

نقش محله در ارتقای گردشگری شهری (مورد مطالعه محله جلفای اصفهان)

مهری اذانی

استادیار جغرافیا برنامه ریزی شهری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف آباد

Mehri.azani@gmail.com

پژمان حاتمی فر

کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی گردشگری، دانشگاه تهران

تاریخ دریافت: 1394/6/8

تاریخ پذیرش: 1394/8/14

چکیده

تحول کارکردی شهرها در پویایی آن‌ها تبلور می‌یابد و نشانگر متغیرهای متفاوتی است که در طول زمان‌های مختلف شکل گرفته‌اند. در عصر کنونی شاهد دخالت‌های ارادی چه بر فضای شهر و نقش آن و چه بر آهنگ تحولات شهری می‌باشیم. محله یک واحد شهری است که حدود آن‌ها را نه عوارض طبیعی بلکه بیشتر قابلیت ارائه خدمات شهری تعیین می‌نماید در حالی که در گذشته مرز محلات را ضوابط دینی و مذهبی و نظایر آن تعیین می‌نمودند اما امروز دگرگونی در طبقه بندی منزلت‌های اجتماعی و اقتصادی شهرها، ضوابط گذشته را از بین برده است و شهرها برای سهولت در امر خدمات رسانی به مناطق مختلف تقسیم می‌شوند. مناطقی که ساکنین آن نیازمندی‌های روزمره خود همچون همگنی قومی، دینی و سبک زندگی مشترک را از همان مکان تامین می‌کنند. همگنی اجتماعی خاص در محله‌های سنتی بویژه محله جلفای شهرستان اصفهان موجب گردیده که جلفا یکی از محله‌های منحصر به فرد در ساختار کالبدی شهر اصفهان گردد و گردشگری آن متمایز از گردشگری سایر محله‌های شهر اصفهان باشد. هدف این مقاله بررسی نقش محله در ارتقای گردشگری شهری است. روش این پژوهش براساس هدف کاربردی و براساس ماهیت توصیفی تحلیل است. جهت بررسی گردشگری شهری در این محله از آمار توصیفی، آمار استنباطی و مدل‌های *EFAS* و *IFAS* و *SWOT* استفاده شده است.

واژگان کلیدی: گردشگری شهری، سبک زندگی، گردشگری محله، توسعه پایدار.

مقدمه

گردشگران شهری از تمامی بخش های شهری استفاده نمی کنند، بلکه از فضایی که منابع توریستی شامل جاذبه ها، تأسیسات اقامتی، خدمات، واحدهای پذیرایی و ... در آن واقع است بیشتر دیدن می کنند. نواحی شهری به علت آنکه جاذبه های تاریخی و فرهنگی بسیار دارند غالباً مقاصد گردشگری مهمی محسوب می شوند. شهرها معمولاً جاذبه های متنوع و بزرگی شامل موزه ها، بناهای یادبود، سالن های تئاتر، استادیوم های ورزشی، پارک ها، شهربازی، مراکز خرید، مناطقی با معماری تاریخی و مکان هایی مربوط به حوادث مهم یا افراد مشهور را دارا هستند که خود گردشگران بسیاری را جذب می کند. به عبارت دیگر محل سکونت، سرو غذا، ارتباطات، حمل و نقل و سایر خدمات گردشگری در شهرها واقع اند که بازدیدکنندگان از مناطق اطراف شهر و خود شهر از آن استفاده می کنند (Timothy, 1995:63) گردشگری شهری، عملکرد متقابل گردشگر- میزبان و تولید فضای گردشگری در رابطه با سفر به مناطق شهری با انگیزه های متفاوت و بازدید از جاذبه ها و استفاده از تسهیلات و خدمات مربوط به گردشگری است که آثار متفاوتی را بر فضا و اقتصاد شهری بر جای می نهد (پاپلی، 1386: 190). بسیاری از جاذبه ها و تسهیلات رفاهی اساساً برای خدمت به شهروندان توسعه یافته اند، ولی استفاده ی گردشگران از این تسهیلات می تواند به تداوم آنها کمک کند. از این گذشته، شهرها ممکن است مبادی و ورود و خروج گردشگران به کشور یا منطقه باشند و برای گردشگرانی که به نواحی اطراف آن شهر مسافرت می کنند تبدیل به پایگاه شوند. (رنجبریان، زاهدی 1385:73). محله بخشی تفکیک نا پذیر از بافت شهری است توان یک شهر به گونه ای نیرومند در تحرک و جنب و جوش و درآماده سازی فضا مؤثر است (شکویی 1358:58). در فرایند کنونی برنامه ریزی و مدیریت توسعه شهری، استفاده از راهبردهای مشارکتی و رویکرد برنامه ریزی از پایین به بالا به تدریج مورد اجماع نظر برنامه ریزان قرار گرفته است. تحقق این رویکرد، نیازمند تعریف نظام تقسیمات فضایی خردتری است که می توان «محله» را به عنوان واحد پایه و محور برنامه ریزی مشارکتی در عرصه همگانی در شهرها قلمداد کرد. دارابودن مرز و محدوده مشخص، حس همبستگی و روابط متقابل میان ساکنان، هویت جمعی و اشتراک اهداف، یکپارچگی فضا و فعالیت، خودکفایی نسبی و جمعیت متناسب از مضامین مشترک در تعریف محله بوده است. بر مبنای ویژگی ها و معیارهای مورد انتظار، مفاهیم جمعیتی، زیرساختی، سیاسی، حسی، اجتماعی و محیطی به عنوان اصول پایه در تعریف محله محسوب می شود. مفهوم شناسی محله در شهرهای ایران نشان می دهد که در گذشته ویژگی ها و معیارهای قومی، مذهبی، نژادی و نظایر اینها، و در زمان حاضر اصول رسمی و قراردادی در تعریف مفهوم و تعیین حدود محله نقش تعیین کننده ای دارند. در مجموع محدوده فضایی یکپارچه، وجود

