

گردشگری فرهنگی و بازآفرینی بافت تاریخی

تألیف:

دکتر نرگس احمدی فرد

آراء کتاب

سرشناسه	: احمدی فرد، نرگس، ۱۳۵۸ -
عنوان و پدیدآور	: گردشگری فرهنگی و بازآفرینی بافت تاریخی / تألیف نرگس احمدی فرد.
مشخصات نشر	: تهران، آراد کتاب، ۱۳۹۶
مشخصات ظاهری	: ۱۷۰ ص، جدول، نمودار
شابک	: ۹-۳۲۱-۱۸۶-۶۰۰-۹۷۸
وضعیت فهرست نویسی	: فیپا
موضوع	: گردشگری فرهنگی - ایران
رده بندی کنگره	: ۱۳۹۶ ۱۳۳ الف ۴ / ۱۵۶/۵ G
رده بندی دیویی	: ۳۳۸/۴۷۹۱۰۹۵۸
شماره کتابخانه ملی	: ۴۸۴۱۸۳۵

گردشگری فرهنگی و بازآفرینی بافت تاریخی

✑ تألیف : دکتر نرگس احمدی فرد	✑ ناشر: آراد کتاب
✑ قیمت: ۱۶۵۰۰۰ ریال	✑ نوبت چاپ: اول ۱۳۹۶
✑ تیراژ: ۵۰۰ جلد	✑ چاپ و صحافی: مهرگان
شابک: ۹-۳۲۱-۱۸۶-۶۰۰-۹۷۸	

حق چاپ برای ناشر محفوظ است. کلیه حقوق و حق چاپ متن، طرح روی جلد و عنوان کتاب با نگرش به قانون حمایت حقوق مؤلفان، مصنفان و هنرمندان مصوب ۱۳۴۸ برای انتشارات آراد کتاب محفوظ است و متخلفین تحت پیگرد قانونی قرار می گیرند.

مرکز پخش و فروش:

انتشارات آراد کتاب تلفن: ۶۶۹۷۵۲۸۵ - ۶۶۴۸۲۲۲۶ - ۰۹۱۲۳۰۶۲۴۵۸

فروشگاه اینترنتی: www.aradbook.com

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۷	مقدمه انجمن جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری
۸	پیش‌گفتار
۱۰	مقدمه
۱۳	بخش اول
۱۳	تعاریف و مفاهیم
۱۳	تعریف و مفهوم بافت تاریخی شهر
۱۶	بافت تاریخی در سه منظر مکمل
۲۰	جایگاه بافت تاریخی در شهر
۲۲	ارزش‌های بافت‌های تاریخی شهر
۲۳	ارزش‌های تاریخی
۲۳	ارزش‌های فرهنگی
۲۴	ارزش‌های روز
۲۴	شناخت ویژگی‌ها و اجزاء بافت تاریخی
۲۵	نظام کالبدی بافت‌های تاریخی
۲۶	نظام عملکردی بافت‌های تاریخی
۲۷	ساختار اجتماعی بافت‌های تاریخی
۲۸	تعریف و مفهوم بازآفرینی شهری
۲۹	سیر تحول و تکامل بازآفرینی شهری
۳۰	بازسازی شهری (۱۹۵۰)
۳۱	باززنده سازی یا تجدید حیات شهری
۳۲	نوسازی شهرها (۱۹۷۰)
۳۲	توسعه مجدد یا بازآفرینی اقتصادمدار (۱۹۸۰)
۳۳	بازآفرینی شهری (۱۹۹۰)
۳۷	بازآفرینی فرهنگی
۴۱	تعریف و مفهوم گردشگر
۴۲	تعریف و مفهوم گردشگری
۴۲	شاخص‌های تعریف گردشگری
۴۲۵	طبقه‌بندی و انواع گردشگری
۴۶	تعریف و مفهوم فضای گردشگری
۴۸	تعریف و مفهوم گردشگری شهری
۵۰	تعریف و مفهوم گردشگری فرهنگی
۵۲	مزیت گردشگری فرهنگی
۵۳	گردشگران فرهنگی
۵۳	تعریف و مفهوم صنایع فرهنگی
۵۵	نقش صنایع فرهنگی به‌عنوان اهرم گردشگری فرهنگی

