

عوامل مؤثر بر ارتقاء کیفیت گردشگری شهری در محورهای فرهنگی - تاریخی نمونه موردی: محور اکباتان در شهر همدان

حسن سجاذزاده^۱، نازنین صاحبی^۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۱/۲۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۳/۲۱

چکیده

محورهای شاخص شهری که در طول تاریخ بستری از آموزه‌های تاریخی و فرهنگی شهرهای خود بوده‌اند، هم‌اکنون به لحاظ گردشگری مورد توجه بسیار واقع شده‌اند. اما در این میان نادیده انگاشتن میراث تاریخی و فرهنگی موجود در برخی از این محورها سبب از میان رفتن و یا کم‌رنگ شدن کیفیت‌های زندگی اجتماعی در آن‌ها گردیده است. از این رو این پژوهش بر آن است تا با ارزیابی شاخصه‌های موجود در این محورهای شهری، به ارتقاء کیفیت محورهای فرهنگی - تاریخی در راستای بهبود صنعت گردشگری در محور تاریخی اکباتان واقع در مرکز شهر همدان بپردازد. نوشتار حاضر پژوهشی تحلیلی - توصیفی و مبتنی بر مطالعات کتابخانه‌ای و میدانی در جهت شناخت کیفیت‌های موجود در محورهای تاریخی، فرهنگی و گردشگری است که ابتدا با بررسی متون و منابع قابل استناد داخلی و خارجی با استفاده از بهره‌گیری از روش تحلیل محتوا، مدل مفهومی ویژه پژوهش طراحی گشته، سپس بر مبنای مدل مذکور پرسش‌نامه‌ی هدفمندی تهیه گردیده و ارتباط عوامل مؤثر بر کیفیت محورهای تاریخی، فرهنگی و گردشگری، در تحلیل آماری مبتنی بر نرم افزار spss19 با آزمون رگرسیون و پیرسون با یکدیگر سنجیده شده است. مجموع بررسی‌ها در این پژوهش حکایت از تأثیر معنادار معیارهای اجتماعی، کالبدی، ادراکی و عملکردی بر میزان کیفیت محورهای تاریخی، فرهنگی و گردشگری می‌باشد. نتایج حاصل از تحلیل‌ها نمایانگر آن است که ارتقاء میزان شاخص‌های مبتنی بر معیار اجتماعی این محدوده تأثیرگذارترین اقدام در ارتقاء کیفیت محورهای تاریخی، فرهنگی و گردشگری است.

کلید واژه‌ها: محور تاریخی، محور فرهنگی، گردشگری شهری، محور اکباتان

^۱-مدیر گروه طراحی شهری، دانشگاه بوعلی سینا، دانشکده هنر و معماری، گروه طراحی شهری، همدان، ایران.

^۲-کارشناس ارشد طراحی شهری، دانشگاه بوعلی سینا، دانشکده هنر و معماری، گروه طراحی شهری، همدان، ایران. nazanin.sa95@yahoo.com

۱- مقدمه

صنعت گردشگری ساختاری است که از مجموعه اجزاء و عوامل مختلف تشکیل شده است. به دلیل چند وجهی بودن صنعت گردشگری، از دیدگاه‌های مختلف می‌توان آن را مورد بررسی قرار داد (Jia Qian, Lin Lu, Yu Niu Degen Wang, 2014). ایجاد و توسعه فضاهای شهری جذاب، یکی از تأثیرات گردشگری بر کالبد فضای شهری است. نواحی شهری به علت جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی بسیار، غالباً مقاصد گردشگری محسوب می‌شوند (زرآبادی، باقری قلعه جویی و باقری قلعه جویی، ۱۳۹۲، Stephen W. Litvin, 2004). به لحاظ ارزش‌های خاص شهرهای تاریخی ما و به دلیل ویژگی‌های معماری، شهرسازی و هنری ارزشمند نهفته در آن‌ها، بافت‌های شهری کهن می‌توانند به بهترین جاذبه‌های گردشگری مبدل گردند و شیفتگان بسیاری را به سوی خود جلب نمایند (Stephen W. Litvin, 2004). اهمیت و ارزش این بافت‌های کهن آنچنان است که هم‌اکنون، با محدودترین امکانات ضروری، توانسته‌اند توجه بسیاری را به خود جلب نمایند. بنابراین ساماندهی و احیاء مراکز شهری علاوه بر تحقق هدف حفاظتی و احیاء، سبب ارتقاء کیفی فضاهای مربوطه و تجهیز مناسب آن، که توأم نیازهای ساکنان، بهره‌بران، گردشگران و نهایتاً خود بافت را تأمین می‌کند، قادر به توسعه صنعت گردشگری خواهد بود و در حیات مجدد بخشیدن به محدوده مورد نظر مؤثر خواهد افتاد. می‌توان از این اقدام به عنوان موجد فضاهای مطلوب و جدیدی که توسعه درونی شهر را سبب می‌گردند نیز بهره برد (حبیبی، ۱۳۷۰: ۴۰ و خواجه دلویی، ۱۳۷۶: ۲۵۰ به نقل از حبیبی، ۱۳۸۰: ۵، Litvin, 2016). بنابراین اگر باور داشته باشیم که خیابان‌ها از عناصر اصلی عرصه‌های عمومی شهر است (Appleyard, 2005)، آنگاه خیابان و مسیر پیاده، تجلی‌گاه حیات مدنی (جامعه مدنی) شهر گردیده، محل رخداد وقایع و فعالیت‌های اجتماعی شهروندان (زندگی و حیات شهری) شده، به عنوان عنصر عامل در تولید شهر مملو از انباشت تاریخی (ثروت ملی) عمل کرده و هادی آشنای بیگانگان خواهد شد (حبیبی، ۱۳۸۰: ۵، Sonay C-evik, Filiz Tavşan, Serbu "lent Vural, 2006). طراحی مسیرهای پیاده - گردشگری با هدف حفاظت از بافت به منظور رونق بخشیدن به صنعت گردشگری یکی از مهم‌ترین اقدامات در بافت‌های تاریخی به شمار می‌رود (حبیبی، ۱۳۸۰: ۵، Rotaru, Nitulescu & Rudelf, 2010). بدین سبب این پژوهش با این پرسش که چگونه بر اساس معیارهای محورهای تاریخی فرهنگی می‌توان کیفیت این محورها را در راستای رویکرد صنعت گردشگری ارتقاء بخشید؟؛ به دنبال بررسی کیفیت‌های معرفی شده در زمینه محورهای تاریخی - فرهنگی و گردشگری در منابع کوناگون بوده و درصدد ارتقاء این کیفیت‌ها در محدوده مورد مطالعه می‌باشد.