مرزهای کالبدی مبتنی بر درک ذهنی و یا نشانه عینی، حس تعلق مکانی و همبستگی اجتماعی، امکان شناخت رو در رو و وجود تسهیلات و خدمات محلی از جمله نکاتی است که در مفهوم شناسی محله اهمیت می یابند (عبدالهی و همکاران، 1389). محله بنیادی ترین عنصر شهری و حلقه واسط بین شهر و شهروندان است. هر محله با ارایه خدمات مورد نیاز و با ایجاد نمادهای محله ای و ویژگی های خاص، موجب می شود محله به محوری برای گردشگری تبدیل شود.

بیان مساله

از نمودهای هویت هر شهر، تجلی فرهنگ آن است که علاوه بر ویژگی های طبیعی و نحوه رفتار مردم، از طریق فضاهای شهری آن شناخته می شود. محله ها به عنوان یکی از شاخصه های مهم در هویت شهر، ریشه در زمان و مکان داشته و با فرهنگ و تمدن آن جامعه، پیوندی ناگسستنی دارند. محله های شهری از کانون های مهم شکل گیری هویت فرهنگی و اجتماعی مردم هستند و ضروری است تا در چهارچوب طرح های مناسب، الگوها و روش هایی برای حمایت از این عناصر هویت ارائه داده شود. در راستای تحقق توسعه پایدار شهری و ارتقای هویت شهر، توسعه محله ها و هویت بخشی به آنها می تواند از عوامل مؤثر در توسعه گردشگری محله و جذب گردشگران داخلی و خارجی قلمداد شود. شهر اصفهان عصر صفوی را می توان نتیجه ای از تمدن و فنون شهرسازی دوران قبل از آن در ایران دانست. فضای اجتماعی محلات شهر سنتی اصفهان از نظر عملکرد اجتماعی به طور اعم و از نقطه نظر صنعت گردشگری به طور اخص حائز اهمیت است. محله جلفا یکی از محلات سنتی - قومی شهر اصفهان است که با ویژگی های خاص فضای کالبدی خود (وضعیت مسکن، کلیساها، مراکز تجاری خرید روزانه و...) از بافت و ساختار خاصی برخوردار است. چگونگی استقرار این ساختار بدون تداخل با سایر محله های شهری و ویژگی های منحصر به فرد آن را از دیگر محلات اصفهان مجزا و منفک کرده است. در حال حاضر این محله از نظر سیمای شهری، زیباسازی و عمران شهری از برترین محلات اصفهان محسوب می شود و با توجه به این موضوع این محله توان آن را دارد که به منزله یک محور گردشگری مورد توجه قرار گیرد. این تحقیق با هدف بررسی گردشگری شهری و گردشگری در یکی از مهم ترین و سنتی ترین محله های شهر اصفهان از نقطه نظر ساختار فضایی - جغرافیایی - قومی می باشد و در این مقاله به دنبال پاسخ گویی به دو سوال هستیم:

1- چگونه جذابیت فضاهای خاص محله جلفا از نقطه نظر گردشگری می تواند در توسعه پایدار شهری

مؤثر واقع شود؟

2- آیا منابع فرهنگی و میراث ملی محله جلفا به عنوان یک منبع اقتصادی، از نظر گردشگری بر اعتبار موزه شهر اصفهان افزوده است؟

پیشینه تحقیق

شهر به طور عام و محله به صورت خاص مجموعه ای از عوامل طبیعی، اجتماعی و محیط های ساخته شده توسط انسان است که در آن جمعیت ساکن متمرکز شده است. با نگاهی گذرا به سیما شهر اصفهان و بافت آن بسیاری از عناصر و اجزای شهری و بخصوص بازارها محله ها نقش عمده ای در عملکرد و حیات زندگی شهری ایفا نموده که مورد توجه می باشد. بر همین اساس کن ورسی (2006) به ارزیابی بهکرد کیفیت زندگی و ظرفیت پایداری محیطی اقتصادی و اجتماعی در اشکال شهری و الگوهای حمل و نقل پرداخته است. دانی و زیبرک (2010) اشاره نمود، آن ها معتقدند که شهر به محله هایی فشرده با کاربری مختلط و اولویت عابر پیاده و مناطقی با موقعیت مناسب و کریدورهای کارکردی و زیبا که می تواند محیط های طبیعی و انسان ساخت را در قالب کلیتی پایدار و ماندنی انسجام بخشند، تعریف می گردد. اذانی (1385) به مقایسه مدیریت سنتی شهر اصفهان و عصر جدید پرداخته و تغییر مدیریت را در روند شکل گیری شهر در گذشته و حال مقایسه نموده است. اذانی، حاتمی فر (1393) در پژوهش تحت عنوان بررسی شهر خلاق اسلامی و مدیریت یکپارچه شهری با تاکید بر شهر اصفهان به اصولی برای تعریف رابطه انسان و محیط و روابط انسان ها با یکدیگر را در محیط ساخته شده شهری اشاره نموده اند. زندیه و گودرزیان (1393) به بررسی رویکرد منظرین به شهر با توجه به ماهیت منظر و توجه به ابعاد مختلف، زمانی - مکانی، تمدنی - تاریخی و عینی - ذهنی به صورت همزمان در شهر پرداختند. همچنین ابراهیم نیاسماکوش و همکاران (1392) به ارزیابی نقش گردشگری شهری در توسعه اقتصادی - محیطی شهر بابل سر پرداختند. امامی رضا (1382) به بررسی نقش کاربری زمین در پایداری محیط زیست شهری در منطقه جلفا پرداخت. عسگری (1380) به طراحی مجموعه فرهنگی جلفای اصفهان پرداخت. همچنین میناسیان (1387) در مقاله ای نگاهی به خانه های قدیمی جلفای نو داشت و نتیجه گرفت توسعه و مرمت خانه های قدیمی محله جلفای نو می تواند در جذب گردشگر حائز اهمیت باشد.

