

عوامل مؤثر در شهری سرزنده

نویسندگان :

فاطمه اسلامی

دکتر رعنا احمدی

www.ketab.ir



اسلامی، فاطمه، ۱۳۷۶-	سرشناسه
عوامل موثر در شهری سرزنده/ نویسندگان فاطمه اسلامی، رعنا احمدی.	عنوان و نام پدیدآور
تهران: موسسه فرهنگی انتشاراتی اولین ها، ۱۴۰۳.	مشخصات نشر
۳۰۰ ص.: جدول.	مشخصات ظاهری
۹۷۸-۶۲۲-۳۹۷-۰۰۵-۴	شابک
فیبا	وضعیت فهرست نویسی
کتابنامه: ص. ۲۹۳-۳۰۰.	یادداشت
گردشگری و شهرسازی	موضوع
Tourism and city planning	
گردشگری پایدار	
Sustainable tourism	
توسعه پایدار شهری -- برنامه ریزی	
Sustainable urban development -- Planning	
نوسازی شهری	
Urban renewal	
احمدی، رعنا، ۱۳۷۰-	شناسه افزوده
۱۶۶HT	رده بندی کنگره
۱۲۱۶/۳۰۷	رده بندی دیویی
۹۶۷۴۷۴۵	شماره کتابشناسی ملی
فیبا	اطلاعات رکورد کتابشناسی

میدان انقلاب. روبروی سینما بهمن پلاک ۱۳۶۰ واحد ۱۵- ۰۹۱۲۳۱۷۲۷۱۵-۰۶۶۴۸۰۴۶۸-۶۶۴۸۰۴۶۸

عنوان: عوامل موثر در شهری سرزنده

نویسندگان: فاطمه اسلامی، رعنا احمدی

موسسه انتشاراتی اولین ها- www.zolalesabz.ir

نوبت چاپ: اول ۱۴۰۳

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

چاپ: مجد

قیمت: ۳۶۰۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۳۹۷-۰۰۵-۴

فهرست مطالب

۹	مقدمه
۱۴	پیشگفتار
۱۶	تعاریف و مفاهیم گردشگری
۱۶	تعریف عام فراغت
۱۶	کارکردهای فراغت
۱۸	طبقه‌بندی فعالیت‌های فراغتی
۱۸	نقش فراغت در دنیای امروز
۲۰	نقش گردشگری به عنوان فراغت فعال
۲۱	انواع گردش و گردشگری
۲۳	ویژگی‌های گردشگری شهری
۲۴	واژگان و اصطلاحات مهم در گردشگری شهری
۲۶	گردشگاه حاشیه شهری
۲۷	دیدگاه‌ها و رویکردهای جدید در گردشگری
۲۷	تحول در مفاهیم، توسعه شهری و گردشگری
۲۷	مفهوم جدید توسعه در جوامع انسانی
۳۱	راهبردهای اساسی در توسعه گردشگری شهری
۳۷	اثرات زیست‌محیطی گردشگری شهری
۳۷	روابط متقابل گردشگری و منابع محیط‌زیست
۳۸	گردشگری به عنوان تهدید منابع محیط‌زیست
۳۹	گردشگری به عنوان پشتیبان محیط‌زیست
۴۰	تعارض در استفاده از منابع محیط‌زیست برای گردشگری
۴۲	سیاست‌های توسعه گردشگری و حفاظت محیط
۴۲	پیوند گردشگری با طبیعت
۴۶	روش‌های مدیریت زیست‌محیطی توسعه گردشگری
۴۷	مفهوم ظرفیت‌پذیری گردشگری
۴۸	عوامل مؤثر در تعیین ظرفیت‌پذیری گردشگری
۵۰	ابعاد اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی گردشگری
۵۰	منافع و ارزش‌های گردشگری و تفرج
۵۳	ابعاد و اثرهای اقتصادی گردشگری
۵۵	بند ۸ اعلامیه مانیل درباره نقش اقتصادی گردشگری
۵۵	ویژگی‌های اقتصادی محصولات و خدمات گردشگری
۵۷	عوامل مؤثر در تقاضای گردشگری
۵۹	ابعاد سیاسی، اجتماعی و فرهنگی گردشگری
۶۰	اثرهای مثبت و منفی اجتماعی و فرهنگی توسعه گردشگری