۲- مروری بر تحقیقات گذشته

از این رو در این زمینه پژوهش‌هایی در عناوین مختلف صورت پذیرفته است که از آن جمله می‌توان به پژوهش بیان شده در ادامه اشاره کرد. استفن لیتوین (۲۰۰۴) در زمینه بهبود کیفیت چشم‌انداز خیابان در شهرهای توریستی تاریخی، در تلاش برای حفظ جذابیت مرکز شهر، از طریق حفظ خیابان تاریخی آن شهر است (Stephen W. Litvin, 2004). وانگ و همکاران در زمینه سازمان فضایی گردشگری خیابان‌های تاریخی پست‌مدرن، معتقدند، حفظ اصالت و شیوه زندگی تحت پسامدرنیسم، شرایط مثبتی برای حفظ خیابان‌های تاریخی ایجاد و حذف تفاوت فرهنگ بالا و فرهنگ عامه را ایجاد کرده است؛ بنابراین، پست مدرنیسم نقش فوق‌العاده‌ای در ترویج فرهنگ خیابانی دارد. علاوه بر این، پست مدرنیسم از چند فرهنگ گرایی و دانش چند گانه، که ترویج توسعه خیابان تاریخی و دیدار با خواسته‌های متنوع از گردشگران است، پشتیبانی می‌کند. (Jia Qian, Lin Lu, Yu Niu, Degen Wang, 2015). و در همچنین می‌توان به مطالعه فتاحی و مختار پور در زمینه تجزیه و تحلیل جامعه شناختی اثرات اجتماعی و فرهنگی گردشگری در توسعه منطقه ای (فتاحی و مختار پور، ۲۰۱۶) در سطح جهانی و به مطالعه سلطانی و پیروزی (۱۳۹۱) در زمینه پیمایش قابلیت پیاده مداری محورهای فرهنگی تاریخی (سلطانی و پیروزی، ۱۳۹۱)، پژوهش عظیمی و

همکاران (۱۳۹۳) مبنی بر مدل مفهومی و چارچوب تحلیلی ساختار فضایی-عملکردی باززنده‌سازی بافت‌های تاریخی با تکیه بر گردشگری شهری و مطالعه سعادت، غفاری و سویزی (۲۰۱۴) در زمینه ارزیابی سازماندهی محور تاریخی، فرهنگی و گردشگری بر اساس شاخص‌های پیاده‌راه اشاره نمود.

۳- مبانی نظری

۳-۱- گردشگری شهری

گردشگری شهری را می‌توان به عبارتی شهرگردی هم نامید. مراد از آن گردش و گشت و گذارهایی است که گردشگران در حوزه شهرها انجام می‌دهند. شهرگردی برای تعریف نیازی به ضوابط ندارد. شاید تنها ضابطه‌ای که می‌توان برای تعریف کردن الزامی دانست، ضابطه قلمرو جغرافیایی شهر است که امروزه آن را به عنوان محدوده خدماتی و یا حریم شهر نام برده می‌شود. از آنجایی که شهرها از دید گردشگران، جاذبه‌های متنوعی دارند و امکانات فراغتی وسیعی را برای آنان فراهم می‌سازند، بخشی از سفرهای گردشگری و مقصد گردشگران را شهرها تشکیل می‌دهند و بدین ترتیب شکلی از گردشگری به نام شهرگردی به وجود می‌آید. شهرگردی یعنی گشتن و گردش در شهرها و بازدید از جاذبه‌های موجود در آن‌ها. در گردشگری شهری، یکی از بهترین فرصت‌ها برای تعامل میان جامعه مهمان و میزبان فراهم می‌آید. اهمیت و اقبال روزافزونی که از شهرگردی در میان انواع جریان‌های گردشگری می‌شود، ناشی از همین فرصت‌ها و امکاناتی است که شهر برای گردشگران به وجود می‌آورد (راهنمایی، ۱۳۹۰).