روش تحقیق

روش این پژوهش بر اساس هدف کاربردی و بر اساس ماهیت توصیفی-تحلیلی می باشد. جهت بررسی گردشگری شهری در این محله ابزار جمع آوری اطلاعات از طریق منابع کتابخانه ای و اسنادی می باشد و شیوه ی سنجش اطلاعات براساس مدل سازی توصیفی صورت گرفته و از آمار توصیفی، آمار استنباطی و مدل های *EFAS* و *IFAS* و *SWOT* استفاده شده است که با استفاده از برنامه نرم افزاری *EXCEL 2013* و *SPSS21* تجزیه و تحلیل و به صورت ترسیمی نمایش داده شده است.

منطقه مورد مطالعه

در محدوده ی مرکزی حوزه ی جنوب شهر اصفهان، ناحیه ی تاریخی جلفا قرار دارد که واجد مزیت های مکانی، فضایی، اجتماعی و فرهنگی متعددی می باشد. جلفای تاریخی در دوران صفویه در اراضی بایر یا دشت های کشاورزی و باغ های جنوب زاینده رود برای استقرار آرامنه ی رانده شده از ارمنستان بنا نهاد شد (شفقی: 570). از همین رو از آغاز بر پایه ی اصول شهرسازی صفوی مبتنی گردیده است. به کارگیری نظم های مقدس (آب، هوا، خاک، گیاه) در دوران صفوی یکی از ارکان شهرسازی مکتب اصفهان را تشکیل می داد (اذانی، حاتمی فر، 1393). در حقیقت، این نظم مقدس هماهنگی میان محیط مصنوع و باورهای اعتقادی و آیینی ست که خود را یا به صورت ظاهری با علائم و نشانه ها آشکار می سازد و یا در ساختار شکلی با تغییر جهت بناها به سمت جهت های مقدس (محراب کلیساهای آرامنه به سمت شرق است) و یا با استفاده از نمادها و نشانه های طبیعی یا مصنوعی که یادآور نظم فوق باشد. همچنین سایر اصول شهرسازی مکتب اصفهان همچون: اصل ترکیب، اصل استقرار، اصل توازن، اصل تناسب، اصل قلمرو، اصل سلسله مراتب، اصل وحدت و ... (اذانی، حاتمی فر 1393 همچنین نقی زاده 1387) نیز در بناها و بافت بر جای مانده از آن دوران به خوبی مشهود است که این امر حاکی از آن است که این بافت، بافتی خودرو و فاقد اصول طراحی و زیبایی شناختی نمی باشد. عناصر و بناهای با ارزش تاریخی که از دوران گذشته بر جای مانده اند، از لحاظ سبک معماری، نما، مصالح به کار رفته، رنگ، هندسه، ترکیبات فضایی و .. با دیگر بناهای موجود متفاوت اند. علاوه بر ساختار کالبدی که می تواند در افزایش حس تعلق و حس مکان ساکنان محل تأثیر گذار باشد، شرایط اجتماعی و فعالیت های موجود در محیط، خاطرات جمعی و رویدادهای خاطره انگیز می باشد که در بالا بردن میزان حس تعلق موثر است. از آن جا که این منطقه از بدو پیدایش برای استقرار آرامنه پیش بینی شده و تکامل یافته است، این امر باعث گردیده عناصر کالبدی عمومی و نمادها و نشانه های فرهنگی از جمله

کلیساها و عناصر غیرکالبدی همچون آداب و رسوم، دین، زبان و ... عوامل وحدت بخشی به حساب آیند که ساکنان ارمنی نسبت به این منطقه حس مالکیت و تعلق داشته باشند (درهوهانیان، 1379:610). در کنار تمام عناصر کالبدی ارزشمند باقی مانده از گذشته، یکی دیگر از قابلیت های سایت، حضور و عبورمادی ها به عنوان رگ های جریان حیات می باشد. وجود عناصر و محیط طبیعی در کنار محل زیست انسان از دو جهت حائز اهمیت است :

1- از جهت معنایی و ادراکی که هویت محلی را تقویت می کند .

3- از جهت سلامت جسمی و روانی ساکنان که نتیجه ی آن تقویت پایداری محله می باشد (شایسته، قاسمی 1383).

مطالعات ساختار محیط

عناصر سازنده ی محیط شهری را در یک تقسیم بندی کلی می توان به ساختار فضایی و ساختار کالبدی تقسیم بندی نمود .

