

فصلنامه پژوهشی - تخصصی شهرسازی و معماری هویت محیط

دوره ۱، شماره ۱، زمستان ۱۳۹۸

شاپا الکترونیکی: ۹۷۸۲-۲۷۱۶

<http://www.ei-journal.ir>

صص. ۶۳-۷۸

تحلیل عوامل موثر بر مشارکت مردمی در باززنده سازی بافت شهری با رویکرد توسعه گردشگری (نمونه موردی سنندج)

حمیدرضا عبدالملکی^۱، شهرام زارعی

دانشجوی کارشناس ارشد معماری، مرکز کرمانشاه، موسسه آموزش عالی جهاد دانشگاهی، کرمانشاه، ایران
(abdolmaleki779@gmail.com)

دانشجوی کارشناس ارشد معماری، گروه معماری، دانشکده فنی مهندسی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران
(zareishihram1992@gmail.com)

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۱۱/۱۹

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۱۰/۱۹

چکیده

امروزه گسترش فضاهای باز جمعی و ایجاد مراکز فراغتی به ویژه فضاهای گردشگری به یکی از اهداف برنامه ریزی فراغت تبدیل شده است که علاوه بر تامین اهداف اقتصادی و زیست محیطی، نقش موثری در تعادل بخشی به گذران فراغت و تامین سلامت جسمی و روانی جوامع دارد. تولد مفاهیمی همچون توسعه توریسم بیانگر شکل گیری تقاضای جدیدی از سوی گردشگران است که برای غنی تر کردن فرهنگ اجتماعی فردی خود پای در راه سفر و مکاشفه در سایر فرهنگ ها می گذارند. این امر واقعیت "اجتماعی" به عنوان مولفه ای اصلی و مهم در برنامه ریزی شهری را بیان می کند. واز سوی دیگر مشارکت در باززنده سازی مبتنی بر توسعه گردشگری رویکردی نوین به بازآفرینی شهری است. در این پژوهش به بررسی نقش مشارکت مردمی در باززنده سازی و توسعه گردشگری برای ارتقاء صنعت گردشگری بافت مرکزی شهر سنندج پرداخته شده است. روش انجام این پژوهش تحلیلی و توصیفی بوده و در بخش تحلیل، اطلاعات با استفاده از تکنیک تحلیل SWOT-AHP مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج حاصل از این ارزیابی نشان داد، معیار تنوع و سرزندگی اجتماعی، و زیر معیار های پژوهش، خدمات و تسهیلات رفاهی، پویایی زندگی محلی و بومی، گردشگری پذیری، حفظ کاراکتر اجتماعی و بومی، دارایی های اجتماعی بیشترین تاثیر را در مشارکت مردمی دارا می باشد.

واژگان کلیدی: مشارکت مردمی، باززنده سازی، بافت شهری، توسعه گردشگری، سنندج

نحوه استناد به مقاله:

عبدالملکی، حمیدرضا، زارعی، شهرام. (۱۳۹۸). تحلیل عوامل موثر بر مشارکت مردمی در باززنده سازی بافت شهری با رویکرد توسعه گردشگری (نمونه موردی سنندج). فصلنامه پژوهشی - تخصصی شهرسازی و معماری هویت محیط، (۱)، زمستان ۱۳۹۸. ۷۸-۴۸.

http://www.ei-journal.ir/article_104984.html

امروزه، باززنده سازی شهر، موضوعی جهانی است و به شکلی گسترده، داشتن یک برنامه بازآفرینی شهری مؤثر، به یکی از مهم ترین راهکارها برای تمام شهرهای جهان تبدیل شده است که می خواهند از توسعه افقی و گسترده، دست بکشند و توسعه درونی و متراکم را ایجاد کنند (Leary & McCarthy, 2013:25). اگر باززنده سازی شهری را دیدگاهی جامع و یکپارچه بدانیم که به تحلیل مشکلات بافت شهری می انجامد و از طریق پیشرفت وضعیت اقتصادی، کالبدی، اجتماعی، و محیط زیستی سبب احیای همه جانبه بافت می گردد (Roberts, 2003:5) و مفاهیمی نظیر بهسازی، نوسازی، بازسازی، توانمندسازی و روان بخشی را در بر می گیرد (Lichfield, 2000:44). بنابراین باززنده سازی به عنوان اصلی ترین رویکرد مرمت و حفاظت شهری بر اساس تحلیل دقیق وضع یک منطقه هدف، تطابق همزمان بافت کالبدی، ساختارهای اجتماعی، بنیان اقتصادی و وضع محیط زیست یک منطقه را دنبال می کند. بافت تاریخی شهرها به لحاظ دارا بودن قدمت، میراث کالبدی، زمین های متناسب با عملکرد فرهنگی مهم ترین بستر کالبدی-فضایی ارزش های فرهنگی محسوب می شود (صفدری، پورجعفر، رنجبر، ۱۳۹۳:۲۶). در این میان مرکز شهر و خصوصاً مرکز شهرهای تاریخی دارای اهمیتی استراتژیک هستند؛ چرا که به علت تنوع گسترده فعالیت های شهری در یک مکان، بخشی تعیین کننده، به معنایی دیگر قلب تپنده هر شهری محسوب می شوند (Landry & Bianchini, 1995). بافت های شهری ضمن دارا بودن ارزش های والای تمدنی بخشی از هویت شهر و شناسنامه هر کشوری محسوب می شوند. از این رو بحث در رابطه با بازآفرینی بافت های تاریخی که منجر به حفظ هویت شهر و محلات شهری می گردد حائز اهمیت است. در باززنده سازی، مبنای فعالیت ها و پروژه های توسعه اجتماعی سازگار با بافت تاریخی از یک سو و مرمت و حفاظت از میراث شهری از سوی دیگر توأم مورد تأکید قرار می گیرند (Smith, 2007:22)، (امین زاده، دادرس، ۱۳۹۱:۱۰۱). در سال های اخیر سیاست های باززنده سازی اجتماعی به عنوان ابزار معاصر سازی و رویکرد برنامه ریزی استراتژیک در سرانه های تاریخی ارزیابی شده است (ایزاک، ۲۰۰۹:۵). یکی از بهترین روش ها برای نیل به اهداف نوسازی و بهسازی، استفاده از ظرفیت های سرمایه ی اجتماعی است؛ به طوری که میزان اعتماد و مشارکت مردم به نهادهای دولتی در ارتباط با بافت های فرسوده ی شهری از جمله شهرداری، سازمان نوسازی و بهسازی و همچنین شرکت های تسهیل گری نوسازی بافت های فرسوده شهری، ارتباط مستقیمی با میزان سرمایه ی اجتماعی افراد دارد (حاتمی نژاد و همکاران ۱۳۹۳، ۶۶). در عصر کنونی مسئولین شهری در جستجوی راهی برای بازاریابی شهرها هستند. در این رابطه توسعه گردشگری راهبردی برای افزودن مزیت رقابتی به وسیله فراهم نمودن تصویر، منبعی برای ارزش بالای اقتصادی، اهمیت فرهنگی و سیاسی و توسعه اقتصادی و اجتماعی قاطع است. هدف اصلی این بحث فراهم آوردن جذابیت بیشتر برای سرمایه گذاری، جذب گردشگران و ساکنین بالقوه با عنایت به توسعه جوامع و بازسازی هویت محلی است (konig, 2011:5). در واقع برند یک شهر در گردشگری لبه برنده شهر در رقابت های اقتصادی و اجتماعی برای توسعه گردشگری است. توسعه گردشگری علاوه بر داشتن جنب های مثبت اقتصادی می تواند به نزدیکی بین انسان ها با ملیت ها ی متفاوت و صلح پایدار منجر شود. از سوی دیگر شهرها در فرایند جهانی شدن هویت مکانی خود را از دست می دهند و فرم ها و الگوهای یکسانی را می پذیرند. بنابراین، لازم است علاوه بر حفظ هویت های محلی خود با فراهم آوردن خدمات متمایز زمینه را برای توسعه برند خود فراهم کند (سپهرنیا، ۱۳۹۰:۲۵). گردشگری فرهنگی به عنوان یکی از مهم ترین گرایش ها در مطالعات گردشگری و اوقات فراغت به شمار می آید که مبتنی بر جاذبه ها و میراث فرهنگی، معنوی، تاریخی و مردم شناختی است (بابایی فرد، حیدریان، ۱۳۹۴:۱). در این راستا توجه هر چه بیشتر به آثار فرهنگی و تاریخی، به ویژه بافت های فرسوده تاریخی، از الزامات توسعه ی گردشگری اجتماعی به شمار می آید (پاپلی یزدی، سفایی، ۱۳۹۱:۵۰). ارزیابی اهداف و راهبردهای مشارکت مردم در باززنده سازی بافت شهری با رویکرد توسعه گردشگری، آنان را توانمند خواهد ساخت تا مسائل و مشکلات خود را درک کرده، برای مسائل و مشکلات برنامه ریزی کنند و در اجرای برنامه سهمین شوند و بعد، خود آن را ارزشیابی کنند. این در حالی است که با وجود کمترین توجهات و اقدامات حفاظتی در این گنجینه های تاریخی ارزشمند که هنوز برای بسیاری از ما ناشناخته است، این بافت ها پذیرای گردشگرانی است که با رویکرد آگاهی هر چه بیشتر این رمز و رازها و شاید بازگشت به اصل آنچه که بودند «هویت اجتماعی»، به این ثروت های اجتماعی و تاریخی رجوع می نمایند. برجسته سازی گردشگری مکان های تاریخی، تولید و باز تولید خاطرات جمعی و کانون های تعلق خاطر، اولین قدم برای کشش ذهنی به سمت محیط های تاریخی است که مقوله ای وسیع که پدیده های نو ظهور به نام توسعه گردشگری شهری را مطرح می سازد، که از طریق بالفعل سازی پتانسیل های بالقوه گردشگری شهری، بافت

