پایین‌تری نسبت به مولفه‌های محیط طبیعی، رویدادهای فرهنگی، جذابیت بصری، امکانات رفاهی-خدماتی و امکانات تفریحی قرار داشته نیز مورد ارزیابی قرار گرفته است که به شرح ذیل می‌باشد:

مولفه‌های مصالح (با زیرمولفه ترکیب مصالح سنتی و مدرن در اولویت برتر و زیرمولفه‌ی استفاده از مصالح مدرن با رنگ متفاوت از رنگ بافت در اولویت بعدی)، فضاهای شهری جذاب (با زیرمولفه‌های ترکیب دو فرم خلاق و هماهنگ با بافت و مجاورت مجموعه با جاذبه‌های تاریخی فرهنگی شهر در اولویت برتر و تناسبت هماهنگ با بافت در اولویت بعدی)، امنیت (با زیر مولفه فراهم آوردن گردشگری شبانه در مجموعه و بافت اطراف در اولویت برتر و سرویس دهی شبانه فضاهای خدماتی نظیر رستوران، کافی شاپ و... در اولویت بعدی)، نحوه‌ی دسترسی (با زیرمولفه شاخص بودن دسترسی به مجموعه از لحاظ بصری و قابلیت دسترسی سواره و پیاده به ترتیب اولویت)، مبلمان شهری (با زیرمولفه استفاده از مبلمان شهری با فرم خلاقانه در اولویت برتر و زیرمولفه استفاده از مصالح سنتی در ساخت مبلمان در اولویت بعدی)، وضعیت معابر (با زیرمولفه روشنایی شبانه معابر در اولویت برتر و ترجیح به استفاده از سنگفرش بجای آسفالت در مصالح معابر و ترجیح به پیاده محور بودن مسیرهای موجود در بافت در اولویت‌های بعدی) و طراحی متناسب با افراد معلول و ناتوان جسمی (با زیرمولفه‌های در نظر گرفتن تسهیلاتی نظیر عرض مناسب معابر و بازشوها، ارتفاع مناسب مبلمان و... و پیش‌بینی ابزار آسایش حرکتی نظیر سطوح شیب‌دار و آسانسور) به ترتیب در رتبه‌های بعدی ترجیح گردشگران قرار می‌گیرند که لازم است تا در بازطراحی فضاهای فرهنگی-تاریخی در راستای جذب گردشگر به این شهر به کار گرفته شوند.

7- نتیجه‌گیری و پیشنهادات

همانگونه که از تحقیق برمی‌آید توسعه امر گردشگری از بعد فرهنگی در یک شهر مرهون وجود جاذبه‌های فرهنگی و تاریخی در آن اعم از بافت‌های تاریخی، یادمان‌ها و تک‌بناهای تاریخی و مجموعه‌های تاریخی اشاره کرد که می‌بایست علاوه بر حفظ و صیانت این میراث ارزشمند در راستای احیا و باز زنده سازی آنها نیز گام اساسی برداشت. گردشگری فرهنگی یکی از رویکردهایی است که در سال‌های اخیر به عنوان ابزاری برای بازآفرینی بافت‌های تاریخی قرار گرفته است. این رویکرد راهی برای احیا و بهبود کیفیت زندگی شهری از طریق بهبود و توسعه‌ی خصوصیات ویژه‌ی تاریخی و جاذبه‌های فرهنگی مکان است. نتایج حاصل از تحقیق حاضر گویای این امر است که با باز طراحی فضاهای فرهنگی - تاریخی در سطح شهر می‌توان به رشد صنعت گردشگری و بویژه

گردشگری فرهنگی که در ارتباط مستقیم با تاریخ و فرهنگ مردمان یک شهر می‌باشد، گام برداشت. به نظر می‌رسد این مفهوم در شهر ارومیه که امروزه شاهد بی توجهی یا کم توجهی مردم و گردشگران به آثار تاریخی و ارزشمند شهر هستیم، جایگاه ویژه‌ای پیدا میکند که در این راستا با نیل به اهدافی نظیر توسعه فرهنگی و اقتصادی و اجتماعی که ذیل توسعه گردشگری قرار می‌گیرند نیز گام ارزنده‌ای می‌توان برداشت. طبق مطالعات صورت گرفته و نیز نظر گردشگران داخلی و خارجی در شهرستان ارومیه، توجه به تاثیر مولفه‌های بررسی شده در تحقیق در امر بازطراحی فضاهای تاریخی فرهنگی، از جمله راهکارهای پیشنهادی در این زمینه می‌تواند باشد که با احیای کالدهای تاریخی ارزشمند و باززنده سازی آنها و نسبت دادن کاربری‌هایی نظیر موزه و باغ موزه و نیز اماکن تفریحی و اقامتی در کنار این کاربری‌ها می‌توان نمود عینی به پژوهش حاضر در زمینه توسعه گردشگری فرهنگی در شهرستان ارومیه بخشید. از این رو راهکارهای پیشنهادی تحقیق به شرح زیر می‌باشد:

- توجه به تمیزی و زیبایی شهر
- ساماندهی معابر سواره و پیاده، توجه به زیبایی معابر و دقت در انتخاب مصالح مناسب برای معابر
- استفاده از مبلمان شهری جذاب و متناسب با بافت تاریخی مجموعه
- فراهم آوردن امکانات خدماتی- رفاهی مورد نیاز گردشگران
- طراحی متناسب با افراد معلول و ناتوان جسمی
- پیش بینی امکانات تفریحی مورد نیاز گردشگران و نیز رویدادهای فرهنگی متناسب با منطقه و توجه به پتانسیل‌های بومی
- دقت در انتخاب مصالح مناسب جهت ساخت مجموعه در بافت
- تامین امنیت شبانه در بافت پیرامونی مجموعه
- توجه به فرم و تناسبات در طراحی فضاهای شهری
- توجه به نحوه دسترسی به مجموعه در مقیاس خرد (معماری) و کلان (فضای شهری)

منابع

- آشوری، داریوش (۱۳۸۰). تعریف‌ها و مفهوم فرهنگ. تهران: انتشارات آگاه.
- الوانی، سید مهدی؛ و پیروزبخت، معصومه (۱۳۸۵). فرایند مدیریت جهانگردی. تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- آهنگران، جعفر، موسوی بازرگان، سیدجلال و نظری اورکانی، سولماز (۱۳۹۲). تدوین الگوی گردشگری قابل دسترس، مجله گردشگری، سال دوم، شماره ۲، صص ۱۱-۲۰.
- امین زاده، بهناز و دادرس، راحله. ۱۳۹۱. بازآفرینی فرهنگ مدار در بافت تاریخی شهر قزوین با تأکید بر گردشگری شهری. دوفصلنامه مطالعات معماری ایرانی، ۱(۲): ۱۰۸-۹۹.
- بهار، مهرداد (۱۳۸۴). از اسطوره تا تاریخ. تهران: نشر چشمه.
- پاپلی یزدی، محمدحسین؛ و سقایی، مهدی (۱۳۸۶). گردشگری (ماهیت و مفاهیم). تهران: انتشارات سمت.
- پور احمد، احمد، مهدی، علی، مهدیان بهمنمیری، معصومه، میرزایی کوتنایی، زهرا و آرزو محمدی (۱۳۹۱). بررسی و تحلیل نقش موزه‌ها در توسعه گردشگری فرهنگی (مطالعه موردی: موزه‌های شرق استان مازندران)، مجله برنامه ریزی و توسعه گردشگری، سال اول، شماره ۱، صص ۱۰۵-۱۲۸