ساختار فضایی

شاخص های حس ساختار فضایی به سه دسته، عناصر تداوم بخش، قلمرو و مکان می توان تقسیم کرد (شکوئی 1358). عناصر تداوم بخش شامل راه ها، گذر و راسته، لبه، جریان های آبی و هر عنصری که موجب امتداد دید ناظر شود، می باشند. اصول طراحی و زیبایی شناختی که در قالب کالبد و در شکل و فرم تبلور پیدا می کنند، صراحت و روشنی خاصی دارند. این موضوع در تعامل با راه های ارتباطی و ویژگی های بدنه ی آن دسته از شبکه های ارتباطی که دارای جلوه ی دیداری هستند، بیش از بدنه های فاقد جلوه های بصری ادراک می شوند. در رابطه با مسیرهای موجود در سایت، تنها گذری که تا حد نسبی از این قابلیت برخوردار می باشد، کوی سنگتراش ها و تبریزی ها می باشند که البته در تمام طول مسیر این قابلیت وجود ندارد. این در حالی ست که جلوه و جذابیت بناهایی که از نما و بدنه ی مناسب و طراحی شده برخوردارند، در کنار ساختمان های مخروبه و بازسازی نشده که مورد کم توجهی قرار گرفته اند، کم رنگ گردیده است . همچنین در مواردی محدود، در طول مسیر از سابط استفاده گردیده است که نبود توجه کافی به آنها از شاخص بودن این نشانه در طول مسیر کاسته است . وجود این گونه عناصر در طول مسیر، علاوه بر خوانایی مسیر، مسیر را از جنبه ی طراحی متمایز و منحصر به فرد می نماید و حس مکان را تقویت می نماید و بیش

تر از دیگر مسیرها در ذهن ناظران شهری ماندگار می کند. اگر بدنه ی راه ها سطوح پس نشسته یا کنده شده از زمین داشته باشند، یا از جلوه های بصری چون رنگ روشن، انواع خطوط قوسی شکل و نورپردازی در مصالح تشکیل دهنده، بافت بساوایی مناسب برخوردار باشد، خوانایی و نمایانی آن ها بیش تر ادراک می شود.

بررسی قلمرو

قلمرو یک کلیت است که در درون خود ویژگی های فضایی عناصر تداوم بخش، مکان و عناصر کالبدی را دارا می باشد (لغت نامه دهخدا). قلمرو دارای مرز عینی است، چون به وسیله ی عناصر تداوم بخش از قلمروهای دیگر جدا می شود. دارای مرز ذهنی ست، چون دارای منشأ تاریخی، قومی، فرهنگی بوده و دلالت بر گروه های اجتماعی و انواع فعالیت اقتصادی دارد. قلمروها به عنوان یک کلیت واحد در حس فضا و کالبد، سابقه ی تاریخی دارند. قلمروهای شهری به لحاظ زمانی به دو دسته ی قلمروهای جدید و قلمروهای قدیم تقسیم می گردند. قلمروهای گذشته، شناسه های بیش تری دارا می باشند و در شرایط کنونی این شناسه ها محدودترند. تقسیم بندی قلمروها به لحاظ کارکرد شامل قلمروهای اقتصادی، مسکونی و قلمروهای خدماتی و تفریحی می شود (پور احمد، 1392:81). با توجه به کیفیت ابنیه و طبقات موجود بافت می توانیم به طور تقریبی قلمروهای جدید و قدیم را شناسایی کنیم. سمت شرق و جنوب سایت به دلیل قرارگیری عناصر تاریخی و ارزشمند قلمروهای قدیم را تشکیل می دهند. هر چه به سمت غرب سایت حرکت می کنیم، ساختمان های نوساز با تعداد طبقات بالا و شبکه ی معابر مناسب تر حکایت از قلمرویی جدید دارد. همچنین می توانیم قلمروها را به لحاظ کارکردی شناسایی کنیم. برخی از قلمروها صرفاً مسکونی و برخی به علت قرارگیری عناصر همچون کلیسا، باشگاه، زمین ورزشی، مدرسه و ... قلمرویی فرهنگی می باشند. قلمرو زمانی می تواند به عنوان عامل حس فضا تلقی گردد که برخوردار از کارکرد خاص، شناسه و عناصر محتوایی محیطی - اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و طبیعی باشد. ماندگاری قلمرو با عناصر کالبدی که دارای ویژگی شکل و فرم خاصی می باشند و اصول طراحی و زیبایی شناختی در آن ها مستتر می باشند، ارتباط دارد. مرکز محلات و فضای عمومی برای اجتماع مردم از جمله مواردی می باشد که علاوه بر حس تعلق ساکنان، ماندگاری قلمرو را به همراه دارد.

مکان ها

مکان در ساختار فضایی شهری به صورت نقطه ای، لکه ای و خطی یا ترکیبی از آن ها می باشد. مکان یکی از شاخص های حس ساختار فضایی کالبدی ست. تنوع و گوناگونی از نظر شکل و فرم و کارکرد از ویژگی های بارز مکان است. مکان های شهری بر اساس کارکرد به دو دسته ی مکان های عمومی و خصوصی تقسیم می شوند. علاوه بر تقسیم کارکردی، مکان ها از نظر محتوایی نیز مکان های تفریحی، اقتصادی، تجاری، مذهبی، تاریخی و اجتماعی را شامل می شوند و هر یک با داشتن ویژگی ها و ملاک ها و معیارهایی، قابلیت دعوت کنندگی، خوانایی و نمایانی پیدا می کنند و در نهایت در فرآیندهای ادراک و حس فضا موثر واقع می شوند. (پورا احمد، 1392:77). در سایت مورد بررسی، مکان های تجمع افراد که در آن رفتارهای گوناگونی صورت می پذیرد مورد بررسی قرار گرفته اند. دسته ای از این عرصه ها، فضاهای بسته ی عمومی مانند پاساژ تجاری پردیس و ارکید، همچنین فروشگاه رفاه را شامل می شود. کاربران این گونه مکان ها علاوه بر افراد محله، افرادی در سطح منطقه و حتی شهر می باشند. برای این گونه فضاها پیش بینی جای پارک و همچنین مدنظر قرار دادن مسائل و مشکلات ناشی از ترافیک (ترافیک عبوری و ترافیک ساکن) ضروری می باشد. دسته ای از فضاهای باز همچون چهار راه شکرچیان و تقاطع مادی با گذر سنگتراش ها می باشد. در این مکان ها حضور آب همراه با دیگر عناصر طبیعی همچون نور خورشید و پوشش گیاهی علاوه بر جذابیت بیش تر، حس تعلق ساکنان محل را نیز تقویت می کند. نوع دیگری از فضاهای تجمع موجود در سایت، فضاهایی می باشند که نه به طور کامل عمومی و نه به طور کامل خصوصی اند و امکان استفاده از آن ها برای تمام افراد و در تمام ساعات امکان پذیر نمی باشد. این اماکن عرصه ی تجمع افراد با ویژگی های خاص مشترک می باشد. از جمله ی این اماکن می توان به کلیساها، مسجد و باشگاه آارات اشاره نمود. حضور این گونه فضاها نیز در محله می تواند به پر رنگ تر شدن حس تعلق ساکنان محله کمک نماید .