۳-۲- محورهای تاریخی

در شهر سنتی، راه‌ها از جمله عناصر مهم و مؤثر در شکل‌دهی نظام ساختاری شهرها به شمار می‌روند. راه یک خط ضمنی است که به عنوان اصل سازماندهی به کار رفته و چون با ابزار بصری انسان در ارتباط است اشاره به عناصر ترکیب شده دارد (گاستون، ۲۰۰۵: ۱، به نقل از افتخاری، ۱۳۹۴). محورهای هر شهر از جمله فضاهایی‌اند که شهروندان هر روزه بدون استثنا همواره با آن در ارتباط بوده و شروع و خاتمه زندگی شهری آن‌ها از طریق همین فضاهاست. اولین فضایی که کودکان پس از خروج از خانه، زندگی اجتماعی را در آن تجربه می‌کنند و مراودات اجتماعی در آن صورت می‌گیرد در نتیجه اولین و مهم‌ترین فضاهای فرهنگ‌ساز است (پاکزاد، ۱۳۸۳: ۱۱۸، به نقل از افتخاری، ۱۳۹۴). در فرآیند اولیه تبدیل تابع فضایی یک شهر، دانشمندان، در فرایند که در آن خیابان‌های تاریخی به یک فضای مصرفی کاملاً نمادین رانده شده توسط منافع تجاری تبدیل شده‌اند، متمرکز شده‌اند. برای جلوگیری از این روند، در فضاهای کوچک خیابان تاریخی، ارزش مکانی معماری تاریخی باید به طور مؤثر کنترل می‌شود. مجموعه‌ای از استانداردهای طراحی داخلی برای معماری تاریخی به عنوان مرجع برای درجه و دامنه کنترل (Yeomans, 1994) ارائه شده است. در فضاهای بزرگ خیابان تاریخی، مانند مجتمع‌های تاریخی ساختمان، فضاهای چشم انداز شهری، و محیط‌های خارجی معماری، مناطق حفاظت شده تاریخی اغلب دارای فرم ارگانیک و بافت از کانونهای شکستن (Yeoh, 1996).

۳-۳- محورهای فرهنگی

گرگوری و همکاران (2000) پیشنهاد کرد که نیروهای فرهنگی تولید شده توسط ذهن انسان به عنوان مثال، (ارزش‌ها، احساسات) هدایت‌کننده‌گان ضروری تغییر فضایی هستند. ژانگ و دنگ (۲۰۰۹) رابطه روشن فرهنگ و فضا، نشان می‌دهد که ویژگی‌های فرهنگی خاص، فضا را ایجاد می‌کنند و بالعکس. برای حفظ جذابیت پایدار در یک شهر، احساس تاریخی از یک محل، که از طریق پست مدرنیسم حذف شده است باید ترمیم شود. برای رسیدن به تداوم تاریخی، نه تنها بازگرداندن عشق تاریخ بلکه تقاضا برای بازگشت به سنت و طبیعت انسان در جامعه مدرن، به انجام برسد (ژانگ و کوی، ۱۹۹۸). خیابان‌های تاریخی به عنوان موزه فرهنگی و به عنوان فضایی برای همگرایی فرهنگ شهری

عمل می کنند. به ویژه در توسعه از خیابان های مدرن، که گره از فعالیت مصرف بالا هستند، فرهنگ یک نماد برای شکل دادن به فضا و همچنین به عنوان یک رسانه برای تولید تقاضای مصرف کننده عمل می کنند. در اینجا، دامنه فرهنگ فراتر از معنا و واقعیت خود می رود و یا ممکن است فضا-زمان تحت ترانس قرار دهد، با تبدیل تفکر به یک واقعیت عینیت و محبوبیت. مردم به طور فزاینده بر نیاز به نماد "فرهنگ" برای ورود به حوزه عملیات تجاری را پیگیری می کنند (ژانگ و دنگ، ۲۰۰۹). یک فضای فرهنگی به نوبه خود، یک شخصیت منحصر به فرد در زمینه ارائه، اتصال عناصر سنتی و مدرن از خیابان های تاریخی است (wang & et all, 2015).

۳-۴- گردشگری در خیابان های تاریخی - فرهنگی

برنامه ریزی شهری در شهرهای صنعتی مدرن تأثیر معکوسی بر شکل اصلی، بافت و فرهنگ ساختمان های تاریخی، خیابان ها و شهرها دارد. فردیت، شخصیت و تنوع خیابان های تاریخی، با توجه به ساختار، به ویژه در توسعه شهری از بین رفته است. خیابان های تاریخی به آرامی از بین رفته اند. ایده های برنامه ریزی پست مدرنیسم جدید بر احساسات شهری، فرهنگ تاریخی و محیط زیست طبیعی که برای حفاظت از خیابان های تاریخی مهم است، تأکید می کند (liang & Hua, 2008). حفظ اصالت و شیوه زندگی پسا مدرنیسم، شرایط مثبتی را برای حفظ خیابان های تاریخی ایجاد کرده و منجر به نمایش روشنی از فرهنگ برای گردشگران می شود (Rotaruetull, 2010).

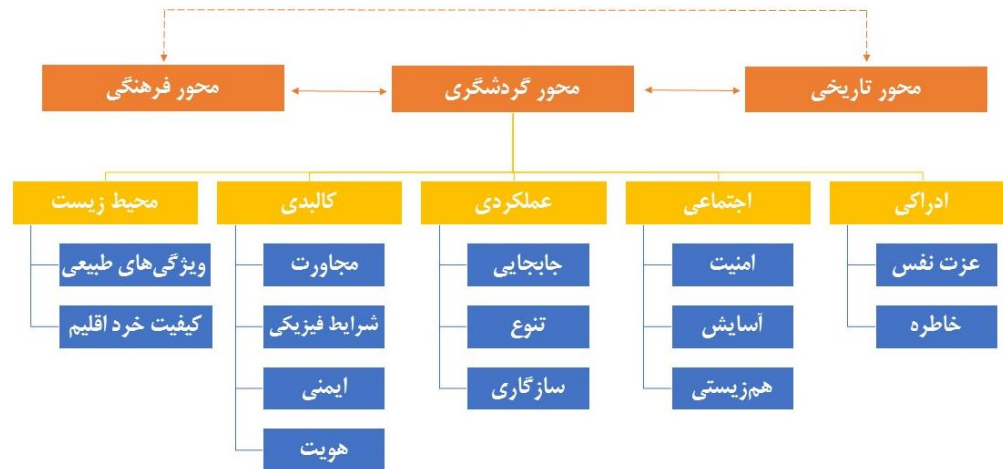
گردشگری، ساختار فضایی خیابان های تاریخی شامل روابط بین عناصر خیابان می باشد. این ساختار فضایی شامل عملکرد فرم، سبک، طرح و دیگر عناصر ماموس از ترکیب اجزای خیابان های تاریخی می باش و به ترکیب فضایی از اشکال مختلف معماری مرتبط می شود. بازتاب جامع از تعاملات انسانی مانند فرهنگ و عوامل طبیعی در نظر گرفته شده است. ساختار، بیان به هم پیوسته از روابط پیچیده بین عناصر انسانی و محلی در سرار فضای فرهنگی، فضای اوقات فراغت و فضای چشم انداز، ایجاد می کند. گردشگران با استفاده از قدرت عقل و تخیل برای دریافت و انتقال پیام و برای ایجاد حس خود در مکان های تاریخی، سفرهای فردی را برای خود در نظر می گیرند (Nurianti, 1996) که منتج به توسعه یک سازمان فضایی گردشگری برای خیابان های تاریخی می شود (wang & et, 2015).