۵۷	بخش دوم
۵۷	مدار تعاملی بازآفرینی و گردشگری در بافت تاریخی
۵۷	اجزای مورد توجه بازآفرینی در مکان تاریخی
۵۸	ارکان اصلی برنامه‌ریزی بازآفرینی در بخش تاریخی شهر
۵۸	برنامه‌ریزی راهبردی
۶۰	مشارکت
۶۴	پایداری
۶۷	ابزار بازآفرینی در بخش تاریخی شهرها
۶۷	ابزار فکری (فرهنگ)
۷۰	ابزار عملی (میراث صنعت یا ثروت فرهنگی)
۷۳	سیاست‌های بازآفرینی در بخش تاریخی با تاکید بر گردشگری
۷۳	جایگاه گردشگری فرهنگی در رویکرد بازآفرینی بافت تاریخی شهر
۷۵	گردشگری و بعد اقتصادی
۷۶	گردشگری و بعد محیطی - کالبدی
۷۷	گردشگری و بعد اجتماعی - فرهنگی
۷۸	فرآیند توسعه گردشگری فرهنگی در بازآفرینی بافت‌های تاریخی
۷۸	فروش شهر
۷۹	بازاریابی مکانی
۸۰	تصویر مکان
۸۱	نتایج انسجام‌بخش بازآفرینی در بافت‌های تاریخی با تاکید بر توسعه گردشگری
۸۱	همگرایی گذشته و آینده
۸۲	همگرایی جهانی و محلی‌گرایی
۸۳	توسعه شهرخلاق
۸۷	بخش سوم
۸۷	تئوری‌های توسعه و سیاست‌های گردشگری منتج از آن
۸۷	نظریه فرهنگ‌گرایی
۸۹	نظریه تصویر مکان
۹۰	نظریه تجربه‌گرایی
۹۱	نظریه پست‌مدرنیسم
۹۳	نظریه اصالت‌بخشی
۹۴	نظریه نوشهرگرایی
۹۵	نظریه شهر خلاق به‌عنوان رویکرد برتر
۹۶	تبارشناسی نظریه شهرخلاق
۹۸	خلاقیات در نظریه شهرخلاق و بازآفرینی شهری
۹۹	ویژگی‌های شهرخلاق
۱۰۱	زمینه‌های اصلی نظریه شهرخلاق
۱۰۵	رویکرد شهر خلاق در بافت‌های تاریخی
۱۰۶	رویکردی نوین به بازآفرینی شهرخلاق
۱۰۸	نقش صنایع فرهنگی در گردشگری و تأثیر آن در بازآفرینی شهری