یافته ها

به منظور بررسی نقش محله جلغا در ارتقای گردشگری شهر اصفهان پرسشنامه ای در طیف لیکرت پنج گزینه ای شامل 15 سوال در میان 50 نفر از صاحب نظران که حداقل دارای مدرک کارشناسی در رشته گردشگری بودند و همگی دارای تجربه مشارکت در انجام پروژه های ارزیابی و یا مشاغل مربوط به گردشگری را داشتند، توزیع گردید . پس از جمع آوری، پرسشنامه ها مورد تحلیل قرار گرفت. در هر سوال از افراد خواسته شده بود که نظر خود را درباره هریک از شاخص ها ابراز نمایند. گزینه خیلی کم نمره 1 و گزینه خیلی زیاد

نمره 5 را دریافت کرد. در وسط طیف نیز گزینه کم نمره 2، گزینه متوسط نمره 3 و گزینه زیاد نمره 5 را به خود اختصاص می دادند. در انتها از مدل های موثر در گردشگری (SWOT, IFAS, EFAS) استفاده شد. که نتایج آن به شرح زیر است. میانگین سنی پاسخ دهندگان زن که 19 نفر بودند 24.26 سال بود و میانگین سنی مردان که 31 نفر بودند 25.61 سال بود.

جدول شماره (1) شاخص های مورد نظر و نتیجه تجزیه و تحلیل آن ها

نمره	درصد پاسخگویان	فراوانی	شاخص مورد نظر
3	%54	27	1. موفقیت مدیریت شهری در برنامه ریزی و سرمایه گذاری در محله جلفا
5	%36	18	2. آمادگی و استعداد برای سرمایه گذاری در محله جلفا
2	%44	22	3. ریسک پذیری سرمایه گذاری در محله جلفا
4	%42	21	4. تاثیر امکانات و زیرساخت های مناسب و موثر در محله جلفا
5	%40	20	5. تاثیر ویژگی های فرهنگی محله جلفا بر گردشگری شهری
5	%40	20	6. تاثیر راهنمایان محلی در گردشگری محله جلفا
5	%54	27	7. تاثیر پذیری ساختار معماری محله جلفا در جذب گردشگر به محله
5	%52	26	8. تاثیر المان های مذهبی (کلیسا...) در جذب گردشگر در محله جلفا
5	%46	23	9. تاثیر فروشگاه های مواد غذایی، رستوران و کافی شاپ ها در جذب گردشگر
5	%44	22	10. تاثیر وجود مراسم و آداب و رسوم و اعیاد بر جذب گردشگر
3	%46	23	11. نحوه ارتباط مناسب مردم بومی با گردشگر در محله جلفا
5	%40	20	12. تاثیر محله جلفا بر گردشگری شهر اصفهان
5	%42	21	13. میزان منحصر بفرد بودن محله جلفا از دیگر محلات اصفهان
5	%72	36	14. میزان بازاریابی و تبلیغات موثر در جذب گردشگر
4	%76	38	15. نتیجه کلی از ارزیابی محله جلفا

بررسی نتایج حاصل از پرسشنامه ها نشان می دهد که زمینه مناسبی میان صاحب نظران ارزیابی نقش محله در ارتقای گردشگری شهری برای تاکید بیشتر بر محله در رشد گردشگری شهری در شهر اصفهان وجود دارد. با توجه به پاسخ مثبت تمامی پرسش شوندگان، محله جلفا می تواند نقش موثری در رشد و توسعه گردشگری شهری در اصفهان داشته باشد و نتایج شاهدهی بر این ادعاست.

ماتریس تحلیلی SWOT برای بررسی عوامل داخلی و خارجی تاثیر گذار بر گردشگری محله

جلفای اصفهان

تحلیل SWOT برای اولین بار در سال 1950 توسط دو فارغ التحصیل مدرسه بازرگانی هاروارد به نامهای جورج آلبرت اسمیت و رولند کریستنسن مطرح شد. در آن زمان این تحلیل ضمن کسب موفقیت های روز افزون

به عنوان کسب ابزار مفید مدیریتی شناخته شد. اما شاید بیشترین موفقیت مشهود این تحلیل زمانی بدست آمد که **Jack Welch** از جنرال الکتریک در سال 1980 از آن برای بررسی استراتژیهای **GE** و افزایش بهره‌وری سازمان خود استفاده کرد (دارت و همکاران 2006). **SWOT** سرواژه عبارات قوت‌ها (**Strengths**) ضعف‌ها (**Weaknesses**)، فرصت‌ها (**Opportunities**) و تهدیدات (**Threats**) است (پیرس و رابینسون: ۲۰۰۷، ۱۳۹۳). در جهت سنجش محیط داخلی به مطالعه نقاط قوت و ضعف محله جلفا و محلات همجوار با آن پرداخته شد تا در این راستا بتوان جنبه‌های مساعد یا باز دارنده دستیابی به اهداف برنامه ریزی و اجرای تکالیف محوله آن را مورد شناسایی قرار داد. ماتریس عوامل داخلی تاثیرگذار بر گردشگری محله جلفا تحت عنوان نقاط قوت و ضعف و ماتریس عوامل خارجی به منظور شناسایی فرصت‌ها و تهدیدات در چارچوب توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و جمعیتی و گردشگری محله جلفا به شرح زیر است.