جدول ۱: معیارها و زیر معیارهای مؤثر بر کیفیت محورهای تاریخی، فرهنگی و گردشگری مبتنی بر مطالعات نظری و تجارب جهانی. ماخذ: نگارندگان

معیار	زیر معیار	صاحب نظران	
		داخلی	خارجی
ارکان	هویت عزت نفس خاطره	افتخاری (۱۳۹۳) - لطفی (۱۳۸۹) - چنگلوی (۱۳۹۱) - سنگری (۱۳۹۳) - منصوری و آتشین بار (۱۳۸۹)	Fathi & Mokhtarpour (2014, p14) - Naoi & et (2004) - cevik & et (2008) - wang & et (2015) - Litvin (2004) - Maitland (2006) - Radoslav (2013)
		سلطانی، پیروزی (۱۳۹۱) - افتخاری (۱۳۹۳) - قلعه نویی، بهرامی (۱۳۹۳) - چنگلوی (۱۳۹۱) - غفاری (۱۳۸۵) - رفیعیان؛ بهمانیان؛ رفیعیان (۱۳۸۶)	Fathi & Mokhtarpour (2014, p14) - murzyn & kuPisz (2012, p:64-65) - Ragerson, (2006, p31)
عملکرد	جایجایی و دسترسی تنوع سازگاری	سلطانی، پیروزی (۱۳۹۱) - افتخاری (۱۳۹۳) - قلعه نویی، بهرامی (۱۳۹۳) - چنگلوی (۱۳۹۱) - غفاری (۱۳۸۵) - رفیعیان؛ بهمانیان؛ رفیعیان (۱۳۸۶)	Naoi & et (2004) - Fathi & Mokhtarpour (2014, p14) - murzyn & kuPisz (2012, p:64) - cevik & et (2008) - wang & et (2015) - Litvin (2004) - Litvin (2016) - Maitland (2006)
		سلطانی، پیروزی (۱۳۹۱) - قلعه نویی، بهرامی (۱۳۹۳) - چنگلوی (۱۳۹۱) - غفاری (۱۳۸۵) - رفیعیان؛ بهمانیان؛ رفیعیان (۱۳۸۶) - افتخاری (۱۳۹۳)	murzyn & kuPisz (2012, p:64-65) - Ragerson, (2006, p31) - Naoi & et (2004) - cevik & et (2008) - wang & et (2015) - Litvin (2004) - Litvin (2016) - Maitland (2006)
کیفیت	ویژگی های طبیعی کیفیت خرد اقلیم	افتخاری (۱۳۹۳) - سنگری (۱۳۹۳) - غفاری (۱۳۸۵)	murzyn & kuPisz (2012, p:64-65) - Ragerson, (2006, p31) - Litvin (2016) - Maitland (2006)

۳-۴- چارچوب مفهومی

چارچوب مفهومی حاضر بر اساس جستجو در منابع علمی معتبر و تحلیل محتوای آن‌ها در قالب سه محور گردشگری، تاریخی و فرهنگی مطرح شد؛ که هر یک از محورهای مذکور به شکل مجزا مورد تحلیل قرار گرفته و برای هر یک شش مؤلفه اصلی شامل ادراکی، اجتماعی، عملکردی، کالبدی و محیط زیست، تدوین شده است. مؤلفه‌های مطرح شده تأثیرگذارترین موارد بر محورهای مورد نظر می‌باشند. هر یک از این مؤلفه‌ها دارای شاخصه‌هایی است که از طریق آن‌ها می‌توان مؤلفه‌های مذکور را در محور مورد نظر ارزیابی کرد.