سیاست‌های شهری برآمده از ایده شهرخلاق در بازآفرینی بافت تاریخی با تأکید بر فرهنگ	۱۱۱
سیاست شهر - جشنواره	۱۱۱
سیاست شهر - فرهنگ	۱۱۲
سیاست شهر - معماری	۱۱۲
سیاست پهنه فرهنگی خلاقانه	۱۱۲
ساماندهی عوامل زمینه‌ساز پهنه‌های خلاق در بافت تاریخی برای استقرار صنایع فرهنگی	۱۱۵
استراتژی کارآفرین	۱۲۱
استراتژی طبقه خلاق	۱۲۱
استراتژی پیشرفت	۱۲۲
استراتژی‌های توسعه صنایع فرهنگی و رقابت‌پذیری منطقه‌ای	۱۲۳
گردشگری فرهنگی، رویکردی برای دستیابی به بازآفرینی خلاق در بافت‌های تاریخی	۱۲۶
بخش چهارم	۱۳۱
مدل‌ها و شاخص‌های توسعه گردشگری در بافت‌های شهری	۱۳۱
مدل خدمات کیفیت	۱۳۲
مدل گمان	۱۳۴
مدل تحلیل قوت، ضعف، فرصت و تهدید	۱۳۵
مدل فرایند تحلیل شبکه‌ها	۱۳۶
مدل‌های تصمیم‌گیری	۱۳۶
مدل اکوسیستم خلاق	۱۳۷
بخش پنجم	۱۳۹
بررسی دیدگاه‌ها و اسناد توسعه گردشگری فرهنگی موجود در جهان و ایران	۱۳۹
دیدگاه‌های توسعه گردشگری در ایران	۱۳۹
دیدگاه توسعه فرهنگی (گردشگری مشروط)	۱۳۹
دیدگاه توسعه اقتصادی (حداکثر سود)	۱۴۰
اهداف نهایی توسعه گردشگری از نظر دیدگاه‌های گردشگری در کشور	۱۴۱
برنامه‌ها و سیاست‌های گردشگری در طرح‌های فرادست	۱۴۲
برنامه پنج‌ساله اول توسعه اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی جمهوری اسلامی ایران (۷۳-۱۳۶۸)	۱۴۲
برنامه پنج‌ساله دوم توسعه اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی جمهوری اسلامی ایران (۷۷-۱۳۷۳)	۱۴۳
برنامه پنج‌ساله سوم توسعه اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی جمهوری اسلامی ایران (۷۹-۱۳۷۸)	۱۴۵
برنامه پنج‌ساله چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی جمهوری اسلامی ایران (۸۸-۱۳۸۴)	۱۴۶
برنامه پنج‌ساله پنجم توسعه اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی جمهوری اسلامی ایران (۹۴-۱۳۹۰)	۱۴۸
بررسی تجربیات جهانی	۱۵۰
الف) کشورهای توسعه یافته	۱۵۰
ب) کشورهای در حال توسعه	۱۵۳
بررسی تجربیات ملی	۱۵۵
جمع‌بندی	۱۵۸
منابع و مآخذ	۱۶۲

مقدمه انجمن جغرافیا و برنامه ریزی شهری

انجمن جغرافیا و برنامه ریزی شهری ایران با اقتباس از نقشه جامع علمی و اسناد بالادستی توسعه ایران در راستای وظایف خود و دستیابی به اهداف کمی و کیفی و نیز راهکارهای دسترسی به این اهداف؛ با سه جهت گیری اساسی آموزشی، پژوهشی و فناورانه در برنامه های راهبردی خود با توجه به تجارب ارزنده، ظرفیت ها و پتانسیل های قابل توجه علی الخصوص زیرساخت های علمی و پژوهشی و نیز منابع انسانی ارزشمند، اعضای وابسته، پیوسته و افتخاری انجمن (اساتید، دانشجویان، نخبگان علمی)، در صدد آن است که با انجام پژوهش های راهبردی و نیز انتقال تجارب جهانی و اجرایی شدن کاربرست مطالعات و پژوهش ها نیازهای پژوهشی جامعه را در سطوح ملی و منطقه ای تأمین و امیدوار است که این تلاش ها منجر به ارتقاء کیفیت مطالعات شهری در ابعاد مختلف شود. به همین منظور با اتکال به خداوند متعال و یاری هیئت مدیره، بستر را فراهم نموده تا از نشر کتاب های تالیف و ترجمه شده عزیزان حمایت مادی و معنوی کند. امید است این حمایت ها به عنوان حرکتی مهم و اثری جهت پیشرفت در سطح ملی و منطقه ای شناخته شود.