جدول شماره (2) ماتریس تحلیلی **SWOT** برای بررسی عوامل داخلی و خارجی تاثیر گذار بر گردشگری محله جلفای اصفهان

نقاط قوت (Strong)	نقاط ضعف (Weaknesses)	
جاذبه‌های گردشگری فراوان تنوع فرهنگی حاکم سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی گردشگری پتانسیل و امکانات فراوان تنوع انواع رستوران و کافی‌شاپ دسترسی آسان به محور فرهنگی و تاریخی چهارباغ وجود مادی و طبیعی زیبا	کمبود فضای پارکینگ خشک شدن مادی‌ها عدم بهسازی و مرمت محله تخریب معماری سنتی عدم استفاده از پوشش محلی آرامنه در محله عدم وجود فروش گاه‌های صنایع دستی لازم عدم وجود گردشگری شب در منطقه	SWOT
فرصت‌ها (Opportunities)	استراتژی‌های SO	استراتژی‌های WO
تمایل به سرمایه‌گذاری در محله جلفا افزایش مشارکت بخش خصوصی در توسعه محله جلفا استفاده از معماری منحصر به فرد امکان اجرای طرح گردشگری در شب در بر گرفتن اکثریت وجوه گردشگری محله	با استفاده از جاذبه‌های گردشگری فراوان می‌توان تمایل به سرمایه‌گذاری و مشارکت بخش خصوصی را افزایش داد. با توجه به تنوع فرهنگی حاکم و معماری منحصر به فرد جلفا که در بر گیرنده تمام وجوه گردشگری شهری است می‌توان به عنوان محله نمونه گردشگری معرفی شود.	با توسعه محله جلفا می‌توان کمبود فضای پارکینگ را جبران کرد می‌توان با تاکید بر معماری منحصر به فرد محله از تخریب معماری سنتی جلوگیری کرد. با اجرای طرح گردشگری شب علاوه بر افزایش امنیت محله امکان جذب گردشگر بیشتر فراهم می‌آید. با دایر کردن فروشگاه‌های بیشتر صنایع دستی آرامنه تمایل بخش خصوصی بر سرمایه‌گذاری بیشتر می‌شود.
تهدیدات (Threats)	استراتژی‌های ST	استراتژی‌های WT
افزایش قیمت زمین نرخ بالای مهاجرت آرامنه تخریب باغات محله جلفا محدودیت شدید فضای سبز و عمومی باز محدودیت‌های مختلف آرامنه در محله	با جذب سرمایه‌گذاران و کاهش محدودیت‌ها می‌توان مهاجرت آرامنه را کاهش داد. با افزایش زیرساخت‌ها و تاکید بر ویژگی‌های منحصر به فرد محله می‌توان از تخریب بافت سنتی جلوگیری کرد. با برنامه‌ریزی از افزایش قیمت زمین جلوگیری کرد.	کمبود فضای پارکینگ و محدودیت شدید فضای سبز و عمومی باز را جبران کرد. زها سازی آب در مادی‌ها و نهرهای آب بهسازی و مرمت محله و جلوگیری از تخریب روز افزون محله طرح ایجاد گردشگری در شب با توجه به پتانسیل بسیار خوب محله

در یک جمع بندی کلی از ماتریس بالا می توان اینگونه نتیجه گرفت که با وجود پتانسی های بسیار و نقاط قوت زیاد می توان با از بین بردن نقاط ضعف و فائق آمدن بر تهدیدات و به حداقل رساندن آن ها شاهد تبدیل محله جلفا به محله نمونه گردشگری در اصفهان و تبدیل آن به یک جاذبه مهم برای گردشگران خارجی شد.

مدل های *IFAS* و *EFAS*

این مدل ها برای سازمان دهی و تحلیل عوامل داخلی و خارجی فراروی یک سیستم با استفاده از عوامل درجه بندی بر مبنای اهمیت داده شده به هریک از عوامل استراتژیک مورد استفاده قرار می گیرید. برای انجام این مهم انجام عملیات زیر برای تجزیه و تحلیل وضعیت ضروری می باشد:

1. در ستون 1، مهمترین نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید آورده می شود.
2. در ستون 2، وزن به هریک از عوامل و براساس اثر احتمالی آن ها بر موقعیت استراتژیک فعلی از 1 (مهمترین) تا 0 (بی اهمیت ترین) داده می شود. جمع ستون 2 بدون توجه به تعداد عوامل عدد 1 است.
3. در ستون 3، (درجه بندی)، به هریک از عوامل و براساس اهمیت و موقعیت کنونی سیستم به آن عامل خاص امتیازی از 5 (بسیار خوب) تا 1 (بسیار ضعیف) داده می شود. این درجه بندی نشان می دهد که سیستم چگونه به هریک از عوامل پاسخ می دهد.
4. در ستون 4، (امتیاز وزنی)، وزن را در درجه هر عامل (ستون 2 × ستون 3) ضرب کرده تا به این وسیله امتیاز وزنی آن عامل بدست آید.
5. در نهایت مشخص می شود که یک سیستم چگونه به عوامل و نیروهای موجود و بالقوه پاسخ می دهد. همیشه متوسط وزنی کل سیستم در یک زمینه، عدد 3 است (حکمت نیا و موسوی 1385:32).