۶۲	 راهبردهای مدیریت اثرات فرهنگی و اجتماعی گردشگری
۶۵	 روش‌های برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری شهری
۶۵	 پایگان برنامه‌ریزی و گردشگری
۶۸	 مقیاس‌های گردشگری شهری
۶۸	 تعیین حوزه نفوذ گردشگاهی شهری
۷۰	 پهنه‌بندی و رده‌بندی گردشگاه‌های شهری
۷۲	 رده‌بندی گردشگاه‌های شهری از نظر حوزه فضایی و کارکردی
۷۳	 عوامل مؤثر در برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری
۷۳	 منابع و جاذبه‌های گردشگری
۷۵	 کمیت و کیفیت گردشگران
۷۵	 روش‌های مختلف پیش‌بینی در توسعه گردشگری
۷۶	 کیفیت ترکیب و انواع گردشگران
۷۷	 الف - رده‌بندی گردشگران از نظر شکل مشارکت گردشگری
۷۸	 ب - رده‌بندی گردشگران از نظر نوع فعالیت
۷۹	 ب - رده‌بندی گردشگران از دید نوع و پایگاه گروه اجتماعی
۷۹	 تسهیلات و تجهیزات گردشگری
۸۰	 انواع گردشگاه‌ها از نظر سطح تجهیز
۸۱	 سیاست‌های کلان در مدیریت گردشگری
۸۱	 سیاست‌ها و روش‌های کلان مدیریت گردشگری
۸۳	 تدابیر و فنون خرد مدیریت گردشگری
۸۶	 پیشینه و زمینه گردشگری شهری در ایران
۸۶	 تحولات فرهنگ فراغت و گردشگری در ایران
۸۷	 قوانین و تشکیلات توسعه گردشگری در کشور
۸۹	 سازمان‌ها و نهادهای مؤثر در توسعه گردشگری
۹۰	 انجام مطالعات و تهیه طرح‌های توسعه گردشگری
۹۰	 توسعه تسهیلات اقامتی و پذیرایی
۹۱	 آموزش و تبلیغات گردشگری
۹۸	 طرح مناطق نمونه گردشگری
۹۹	 جایگاه گردشگری در طرح‌های توسعه و عمران شهری
۱۰۳	 اقدامات بخشی در زمینه توسعه گردشگری و مراکز تفریحی
۱۰۷	 امکانات و محدودیت‌های توسعه گردشگری شهری
۱۰۷	 رشد روزافزون تقاضای گردشگری شهری
۱۰۹	 عوامل رشد تقاضای گردشگری در شهرهای کشور
۱۰۹	 منابع و جاذبه‌های گردشگری شهری
۱۱۰	 منابع و جاذبه‌های طبیعی

۱۱۱	منابع و جاذبه‌های تاریخی و یادمانی
۱۱۲	منابع و جاذبه‌های زیارتی و اعتقادی
۱۱۳	منابع و جاذبه‌های اجتماعی و فرهنگی
۱۱۵	امکانات قانونی، اداری و اجرایی توسعه گردشگری
۱۱۵	امکانات قانونی و اداری توسعه گردشگری شهری
۱۱۶	ایجاد شورای برنامه‌ریزی استانی
۱۱۷	گسترش و بازنده‌سازی آثار تاریخی - فرهنگی
۱۱۸	مقررات بهره‌برداری از منابع طبیعی و زمین‌های شهری
۱۲۰	مقررات حفاظت محیط‌زیست و توسعه گردشگری
۱۲۱	مقررات ایرانگردی و جهانگردی
۱۲۲	محدودیت‌ها و موانع توسعه گردشگری شهری
۱۲۳	نهادهای مؤثر در توسعه و مدیریت گردشگری
۱۲۴	ضعف طرح‌های توسعه شهری در زمینه گردشگری
۱۲۶	نارسانی مقررات محیط‌زیست در زمینه توسعه گردشگری
۱۲۷	نارسانی مقررات میراث فرهنگی در زمینه توسعه گردشگری
۱۲۸	تشکیل وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی
۱۳۰	جایگاه مدیریت شهری در توسعه گردشگری
۱۳۰	جایگاه شهرداری‌ها در توسعه و مدیریت گردشگری شهری
۱۳۰	وظایف قانونی شهرداری‌ها در گذران فراغت
۱۳۲	تحولات جدید در وظایف شهرداری‌ها
۱۳۳	وظایف شهرداری‌ها در تأمین زیرساخت‌های گردشگری شهری
۱۳۶	نقش شوراهای شهر در توسعه گردشگری شهری
۱۳۹	کمیته‌های فرعی شورای اسلامی شهر تهران
۱۴۰	نقش گردشگری در خودکفایی شهرداری‌ها
۱۴۳	نقش مشارکت در توسعه گردشگری شهری
۱۴۳	مفهوم و ابعاد مشارکت در توسعه گردشگری
۱۴۶	مشکلات و موانع مشارکت در گردشگری
۱۴۸	راهکارهای توسعه مشارکت در گردشگری شهری
۱۵۱	تجربه‌های موفق در توسعه گردشگری شهری
۱۵۳	پارک‌های شهری و جنگلی چندمنظوره
۱۵۴	بدنه یزرگراه مدرس - پارک جنگلی طالقانی (تهران)
۱۵۶	پارک کوهستانی صفه (اصفهان)
۱۵۸	مجتمع‌های تفریحی، فرهنگی و ورزشی
۱۵۹	مجتمع تفریحی - ورزشی رازی (تهران)
۱۶۰	مجموعه تفریحی - فرهنگی عباس‌آباد (همدان)
۱۶۲	مجموعه گردشگری - تفریحی کوهسنگی مشهد

