

ارزیابی قابلیت‌های بازآفرینی پیاده‌راه‌های گردشگری از منظر توسعه

پایدار شهری

(مطالعه موردی: خیابان ۱۵ خرداد تهران)

ناصر امینیان*

دانشجوی دکتری مدیریت گردشگری، دانشکده علوم گردشگری، دانشگاه علم و فرهنگ، تهران، ایران

دریافت: ۹۴/۰۱/۱۷ پذیرش: ۹۴/۰۴/۰۳

چکیده: پیاده‌راه‌های گردشگری، رابط اصلی و پیونددهنده فضاهای پویای شهری و گردشگران هستند و می‌توانند علاوه بر نقش اقتصادی و اجتماعی، عامل اساسی توسعه گردشگری شهری و حضور فعال گردشگران در فضاهای شهری، محسوب شوند.

شهر تهران، به ویژه محدوده اصلی بافت مرکزی شهر تهران (بازار بزرگ تهران) و خیابان ۱۵ خرداد، با دارا بودن پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های گسترده گردشگری و استفاده زیاد مردم شهر تهران (بازاریان و مردم محلی) از مسیر فوق، همچنان به امکانات رفاهی ویژه بیشتری برای گردشگری شهری نیاز دارد.

هدف اصلی این پژوهش، بررسی تجارب موفق بین‌المللی و مقایسه مسیرهای پیاده‌راه‌های شهری و شناسایی این قابلیت‌ها از طریق بازآفرینی انجام شده در فضای کالبدی پیاده‌راه خیابان ۱۵ خرداد تهران می‌باشد؛ لذا مقتضی است که ضمن بررسی مجدد بازآفرینی انجام شده در مسیر پیاده‌راه خیابان ۱۵ خرداد، از نظر مواردی مانند: فضا و منظر جغرافیایی، مسافت مسیر، استفاده از علائم گردشگری و امکانات تفریحی و جاذبه‌های مناسب و امکانات بهداشتی در طول مسیر، بتوان به عنوان راهکاری مطلوب در بازتعریف این مسیر و نقاط مشابه، استفاده کرد. در این مقاله، سعی بر این است که نقاط ضعف و قوت مسیر فوق از منظر گردشگری با استفاده از مدل سوات، شناسایی شوند و برای این مهم، راهکارهای استراتژیک و راهبردهای علمی و عملی در راستای توسعه گردشگری، ارائه گردید.

واژگان کلیدی: پیاده‌راه گردشگری، توسعه پایدار شهری، بازآفرینی شهری، خیابان ۱۵ خرداد