- پورامرایی، سمیرا، اکبری، محمدرضا، و صابری، امیر(۱۳۹۴). جایگاه فضا‌های سبز شهری در گذران اوقات فراغت و گردشگری شهروندان، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، سال دهم، شماره ۳۱، صص ۷۱-۸۴
- ترک زبان، شقایق و محمدرادی، اصغر (۱۳۹۰). ضوابط طراحی معماری در بافت‌های تاریخی، نشریه شهر و معماری بومی، شماره ۱، صص ۵۳-۶۶
- تقوایی، مسعود و صفراآبادی، اعظم(۱۳۹۱). توسعه گردشگری فرهنگی با تاکید بر جاذبه‌های تاریخی؛ مطالعه موردی جاذبه‌های تاریخی شهر اصفهان، نشریه برنامه ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، دوره ۳، شماره ۱۲
- حبیب، فرح و حسینی نیا، مهدیه(۱۳۹۲). تحلیلی بر مفهوم فرهنگ شهری و تاثیر آن در جذب گردشگر فرهنگی (بررسی چند مصداق جهانی)، هویت شهر، شماره ۱۴، صص ۵-۱۶
- حیدرزاده، کامبیز، نجفی، کبری و حسینی، سیدعلی(۱۳۹۶). تاثیر کیفیت خدمات گردشگری بر وفاداری به مقصد گردشگری با توجه به نقش میانجی تصویر ذهنی از مقصد گردشگری و رضایت گردشگران، مجله مدیریت گردشگری، سال دوازدهم، شماره ۴۰، صص ۱۱۵-۱۵۳
- داسویل، راجر (۱۳۷۸). مدیریت جهانگردی. ترجمه سید محمد اعرابی و داود ایزدی. تهران: دفتر پژوهشهای فرهنگی
- ربیعی، علی، نویخت حقیقی، محمداقبر و زنگنه، سیروس(۱۳۹۱). عوامل موثر بر گسترش جذب گردشگری فرهنگی شهر کرمانشاه، مجله مدیریت فرهنگی، شماره ۱۸
- رضوانی، علی اصغر (۱۳۸۵). جغرافیا و صنعت توریسم. تهران: دانشگاه پیام نور.
- رهنما، محمدرحیم(۱۳۸۸). شناسایی نقاط با ارزش شهری در شهر مشهد، نشریه جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای، شماره ۱۳، صص ۱۹-۱۵۹
- زارع اشکذری، سید محمد، سقایی، محمد، موسوی، میرنجف و مختاری ملک آبادی، رضا(۱۳۹۳). تحلیلی بر نقش جاذبه‌های میراث فرهنگی در توسعه و جذب گردشگری شهری در ایران مرکزی(مطالعه موردی: شهر یزد)، پژوهش های جغرافیای انسانی، دوره ۴۸، شماره ۳، صص ۴۰۷-۴۲۷
- . ساعی، علی و نائیجی، محمدرضا(۱۳۹۰). تحلیل جامعه شناختی جذب گردشگری فرهنگی در ایران؛ مطالعه موردی گردشگران خارجی شهر اصفهان، فصلنامه علوم اجتماعی، شماره ۵۲
- عباس زاده، مظفر، محمدرادی، اصغر و سلطان احمدی، الناز (۱۳۹۴). نقش ارزش های میراث معماری و شهری در توسعه گردشگری فرهنگی مطالعه موردی : بافت تاریخی ارومیه، فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات شهری، شماره ۱۴، صص ۷۷-۹۰
- کارگر، بهمن. ۱۳۸۶. توسعه شهرنشینی و صنعت گردشگری در ایران (از مفهوم تا راه کار). سازمان جغرافیایی نیروهای مسلح
- کروبی، مهدی (۱۳۸۷). فرهنگ قومی، سرمایه فرهنگی و صنعت گردشگری، فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی، سال هفتم، شماره ۲۸، صص ۳۰۹-۳۲۴
- لحمیان، رضا، عبوری، مهدی و براری، معصومه(۱۳۹۲). نقش مبلمان شهری در توسعه گردشگری. مطالعه موردی: شهر ساری، مجله آمایش جغرافیای فضا، فصلنامه علمی پژوهشی دانشگاه گلستان، سال سوم، شماره ۱۰، صص ۱۰۱-۱۲۰
- محمدی، محمود (۱۳۸۲)، « چشم انداز و رویکرد بخش گردشگری مبتنی بر سیاست خارجی در برنامه چهارم »، همایش کاستیها و راهکارهای بخش فرهنگ، ۱۳۸۲، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، تهران.
- مکیان، سید نظام الدین و محمود نادری بنی(۱۳۸۲). بررسی گردشگری خارجی در شهرستان یزد، مجله تحقیقات اقتصادی، شماره ۶۲، صص ۱۹۵-۲۰۵
- هریسون، لارنس؛ و هانتینگتون، ساموئل (۱۳۸۳). اهمیت فرهنگ، انجمن توسعه مدیران ایران. تهران: انتشارات امیرکبیر.
- هزارجریبی، جعفر (۱۳۸۹). احساس امنیت اجتماعی از منظر توسعه گردشگری، مجله جغرافیا و برنامه ریزی محیطی، سال ۲۲، شماره ۲، صص ۱۲۱-۱۴۳

- Hashimoto, Atsuko, (2002) "Tourism and Socio-cultural Development Issues", in Tourism and Development
- Bianchini, F. and Parkinson, M. (1993), Cultural Policy and Urban Regeneration: The Western European Experience, Manchester: Manchester University Press
- Kearns, G. and Philo, C. (eds) (1993), Selling Places: The Pastas Cultural Capital Past and-Present. Oxford: Pergamon Press.
- Roberts, Peter W. & Huge skyes, (2003), Urban Regeneration: handbook, London, sage-
- Smith, M. (2007), Tourism, Culture and Regeneration, UK, Oxford, Cabi Press
- Edgell, D.L. (2009). Managing Sustainable Tourism: A Legacy for the Future. Jahad Daneshgahi Publication. [In Persian]
- Goeldner, C, Ritchie J.R. B. (2003). Tourism: Principles, Practices, philosophies. Ninth Edition New York: John Wiley and Sons.
- 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. [In Persian]