۱۶۸	تجربه پیاده‌سازی در شهر مشهد
۱۶۹	پل طبیعت در شهر تهران
۱۷۰	توسعه موزه‌های طبیعی و فرهنگی
۱۷۱	موزه آثار طبیعی و حیات وحش ایران (تهران)
۱۷۲	تأسیس باغ پرندگان (اصفهان)
۱۷۴	گنجینه آینه و روشنائی (یزد)
۱۷۴	تبدیل بناهای قدیمی به فضاهای فرهنگی و گردشگری
۱۷۵	ارگ بم به عنوان یک میراث فرهنگی جهانی
۱۷۷	قلعه فلک‌الافلاک (خرم‌آباد)
۱۷۸	چایخانه سنتی خان (یزد)
۱۷۹	نگاهی به تجارب جهانی در توسعه گردشگری شهری
۱۸۰	طرح‌های گردشگری شهری کودلینبورگ (آلمان)
۱۸۲	در زمینه بازار
۱۸۳	در زمینه رشد و تغییر شهر
۱۸۳	در زمینه اجتماع
۱۸۴	طرح آنتالیا (تورکیه)
۱۸۸	نتیجه‌گیری و پیشنهاد
۱۸۸	ضرورت برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری شهری
۱۸۹	اثرات توسعه گردشگری شهری
۱۹۲	اهداف برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری شهری
۱۹۴	امکانات توسعه گردشگری شهری در ایران
۱۹۷	محدودیت‌ها و موانع توسعه گردشگری شهری در ایران
۱۹۸	راهبردهای اساسی در توسعه گردشگری شهری در ایران
۱۹۹	اصلاح نقش شهرداری‌ها در توسعه گردشگری شهری
۲۰۰	تقویت نقش شوراها در توسعه گردشگری
۲۰۱	راهکارهای جلب مشارکت در توسعه گردشگری شهری
۲۰۲	فضاهای فرهنگی ورزشی و تفریحی
۲۸۸	نمونه موردی شهر مرزنده
۲۹۱	نتیجه‌گیری و پیشنهاد
۲۹۳	منابع