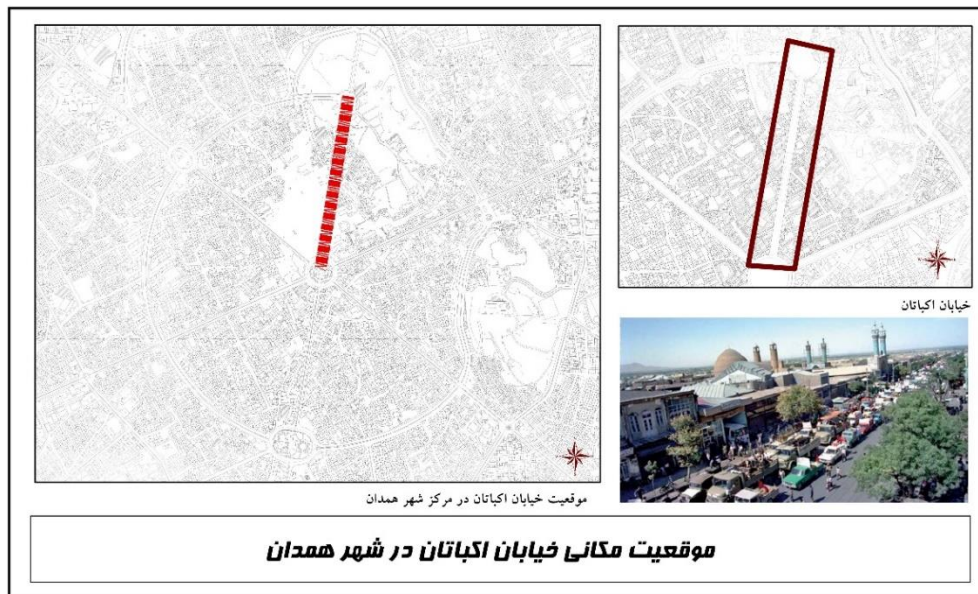


نمودار ۱: مدل مفهومی ارتباط معیارهی مؤثر بر کیفیت محورهای تاریخی، فرهنگی و گردشگری. مأخذ: نگارندگان

۴- روش شناسی

۴-۱- معرفی نمونه موردی

محور مورد مورد مطالعه خیابان اکباتان، در مرکز شهر همدان و یکی از خیابان‌های شش‌گانه منشعب شده از میدان امام خمینی (ره) همدان می‌باشد. این محور دقیقاً بر روی استخوان‌بندی بازار اصلی و در مجاورت مسجد جامع همدان بر اساس تحولات دوره اول طرح کالبدی سال ۱۳۰۷ می‌باشد که توسط کارل فریش ارائه گردید. در این طرح میدان امام خمینی بین سال‌های ۱۳۰۹ تا ۱۳۱۲ ساخته شده و ۶ خیابان به ۶ جهت شهر با فواصل مساوی از این میدان منشعب می‌گردند. این خیابان امروزه یکی از محورهای تجاری و تاریخی مرکز همدان بوده و مورد استفاده روزانه مردم این شهر می‌باشد.

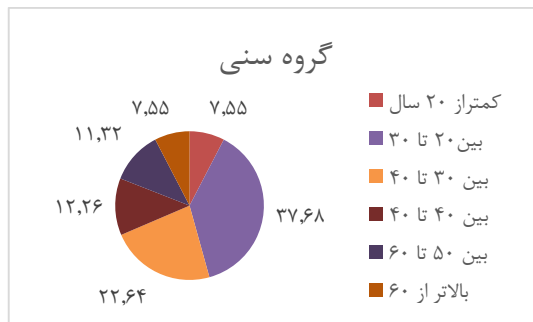


تصویر ۱: موقعیت محدوده مورد مطالعه، ماخذ: نگارندگان

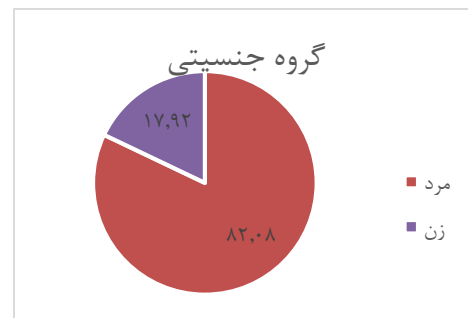
۱-۴- روش‌شناسی

نوشتار حاضر پژوهشی تحلیلی - توصیفی و مبتنی بر مطالعات کتابخانه‌ای و میدانی در جهت شناخت کیفیت‌های موجود در محورهای تاریخی، فرهنگی و گردشگری است که ابتدا منابع مکتوب مورد نیاز با جست‌وجو در پایگاه‌های داده‌های علمی معتبر بر اساس کلمات کلیدی و سپس طبقه‌بندی آنان بر مبنای ماهیت زمانی، جمع‌آوری گشته و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. سپس به کمک روش «تحلیل محتوا» ادبیات جمع‌آوری شده در خصوص آراء نظریه‌پردازان «محورهای تاریخی- فرهنگی» و «گردشگری شهری» تحلیل و مفاهیم کلیدی استخراج شد. بر اساس مفاهیم کلیدی مورد نظر، مدل مفهومی ویژه پژوهش طراحی شده، سپس بر مبنای مدل مذکور پرسش‌نامه‌ی هدفمندی تهیه گردیده و ارتباط عوامل مؤثر بر کیفیت محورهای تاریخی، فرهنگی و گردشگری، در تحلیل آماری مبتنی بر نرم افزار SPSS 19 با آزمون رگرسیون و پیرسون با یکدیگر سنجیده شده است.

جهت بررسی میزان اثر گذاری معیارهای استخراج شده از مطالعات منابع بر میزان کیفیت محورهای تاریخی، فرهنگی و گردشگری، پرسشنامه‌ای ۶۵ سوالی شامل شاخص‌های اصلی و گویه‌های آنها تنظیم گردیده است. جهت انتخاب حجم نمونه پرسشنامه، به دلیل جمعیت بالای استفاده کننده از محور مورد نظر و مسأله تحقیق، اطلاعات زیادی درباره تک تک افراد و یا واحدهای جمعیتی جمع‌آوری و ترسیم می‌شود، می‌توان از یک نمونه معرف جمعیت استفاده نمود (کیوی، ۱۳۸۶: ۱۶۸). لذا در پژوهش حاضر از نمونه ۲۰۰ نفری به عنوان معرف نمونه استفاده شده است. جامعه آماری افرادی هستند که به روش‌های مختلف از این محور در زمان‌های متفاوت استفاده می‌کنند؛ که طیف متنوعی طیف متنوعی از گروه‌های سنی و جنسیتی مورد نظر پرسشنامه بوده است که در نمودار شماره ۱ و ۲ نشان داده شده است. جهت تحلیل پرسشنامه‌ها از نرم افزار SPSS ورژن ۱۹ استفاده شده است. میزان پایایی پرسش‌نامه با روش آلفای کرونباخ سنجیده شده و عدد ۰,۹۳۲ بدست آمده است، مقدار این آماره بیشتر از ۰,۷۰ می‌باشد که این امر بیانگر پایا و مورد اطمینان بودن پرسشنامه مورد نظر به منظور تحلیل‌های بعدی می‌باشد.