طبقه‌بندی JEL: N95, Q01, L83, Z01

*مسئول مکاتبات: Nasser.aminian@ymail.com

فصلنامه علمی- پژوهشی

اقتصاد و مدیریت شهری

شاپا: ۲۳۴۵-۲۸۷۰

نمایه در ISC, SID, Noormags,

Magiran, RICEST, Ensani

www.lueam.ir

سال سوم، شماره یازدهم، صفحات ۲۱-۱

تابستان ۱۳۹۴

۱- مقدمه

تا قبل از انقلاب صنعتی، اندازه و تناسب عناصر اصلی شکل‌دهنده شهر، بر مبنای مقیاس انسانی بود و الگوی جابه‌جایی، براساس حرکت فرد پیاده طراحی شده بود؛ یعنی انسان پیاده، اندازه و فاصله‌ها را تعیین می‌کرد (قریب، ۱۳۸۳). پس از ظهور انقلاب صنعتی در شهرها و پیامدهای مدرنیسم، حضور پررنگ اتومبیل‌ها در شهرها، به‌خصوص کلان‌شهرهایی مانند تهران، افزایش یافت. این روند در بسیاری از شهرهای دنیا، سبب بروز مسائل و مشکلات بی‌شماری؛ از جمله تضییع امکانات و منابع طبیعی، افول فعالیت‌های مراکز شهری، به ویژه مراکز سنتی، افزایش تصادفات شهری، گوشه‌نشینی انسان‌ها و بیماری ماشینیسم شد (محمدزاده، ۱۳۷۴). توسعه بی‌رویه شهرها، با رشد و توسعه کالبدی شهرها همگام نبود و منجر به ساخت‌وسازهای بدون برنامه‌ریزی و تغییرات فراوان در ساختار فضایی شهرها، گردید (شیرمحمدی و نقیبی، ۱۳۸۶). فضاهای باز شهری و پیاده‌راه‌های شهری، یکی از مؤثرترین مکان‌های برقراری تعاملات اجتماعی شهروندان با یکدیگر به شمار می‌آیند و می‌توانند در ایجاد حس تعلق (هویت‌بخشی) به مکان‌ها و در نهایت، خلق سرمایه‌های اجتماعی شهر مؤثر باشند.

توسعه فیزیکی و رشد جمعیتی شهرهای ایران تا چند دهه پیش، افزایشی هماهنگ و متعادل داشت، ولی با بروز تحولات جدید، شهرها (به ویژه کلان‌شهرها) به سرعت، تغییرات جدید را پذیرفتند و گسترش فیزیکی شهرها، به صورت نامتعادل و ناهماهنگ شد؛ به طوری که سطح زیرساخت شهری، بیشتر تحت تسلط ساختمان‌های مسکونی بود (مشهدی‌زاده دهقانی، ۱۳۸۵). در دهه‌های اخیر، رشد و گسترش شهرهای ایران، به صورت نوعی معضل در مسائل کالبدی و درآمدی مطرح شد؛ بنابراین لزوم چارچوب‌های علمی در

این زمینه، اهمیت و ضرورت یافت (ابراهیم‌زاده و رفیعی، ۱۳۸۸). گسترش فیزیکی شهرها، فرایندی پویا و مداوم است که طی آن، محدوده‌های فیزیکی شهر و فضاهای کالبدی آن در جهات عمودی و افقی از حیث کمی و کیفی، افزایش می‌یابند (زنگی‌آبادی، ۱۳۷۱). رشد فیزیکی، به شکل افزایش محدوده شهری یا به اصطلاح، گسترش افقی، ظاهر می‌گردد و رشد عمودی به صورت درون‌ریزی جمعیت شهری و الگوی رشد شهر فشرده، نمایان می‌شود (رهنما و عباس‌زاده، ۱۳۸۷).

شکست برنامه‌های شهرسازی مدرن و اهمیت یافتن موضوعات توسعه پایدار شهری و محیط‌زیست، صاحب‌نظران را متوجه یافتن راهکارهای مناسب برای طرح شهر مطلوب شهروندان در عرصه شهرسازی جهان کرد که از آن با عنوان «جنبش پیاده‌گستری»، یاد می‌شود (قربانی و جام کسری، ۱۳۸۹).

شهر تهران به عنوان پایتخت ایران، دارای قدمتی دویست ساله است که به رغم وجود شبکه‌های معابر و پیاده‌راه‌های گسترده و منحصر به فرد؛ نظیر راسته‌ها، دالان‌ها و گذرها در محدوده بافت قدیمی شهر (بازار تهران و درالسلطنه)، به دلیل حاکمیت نگرش مدرنیستی در فضاهای شهری و حضور پررنگ اتومبیل‌ها، به اندازه کافی به مقوله احیا و ساماندهی این بخش از بافت شهری نشده است. این مراکز به سبب آنکه بر پایه حضور و مقیاس انسانی و با حرکت رشد متعادل (کند) پدید آمدند، در دوران گذشته، عامل مؤثری در حضور پررنگ انسان در فضاهای شهری بودند.