و هویت تاریخی در طی رابطه مستقیم و دو سویه با گردشگری شهری، حیات واقعی و مدنی شهری را تضمین کند. شهر سنندج یکی از شهرهای فرهنگی غرب ایران است که به واسطه داشتن عمارت و بناهای تاریخی، هر ساله گردشگران زیادی از ایران و سایر نقاط جهان برای دیدن این بناها به این شهر مسافرت می کنند. در دهه های اخیر، بافت های مرکزی و قدیمی شهرها به حال خود رها شده و بر اثر بی توجهی و عدم رسیدگی، دچار مسائل متعدد شده اند. ارزش های نهفته در این بافت ها شامل بناها، گذرهای تاریخی و سازمان فضای کالبدی آنها که در واقع یادگارهای گذشتگان و زنده کننده خاطرات جمعی مردم شهر هستند، تحت تاثیر این مشکلات، فرسوده و یا از بین رفته اند. بافت مرکزی سنندج، مجموعه ای از محلات قدیمی این شهر است که آثار فرسودگی در محله های آن به چشم می خورد. در این پژوهش، محلات مرکزی، که در مرکز و هسته اولیه شهر سنندج قرار دارد طی سالیان متمادی دچار فرسودگی کالبدی- فضایی و بعضا اجتماعی- فرهنگی شده است. تعدد طرح های بهسازی و نوسازی تهیه شده توسط ارگان های مختلف، عدم هماهنگی، وجود مغایرت در اهداف و عدم جلب مشارکت مردم برای رونق و توسعه گردشگری با توجه به پتانسیل های اجتماعی این محله موجبات ناکارایی و نابسامانی تسهیلات و تجهیزات رفاهی این بافت را فراهم آورده است. بنابراین نظر به دارا بودن عناصر ارزشمند و تاریخی هسته مرکزی بافت شهر لزوم توجه جدی به منظور تنوع و سرزندگی این محله با الگوی بهینه را طلب می کند. بنابراین هدف اصلی این پژوهش تبیین عوامل موثر بر مشارکت مردمی در باززنده سازی بافت مرکزی با تاکید بر توسعه گردشگری است. در راستای دستیابی به این هدف، این سوال مطرح می گردد: راهکارهای توسعه و ترویج گردشگری با استفاده از عناصر واجد ارزش به عنوان منابع اولیه محرک باززنده سازی در بافت مرکزی کدام هستند؟

محققینی همچون اورباش (۲۰۰۰)، باود بووی (۱۹۹۸)، اشورث و تانیچ (۱۹۹۵)، این مقوله را از جنبه های مدیریت و برنامه ریزی گردشگری بررسی نموده اند. در ایران نیز تقوایی (۱۳۸۷)، تولایی (۱۳۸۵)، ماهوش محمدی (۱۳۸۰) و ثقه الاسلامی (۱۳۷۸)، دادرس (۱۳۸۹) و امیرزاده (۱۳۸۹) در ارتباط با برنامه ریزی کالبدی- فضایی گردشگری، ایجاد یک مجموعه گردشگری- تفریحی، طراحی مسیرهای پیاده گردشگری و طراحی فضاهای شهری میدان و خیابان به منظور ساماندهی کالبدی فضایی یک محور تاریخی فرهنگی تحقیق نموده اند. فلامکی (۱۳۷۴)، حناچی (۱۳۸۰)، حبیبی (۱۳۸۱)، توسلی و همکاران (۱۳۶۸)، ایزدی وصحی زاده (۱۳۸۳) در ارتباط با مرمت بافت های تاریخی، احیای شهرهای تاریخی و طراحی شهری در بافت قدیم شهر تحقیق و بررسی انجام داده اند. امین زاده و دادرس (۱۳۹۱)، به بازآفرینی فرهنگ مدار در بافت تاریخی شهر قزوین با تاکید بر گردشگری شهری. سرافراز و شیخی (۱۳۹۳)، توسعه گردشگری شهری دریافت تاریخی شهر دزفول با تاکید بر بازآفرینی فرهنگی. محمدی نژاد و مشتاقی (۱۳۹۴)، بازآفرینی فرهنگ در بافت تاریخی شهر شوشتر با تاکید بر گردشگری شهری. مخبری و اعلائی (۱۳۹۲)، بازآفرینی فرهنگی در بافت تاریخی شهر خرم آباد با تاکید بر گردشگری شهری. پوراحمد و حسینی (۱۳۹۴)، بازآفرینی بافت های تاریخی شهری جهت توسعه گردشگری فرهنگی. بابایی فرد و حیدریان (۱۳۹۴)، گردشگری فرهنگی و توسعه ی پایدار شهری با تاکید بر بازآفرینی بافت های فرسوده تاریخی. رازقی و هما گرانی (۱۳۹۲)، به بررسی توسعه گردشگری با تاکید بر بازآفرینی اجتماعی در بافت های تاریخی اصفهان پرداخته اند.

۲- مبانی نظری

۲-۱- مشارکت مردمی

مشارکت مردمی عبارت است از دخالت مردم در ایجاد و مدیریت محیط های طبیعی و مصنوع خود؛ و ارزش مشارکت اجتماعی در آن است که از مرزها و آموزه های حرف های سنتی عبور می کند. کنش مشارکت اجتماعی بر پایه این اصل قرار دارد که اگر شهروندان فعال باشند به جای آنکه با آنان به عنوان مشتریان منفعل رفتار شود و در خلق و اداره محیط های طبیعی و مصنوع خود دخالت کنند، آن گاه محط دارای عملکرد بهتری خواهد بود (sanoff, 2000). وجه تمایز شیوه های مشارکتی را در میزان تأثیرگذاری و سهم مشارکت کنندگان در تصمیم گیری ها می دانند. درک این رابطه اهمیت فراوانی دارد، زیرا مدیریت انتظارهای همه کسانی که در فرایند مشارکت حضور دارند، امری حیاتی است. نکته این نیست که همه تکنیک ها باید بر همه تصمیمات مؤثر باشند، زیرا این امر در اکثر موارد به وقوع نمی پیوندد. نکته این است که باید با شیوه هایی مناسب با رابطه و کار با مردم مشخص کرد البته این در صورتی است که قرار باشد فرصتی برای موفقیت در فرایند مشارکتی فراهم آید. پرسکولی مشارکت را در چهار سطح تعریف می کند (تصمیم سازی و موافقت با تصمیمات، تأثیرگذاری بر تصمیمات، شنیدن

نظرات قبل از تصمیمات، آگاهی در مورد تصمیمات)، (Priscoli, 2003: 61). گاهی فرایندهای مشارکتی منجر به توسعه اجتماعات محلی شده و منجر به توسعه‌ی از پایین به بالا می‌شود که زیر بنای آن سازماندهی اجتماعات محلی و بسیج قابلیت‌های درونزای اجتماعی بوده که خود عامل بهرگیری از سرمایه‌های اجتماعی می‌شود (فنی و صادقی، ۱۳۸۸: ۶۱). با گسترش رویکرد شهرسازی نوین و طرح دیدگاه‌های توسعه پایدار اجتماعات محلی، توجه دولت‌ها و جوامع به ایجاد بسترهای مشارکتی برای افزایش تأثیرگذاری سطوح مختلف اجتماعی و ابعاد ملموس زندگی شهری بر طرح‌ها جلب، و ارزش‌های محله‌مبنا و مفاهیمی چون احساس هویت و تعلق به مکان، مسئولیت‌پذیری، مشارکت جمعی و اصالت بخشی به نقش مردم، سرمایه‌های اجتماعی و توجه به نقش مشارکتی گروه‌های ذینفع و ذی‌نفع در طرح‌ها و پروژه‌های شهری دوباره مورد توجه قرار گرفت (Onyx and Bullen, 2000: 106). در گفتمان‌های مدیریت شهری، اجرای پروژه‌های توسعه و مشارکت شهری جایگاه خاصی یافته است. در واقع در ادبیات جدید توسعه، با توجه به اهمیت نقش مردم در توسعه، از مردم به عنوان ثروت واقعی هر جامعه یاد می‌شود. اصطلاح تخصصی توسعه از پایین به بالا، ناظر بر نقش مشارکتی مردم است. نوسازی شهری اساساً باید توسط مردم انجام شود و دستگاه‌های متولی باید هدایت‌کننده، برنامه‌ریز و سازمان‌دهنده باشند. یعنی ساماندهی محل توسط ساکنان با هدایت سازمانهای مداخله‌گر می‌باشد (احدنژاد و دیگران، ۱۳۹۱: ۹۹). تجربه نوسازی شهری در شهرهای مختلف ایران نشان می‌دهد که تحقق نوسازی و بهسازی بافت‌های فرسوده، مستلزم حضور و مشارکت مردم و ارتباط مستقیم و مستمر با ساکنان در کلیه‌ی مراحل برنامه‌ریزی، تهیه‌ی طرح و اجرا است (شفیعی دستجردی، ۱۳۹۱: ۲۵۰-۲۰۳).