نمودار ۳: گروه سنی، ماخذ: نگارندگان



نمودار ۲: گروه جنسیتی، ماخذ: نگارندگان

۵- تجزیه و تحلیل داده‌ها

جهت سنجش میزان اثر گذاری معیارهای انتخابی بر کیفیت محورهای تاریخی، فرهنگی و گردشگری، از آزمون رگرسیون استفاده شده است. آزمون رگرسیون یکی از تکنیک‌های آماری برای داده‌هایی است که در آن، روابط موجود فیما بین متغیرهای مستقل نیز مورد ملاحظه قرار گیرد. در واقع هدف از استفاده این آزمون سنجش روابط متقابل معیارهایی مؤثر بر کیفیت محورهای تاریخی، فرهنگی و گردشگری با یکدیگر و تاثیرگذاری می‌باشد. مهم‌ترین دلیل استفاده از تحلیل رگرسیون بررسی تاثیرگذاری همزمان و متقابل معیارهای انتخابی به عنوان متغیرهای مستقل بر کیفیت محورهای مذکور به عنوان متغیر وابسته می‌باشد.

یکی از جداولی خروجی آزمون رگرسیون چند متغیر، جدول Model Summary می‌باشد که این جدول به بررسی ضریب همبستگی بین متغیرها و ضریب تعیین تعدیل شده می‌پردازد. نتایج حاصله از جدول، حاکی از این می‌باشد که مقدار ضریب همبستگی (R) بین متغیرها ۰,۶۳۵ می‌باشد که نشان می‌دهد بین مجموعه متغیرهای مستقل و متغیر وابسته تحقیق همبستگی بسیار قوی وجود دارد. و از سوی مقدار ضریب تعدیل شده (R Square) برابر است با ۰,۵۰۳ درصد که نشان دهنده این می‌باشد که ۵۰,۳٪ درصد از کل تغییرات شاخص کیفیت محورهای تاریخی، فرهنگی و گردشگری به پنج متغیر کلی ذکر شده در معادله بستگی دارد. سپس برازندگی مدل در جدول ANOVA ارزیابی می‌شود. با توجه به معنی داری مقدار آزمون F در سطح خطای کوچک‌تر از ۰,۰۰۲ می‌توان نتیجه گرفت که مدل رگرسیونی تحقیق مرکب از ۵ متغیر مستقل و یک متغیر وابسته مدل خوبی بوده و مجموعه متغیرهای مستقل قادرند میزان کیفیت محورهای تاریخی، فرهنگی و گردشگری را تبیین کنند. خروجی بعدی، جدول coefficients می‌باشد، که این جدول میزان تأثیر هر یک از معیارها در مدل را نشان می‌دهد.

جدول ۲: بررسی میزان تأثیر هر یک از معیارها در مدل و میزان اهمیت هر یک از معیارها، ماخذ: نگارندگان

Coefficients ^a					
مدل	ضرایب غیر استاندارد		ضرایب استاندارد شده	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
میزان کیفیت کالبدی عملکردی	میزان کیفیت	1.089	.456	2.389	.019
	کالبدی	.386	.139	2.767	.007
	عملکردی	-.290	.139	-.218	-2.082

ادراکی	.224	.105	.218	2.133	.035
اکولوژی	-.183	.120	-.182	-1.532	.129
اجتماعی	.656	.144	.551	4.555	.000

در جدول بالا در صورتیکه سطح معناداری کمتر از ۰,۰۵ باشد ($p < 0.05$)، نشانگر وجود رابطه بین متغیرهاست. عدد beta نیز نوع و شدت رابطه را مشخص می‌کند. یافته‌های جدول بالا حاکی از این است که براساس ستون sig تمامی شاخص‌های کالبدی، به جز شاخص اکولوژی دارای ارتباط معنادار با میزان کیفیت خیابان‌های تاریخی، فرهنگی و گردشگری می‌باشند. عدد بتا نیز نوع و شدت این رابطه را نشان می‌دهد (منفی رابطه معکوس، مثبت رابطه مستقیم). بنابراین عدد بتا میزان و شدت اثرگذاری هریک از معیارهای کیفیت را مشخص می‌کند. بررسی ضریب بتا نشان می‌دهد که میزان اثر گذاری معیارهای اجتماعی ($\beta = 0.551$) و کالبدی ($\beta = 0.218$) دارای بیشترین تأثیر بر میزان کیفیت محورهای مذکور می‌باشد و معیارهای ادراکی و عملکردی به یک میزان ($\beta = 0.218$) کمترین تأثیر گذاری را در بین سایر معیارهای کیفیت به خود اختصاص داده است.

برای بررسی رابطه خطی بین دو متغیر کمی مرتبط با هم از آزمون همبستگی پیرسون استفاده می‌شود. با استفاده از این آزمون ارتباط یک متغیر کمی با یک متغیر کمی وابسته به آن اعم از هم واحد با غیر هم واحد بررسی می‌شود. از این رو رابطه خطی چهار معیار انتخاب شده در آزمون رگرسیون، شامل معیارهای کالبدی، اجتماعی، ادراکی و عملکردی، دو به دو بررسی شده است. که نتیجه آن در جدول ۲ نمایش داده شده است.