هیئت مدیره انجمن

جغرافیا و برنامه ریزی شهری ایران

پیش گفتار

پذیرفتن اینکه فضاهای شهری قدیمی دارای نمادهایی هستند که از تعلق خاصی بین انسان‌ها و فضای کالبدیشان حکایت می‌کند، امروزه به معنای تأیید فرهنگ عامه تلقی می‌شود؛ اما مشکل عمده آن است که در شرایط رشد و توسعه پرشتاب جامعه، فضای شهرها دستخوش تحولی می‌شود که به دلیل تحرک ذاتی و فلسفه وجود خرد، به میراث فرهنگی حاضر و زنده شهروندان بیشتر به عنوان یک مانع می‌نگرد. فضاهای کالبدی متعلق به جوامع شهری قدیم‌تر در این مورد بهترین مثال‌ها به شمار می‌روند و از استکهلم تا شیراز و از تهران تا شهر گوتبورگ (سوئد) نشان‌دهنده نابرابری آهنگ‌های چندگانه‌ایی هستند که زمانی به خاطر نظم و پیوستگی خاص خود، نواحی موزونی را عرصه می‌کردند. اگر بپذیریم که شهر ذاتاً پدیده‌ای است تاریخی و اینکه بطور مداوم خود را برای پذیرفتن هر آنچه نو و همگانی است مهیا می‌نماید، پس باید در پی آن موضوع همخوانی با فرهنگ‌های حیط و رفتارهای اجتماعی وابسته به آن‌ها را در شرایط کالبدی شهرها را مدنظر داشته باشیم.

در این خصوص ایده‌ها و نظرات متنوعی بر مبنای شرایط مکان، زمان و سیاست‌های توسعه شکل گرفت؛ اما هیچکدام به تنهایی و به صورت مجزا، جامع را که از منطق فراتر رود، برانگیخت. تنها در دهه‌های نزدیک‌تر به ما بود که با پاگرفتن و قدرت یافتن مجموعه‌ای از پدیده‌های اجتماعی و فرهنگی موجب شد که به فضاهای قدیمی شهر، ساکنان آن‌ها کمتر بصورت تابعی از شهر بزرگ توجه شود. مجموعه پدیده‌های فرهنگی که محرک اصلی این تحول به حساب می‌آمد در هر کشوری شکل خاصی پیدا می‌کند و به طریقی هماهنگ با شرایط اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و حقوقی آن کشور در ابعاد متفاوت بازآفرینی شهری می‌تواند، نمین گردد. بازآفرینی شهری شکل کامل و جامعی از عمل و سیاست است و با تأکید بر اقدامات یکپارچه، سبب بروز ایده‌هایی در زمینه توانمندسازی بافت‌های تاریخی می‌شود.

در این بین با عنایت به اینکه بافت‌های تاریخی شهرها آثار گرانبهائی هستند که فرهنگ، تاریخ و دانش معماری و شهرسازی گذشته جامعه شهری را نشان می‌دهند و یا بیان روشن‌تر هویت و شخصیت اجتماعی و فرهنگی شهر را به نمایش می‌گذارند، رسالت بازآفرینی باید با کاربست فرهنگ در جایگاهی راهبردی و با هدف دستیابی به سازوکارهای اقتصادی و پرونق باشد تا تضمین‌کننده اهداف توسعه و ایجادکننده چهره‌ای فرهنگی برای بافت تاریخی باشد. بازآفرینی فرهنگ‌مبنا از طریق مفاهیم پایه‌ای مانند استفاده از حوزه‌های نوآورانه اقتصادی و آنچه که صنایع فرهنگی خلاق نامیده می‌شود به این نکته اساسی تأکید می‌کند که می‌توان در بافت‌های درونی شهرها با اطمینان به نتیجه بازآفرینی از رهیافت فرهنگی و فعالیت‌هایی همچون گردشگری فرهنگی و ویژگی‌های مثبت آن به عنوان موتور اقتصادی شهری و عامل کیفیت‌بخشی به جنبه‌های کالبدی

و کارکردی بافت‌های تاریخی بهره جست. اما قبل از نظریه شهرخلاق برای بهره‌گیری از صنایع-فرهنگی در بازآفرینی بافت تاریخی نیاز به شناسایی پهنه‌های خلاقیتی دارد که بتواند کانون‌های مداخله‌ای مناسبی را برای استقرار خوشه‌های صنایع فرهنگی در بافت فراهم نماید.