سلطه تدریجی حرکت سواره‌روها بر فضاها و معابر شهری، برنامه‌ریزان و طراحان شهری را از مقیاس‌ها و نیازهای انسان در پیاده‌راه‌ها، دور ساخت و در نتیجه، از ارزش‌ها و جاذبه‌های اجتماعی و فرهنگی فضاهای شهری، کاسته شد. تداوم چنین روندی باعث شد حیات

در بازآفرینی شهری، شناخت و بررسی روابط میان ویژگی‌های کالبدی و واکنش‌های اجتماعی، ضرورت جابه‌جایی کالبدی برخی از عناصر مهم شهری، توجه به سیاست‌های شهری، تأثیر پارامترهای فرهنگی، عوامل زیست‌محیطی و در یک کلام، توسعه پایدار مطرح می‌شود (Sasaki, 2010).

لذا امروزه با آگاهی از فرم فضایی، طراحی الگوهای گسترش کالبدی- فضایی شهری و تعاملات مناسب با شهروندان (مشارکت اجتماعی شهری) می‌توان به بهبود محیط‌های شهری، برای پاسخگویی به نیازهای حال و آینده شهروندان (توسعه پایدار شهری)، کمک شایانی کرد.

با وجود گذشت بیش از چندین دهه از جنبش پیاده‌گستری در کشورهای پیشرفته جهان، هنوز طراحی مسیرهای پیاده‌راه با عنوان «پیاده‌سازی محورهای تاریخی»، موضوعی نو در عرصه مطالعات نظری و برنامه‌ریزی شهری از منظر گردشگری در ایران است.

معابر پیاده‌راه به عنوان بخش مستقلی از فضاهای شهری، چندان مورد توجه قرار نگرفته‌اند، بلکه همیشه به منزله تابعی از حرکت سواره‌روها به شمار رفته‌اند و در این برنامه‌ریزی‌ها، نقش عبوری اتومبیل‌ها بر حرکت انسان‌ها ترجیح داده شده‌اند. از این‌رو، برنامه‌ریزی و طراحی مسیرهای پیاده‌راهی شهری می‌تواند از جمله اقدامات ضروری و با اهمیت در احیای مراکز شهری و جذب گردشگران شهری و عاملی برای پر کردن اوقات فراغت و تعاملات اجتماعی و فرهنگی در شهرها باشد. بعد از بازآفرینی موفق پیاده‌راه شهری در خیابان‌های تربیت تبریز و صف (باغ سپهسالار تهران)، خیابان ۱۵ خرداد می‌تواند به عنوان محور متمایز و شاخص در امر گردشگری پایدار شهری، تعریف شود و همچنین نمونه موردی موفق در زمینه جذب گردشگران شهری در شهر تهران و کشور ایران باشد.

مدنی فضاهای شهری به دلیل تقابل تاریخی با سنت و مدرنیته ناقص، بی‌هویت و فاقد شادابی و نشاط گردد.

بدین ترتیب، عدم‌حضور مؤثر مردم در شهر به عنوان عابرپیاده؛ به معنای از دست رفتن مفهوم مدنی شهر و افت کیفیت زندگی شهری است. بنابراین به منظور حفظ چنین ویژگی‌های شهری باید به عابرپیاده و فضاهای متناسب پیاده‌روی، توجه ویژه‌ای کرد. جنبش پیاده‌راه‌سازی و تخصیص نواحی پیاده به عابران در شهر، مدت زیادی است که در پروژه‌های شهرسازی کشورهای توسعه‌یافته، جایگاه خود را باز یافته و ارتقای کیفیت این فضاها به عنوان یکی از اهداف پایه‌نهاد مدیریت شهری در این شهرها مطرح است. سنجش و پایش مداوم و تلاش به‌منظور تشویق شهروندان برای مشارکت در نظارت بر پیاده‌راه‌ها، از جمله ابزاری است که در تجارب جهانی به‌منظور بهبود کیفیت پیاده‌راه‌ها، مورد استفاده قرار می‌گیرد، اما این حرکت در ایران، گام‌های نخست را برمی‌دارد. با این وصف، هنوز مطالعات جامع‌چندانی در رابطه با سنجش کیفیت این پیاده‌راه‌ها، صورت نگرفته، در نتیجه از نقاط قوت و ضعف تجارب اولیه پیاده‌راه‌ها در ایران، استفاده نشده است. عدم‌توجه ویژه به سنجش کیفیت، سبب شده که طراحی پیاده‌راه‌ها صرفاً به کنترل حرکت سواره و اقدامات اولیه‌ای نظیر کف‌سازی، محدود شود و از پتانسیل‌های ویژه پیاده‌راه در راستای ایجاد یک فضای عمومی، پویا، سرزنده و اجتماعی، استفاده چندانی نشود (رنجبر و رئیس اسماعیلی، ۱۳۸۹).