جدول ۳: بررسی رابطه خطی بین معیارهای کیفیت محورهای رابطه خطی بین، مأخذ: نگارندگان

Correlations					
		اجتماعی	کالبدی	ادراکی	عملکردی
اجتماعی	Pearson Correlation	1	.572**	.331**	.430**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000
	N	106	106	106	106
کالبدی	Pearson Correlation	.572**	1	.461**	.476**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	106	106	106	106
ادراکی	Pearson Correlation	.331**	.461**	1	.617**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000
	N	106	106	106	106
عملکردی	Pearson Correlation	.430**	.476**	.617**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	106	106	106	106

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

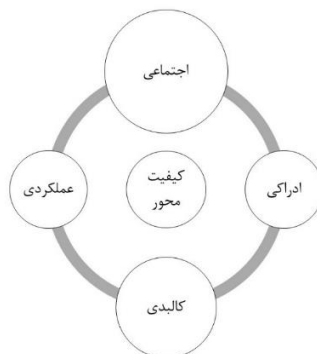
بر اساس نتایج حاصله از جدول:

- بین بعد اجتماعی و کالبدی رابطه خطی مستقیم معنی دار وجود دارد و دارای همبستگی متوسط می باشد. ($n=106, p<0,0005, r=0,572$)
- بین بعد اجتماعی و ادراکی رابطه خطی مستقیم معنی دار وجود دارد و دارای همبستگی متوسط می باشد. ($n=106, p<0,0005, r=0,331$)
- بین بعد اجتماعی و عملکردی رابطه خطی مستقیم معنی دار وجود دارد و دارای همبستگی متوسط می باشد. ($n=106, p<0,0005, r=0,430$)
- بین بعد ادراکی و کالبدی رابطه خطی مستقیم معنی دار وجود دارد و دارای همبستگی متوسط می باشد. ($n=106, p<0,0005, r=0,461$)
- بین بعد عملکردی و کالبدی رابطه خطی مستقیم معنی دار وجود دارد و دارای همبستگی متوسط می باشد. ($n=106, p<0,0005, r=0,476$)
- بین بعد ادراکی و عملکردی رابطه خطی مستقیم معنی دار وجود دارد و دارای همبستگی متوسط می باشد. ($n=106, p<0,0005, r=0,617$)

۶- نتایج

مجموع بررسی‌ها در این پژوهش حکایت از تأثیر معنادار معیارهای اجتماعی، کالبدی، ادراکی و عملکردی بر میزان کیفیت محورهای تاریخی، فرهنگی و گردشگری می باشد. نتایج حاصل از تحلیل‌ها نمایانگر آن است که ارتقاء میزان شاخص‌های مبتنی بر معیار اجتماعی این محدوده تأثیرگذارترین اقدام در ارتقاء کیفیت محورهای تاریخی، فرهنگی و گردشگری است. براساس این معیار، به دلیل پایین بودن میزان شاخص‌هایی از قبیل ایمنی و امنیت و فقدان قرارگاه‌های رفتاری به منظور مکث و ماندن افراد در فضای شهری، میزان استفاده فضا توسط گروه‌های مختلف سنی و جنسی در پایین‌ترین حد خود قرار گرفته همچنین نتایج تحلیل‌ها نشان می‌دهد که بعد کالبدی نیز یکی از تأثیرگذارترین ابعاد بر حضور افراد و بازدیدکنندگان از مکان به شمار می‌آید. از این رو با استناد بر تأثیرگذاری مضاعف کالبد تاریخی مکان بر افزایش کیفیت آن، بحث کیفیت کالبد و نگهداری و ارتقاء امکانات موجود، مورد توجه قرار می‌گیرد. بر این اساس کیفیت بعد کالبدی در محور مورد نظر، علاقم‌ارزش تاریخی، نیازمند ارتقاء کیفیت در تمامی زمینه‌ها از قبیل تعداد و کیفیت فضاهای شهری، امکانات پیاده‌روها، کیفیت جداره‌ها و فضاهای سبز مجاور می باشد. در این صورت است که می‌توان از لحاظ کیفی بر میزان تأثیرگذاری محیط بر استفاده‌کنندگان، افزود. مبتنی بر نتایج پژوهش لازم است ابعاد عملکردی و ادراکی نیز به طور همزمان در دستور کار قرار گیرند؛ بنابراین از این روست که می‌توان با حفظ و تقویت شاخص‌هایی از قبیل هویت و خاطره‌انگیزی محیط و همچنین مدیریت مناسب جابجایی و دسترسی در محیط و نیز افزایش میزان تنوع چه در سطح عملکردی و چه در سطح فعالیتی، بر میزان کیفیت محور مورد نظر افزود. بر این اساس است که می‌توان بر ارزشمندی‌های تاریخی و فرهنگی محیط افزود و بعد گردشگری آن را نیز ارتقاء بخشید.

بنابراین چهار معیار اجتماعی، ادراکی و عملکردی، ترتیب مهمترین و تأثیرگذارترین معیارهای مؤثر بر کیفیت محورهای تاریخی، فرهنگی و گردشگری می‌باشند. لذا لازم است به تناسب این تأثیرگذاری نیز تقویت لازم این معیارها در محور مورد نظر صورت پذیرد.