اگر شهر را به مانند یک موجود زنده فرض کنیم برای ادامه زندگی به سرزندگی و نشاط نیازمند است. نقش فضای شهری، یا به عبارتی فضایی که در آن تعاملات اجتماعی شهروندان شکل میگیرد و فرهنگ جامعه در بستر آن ارتقا مییابد، در کشور ما روز به روز در حال افول است. شرایط حاکم بر شهرهای امروزی شیوه زندگی جدیدی را القا می کند که در آن پیاده روی به منظور انجام اهداف مختلف نادیده گرفته میشود؛ به عنوان نمونه خرید کردن و حتی تماشای مغازهها در یک فضای پیاده یکی از فعالیتهای جذاب و پرطرفدار شهری به شمار می آید به گونهای که یکی از انواع فضاهای پویا و سرزنده در جهان، مرکز خرید پیاده است که متأسفانه جایگاه چنین فضاهایی در شهرهای ما به درستی تعریف نشده؛ همچنین سلطه بی قید و شرط خودروهای شخصی بر شهرو به تبع آن تداخل حرکت سواره و پیاده از سرزندگی میکاهد؛ به علاوه نقش پیاده روی به عنوان یکی از ارکان مهم سلامت روحی و جسمی شهروندان، بسیار کمرنگ شده است. از سوی دیگر در کشور ما فستیوال، کارناوال و آنچه به مفهوم جشنهای خیابانی در جهان مطرح است، آن چنان جایگاهی ندارد و جشنهای باستانی به جای مانده مانند چهارشنبه سوری، حرمت و کیفیت پیشین خود را از دست داده اند. واضح است که لازمه سرزندگی فضاهای شهری حضور مردم در شهر است؛ اما امروزه به دلایل گوناگون به خیابان به عنوان یک فضا برای گذران اوقات فراغت توجه نمیشود و صرف مدت زمان زیاد در خیابان، مذموم تلقی میگردد به گونهای که جوانان از این کار منع میشوند؛ این در حالی است که اگر خیابان فضایی امن و مطلوب را فراهم سازد و فعالیتها و تفریحات سالم به گونهای سازمان یافته و مطابق با ارزشهای جامعه میسر گردد، حضور فعال مردم و به تبع آن سرزندگی و زیستپذیری افزایش مییابد. با شناسایی و تقویت عوامل مؤثر بر سرزندگی فضاهای شهر و ایجاد فضاهای سرزنده میتوان شهر را احیا و بازسرزنده نمود.

(جیکوبز، ۱۳۸۶، ۱۶۰) چهار شرط اصلی را برای خلق تنوع بارور در خیابانها و نواحی شهری و در نتیجه سرزندگی شهری بیان مینماید: ۱- محدوده ترجیحاً دارای بیش از دو کارکرد اصلی باشد. ۲- غالب بلوکها کوتاه باشند. ۳- منطقه ترکیبی از ساختمانهایی با سن و شرایط متفاوت باشد. ۴- تراکم فشرده کافی مردم صرفنظر از علت حضورشان وجود داشته باشد. او در شرط اول بر روی تنوع کاربری، در

شرط دوم و سوم بر روی تنوع کالبدی و در شرط چهارم از تنوع فعالیتها سخن میگوید؛ در واقع به اعتقاد او تنوع، سرزندگی را به دنبال خواهد داشت؛ البته این کاربری ها هستند که فعالیتها را پدید میآورند و با وجود

کاربربهای مختلط، قطعاً تنوع فعالیتی نیز بالا میرود و در نتیجه آن تنوع افراد مراجعه کننده در ساعات متفاوت روز افزایش میابد. بنابراین یکی از ملزومات سرزندگی خیابان، وجود کاربری مختلط و تنوع آنها است. ولی تنوع تنها یکی از ملزومات ایجاد سرزندگی و پویایی در یک فضا است و عناصر قدرتمند دیگری نیز وجود دارند که در ایجاد فضای شهری سرزنده تأثیر گذار هستند؛ به عنوان نمونه در مقیاس خرد، طراحی شهری جذاب و متناسب با فعالیتها که باعث جلب افراد به آنجا میشود و در مقیاس کلان، عوامل اجتماعی، فرهنگی، محیطی که از برون بر فضا تأثیر میگذارند، نادیده گرفته شده است. کوین لینچ در کتاب "تئوری شکل شهر" (۱۹۶۶-۱۹۵۵) عمدتاً سرزندگی را در مقیاس کلان مورد بررسی قرار میدهد و معتقد است سرزندگی به همراه ۵ عامل دیگر معنی، تناسب، دسترسی، نظارت و اختیار، کارایی و عدالت، محورهای عملکردی شکل خوب شهر را تشکیل میدهند. او سرزندگی را به چند بخش تقسیم میکند که عبارتند از: بقا، کفایت مقدار لازم آب، هوا، غذا، انرژی و خدمات مواد زائد.