۲-۲- بافت مرکزی شهر

مرکز تاریخی شهر، مکانی برای بروز و حضور حیات مدنی که در عرصه‌های مختلف تاریخ شکل گرفته می‌باشد و همین ویژگی موجب نقش مرکزیت آن شده است (حبیبی، مقصودی، ۱۳۸۱: ۱۲). مجموعه‌ای منسجم از معماری، فرهنگ، اقتصاد و تبادلات اجتماعی یک ساختار شهری با پیشینه تاریخی باعث می‌شود که بافت‌های تاریخی به مرور زمان پدید آیند و لازمه این پیدایش اهمیت بخشیدن به اقلیم و توجه به فرهنگ‌های بومی منطقه است (موحد، ۱۳۸۶: ۶۶). بافت تاریخی از مهم‌ترین بخش‌های هویتی هر جامعه محسوب می‌شود و پیدایش آن پیرو اطاعت از ساختارهای اقلیمی و فرهنگی است (فلامکی، ۱۳۸۴: ۱۲۷). رویکردهای مداخله‌ای بافت‌های فرسوده و تاریخی در ابعاد مختلف شهری در دوره‌های مختلف دستخوش گرایش‌ها و تمایلات اندیشه‌ای متفاوتی بوده است. مسائلی نظیر جنگ، بحران‌های اقتصادی، سیر تحولات اندیشه‌ای، جهش‌های اقتصادی و تغییر در نگرش‌ها و ارزش‌های جوامع روند مداخلات در کالبد شهر و یا برنامه‌ریزی‌های کلان در شهر را دستخوش تغییر نموده است (اوتنسیتی، ۲۰۰۸: ۲۴). میراث انسانی (کالبدی، فرهنگی، اجتماعی) نیز، همواره مقوله‌ای مورد توجه بوده است که قطعاً تحت تأثیر این روندهای اندیشه‌ای قرار داشته چرا که بستر کالبدی شهر مکان بروز و تبلور تعاملات و رشد فرهنگی است (پرات، ۲۰۰۸: ۱۰۹). فعالیت‌های فرهنگی اساساً از پتانسیل بالایی برای جذب گردشگر برخوردارند، در نتیجه می‌توان فرهنگ را امروزه یکی از اساسی‌ترین مفاهیم در حوزه‌ی شهر، طراحی، اقتصاد و برنامه‌ریزی، دانست. از اینرو رویکردهای مداخله‌ای در بافت‌های شهری نیز خصوصاً در بافت‌های واجد ارزش‌های تاریخی به سوی بهره‌گیری از این پتانسیل‌های موجود در شهرها سوق یافته است (کروبی، احمدی زاد، فرشید پیرا، ۱۳۹۶: ۴۲۵).

۲-۳- بازآفرینی شهری

فرایند بازآفرینی شهری که از دهه‌ی ۱۹۹۰ به بعد به جنبشی غالب در مداخلات شهری تبدیل شد در واقع حرکتی اعتدالی میان نوسازی و حفاظت شهری بود که در آن حفظ ارزش‌های گذشته، استفاده مجدد از بناها و بافت‌های واجد ارزش و تزریق دوباره حیات و زندگی به کالبد شهری و بافت‌های قدیم از جمله اقدامات غالب این دوره بوده است. کما این که می‌توان در کنار آن بخش‌هایی که نیاز به نوسازی دارند را نیز مد نظر قرار داد (صحی زاده و ایزدی، ۱۳۸۳: ۱۱). بنابراین از یک سو درک رو به افزایشی از هنر، فرهنگ و اوقات فراغت مبدل به یک جزء مهم بازآفرینی شهری گردیده و از سوی دیگر اشاعه دیدگاه‌هایی در مورد ارزش اقتصادی حفاظت رویکردهای ویژه را در هر دو بعد عملی و نظری در عرصه بازآفرینی شهری سبب گردیده است (صحی زاده، ایزدی، ۱۳۸۳: ۱۵). در رویکرد نوزایی و تجدید حیات شهری مقوله‌های فرهنگی و هنری، احیای اقتصادی و سرزندگی اجتماعی بیش از پیش مورد توجه قرار گرفته و اصالت بخشی به محله‌های شهری به عنوان یک ابزار اساسی در کانون سیاست‌های عمومی برای تجدید حیات اقتصادی و کالبدی محله‌ها و بافت‌های روبه‌زوال شهری قرار گرفت. تقویت هویت

یک مکان به معنای تقویت مفاهیمی چون احساس تعلق و این همانی با محیط، خاطر انگیزی، حس مکان، احساس امنیت و خوانایی است (نادریان، ۱۳۹۶: ۹۰). شرایط هویت‌مندی یک محله را تعلق مکانی ساکنان، خاطره جمعی ذهن ساکنان و حس تعلق خاطره افراد به محله خود می‌داند (قاسمی، ۷۰-۶۹: ۱۳۸۳). مهم‌ترین عوامل تشکیل دهنده هویت محله‌های شهری را شاخص تعاملات انسانی، حافظه تاریخی، رفتارها و هنجارها، فرهنگ و هنر و سلیقه می‌داند (کوهی فرد، ۱۳۹۲). در بافت‌های هدف برنامه‌های بازآفرینی شهری، بهبود کیفیت‌های محیطی، ایجاد تعلق خاطر و فعالیت‌هایی مانند اصالت بخشی و ارتقاء سرزندگی باعث افزایش کیفیت این بافت‌ها و در نتیجه بهسازی و نوسازی بافت‌ها توسط شهروندان می‌شود. سرزندگی، که به گفته "چپ من" از طریق شمارش عابران پیاده قابل اندازه‌گیری است (چپ من، ۱۳۸۴: ۱۵۲) به حضور پویا و فعال مردم در تمام طول شبانه روز در محیط‌های شهری گفته می‌شود (خستو، ۱۳۸۸: ۴۱) که این مهم جز با افزایش عوامل جذب و نگهداشت شهروندان در محیط‌های عمومی از یک طرف و از بین بردن عوامل دفع آنان از سطح شهر از طرف دیگر میسر نخواهد بود. فعالیت‌های موجود در فضاهای شهری می‌بایست متنوع باشند، حتی متضاد بودن آن‌ها و اینکه منحصر به فرد یا گروه خاصی نباشند نیز می‌تواند عاملی جهت افزایش سرزندگی محیط باشند و همچنین تنوع جاذبه‌ها، قابلیت دسترسی و اتصال را عوامل اصلی ارتقاء دهنده سرزندگی می‌داند (چپ من، ۱۳۸۴: ۱۶۲).

۲-۴- توسعه گردشگری اجتماعی

در عرصه گردشگری شهری، یکی از دیدگاه‌های برجسته، مدل یسنن-وربکی (۱۹۸۶) درباره ی محیط هسته است. این مدل، هسته قدیمی شهر به عنوان یک محصول فراغت ارتباط میان عناصر سیستم گردشگری هسته قدیمی شهر و اهمیت هسته قدیمی به عنوان یک «محصول فراغت» را نمایش می‌دهد (Page & Hall, 2006: 150). عناصر مشروط بطور کلی عبارت‌اند از قابلیت دسترسی آسان به هسته مرکزی شهر و پیرامون آن (مانند تابلوهای راهنما)، سهولت دسترسی به پارکینگ، تدارک حمل و نقلی و خدمات خاص گردشگری نظیر مراکز اطلاع رسانی گردشگری، راهنماها، نقشه‌ها و اطلاع رسانی‌ها (مانند بروشورهای تبلیغاتی)، (Verbek-Jan, 1986). گردشگری فرهنگی (یا گردشگری مبتنی بر فرهنگ) به عنوان زیرمجموعه‌های از گردشگری، با فرهنگ یک منطقه یا یک شهر و بطور خاص سبک زندگی مردم آن، تاریخ، هنر، معماری، مذاهب و سایر مواردی که به نوعی شیوه ی زندگی کردن یک ناحیه را تعریف می‌کنند، مرتبط است. همچنین این استراتژی در نواحی شهری شهرهای بزرگ و تاریخی شامل امکانات فرهنگی شان نظیر موزه‌ها و تئاترها می‌شود (OECD, 2008: 19). تمرکز بر روی فرهنگ در فرآیند توسعه شهری از دهه ی ۱۹۷۰ شروع شد یعنی از زمانی که اولین پروژه‌های بزرگ برای توسعه مجدد شهرها، شروع به استفاده از امکانات فرهنگی نظیر موزه‌ها، سالن‌های کنسرت، تئاتر و سینماها با هدف جذب بازدیدکننده و بهبود سیمای نواحی شهری رو به زوال، کردند (Smith, 2007: 12). بطوری که این استراتژی در اروپا به یکی از قدیمی‌ترین و مهمترین مولدهای گردشگری بدل گشت و به عنوان نقش اساسی در توسعه صنعت گردشگری اروپا ابقا شد؛ بنابراین توسعه تسهیلات فرهنگی می‌تواند به توسعه گردشگری، بهبود توسعه اقتصادی محلی و برجسته سازی هویت مکان کمک شایانی نماید (Richards, 1996). مفهوم "فرهنگ و بازآفرینی" نشان دهنده استفاده از امکانات یا رویدادهای پراکنده و کوچک مقیاس فرهنگی به عنوان حرکت‌هایی نه چندان مرتبط با بدنه اصلی و جانمایه بازآفرینی شهری است؛ (لطفی، ۱۳۹۰: ۵) در این رویکرد، فعالیت فرهنگی به طور کامل با استراتژی‌های مکان در کنار سایر فعالیت‌های حوزه‌های محیطی، اجتماعی و اقتصادی پیوند دارد، توجه به نقش فرهنگ، استفاده از ارزش‌های تاریخی و فرهنگی به عنوان منابعی برای توسعه و همچنین توجه به گذران اوقات فراغت مردم، مهمترین وجوه گرایش بازآفرینی فرهنگی هستند (پورا احمد، ۱۳۸۹: ۱۲). نهادینه شدن «رویدادهای فرهنگی»، نقش مؤثری در تثبیت رویکرد «بازآفرینی شهری» داشته و به عنوان عاملی برای حفاظت از میراث ارتقای کیفیت محیطی، مرمت و بازآفرینی ساختار کالبدی، طراحی‌های جدید و هماهنگ با ساختار قبلی و ورود به کارکردهای نو به ساختارهای جدید تبدیل شده است. در بازآفرینی فرهنگی، عامل فرهنگ به عنوان یک راهبرد توسعه ای بسیار مهم در مقیاس‌های محلی و جهانی مطرح است (bird et al. 1993). بافت تاریخی و درونی شهرها به لحاظ دارا بودن قدمت، میراث کالبدی، زمین‌های مناسب با عملکردهای فرهنگی به عنوان مهمترین بستر کالبدی - فضایی بازآفرینی فرهنگی محسوب می‌شود. رویدادهای فرهنگی نیز بستر مناسب کالبدی - عملکردی را فراهم می‌سازد (امین زاده، دادرس، ۱۳۹۱: ۴۵). احیای ساختارهای کهن، برجسته سازی مکان‌ها و باز تولید خاطرات جمعی و کانون‌های تعلق خاطر، از جمله اولین اقدامات