موضوع بازآفرینی شهری با توجه به ماهیت و راهبردهای آن می‌تواند پاسخگوی مناسبی پیش‌روی برنامه‌ریزی شهری تهران معاصر باشد. بازآفرینی شهری به عنوان رویکردی مداخله‌گر با نگاه به گذشته و بدون پاکسازی (حذف) هویت‌های تاریخی دوره‌های مختلف، به خلق هویتی جدید و متناسب با شرایط زندگی مردمان حاضر می‌پردازد (پوراحمد و همکاران، ۱۳۸۹).

۲- پیشینه تحقیق

در شهر لندن در سال ۱۶۶۶ میلادی، تمهیداتی نظیر: کسب مجوز برای عبور و مرور گاری‌ها، اجبار به استفاده از چرخ‌های پهن برای گاری‌ها و محدودیت تعداد اسب‌ها، برای تردد مناسب گاری‌ها و اربه‌ها با سرعت مناسب در کنار مردم، در نظر گرفته شد (موریس^۱، ۱۳۷۴). یکی دیگر از نخستین اقدامات برای تفکیک حرکت سواره از پیاده، در سال ۱۸۵۸ میلادی توسط اولمستد^۲ (شه‌ساز و معمار آمریکایی) در طراحی پارک مرکزی شهر نیویورک صورت گرفت. او برای عبور افراد پیاده، پلی از سنگ روی جاده وسایل نقلیه بنا نهاد. توجه جدی و عملی به ساماندهی حرکت پیاده و پیاده‌راه‌ها به اواخر دهه ۱۹۴۰ برمی‌گردد. در شهرهای اروپایی، این انگاره با هدف خارج ساختن محدوده‌های تاریخی شهرها از تسلط اتومبیل و برای حفاظت از بافت‌های کهن و احیای اجتماعی مراکز شهری، مطرح و اجرایی شد. توجه به این امر، پس از جنگ جهانی دوم و فرارسیدن زمان بازسازی شهرهای اروپایی، شکل مشخص‌تری پیدا کرد (حبیبی، ۱۳۸۰).

احداث پیاده‌راه‌های درون‌شهری، بیشتر در سطح محلات و به منظور برآورده کردن نیازهای ساکنان محلی بود. پس از آن در ایالات متحده آمریکا در سال ۱۹۵۹ اولین گذر عابرپیاده در شهر کالامازو^۳، ساخته شد که باعث رواج نهضت پیاده‌گستری شد. همچنین فضاهایی مخصوص کودکان، دوچرخه‌سواری و محدوده‌های تجاری و دسترسی کودکان به مدرسه، اختصاص یافت (رنجبر و رئیس اسماعیلی، ۱۳۸۹).