ایمنی، عدم وجود سموم زیست محیطی و خطرات. ساوگاری، هماهنگی میان محیط زیست و نیازهای انسانی. سلامتی و تنوع ژنتیکی موجودات زنده مورد استفاده انسان و در نهایت ثبات بیولوژیکی. لینچ در طبقه بندی خود، عمدتاً معیارهای بیولوژیکی و اکولوژیکی را مدنظر قرار داده و تنها با این رویکرد به موضوع سرزندگی میردازد؛ عواملی نظیر مسائل اجتماعی، فرهنگی را که درست به اندازه عوامل اکولوژیکی در این بحث دارای اهمیت میباشند نادیده گرفته است. بنابراین به منظور دستیابی به یک محیط سرزنده و پویا میتوان با دید جامعتری به موضوع نگریست تا امکان طبقه بندی کامل تری فراهم گردد. افرادی نیز به سرزندگی فضای شهری پرداختهاند؛ پامیر^۲ در کتاب «خلق یک مرکز شهری پرجنب و جوش» (37-7002,96) عوامل موثر بر یک مکانعمومی موفق و پرجنب و جوش را این چنین معرفی مینماید: موقعیت مکان: جایگاه یک فضای عمومی موفق بایستی به گونهای باشد که پذیرای جمع کثیری از افراد باشد؛ به علاوه در نزدیکی مراکز خرده فروشی باشد به گونهای که جاذب و تولیدکننده فعالیت پیاده گردد. اندازه مکان: اندازه یک فضای عمومی موفق باید به گونهای باشد که گنجایش تفریحات جمعی و رویدادها را داشته باشد ولی نه آنقدر بزرگ که محصوریت فضا از بین رود.

برنامه ریزی مکان: ایجاد یک فضای زنده و دوستدار مردم هنگامی امکانپذیر است که اطراف آن مکان به وسیله مغازه‌های خرده فروشی، رستوران‌ها و کافه‌ها احاطه شده باشد. در نظر او که یکی از راههای کسب موفقیت در فضای شهری، ایجاد فعالیتهای تجاری به خصوص خدمات خوراکی است. طرح مکان: طراحی یک مکان باید ظرفیت فضا را برای جذب و مطابقت فعالیتهای افزایش دهد. در این رابطه به مواردی نظیر نشیمنگاه مناسب، کاربری منعطف، راحتی، سازگاری و کیفیت بالا در عین سادگی اشاره میکند. در داخل کشور کورش گلکار در پژوهشی که در رابطه با سرزندگی شهر به انجام رسانده (۱۳۸۶، ۱-۳)، سرزندگی شهری را معادل واژه "livability" و یا "Liveliness" دانسته و آن را به عنوان یکی از مؤلفه های سازنده کیفیت طراحی شهری تعریف مینماید؛ به عبارت دیگر معتقد است سرزندگی به همراه شانزده کیفیت دیگر یعنی خوانایی، شخصیت بصری، حسن زمان، غنای حسی، رنگ تعلق، آموزندگی، نفوذپذیری و حرکت، اختلاط کاربری و فرم، همه شمول بودن، کیفیت عرصه همگانی، آسایش اقلیمی، ایمنی و امنیت، انعطاف پذیری، همسازی با طبیعت، انرژی-کارآیی و پاکیزگی محیطی، پدیده ای به نام کیفیت طراحی شهری را میآفریند. نگارش ایشان به لحاظ کالبدی کاملاً مورد قبول می باشد با این تفاوت که در این مقاله رویکرد به سرزندگی اعم از طراحی شهری است؛ با این وجود در بخش کالبدی مدل تحلیلی از یافته های ایشان بهره گرفته شده است.

مبانی نظری

فعالیت: سرزندگی و پویایی فضای شهری و درمقابل، ملال انگیزی آن بازتاب شمار و به خصوص نوع فعالیتهای و رویدادهایی است که در فضا صورت میپذیرد. بنابراین برای شناسایی سرزندگی ابتدا باید به بررسی فعالیت هابپردازیم. به نوشته پاکزاد (۱۳۸۶، ۴۱)

«به تمامی افعال انسانی که در راستای برآوردن یکی از نیازهای او انجام می گیرند» یانگهیل^۴، شهرساز دانمارکی (10-1387)، فعالیتهای را به لحاظ اجباری یا اختیاری بودن به سه دسته تقسیم نموده که عبارتند از: فعالیتهای ضروری (اجباری) مانند رفتن به مدرسه یا محل کار، منتظر ماندن در ایستگاه اتوبوس، خرید فعالیتهای انتخابی (تفریحی) مانند رفتن به پارک و بهطور کلی تفریح و فعالیت های اجتماعی مانند تماشا کردن دیگران، صحبت کردن، جلب توجه کردن سرزندگی و زیستپذیری: برای مفهوم