برای ایجاد کشش ذهنی به سمت محیط های تاریخی است که مقوله ای وسیع و پدیده ای نوظهور به نام گردشگری فرهنگی را مطرح می سازد (Ashworth & Tubridge, 2000). بدون در نظر گرفتن «فرهنگ» و «اجتماع»، دستیابی به پایداری و بازآفرینی یکپارچه، امری غیر ممکن تلقی می شود. در این میان، نقش «گردشگری» به عنوان استراتژی اساسی در بازآفرینی فرهنگی مطرح می شود (Smith, 2007). حفظ شدن و پایدار ماندن میراث فرهنگی، هنرها، سنت ها و آداب و رسوم ملت ها، سازماندهی منابع فرهنگی، احیای غرور فرهنگی و ملی، جلوگیری از بیگانه گرایی و احساس حقارت فرهنگی و بروز تبادلات میان فرهنگی از آثار مثبت توسعه گردشگری فرهنگی به شمار می روند (انصاری، ۱۳۸۷: ۱۳). جلب سرمایه و حضور مردم در بسیاری از شهرها به خصوص بافت های تاریخی به واسطه حضور گردشگر فرهنگی شهری تحقق می پذیرد؛ بنابراین، سرمایه گذاری در بخش صنعت گردشگری شهری فرهنگی نه تنها اهداف اقتصادی مرمت توسعه شهرها را برآورده می کند، بلکه به عنوان محرکی سازنده جهت بازآفرینی بافت های تاریخی و حفاظت از آثار و بافت های باارزش کاربرد دارد (تقوایی، ۱۳۸۷: ۱۸).

۳- روش پژوهش

این پژوهش از نظر هدف کاربردی و روش تحقیق توصیفی- تحلیلی است. تکنیک گردآوری آمار و اطلاعات، با استفاده از روش های مبتنی بر مطالعات کتابخانه ای، مشاهدات میدانی و پیمایشی به دست آوردن داده ها از طریق پرسش نامه بوده و تحلیل اطلاعات با نرم افزار Spss صورت پذیرفته است. به منظور برآورد حجم نمونه آماری برای مشخص ساختن معیارها و عوامل مناسب مشارکت در در باززنده سازی بافت شهری با رویکرد توسعه گردشگری (جدول ۱)، در نمونه موردی از فرمول کوکران و روش نمونه گیری خوشه ای استفاده شده است، که حجم نمونه ۲۵۰ نفر برآورد می شود. سنجش روایی و پایایی پرسشنامه زمانی از پایایی مناسب برخوردار خواهد بود که ضریب آلفای کرونباخ بزرگتر یا مساوی ۰/۷۶ می باشد. در پژوهش حاضر، به منظور تعیین اولویت های پیشنهادی در توسعه گردشگری، از رویکرد تلفیقی تجزیه و تحلیل تکنیک SWOT و مدل AHP استفاده شده است.

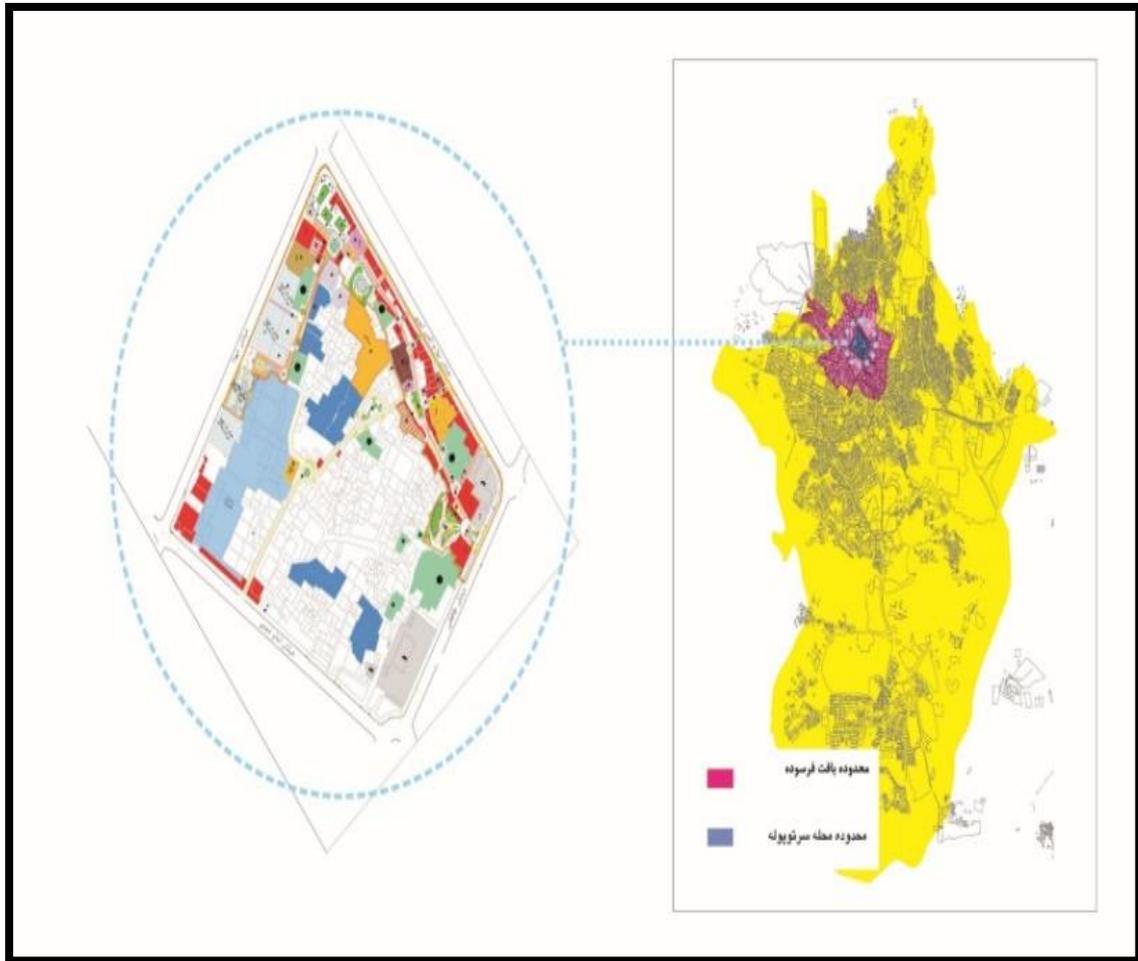
جدول ۱- معیارها و زیر معیارها مشارکت مردمی در بازآفرینی بافت تاریخی با تاکید بر برندسازی گردشگری فرهنگی

شاخص	معیارها	زیر معیارها
مشارکت مردمی در باززنده سازی بافت شهری با رویکرد توسعه گردشگری	تجهیزات و تجهیزات	کارایی امکانات
		فن آوری
		خدمات و تسهیلات رفاهی (اقامتی - خدماتی)
توسعه گردشگری	تنوع و سرزندگی اجتماعی	پویایی زندگی محلی و بومی
		پویایی فعالیت های اجتماعی
		گردشگری پذیری
		جذابیت های فرهنگی
معیار و هویت	تجهیزات و تجهیزات	حفظ کاراکتر اجتماعی و بومی
		هویت تاریخی
		میراث معنوی
		خاطره انگیزی
		دارایی های اجتماعی

۴- معرفی محدوده پژوهش

مورد پژوهش بافت مرکزی شهر سنندج است. که محلاتی مانند جور آباد، قطار چیان، آقازمان، قلعه چوارلان، بافت قدیم شهر را تشکیل می دهند. اقشار ساکن در این محلات نیز با توجه به همجواری آن با عمارت های اشراف شهر از جمله عمارت آصف از طبقات متوسط شهری محسوب می شدند. این محلات از شمال به خیابان صلاح الدین ایوبی، از جنوب به مرکز شهر و محور تجاری خیابان امام خمینی، از شرق به خیابان طالقانی و محله چهارباغ و از غرب به خیابان شهداء محدود می شود. در اسناد تاریخی موجود از محلات مرکزی شهر در دوره صفویه، افشاریه و قاجاریه نام برده شده است که همگی نشانگر قدمت این محلات در شهر سنندج است. این محلات به واسطه تعدد بناهای واجد ارزش و همچنین حوزه های فعالیت های

فرهنگی مهم در حوزه مداخله مورد بررسی در این پژوهش، پتانسیل تبدیل شدن به مقصد گردشگری واجد ارزش را دارا می باشد. عناصر و حوزه های واجد ارزش عبارتند از عمارت مشیر دیوان ، عمارت آصف، خانه احمدی ، محدوده جمعه بازار ، راسته طلا فروشان، راسته پارچه فروشان هاجر خاتون، بافت ارگانیک محله، سردرهای قدیمی که در راستای معیارهای ذکر شده ادبیات نظری به شرح زیر به ویژگی های آنها پرداخته می شود.



شکل ۱- موقعیت محدوده مورد مطالعه سرتپوله در سنندج (ماخذ: مهندسین مشاور بوم نگار، ۱۳۹۰)

۵- بحث و یافته ها

بررسی و تحلیل عوامل موثر بافت مرکزی مانند:

-مجلات مرکزی بافت ارگانیک خود را حفظ نموده ، دارای الگوی دانه بندی ریزدانه بوده که بافت غالب مجموعه را دربر می گیرد به جز عمارت های قدیمی و متعلق به خانواده های متمول، بقیه بافت الگویی ریزدانه دارند. الگوی دانه بندی را می توان متأثر از وضعیت توپوگرافی آن نیز دانست که منجر به شکل گیری معابر محلی با شیب زیاد شده است که از لحاظ دید و منظر کارکتر خاصی را ایجاد نموده است.

-محورهای مقیاس محلی (ارگانیک) محلات مرکزی بقایای محورهای ارگانیک بافت قدیم هستند که منظر و ساختاری خاص و منحصر بفرد دارند که موجب یکتایی آن ها و همچنین جذابیت آنها برای گردشگران می شود.