با اعلام رضایت از این مضامین که نماینده موضوعات معاصر گردشگری فرهنگی و بازآفرینی می‌باشند، تنها پنج بخش از این مضمون گسترده در این جلد از کتاب مورد توجه قرار گرفته است. فرایند انتخاب این بخش‌ها هم سخت و هم رضایتبخش بود. با این وجود سعی شده است که همپوشانی مطالب با یکدیگر مورد توجه قرار گیرد. سعی ما بر این بوده که مطالب در عین تنوع، از عمق کافی نیز برخوردار باشد.

امید است که این کتاب برای همه متخصصان و علاقه‌مندان مسائل شهری و منطقه‌ای اعم از دانشگاهیان، شامل استادان و اعضای محترم هیأت علمی، دانشجویان مقاطع مختلف در رشته‌های برنامه‌ریزی شهری، جغرافیا، بهسازی، برنامه‌ریزی منطقه‌ای و سایر رشته‌ها و نهادها و سازمان‌ها مفید واقع شود.

دکتر نرگس احمدی فرد

۱۳۹۶

مطرح شد. بنابراین از زمینه‌ها و بسترهای نوین در قالب نظریه شهرخلاق که مسیر بازآفرینی فرهنگی را از طریق گردشگری امکان پذیر می‌نماید، توسعه صنایع فرهنگی می‌باشد. تجربه نشان می‌دهد که کاربست راهبرد صنایع فرهنگی در حوزه نظری و کارآفرینی و اقتصاد خلاق شهری از رویکردهای جامع بازآفرینی شهری بافت‌ها تاریخی می‌باشد که پویایی و جنب و جوش گذشته بافت - تاریخی را در برخی از شهرهای دنیا بازتولید کرده است. این امر بدین لحاظ بوده است که گردشگری خلاق در مفهوم جامع بکار رفته و تنها بر پایه جاذبه‌ها نبوده، بلکه در غالب ایجاد و اشاعه همه‌جانبه صنایع فرهنگی اتفاق افتاده است. چنانچه می‌دانیم صنایع فرهنگی عامل خلق، تولید، تجاری‌سازی ارزش‌ها و استعدادها و جاذبه‌های گردشگری است و زمینه‌های لازم را برای حضور گردشگری صنعتی فراهم می‌نماید. این برداشت از صنایع فرهنگی اجزایی همچون همچون تجلیات فرهنگی سنتی، مکان‌های فرهنگی، هنرهای تجسمی، هنرهای نمایشی، نشر و رسانه‌های چاپی، سمعی - بصری، راحی، رسانه‌های جدید و خدمات خلاق را در برمی‌گیرد که در بازآفرینی فرهنگی بافت تاریخی نقش کلیدی ایفاء می‌نمایند. بر پایه منابع موجود می‌توان گفت که بازآفرینی فرهنگی متکی بر گردشگری خلاق در بخش‌های تاریخی همزمان تاکید بر سه قطب مهم خلاقیت داشته است. یعنی جاذبه‌ها، منابع فرهنگی و فرهنگ خاطره جمعی و با نگاه به این سه قطب بوده است که پهنه‌های مکانی را برای حضور منطقه در عرصه صنایع فرهنگی فراهم می‌نماید. تبیین قطب‌های توسعه خلاق درون بافت‌های تاریخی به عنوان کلیدی برای توسعه منطقه و ایجاد برند فرهنگی و تغییر چشم انداز محله و تولید گردشگری فرهنگی می‌تواند، بخشی ضروری در نظر گرفته شود. قطب‌های توسعه خلاق در درون بافت‌های تاریخی به عنوان ابزاری فرهنگی برای حضور در عرصه صنایع فرهنگی بوده که مستقیم و غیرمستقیم بر زمینه تاثیر گذاشته و زمینه رقابت و امکان حضور در سطوح بین‌المللی را با تاکید بر بن‌مایه‌های تاریخی و تاریخی و راهبردهای خلاقیت‌مدار در راستای تکوین نظام یکپارچه بازآفرینی شهری و کسب سوییستی جدید و ارتقاء تصویر شهر را فراهم می‌نماید.