نمودار ۴: میزان اثر گذاری معیارهای مؤثر بر کیفیت محور تاریخی، فرهنگی و گردشگری، مأخذ: نگارندگان

منابع

- ابراهیم زاده، عیسی، ولاشجردی فراهانی، راضیه(۱۳۹۲)، تحلیلی بر انگیزه گردشگران و تأثیر عامل جنسیت و درآمد بر آن مطالعه موردی؛ گردشگران نوروزی شهرستان محلات، فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات شهری، شماره ۴، پاییز ۹۱
- اسمعیل سنگری؛ حسین(۱۳۹۳)، راهکارهای احیا بافت های تاریخی به مثابه هویت واجد ارزش شهری، مورد پژوهش محور تاریخی تربیت تبریز، مدیریت شهری، شماره ۳۷، زمستان ۹۳
- توزنده جانی، امید ، طباطبایی سیده فرزانه ، سرگلزایی شریفه،(۱۳۹۳) جنبش پیاده مداری، رویکردی نو در احیاء و پایداری مراکز شهرهای اسلامی؛ مورد مطالعه پیاده راه جنت مشهد، ششمین کنفرانس ملی برنامه ریزی و مدیریت شهری با تأکید بر مؤلفه های شهر اسلامی -تقوایی سید حسن ، مطهری راد مهری ،(۱۳۹۳)، تحلیل منظر شهری تاریخی سلطانیه بر اساس توصیه نامه ۲۰۱۱ یونسکو(مطالعه موردی : محور حدفاصل گنبد سلطانیه تا مقبره ملاحسن کاشی)، فصلنامه شهر ایرانی اسلامی. شماره ۱۸. صفحه ۱۳ تا ۲۴.
- قلعه نویی محمود ، بهرامی، مریم(۱۳۹۳)، ارزیابی کیفیت های مؤثر بر گردشگری شهری در خیابان شریعتی کرمان، نشریه علمی - پژوهشی انجمن علمی معماری و شهرسازی ایران
- قربان، رسول، جام کسری، محمد(۱۳۸۹)، جنبش پیاده گستری، رویکردی نو در احیاء مراکز شهری؛ مورد مطالعه پیاده راه تربیت تبریز، مطالعات و پژوهشهای شهری و منطقه ای سال دوم، شماره ششم، پاییز .
- حناچی پیروز ، آذری عباس ، محمود کالایه سعید ،(۱۳۹۲)، مدیریت ارزش گذاری در بافت های تاریخی» با استفاده از سیستم اطلاعات جغرافیایی (« نمونه موردی :مطالعه در محور تاریخی خیابان لال هزار)، فصلنامه شهر ایرانی اسلامی
- زرآبادی زهرا سادات(سعیده)، باقری قلعه جوقی ،مریم، باقری قلعه جوقی ،فاطمه (۱۳۹۳)، ارتقا نقش گردشگری محور کوهسنگی در جهت رسیدن به توسعه پایدار شهری، معماری و شهرسازی و توسعه پایدار، موسسه آموزش عالی خاوران، دیماه ۹۳
- کردوانی، پرویز، مورد غفاری، ونوس(۱۳۸۹)، توریسم و رویکرد نوسازی در طراحی بافت های تاریخی شهری مطالعه موردی :شهر اصفهان، فصلنامه جغرافیایی سرزمین، علمی - پژوهشی، سال هشتم، شماره ۳۰ ، تابستان ۱۳۹۰
- لطفی، سهیل(۱۳۸۹)، بازآفرینی شهری فرهنگ مینا: تأملی بر بن مایه های فرهنگی و کُنش بازآفرینی، نشریه هنرهای زیبا - معماری و شهرسازی شماره ۴۵ بهار ۹۰
- منصوری ،مریم السادات، اتشین بار، محمد(۱۳۸۹)، ارتقاء کیفی منظر شهر تهران در تلاقی خیابان و فضای عمومی به سوی منظر فرهنگی در شهر ؟، نشریه منظر، شماره ۲۸، پاییز ۹۳
- محمدی ،محمود ، چنگلویی، یونس،(۱۳۹۱)، ارزیابی مؤلفه های کیفیت فضای شهری بر میزان مطلوبیت مسیرهای پیاده گردشگری، (مورد پژوهی اولویت بندی مسیرهای گردشگری پیاده در شهر اصفهان)، نشریه علمی -پژوهشی انجمن علمی معماری و شهرسازی ایران، شماره ۵، بهار و تابستان ۱۳۹۲

-C- evik, K. 2006. An example to renovation-revitalization works in historical city centres: Kunduracilar Street/Trabzon-Turkey. Building and Environment 43 (2008) 950-962.

-Fathi & Mokhtarpour. 2016. The Sociological Analysis of Socio-cultural Impacts of Tourism on Regional Development. Journal of Tourism & Hospitality Research Islamic Azad University, Garmsar Branch Vol. 2, No. 4, Spring 2014, Pp. 7-23.

- Litvin,S. 2016. Keeping it fresh: Revisiting an historic tourist city's streetscape improvement project. *Journal of Destination Marketing & Management*.
- Litvin,S. 2004. Streetscape improvements in an historic tourist city a second visit to King Street,Charleston,South Carolina. *Tourism Management* 26 (2005) 421-429.
- Maitland,R. 2005. How can we manage the tourist-historic city? *Tourism strategy in Cambridge, UK, 1978-2003*. *Tourism Management*, 27 (6). pp. 1262-1273, December 2006.
- Naoi,T. 2004. Visitors' evaluation of an historical district: Repertory Grid Analysis and Laddering Analysis with photographs. *Tourism Management* 27 (2006) 420-436.
- Radoslav & et. 2012. Rehabilitation through a holistic revitalization strategy of historical city centres - Timisoara, Romania. *Journal of Cultural Heritage* 14S (2013) e1-e6.
- Wang,D. 2014. Tourism spatial organization of historical streetseA postmodern perspective: The examples of Pingjiang Road and Shantang Street, Suzhou, China. *Tourism Management* 48 (2015) 370e385.