-مرکز محلات بعنوان مرکز تجمع خدمات مقیاس محلی و فضایی متعامل که امکان حضور و برپایی مراسم در مقیاس محلی را فراهم می سازد و ارتباط دهنده بافت فرهنگ با محور تجاری و محدوده بافت اطراف می باشد.

وجود عناصر شاخص و ارزشمند به لحاظ تاریخی در حوزه مورد نظر نظیر عمارت مشیر دیوان، عمارت آصف و هاجر خاتون و ارزش های انکارناپذیر در سایت که به واسطه تاریخ و هویت و اصالت غنی مکان در قالب کالبد و فعالیت و فرهنگ تجلی یافته است.

فعال بودن بسیاری از حوزه هایی که فعالیت های بومی و محلی در آن جریان دارد. نظیر راسته هاجر خاتون، حوزه های صنایع فرهنگی و دستی مانند تخته نرد .. و حوزه های عملکردی فرهنگی و بومی به لحاظ ارزش های متمایز بومی که دارند پتانسیل ایجاد یک برند خاص را برای مکان امکانپذیر می سازد که این امر خود عامل موفقیت در بحث رقابت پذیری میان شهرها در جلب گردشگران فرهنگی است. کیفیت سکونت در این محله علاوه بر معضلات و مشکلات کالبدی و اجتماعی هنوز از کیفیت مناسبی برخوردار است و امکان احیا و بازآفرینی مکان را با حضور ساکنان بومی فراهم می سازد (طرح بهسازی و نوسازی بافت فرسوده سنندج، مهندسین مشاور بوم نگار، ۱۳۹۰). با توجه به مطالب پیشین می توان به تحلیل عوامل موثر داخلی و خارجی بر مشارکت مردمی در باززنده سازی بافت شهری با رویکرد توسعه گردشگری به کمک تکنیک سوات پرداخت:

پس از استخراج معیارها و زیرمعیارهای موثر بر مشارکت مردمی باززنده سازی بافت شهری با رویکرد توسعه گردشگری، این معیارها و زیرمعیارها در بافت مرکزی شهر براساس ماتریس SWOT-AHP مورد تجزیه و تحلیل قرار می گیرند. مهمترین موارد تحلیل در قالب سه دسته معیارهای تسهیلات و تجهیزات رفاهی، تنوع و سرزندگی اجتماعی، تمایز و هویت در زیر قرار گرفته است.

جدول ۲- نقاط قوت و ضعف، مشارکت مردمی در باززنده سازی بافت شهری با رویکرد توسعه گردشگری

معیار	زیر معیار	قوت	ضعف
سختی و تنوع فرهنگی	کارائی امکانات	S1 وجود عناصر و نشانه های شاخص شهری	W1 عدم انسجام و یکپارچگی عناصر و فعالیت های جاذب
	فن آوری	S2 وجود الگوهای معماری خاص	W2 عدم تعریف و جمعیت
	خدمات و تسهیلات رفاهی	S3 وجود کریدور بصری خاص و واجد ارزش	W3 فرسودگی کالبدی و ازبین رفتن تدریجی جذابیت بصری
		S4 وجود مرز بندی در محلات قدیمی	
سختی و تنوع فرهنگی	پویایی زندگی محلی و بومی	S8 وجود کارگاه های سنتی و صنایع	W7 عدم برگزاری آئین ها و رسوم و جشن های سنتی
	پویایی فعالیت های اجتماعی	S9 تنوع قومی و اجتماعی	W8 عدم وجود برنامه های فرهنگی آموزشی به منظور افزایش استقبال عمومی از پیاده محوری و سلامت جامعه
	گردشگری	S10 وجود آداب و رسوم فرهنگ محلی	W9 درونگرایی برخی از فعالیتهای همگانی
	پذیری	S11 مشارکت مردم در ساخت بناهای مذهبی	W10 پایین بودن سرانه مجموعه های فرهنگی تفریحی
	حفظ کاراکتر فرهنگی و بومی	S12 حمایت برخی از ساکنین بافت تاریخی در حفظ میراث	W11 محدودیت تعامل در فضای همگانی در شب
		S13 ارتباط عرصه همگانی با عناصر فعالیتی	W12 عدم امکان حضور تمامی افراد با قومیت و ملیت متفاوت
		S14 وجود محورهای تجاری با تعامل بالا	W13 عدم وجود تعریف ذهنی و عینی خاص برای مکان های مختلف از لحاظ هویتی
		S15 وجود بازار محلی و فعالیت های مرتبط	W14 مخدوش شدن هویت بافت در طول زمان
		S16 وجود عناصر دارای ارزش تاریخی جهت جذب گردشگر	
		S17 شخصیت و کاراکتر محدوده از لحاظ ارزش های کالبدی	
سختی و تنوع فرهنگی	هویت تاریخی	S18 هویت تاریخی بافت	W16 تحت تاثیر قرار گرفتن نشانه های واجد ارزش به وسیله ساخت و ساز غیر کارشناسی
	میراث معنوی	S19 باقی ماندن برخی از الگوهای تزئینات معماری	W17 فقدان فرصت ایجاد بناهای خلاقانه به واسطه محدودیت ها و ضوابط میراث
	خاطره انگیزی	S20 وجود عناصر شاخص	
	دارایی های اجتماعی	S21 خاطرات جمعی اهالی محلی	
	S22 وجود تباین در فضاهای شهری بافت قدیم		
	S23 وجود تعلق خاطر و خاطرات جمعی		

W15 عدم رسیدگی به فرهنگی	W18 درونگرایی بناهای واجد ارزش
W15 عدم رسیدگی به فرهنگی	W18 درونگرایی بناهای واجد ارزش

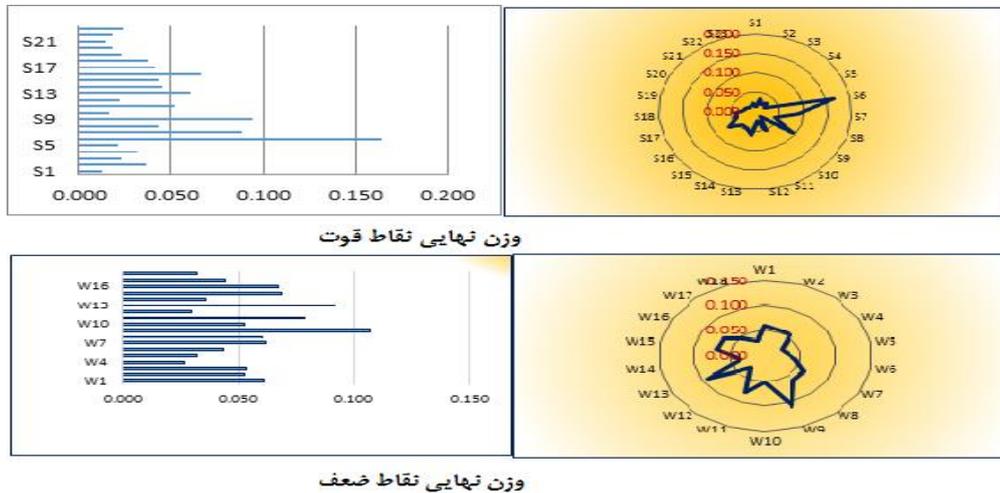
جدول ۳- نقاط فرصت و تهدید، مشارکت مردمی در باززنده سازی بافت شهری با رویکرد توسعه گردشگری

معیار	زیر معیار	فرصت	تهدید
تسهیلات و تجهیزات رفاهی	کارایی امکانات	O1 فرصت تقویت مرز محلات با ارزش تاریخی	T3 پاسخ گو نبودن به نیازهای ساکنان و گردشگران
	فن آوری	O2 تصویر ذهنی خاص شهر که آن را برای بازدید کنندگان خوشایند می سازد	T4 ناتوانی و نبود اختیارات لازم برای بالا بردن استانداردهای تسهیلات و خدمات گردشگری
	خدمات و تسهیلات رفاهی (اقامتی - خدماتی)	O3 وجود سردر های زیاد و واجد ارزش به عنوان نشانه و شاخصه بافت	T1 آشفته گی سیمای محله
سازندگی اجتماعی	پویایی زندگی محلی و بومی	O4 وجود مسجد جامع و مساجد و اماکن متبرکه که به منظور ایجاد شبکه ای از فضاهایی که تعاملات اجتماعی را تقویت می کند	T2 تهدید شدن فضاهای همگانی به وسیله رویکردهای سودجویانه
	پویایی فعالیت های اجتماعی	O5 ایجاد محیطی خلاق و پویا	T5 فرسودگی ابنیه و عدم رسیدگی به آنها که موجب کاهش سرزندگی فضا می شود.
	گردشگری پذیري	O6 وجود گذرهای اصلی و پویا به منظور افزایش پویایی بافت وجود فرصت های نمایش و بیان هنرهای بومی و معماری واجد ارزش	T6 آفول سکونت دائم در برخی محدوده ها که سرزندگی و حیات سایت را دستخوش تغییر خواهد کرد.
	حفظ کاراکتر فرهنگی و بومی	O7 وجود فرصت های نظیر بازار برای پویایی محور گردشگری	T7 عدم وجود نهادهای فرهنگی و هنری به منظور تقویت ویژگی های منحصر به فرد فرهنگی محیط
		O8 وجود فرصت های اقلیمی	T8 اختصاص یافتن فضاهایی با پتانسیل بالا برای توقف خودروها و تصویر ذهنی مردم از عناصر تاریخی بافت
		O9 تقویت جاذبه های تاریخی و رونق گردشگری	T9 کم رنگ شدن ارتباط و تصویر ذهنی مردم از عناصر تاریخی بافت
تعمیر و نگهداری	هویت تاریخی	O10 وجود مراکز محلات به عنوان گره های تعاملی	T10 عدم توجه به فرصت های توسعه و تمایز سایت و ایجاد برند خاص
	میراث معنوی	O11 استفاده از شرایط اقلیمی	T11 عدم توجه به فرصت های بازآفرینی و احیای ویژگی های خاص در برنامه های توسعه آتی
	خاطره انگیزی	O12 وجود گروه های فعالیتی نظیر بازار برای پویایی محور گردشگری	T12 نیمه تخریب شدن برخی از عمارت های قدیمی و واجد ارزش که باعث از بین رفتن فرصت بازآفرینی میراث گذشته
	دارایی های اجتماعی	O13 مقبولیت عمومی	
		O14 وجود هنرمندان بومی که به وسیله هنر خود و استفاده از عناصر بومی هویت شهر را تقویت می کنند	
	O15 مرمت و احیای آثار تاریخی در بافت به عنوان عناصر هویت بخش		