جدول شماره (3) مدل IFAS عوامل تاثیر گذار بر گردشگری محله جلفا

امتیاز وزنی	درجه بندی	وزن	عوامل داخلی
			قوت ها:
.75	5	.15	جاذبه های گردشگری فراوان و تنوع فرهنگی حاکم
0.75	5	.15	سرمایه گذاری و برنامه ریزی گردشگری
.4	4	.1	پتانسیل و امکانات فراوان
.4	4	.1	تنوع انواع رستوران و کافی شاپ
.28	4	.7	دسترسی آسان به محور فرهنگی و تاریخی چهار باغ
.15	3	.5	ضعف ها:
.6	4	.15	کمبود فضای پارکینگ
.3	3	.1	عدم بهسازی و مرمت محله و تخریب معماری سنت
.3	3	.1	عدم استفاده از پوشش محلی آرامنه در محله و عدم وجود فروش گاه های صنایع دستی لازم
.9	3	.3	عدم وجود گردشگری شب در منطقه
4.02		1	جمع

جدول شماره (4) مدل EFAS عوامل تاثیر گذار بر گردشگری محله جلفا

امتیاز وزنی	درجه بندی	وزن	عوامل خارجی
			فرصت ها:
.75	5	.15	تمایل به سرمایه گذاری بخش خصوصی در محله جلفا
.4	4	.1	استفاده از معماری منحصر به فرد
.3	3	.1	امکان اجرای طرح گردشگری در شب
.4	4	.1	در برگرفتن اکثریت وجوه گردشگری محله
1	5	.2	تهدیدها:
.6	4	.15	افزایش قیمت زمین
.4	4	.1	نرخ بالای مهاجرت آرامنه
.1	2	.5	تخریب باغات محله جلفا
.1	2	.5	محدودیت شدید فضای سبز و عمومی باز
			محدودیت های مختلف آرامنه در محله
4.05		1	جمع

با توجه به امتیاز وزنی در هر دو مدل تجزیه و تحلیل عوامل داخلی و خارجی، که بیشتر از متوسط امتیاز وزنی عدد 3 است می توان نتیجه گرفت که محله جلفا از توانایی بالقوه داخلی و خارجی در زمینه گردشگری شهری برخوردار است.

نتیجه گیری

محله جلفا دارای قابلیت برای تبدیل شدن به یک بافت زنده و پویا را دارد و یا به عبارت دیگر، دارای قابلیت های بالقوه ای است که با تقویت و توجه کافی می توان آن ها را به قابلیت های بالفعل تبدیل کرد. در محدوده ی مورد نظر عناصر و ساختارهای با ارزش تاریخی وجود دارد که قابلیت حفظ و استفاده ی بهینه از آن ها با تغییر مناسب کاربری وجود دارد. از دیگر قابلیت های موجود این محله که در دیگر بافت های شهری اصفهان نمی توان یافت، وجود و حضور شهروندان ارمنی با فرهنگ و آیین و رسوم خاص به همراه عناصر کالبدی ویژه همچون کلیساها می باشد. توجه به این امر، از آن جهت لازم و ضروری می باشد که ناحیه ی تاریخی جلفا نسبت به محلات دیگر ایران برای خارجی ها به دلیل مراتب فرهنگی و مذهب، جذاب تر و زیباتر به نظر می رسد. از این قابلیت برای جذب گردشگر می توان بهره جست. دسترسی سریع به محور طبیعی زاینده رود، محور تاریخی - خدماتی چهارباغ بالا، محور خدماتی حکیم نظامی و نظر شرقی همچنین دید رو به کوه صفا، هم پای وجود بافت تاریخی و ویژگی های فرهنگی و اجتماعی، این بافت را تبدیل به یک بافت جذاب و مناسب برای سکونت افراد غیر ارمنی کرده است. حضور عنصر طبیعی مادی علاوه بر ایجاد حس آرامش برای ساکنان محله، می تواند با تقویت و استقرار کاربری های مناسب و جذاب به همراه بدنه و کف فرش مناسب و هماهنگ، تبدیل به محور پیاده ای قوی و جذاب گردد. علی رغم نبود محور پیاده ی مناسب در سطح محدوده ی مورد نظر، گذرهایی وجود دارند که هم از نظر ارتباط دادن عناصر تاریخی و با ارزش به یکدیگر، و هم به دلیل ارتباط بین نقاط مختلف بافت، قابلیت تبدیل شدن به محورهای پیاده مناسب را دارند. پیشنهادات:

1. بافت محدوده ی مورد نظر همچون بسیاری از بافت های تاریخی علی رغم جذابیت ها و قابلیت های فراوان، نیازمند امکانات و تمهیدات مختلفی می باشد که فقدان آن ها از مشکلات و تهدیدات این بافت به شمار می روند.
2. بی توجهی و رسیدگی ناکافی به برخی از ابنیه ی ارزشمند تاریخی در سایت به همراه فرسودگی، منجر به تخریب و از بین رفتن کلی یا جزئی این ابنیه گردیده است که نیازمند توجه بیشتر است.
3. تعریف کردن مناسب ورودی محله.
4. توجه به گره های اجتماعی و عرصه های عمومی به منظور تعاملات و رفتارهای مناسب اجتماعی.
5. بهبود زیرساخت ها و ارائه امکانات زیر بنایی برای جذب گردشگر بیشتر.
6. محاصبه هزینه فرصت و هزینه جایگزینی.