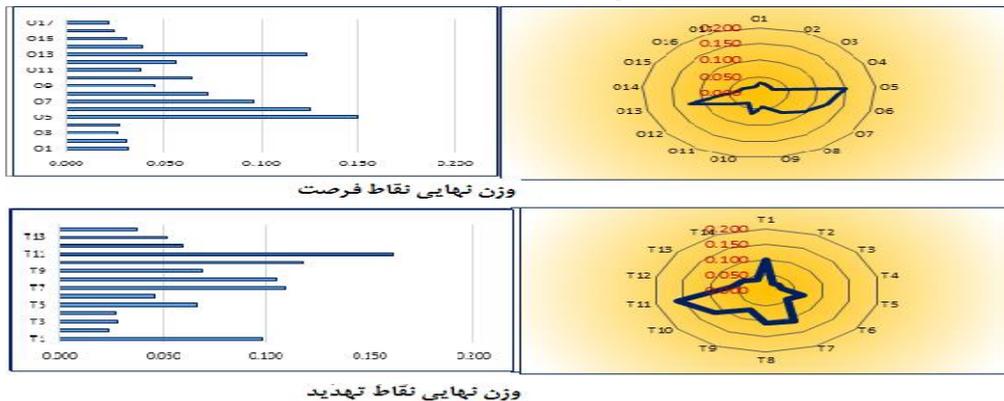
۶- تحلیل یافته ها حاصل از روش SWOT در فرآیند AHP

در این مرحله پس از تدوین نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید و ایجاد ساختار سلسله مراتبی از ماتریس SWOT با کمک AHP مقایسه دو به دو و زوجی عوامل در هر کدام از گروه های SWOT به صورت مجزا انجام می شود و از این طریق مهمترین اولویت ها در هر گروه و نیز براساس دسته بندی های مشارکت مردمی بر باززنده سازی بافت شهری و توسعه گردشگری به دست می آید. این تحلیل ها در قالب نمودار های ۱، ۲ در زیر آورده شده است.

نمودار ۱- وزن نهایی نقاط قوت و ضعف ها AHP-SWOT



نمودار ۲- وزن نهایی نقاط فرصت و تهدید ها AHP-SWOT



جدول ۴- مقایسه زوجی گروه های و وزن دهی AHP-SWOT

وزن	میانگین هندسی	تهدید (T)	فرصت (O)	ضعف (W)	قوت (S)	معیار اصلی SWOT
۰,۲۸۳	۱,۲۵۴	۰,۹۹۷	۲,۹۶۲	۰,۸۳۷	۱,۰۰۰	قوت (S)
۰,۳۳۸	۱,۴۹۸	۱,۱۹۱	۳,۵۳۸	۱,۰۰۰	۱,۱۹۴	ضعف (W)
۰,۰۹۵	۰,۴۲۲	۰,۳۳۷	۱,۰۰۰	۰,۲۸۰	۰,۳۳۸	فرصت (O)
۰,۲۴۸	۱,۲۵۷	۱,۰۰۰	۲,۹۷۰	۰,۸۴۰	۱,۰۰۳	تهدید (T)
	۴,۴۳۲					

۷- نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده

مهمترین اولویت های به دست آمده در جدول (۴) قرار گرفته است که از میان ۷۲ عامل معرفی شده در SWOT برای باززنده سازی بافت شهری ۲۰ عامل با بالاترین ضریب اهمیت انتخاب شدند. با توجه به اولویت های نهایی عوامل SWOT، عوامل گروه نقاط ضعف اولین اولویت را دارا می باشند بدان معنا که در ارائه ی راهبردهای مشارکت مردمی بر توسعه گردشگری، بیش از بقیه ی عوامل باید در نظر گرفته شوند.

براساس آنچه از تحلیل های مقایسات زوجی عوامل به دست آمد نمودار (۲،۱). معیار تنوع و سرزندگی اجتماعی اولین اولویت را در باززنده سازی و توسعه گردشگری داراست و پس از آن معیار تمایز و هویت، تسهیلات و تجهیزات رفاهی قرار دارند، این اولویت ها در ارائه ی راهبردها مورد توجه قرار خواهند گرفت.

پس از انجام مراحل فوق، تحلیل خارجی (محیط خارجی) و تحلیل داخلی (محیط داخلی)، پیش نیاز تدوین استراتژی بر اساس روش SWOT-AHP می باشد. شایان ذکر است که برای تدوین ماتریس SWOT-AHP، ماتریس های IFE و EFE مورد نیاز می باشد. اختصاص امتیازی بین ۱ تا ۴ به هر عامل کلیدی موفقیت بر حسب میزان تاثیرگذاری آن بر موفقیت استراتژیک است. نشان دهنده این موضوع است که در عوامل درونی وزن گروه ضعیف ها بیشتر از قوت ها بوده و در عوامل موثر وزن

(وجود فضاهای بلا استفاده و پارک مقیاس محلی (پارک شهدا) جهت اسکان موقت گردشگران، وجود عناصر دارای ارزش تاریخی جهت جذب گردشگر) و (درونگرایی برخی از فعالیت ها ی فضاهای همگانی که باعث کاهش رونق آنها می گردد، محدودیت تعامل در فضای همگانی در شب) و در گروه تهدیدها دارای وزن بیشتری نسبت به گروه فرصت ها بوده و در عوامل موثر (ایجاد محیطی خلاق و پویا، وجود گذرهای اصلی و پویا به منظور افزایش پویایی بافت) و (آشفته گی سیمای محله، عدم توجه به فرصت های توسعه و تمایز سایت و ایجاد برند خاص) حاضر اهمیت بوده اند.

با توجه به نمودار (۳) این ماتریس دارای دو بعد اصلی است. جمع امتیازهای نهایی ماتریس ارزیابی عوامل موثر بر مشارکت مردمی در بازآفرینی بافت تاریخی با تاکید بر برندسازی گردشگری فرهنگی بر روی محور X نشان داده شده است و جمع امتیازهای نهایی ماتریس ارزیابی عوامل خارجی موثر بر محور Y مشخص شده است. با توجه به این که نمره نهایی عوامل داخلی معادل ۱،۱۸۶ است و نمره نهایی عوامل خارجی برابر ۱،۲۶۸ است، با مجموع ۲،۴۵۴؛ که نشان دهند ضعف در عوامل داخلی بوده و مجموعه امتیازات در نمودار شماره (۳) قرار گرفته است، بنابراین نیاز است تا راهبردهای تدافعی به کار برده شود. چرا که بافت مرکزی شهر سنندج در جهت مشارکت مردمی بر باززنده سازی بافت شهری با توسعه گردشگری نتوانسته از فرصت های بیرونی به خوبی استفاده نموده و از تهدیدات دوری کند. این راهبردها برای به حداقل رساندن زیانهای ناشی از تهدیدها و نقاط ضعف می باشد. هدف سیستم در اجرای استراتژی های (WT) کم کردن نقاط ضعف داخلی و پرهیز از تهدیدات ناشی از محیط خارجی است سیستمی که بیشترین عواملش در این خانه متمرکز باشد وضعیت مناسبی نداشته و در موضع مخاطره آمیزی قرار خواهد گرفت.

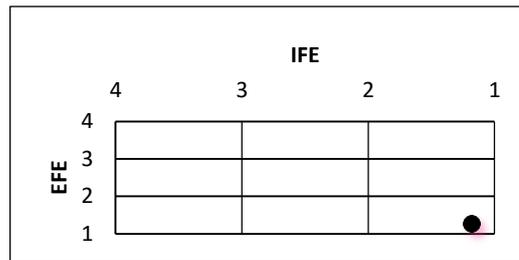
جدول ۵- تحلیل محیط درونی بر اساس ماتریس ارزیابی عوامل داخلی IFE

رتبه	وزن امتیاز	امتیاز	نرمالیزه شده	وزن نهایی	وزن درونی گروهی	وزن گروه	عوامل موثر	گروه	IFE
۱	۰،۲۲۹	۴،۰۰۰	۰،۰۷۵	۰،۰۴۶	۰،۱۶۴	۰،۲۸۳	s6	قوت	
۲	۰،۱۵۱	۳،۵۰۰	۰،۰۴۳	۰،۰۲۷	۰،۰۹۶		s8		
۳	۰،۱۵۰	۳،۷۰۰	۰،۰۴۱	۰،۰۲۵	۰،۰۸۹		s7		
۴	۰،۱۲۱	۴،۰۰۰	۰،۰۳۰	۰،۰۱۹	۰،۰۶۶		s16		
۵	۰،۱۱۱	۴،۰۰۰	۰،۰۲۸	۰،۰۱۷	۰،۰۶۱		s13		
۶	۰،۰۵۸	۱،۰۰۰	۰،۰۵۸	۰،۰۳۶	۰،۱۰۷	۰،۳۳۸	W9	ضعف	
۷	۰،۰۷۵	۱،۵۰۰	۰،۰۵۰	۰،۰۳۱	۰،۰۹۲		W13		
۸	۰،۰۷۲	۱،۷۰۰	۰،۰۴۳	۰،۰۲۷	۰،۰۷۹		W11		
۹	۰،۰۷۵	۲،۰۰۰	۰،۰۳۸	۰،۰۲۳	۰،۰۶۹		W15		
۱۰	۰،۰۷۳	۲،۰۰۰	۰،۰۳۷	۰،۰۲۳	۰،۰۶۷		W16		
۱،۱۸۶									