7. جلوگیری از احداث تاسیسات کارگاهی.
 8. اطمینان حاصل کردن از نصب علائم و نشانه های محدود کننده در ارتباط با عکاسی و... و شرح دلایل آن.
 9. استفاده از رسانه های محلی، مردم محلی و آموزش در مورد حفظ میراث بشری برای توسعه پایدار محله.
 10. احداث اکوموزه منطقه، فروشگاه های صنایع دستی و فروشگاه های مربوطه دیگر.
 11. تربیت راهنمایان و اهتمام بیشتر نسبت به مرمت بناهای تاریخی محله.
- اقدامات سامان دهی این محله با مدنظر قرار دادن پارامترهای هویت بخش شهر و کالبدی شهر باید به گونه ای باشد که قلمروهای جدید و قدیم با استفاده از عناصر تداوم بخشی همچون راه و نشانه تلفیق گردد. برقراری ارتباط، تسلسل و پیوند منطقی و مناسب بین عناصر سازنده ی ساختار محیط (ساخت کالبدی و ساخت فضایی) به همراه اصول طراحی و زیبایی شناختی به گونه ای که بافت برای ساکنان و غیر ساکنان خوانا بوده و در کنار جنبه های توریستی و گردشگری، در درجه ی اول نیازهای ساکنان را برآورده نماید. همچنین، تقویت تعلقات محیطی که در غالب عناصر کالبدی تاریخی به جا مانده از گذشته، فضاهای باز برای ظهور رفتار و تعاملات اجتماعی مطلوب، فرهنگ ها و آیین و مراسم ویژه اقلیت درکنار غیر اقلیت تبلور پیدا می کند، می تواند تا اندازه ای ما را در نزدیک شدن به این هدف یاری نماید.

منابع

1. اذانی، مهتری و حاتمی فر، پژمان (1393) "بررسی شهر خلاق اسلامی و مدیریت یکپارچه شهری با تاکید بر شهر اصفهان، اصفهان، نخستین همایش ملی شهر خلاق و توسعه پایدار.
2. اذانی، مهتری (1383) "دیدگاه های نو در برنامه ریزی خدمات شهری". تبریز، خلاصه مقالات همایش علمی-تخصصی شهرها و مردم.
3. امامی، محمدرضا (1382). نقش کاربری زمین در پایداری محیط زیست شهری (مورد مطالعه محله ی جلفای اصفهان). پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه علم و صنعت ایران، دانشکده معماری و شهرسازی، گروه شهرسازی.
4. ابراهیم نیاسماکوش سعید، خاکساری علی، لطیفی غلامرضا، دامادی محمد (1392). اقتصاد و مدیریت شهری. دوره 1، شماره 3؛ از صفحه 17 تا صفحه 31.
5. پاپلی یزدی، محمد حسین و سقایی، مهدی (1386). گردشگری ماهیت و مفاهیم. سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه ها (سمت)، چاپ دوم، تهران.
6. پوراحمد، احمد (1392). قلمرو و فلسفه جغرافیا. انتشارات دانشگاه تهران. تهران. چاپ ششم.
7. پیرس و رابینسون (1393). برنامه ریزی و مدیریت استراتژیک. ترجمه خلیلی شورینی، سهراب. انتشارات یادواره کتب. تهران. چاپ پنجم.
8. حکمت نیا، حسن و موسوی، میرنجف (1385). کاربرد مدل در جغرافیا با تاکید بر برنامه ریزی شهری و ناحیه ای، انتشارات علم نوین، چاپ دوم، یزد.
9. دروهانیان، هارتون (1379). تاریخ جلفای اصفهان. ترجمه ی لئون میناسیان و موسوی فریدنی. انتشارات زنده رود، چاپ اول، اصفهان.
10. رنجبریان بهرام و زاهدی، محمد (1385) خدمات صنعت گردشگری. انتشارات چهارباغ، چاپ دوم، اصفهان.
11. زندیه مهدی، گودرزیان شروین (1393). رویکرد منظرین، عامل موفقیت گردشگری شهری. باغ نظر، دوره 11، شماره 30؛ از صفحه 59 تا صفحه 66.
12. شکوئی، حسین (1358). محیط زیست شهری. انتشارات دانشگاه تبریز. چاپ اول. تبریز.
13. شفقی، سیروس (1381). جغرافیای اصفهان، انتشارات دانشگاه اصفهان، چاپ اول، اصفهان.
14. شایسته، محمودرضا و قاسمی، منصور (1383). اصفهان: بهشتی کوچک، اما زمینی. انتشارات نقش خورشید. چاپ اول. اصفهان.
15. لغت نامه دهخدا (1377)، حرف "ق" به همت علیرضا فیض. انتشارات دانشگاه تهران.
16. عبدالمهدی، مجید و صرافی، مظفر و توکلی نیا، جمیله (1389). بررسی نظری مفهوم محله و بازتعریف آن با تاکید بر شرایط محله های شهری ایران. پژوهشهای جغرافیای انسانی (پژوهش های جغرافیایی)، دوره 42، شماره 72؛ از صفحه 83 تا صفحه 102.

17. عسگری، عبدالرضا(1380). طراحی مجموعه فرهنگی جلفای اصفهان. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه بین المللی امام خمینی (ره) قزوین.
18. میناسیان، لئون(1387) نگاهی مختصر به خانه های قدیمی در جلفای نوی اصفهان. فرهنگ اصفهان، شماره 41 و 42.
19. نقی زاده، محمد(1378)، "صفات شهر اسلامی از نگاه قرآن کریم"، دانشنامه جامع قرآن کریم.
20. Ken worthy, J.R. (2006) "The Eco city: ten key transport and planning dimension for sustainable city development" environment and urbanization, NO.18.
21. Duanny, A. & Plater_Zyberk, E. (2010), *the Neighborhood, The District and the corridor. In peter Katz, The New Urbanism: Toward an Architecture of Community, McGtawHill, New York.*
22. Duarte. C., P. E. tkin, M. Helms. & Anderson.M.S. (2006). *A SWOT Analysis The challenge of VeneZuela.*