جدول ۶ - تحلیل محیط بیرونی بر اساس ماتریس ارزیابی عوامل خارجی EFE

رتبه	وزن امتیاز	امتیاز	نرمالیزه شده	وزن نهایی	وزن درون گروهی	وزن گروه	عوامل موثر	گروه	EFE
۲	۰,۱۵۱	۴,۰۰۰	۰,۰۳۸	۰,۰۱۴	۰,۱۵۰	۰,۰۹۵	O5	فرصت	
۶	۰,۱۲۲	۳,۹۰۰	۰,۰۳۱	۰,۰۱۲	۰,۱۲۵		O6		
۷	۰,۰۹۳	۳,۰۰۰	۰,۰۳۱	۰,۰۱۲	۰,۱۲۴		O13		
۸	۰,۰۸۲	۳,۴۰۰	۰,۰۲۴	۰,۰۰۹	۰,۰۹۶		O7		
۱۰	۰,۰۷۳	۴,۰۰۰	۰,۰۱۸	۰,۰۰۷ A	۰,۰۷۳		O8		
۱	۰,۲۴۲	۲,۰۰۰	۰,۱۲۱	۰,۰۴۶	۰,۱۶۱	۰,۲۸۴	T11	تهدید	
۵	۰,۱۳۲	۱,۵۰۰	۰,۰۸۸	۰,۰۳۳	۰,۱۱۷		T10		
۴	۰,۱۴۷	۱,۸۰۰	۰,۰۸۲	۰,۰۳۱	۰,۱۰۹		T7		
۹	۰,۰۷۸	۱,۰۰۰	۰,۰۷۸	۰,۰۳۰	۰,۱۰۵		T8		
۳	۰,۱۴۸	۲,۰۰۰	۰,۰۷۴	۰,۰۲۸	۰,۰۹۸		T1		
۱,۲۶۸									

نمودار ۳- ماتریس داخلی - خارجی (تعیین نوع استراتژی)



با توجه جدول (۶و۵) و رتبه بندی ضرایب به دست آمده برای زیر معیار های پژوهش، خدمات و تسهیلات رفاهی، پویایی زندگی محلی و بومی، گردشگری پذیری، حفظ کاراکتر اجتماعی و بومی، دارایی های اجتماعی به ترتیب دارای بیشترین ضریب وزنی اهمیت در بین ۲۰ شاخص مورد پژوهش را دارا هستند. در نهایت هدف AHP فراهم کردن وزن نهایی است، که اهمیت نسبی راه حل ها را برای هر مولفه بیان می کند. حال بعد از مقایسه زوجی و محاسبه وزن های نسبی گزینه ها و معیارها، لازم است تا وزن نهایی هرگزینه ها نسبت به مفاهیم و الترناتیوهای پژوهش محاسبه گردید. جدول (۹).

جدول ۹- اولویت های عوامل موثر بر مشارکت مردمی در باززنده سازی بافت شهری با

رویکرد توسعه گردشگری SWOT-AHP

رتبه	اولویت نهایی	اولویت های درون گروهی	عوامل SWOT	گروه	اولویت های هر گروه	LOWS
۱	۰,۰۴۶۴۵	۰,۱۶۴	وجود فضاهای بلا استفاده و پارک مقیاس محلی (پارک شهدا) جهت اسکان موقت گردشگران	s6	۱۷۸۰	(S)
۸	۰,۰۲۶۸۰	۰,۱۰۹۵	وجود کارگاه های سنتی و صنایع دستی در محدوده	s8		
۹	۰,۰۲۵۱۶	۰,۰۸۹	وجود بازارهای دوره ای و هفتگی که جاذب جمعیت در فضاهای همگانی است	s7		
۱۳	۰,۰۱۸۷۲	۰,۰۶۶	وجود عناصر دارای ارزش تاریخی جهت جذب	s16		

گردشگر			W	نقص
۱۴	۰,۰۱۷۱۸	۰,۰۶۱		
۳	۰,۰۳۶۱۶	۰,۱۰۷	W9	
۶	۰,۰۳۰۹۹	۰,۰۹۲	W13	
۱۰	۰,۰۲۶۷۳	۰,۰۷۹	W11	
۱۱	۰,۰۲۳۳۸	۰,۰۶۹	W15	
۱۲	۰,۰۲۲۷۲	۰,۰۶۷	W16	
۱۵	۰,۰۱۴۲۹	۰,۱۵۰	O5	۵۶,۰۰۰
۱۶	۰,۰۱۱۸۵	۰,۱۲۵	O6	
۱۷	۰,۰۱۱۷۳	۰,۱۲۴	O13	
۱۸	۰,۰۰۹۱۵	۰,۰۹۶	O7	
۱۹	۰,۰۰۶۹۳	۰,۰۷۳	O8	
۲	۰,۰۴۵۷۹	۰,۱۶۱	T11	
۴	۰,۰۳۳۳۱	۰,۱۱۷	T10	
۵	۰,۰۳۱۰۰	۰,۱۰۹	T7	
۷	۰,۰۲۹۶۹	۰,۱۰۵	T8	
	۰,۰۲۷۹۶	۰,۰۹۸	T1	

۸- نتیجه گیری

با توجه به اینکه بافت مرکزی شهر با در برداشتن آثاری از مبادی تاریخی، فرهنگی و آئینی و برگزاری بسیاری از مراسم های آئینی و مذهبی می تواند با تزریق مؤلفه های هویت اجتماعی به عنوان عامل برونزا به چرخه باززنده سازی وارد شود و با احیاء و استفاده تطبیق یافته از ساختارهای تاریخی بافت ها، مرکز شهری سرزنده تر و اقتصادی پررونق تر برای شهر ایجاد کند، لازم است با استفاده هرچه بیشتر از مشارکت مردمی در امر بازآفرینی فرهنگی در راستای توسعه گردشگری و در نتیجه هویت مکان بافت تاریخی را ارتقا بخشید تا با بهبود شرایط بافت، افزایش دلبستگی به مکان و حس تعلق ساکنان و همچنین افزایش تعاملات اجتماعی میان ساکنان و سایر مردم شهر و با برپایی جشن ها و مراسمات، در مکان های در نظر گرفته شده برای این منظور در بافت، برندسازی هویت اجتماعی احیاء گردد. در این پژوهش ابتدا معیارها و زیرمعیارهای موثر مشارکت مردمی در در باززنده سازی بافت شهری با رویکرد توسعه گردشگری بافت مرکزی شهر براساس ادبیات موضوع استخراج گردید و سپس با کمک مدل مکان پایدار در قالب سه معیار تسهیلات و تجهیزات رفاهی، تنوع و سرزندگی اجتماعی و تمایز و هویت دسته بندی شدند. این سه معیار و زیرمعیارهای تعیین شده برای هرکدام در تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید وضعیت موجود بافت تاریخی سرتپوله و تشکیل ماتریس SWOT محدود شده مورد استفاده قرار گرفتند. برای اتخاذ راهبردهای مناسب و دارای اولویت بیش تر در جهت دستیابی به هدف پژوهش، میزان ارزش و اهمیت و اولویت هرکدام از عوامل SWOT- AHP به دست آمده با کمک روش تحلیل استراتژیک مورد ارزیابی قرار گرفت، نتایج حاصل از این ارزیابی نشان داد معیار

تنوع و سرزندگی اجتماعی، و زیر معیار های پژوهش، خدمات و تسهیلات رفاهی، پویایی زندگی محلی و بومی، گردشگری پذیری، حفظ کاراکتر اجتماعی و بومی، دارایی های اجتماعی بیشترین تاثیر را در مشارکت مردمی بر در باززنده سازی بافت شهری با رویکرد توسعه گردشگری دارا می باشد. در ارزیابی اولویت درون گروهی عوامل SWOT-AHP در گروه نقاط قوت توجه به وجود فضاهای بلا استفاده جهت اسکان موقت گردشگران، در گروه نقاط ضعف درونگرایی برخی از فعالیت های فضاهای همگانی که باعث کاهش رونق آن ها می گردد، در گروه فرصت ها ایجاد محیطی خلاق و پویا، در گروه تهدیدها عدم توجه به فرصت های باززنده سازی و احیای ویژگی های خاص در برنامه توسعه آتی بالاترین وزن را در در باززنده سازی بافت شهری داشتند. در اولویت بندی نهایی نیز گروه نقاط ضعف و تهدید و اتخاذ راهبردهای تدافعی در دستیابی به هدف به ترتیب دارای اولویت تشخیص داده شدند.

۹-منابع:

- ۱- امین زاده، بهناز؛ دادرس، راحله، (۱۳۹۱)، بازآفرینی فرهنگ مدار در بافت تاریخی قزوین با تاکید بر گردشگری شهری، فصلنامه مطالعات معماری ایران، شماره ۲.
- ۲- انصاری، سید حسن (۱۳۸۷) گردشگری فرهنگی، تهران: انتشارات سمت.
- ۳- افراخته، حسن، احمدی، عاطفه و افروخته، روشنگر، (۱۳۹۴) "ارائه الگوی بهینه مدیریت بافت های فرسوده شهری با استفاده از روشهای تحلیل تصمیم گیری چند معیاره (موردی: محله سرتپوله شهر سنندج)، همایش ملی بافت های فرسوده و تاریخی شهری: چالش ها و راهکارها
- ۴- بابایی فرد، اسداله و، امین، حیدریان (۱۳۹۴) "گردشگری فرهنگی و توسعه ی پایدار شهری با تأکید بر بازآفرینی بافت های فرسوده ی تاریخی"، همایش ملی بافت های فرسوده و تاریخی شهری: چالش ها و راهکارها.
- تقوایی، محمد، اکبری، (۱۳۸۷)، مقدمه ای بر برنامه ریزی و مدیریت گردشگری شهری، اصفهان: پیام علوی.
- ۵- پوراحمد، احمد و دیگران (۱۳۹۱) "بررسی و تحلیل نقش موزه ها در توسعه ی گردشگری فرهنگی (مطالعه ی موردی: موزه های شرق استان مازندران)" مجله ی برنامه ریزی و توسعه گردشگری، سال اول، شماره ی ۱.
- ۶- پاپلی یزدی، محمدحسین، مهدی سقایی، (۱۳۹۱)، "گردشگری (ماهیت و مفاهیم)"، تهران، انتشارات سمت.
- ۷- فروزانی، محمد ابراهیم (۱۳۹۱): "قطب خلاق، راهبرد بازآفرینی مرکز تاریخی شهر" ویژه نامه مرکز مطالعات و برنامه ریزی تهران، منظر شماره ۱۷۷.
- ۸- پوراحمد احمد، حبیبی کیومرث، کشاورز مهناز (۱۳۸۹): "سیر تحول مفهوم شناسی بازآفرینی شهری به عنوان رویکردی نو در بافت های فرسوده شهری" فصلنامه مطالعات شهر ایرانی اسلامی.
- ۹- حمیدی فرد، محسن، شیعه، اسماعیل (۱۳۹۲)، بررسی عوامل مؤثر بر یادسازی شهری- نمونه مطالعه بافت مرکزی شهر قزوین. همایش ملی نظریه های نوین در معماری و شهرسازی، ص ۱۵.
- ۱۰- چپ من، دیوید (۱۳۸۴)، آفرینش محلات و مکان ها در محیط های انسان ساخت. ترجمه منوچهر طبیبیان و شهرزاد فریادی، انتشارات دانشگاه تهران، تهران.
- ۱۱- خستو، مریم (۱۳۸۸)، بررسی عوامل مؤثر بر سرزندگی فضای شهری و طراحی یک فضای شهری سرزنده با تکیه بر مفهوم مرکز خرید پیاده (نمونه موردی خیابان ستارخان تهران حد فاصل فلکه اول و دوم صادقیه)، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین.
- ۱۲- سپهرنیا. (۱۳۹۰). "بررسی نقش جهانی شدن در شکل گیری" " خاص گرائی های فرهنگی". مطالعات راهبردی سیاستگذاری عمومی، ۲(۵)، ۱۲۱-۱۴۴.
- ۱۳- شیرمحمدی، شهرام؛ مطلبی، قاسم، حیدری، شاهین (۱۳۹۴)، خوانشی از جایگاه و نقش برندسازی معماری بر رقابت پذیری شهری در شهرهای جهانی، فصلنامه مدیریت شهری، دوره چهارم، شماره ۴۰: ۲۰۶.
- شفیعی دستجردی، مسعود (۱۳۹۴): "مدل سازی روش مکان گزینی در بازآفرینی محلات فرسوده شهری مطالعه موردی: محدوده زینبیه اصفهان، فصلنامه علمی -پژوهشی اقتصاد و مدیریت شهری، شماره ۱۲.

- ۱۴- صحنی زاده، مهشید، محمد سعید ایزدی، (۱۳۸۳) "حفاظت و توسعه: دو رویکرد مکمل یا مغایر؟"، فصلنامه آبادی، شماره ۳.
- ۱۵- صفدری سیما، پورجعفر محمدرضا، رنجبر احسان (۱۳۹۳): "بازآفرینی فرهنگ مینا زمینه ساز ارتقاء تعاملات فرهنگی نمونه موردی: بافت تاریخی شهر مشهد، هفت شهر شماره ۴۸-۴۷.
- ۱۶- فلامکی، محمد منصور، (۱۳۸۴) "نوسازی و بهسازی شهری" انتشارات سمت، تهران.
- ۱۷- فنی، زهره؛ محمدنژاد، علی (۱۳۸۹)، نقش مدیریت شهری در توسعه گردشگری مطالعه موردی: شهر رامسر، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، دانشگاه علامه طباطبایی، شماره (۱۱) ۱۵.
- ۱۸- فنی، زهره، و صادقی، یدالله (۱۳۸۸) توانمندسازی حاشیه نشینان در فرآیند بهسازی و نوسازی بافت فرسوده شهری، فصلنامه جغرافیا آمایش، شماره ۷، ص ۶۱.
- ۱۹- فلامکی، محمد مهدی (۱۳۸۴). باز زنده سازی بناها و شهرهای تاریخی. چاپ چهارم، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- ۲۰- قاسمی اصفهانی، مروارید (۱۳۸۳)، اهل کجا هستیم؟ (هویت بخشی به بافت های مسکونی)، انتشارات روزنه، تهران.
- ۲۱- کاظمی، مهدی، (۱۳۹۰)، "مدیریت گردشگری"، تهران، انتشارات سمت.
- ۲۲- قلعه نویی، محمود، معززی مهر طهران، امیرمحمد، شاکرمی، عاطفه (۱۳۹۵) "بررسی نقش فرهنگ در احیا محلات تاریخی (با تاکید بر رویکرد محله فرهنگی)، پژوهشگاه علوم انسانی شماره ۱.
- ۲۳- کروی، مهدی، احمدی زاد، سوران، فرشید پیرا، محمد (۱۳۹۶) "بازآفرینی هویت شهری مبتنی بر فرهنگ برای ارتقاء گردشگری فرهنگی در بافت قدیم (نمونه موردی بخشی از بافت تاریخی سنندج)" کنفرانس بین المللی فرصت ها و چالش ها در مدیریت، اقتصاد و حسابداری.
- ۲۴- لطفی، سهند (۱۳۹۰) "بازآفرینی شهری فرهنگ مینا؛ تاملی بر بن مایه های فرهنگی و کنش بازآفرینی" هنرهای زیبا ۴۷-۶۰.
- ۲۵- کوهی فرد، (۳۹۲) بررسی نظری مفهوم محله و تأثیر هویت بر شکل دهی آن در معماری. همایش ملی معماری، شهرسازی و توسعه پایدار با محوریت از معماری بومی تا شهر پایدار، مشهد: موسسه آموزش عالی خاوران.
- ۲۶- مایکل هال، رام جنکینز (۱۳۷۸). سیاست گذاری جهانگردی ترجمه سیدمحمد اعرابی و داوود یزدی. چاپ دوم. تهران: دفتر پژوهش های فرهنگی.
- ۲۷- موحد، علی، (۱۳۸۶)، گردشگری شهری، انتشارات دانشگاه شهید چمران اهواز.
- ۲۸- نادریان، زهرا (۱۳۹۶)، بازآفرینی فرهنگی اجتماعی فضاهای شهری با هدف ارتقاء هویت محل های (مطالعه موردی: محل ه سنگ شیر همدان)، مطالعات محیطی هفت حصار شماره نوزدهم / سال ششم، ص ۸۷-۹۶.
- ۲۹- یزدانی محمدحسن، حاضری صفیه، ده ده زاده سیلابی پروین (۱۳۹۶)، بازآفرینی بافت های فرسوده شهری با رویکرد گردشگری پایدار با تلفیق مدل های برنامه ریزی راهبردی و تحلیل شبکه ANP- SWOT (مطالعه موردی: بافت فرسوده شهر خوی)، گردشگری شهری، دوره ۴، شماره ۱.
- 30- Awasthi, D. (2011). "Approaches to Entrepreneurship Development: The Indian Experience", Journal of Global Entrepreneurship Research, 2(1): 107-123.
- 31- Ashworth, G., & Kavaratzis, M. (2004) Beyond the logo: Brand management for cities. Journal of Brand Management, 61(8), 40-36.
- 32- Avraham, E. (2004), Media strategies for improving an unfavorable city image Cities, Vol.21, No6. 471-479.
- 33- Avraham, E., & Ketter, E. (2008). Media Strategies for Marketing Places in Crisis: Improving the Image of Cities, Countries, and Tourist Destinations. Butterworth Heinemann. p.15.
- 34- Authenticity. (2008), creative city planning framework a supporting document to the agenda for prosperity: prospectus for a great city, prepared for the city of Toronto.

- 35- Krätke, S. (2010). 'Creative Cities' and the Rise of the Dealer Class: A Critique of Richard Florida's Approach to Urban Theory. *International Journal of Urban and Regional Research*, 34 (4),p278.
- 36-Konig,C.(2011)City Branding of Hongkong: Imagineering Authenticity, Stockholm university.
- 37- Kurttila, M., Pesonen, M., Kangas, J., Kajanus, M. (2000). Utilizing the analytic hierarchy process (AHP) in SWOT analysis-a hybrid method and its application to a forest-certification case. *Forest Policy and Economics*, 1, 41–52.
- 38 -Landry,C.& Bianchini,F.(1995).*The creative city*. Demos Publication. -
- 39- Leary, M.E., McCarthy, John. (2013). *Companion to Urban Regeneration NewYork: Routledge-*
- 40- Landry,Ch. (1995), *The Art of Regeneration: Urban Renewal Through Cultural Activity*, Dem.
- 41- Lichfield,D.(2000) *The Context of Urban Regeneration*,in *Urban Regeneration*. Sage Publications ltd
- 42-Munda, G. (2009). A conflict analysis approach for illuminating distributional issues in sustainability policy. *European Journal of Operational Research*, 19(1), 312-344.
- 43-Onyx, J., Bullen, P. (2000). "Sources of social capital". In I. winter (Ed), *social capital and public policy in Australia* (pp. 105 – 134). Melbourne: Australian Institute of family studies.
- 44-Parkerson, B., & Saunders, J. (2005). *Citr branding: can goods and services branding models be used to brand cities? place branding and public diplomacy*, 242-264.
- 45- Roberts, Peter W. & Huge skyes, (2003), *Urban Regeneration: handbook*, London, sage.
- 46-Rehan, M.R. (2013), *Urbam branding as an effective sustainability tool in urban development*. *HBRC Journal*, Volume 10, pp. 222–230.
- 47- Pratt, A.C. (2008), *creative cities: the cultural industries and the creative class*, *Geografiska Annaler: Series b, Human geography*90.
- 48-Smith, Bruce (2003) *Public Policy and Public Participation Engaging Citizens and Community in the Development of Public Policy*, BLSmith Groupwork Inc
- 49-Sanoff, Henry, (2000), "Community Participation Methods in Design and Planning", John Wiley & Sons, INC.
- 50- Smith, M. (2007), *Tourism, Culture and Regeneration*, UK, Oxford, Cabi Press.