در اوایل دهه ۱۹۶۰ میلادی، گرایش بازگشت به مراکز شهری، قوت گرفت و خیابان‌های پیاده‌ای با نام

در این پژوهش، سعی شده است کیفیت پیاده‌راه ساخته‌شده در محدوده خیابان ۱۵ خرداد - به عنوان یکی از چندین پیاده‌راه ساخته شده در تهران- در محدوده بافت مرکزی شهر تهران و بازار بزرگ، بررسی و سنجیده شود. لذا این تحقیق، به تجزیه و تحلیل کیفی این پیاده‌راه می‌پردازد که تا چه اندازه توانسته است زمینه‌ساز ارتقای کیفیت زندگی شهری و جذب گردشگر در این منطقه باشد و از سوی دیگر، زمینه استفاده از تجارب مثبت خود در سایر مناطق مشابه پیاده‌راهی را فراهم سازد.

اهداف اصلی تحقیق عبارتند از:

۱- بررسی و شناخت ویژگی‌های پیاده‌راه‌های پایدار در مراکز شهری

۲- بررسی خیابان ۱۵ خرداد تهران به عنوان نمونه‌ای از پیاده‌راه گردشگری در بافت قدیمی شهر تهران

۳- تعیین اولویت‌های شاخص‌های کیفی پایداری در پیاده‌راه‌ها.

امروزه با توجه به گسترش روزافزون پدیده شهرنشینی در شهر تهران، تراکم و تمرکز جمعیت در بافت مرکزی شهر و عوارض و پیامدهای ناشی از حضور و تمرکز شهرنشینان و گردشگران، نیاز به ایجاد امکانات گذراندن اوقات فراغت و گردشگری در این مناطق، احساس می‌شود. محدوده بافت بازار بزرگ شهر تهران نیز نیازمند بازآفرینی شهری می‌باشد؛ لذا سؤالات تحقیق عبارتند از:

- آیا رویکرد بازآفرینی پیاده‌راه در خیابان ۱۵ خرداد می‌تواند باعث توسعه گردشگری پایدار شهری در بافت مرکزی تهران شود؟

- اولویت‌های شاخص‌های پایداری در توسعه

پیاده‌راه‌های گردشگری شهری چیست؟

1- Morris

2- Olmsted

3- Kalamazoo

«مال^۱» شکل گرفتند که بیشتر همسو با مقاصد تجاری در مرکز شهرها بودند و در عین حال، هدفشان، ایجاد محیط‌های مطلوب برای خرید و گردش در شهرها بود. بعدها به دنبال روی‌گردانی از حومه‌نشینی فزاینده، گرایش به مراکز شهری، قوت گرفت و گسترش فضاهای پیاده با هدف احیای اقتصادی مراکز خرید و تسهیل خدمات خرده‌فروشی، آغاز شد، اما در سال‌های بعد به تدریج این گرایش‌ها، اهداف توسعه اجتماعی پایدار وسیع‌تری پیدا کردند.

پیاده‌روی در شهرها چنان گسترش پیدا کرد که جنبش‌های معاصر شهرسازی، قابلیت‌های جدید پیاده‌روی را در اولویت اصول خود قرار دادند و اسناد هدایت شهری در عمده شهرها، این موضوع را در صدر اهداف خود قرار دادند. به تبع با این نوع نگاه، پیاده‌راه‌ها و امکانات دسترسی افراد پیاده به خدمات شهری و تفریحی در سراسر دنیا شکل گرفتند. این فضاها به عنوان یکی از مهم‌ترین فضاهای عمومی شهری، زمینه فعالیت‌های ضروری، اجتماعی و فراغتی را فراهم می‌آورند، در صدر اهمیت نهاد مدیریت شهری در راستای ارتقای ارتقای مداوم قرار گرفتند. هم‌اکنون تلاش برای ارتقای کیفیت فضاهای پیاده، به‌گونه‌ای شده که از این فضاها به عنوان فضاهای جاذب گردشگران استفاده می‌شود. فضاهای پیاده‌ای همچون میدان ترافالگار^۲ (لندن)، خیابان رامبلا^۳ (بارسلون)، خیابان تنسی^۴ (بوستون)، خیابان استقلال (استانبول) و خیابان شانزلیزه (پاریس) به عنوان یکی از پنج منطقه جذاب گردشگری دنیا و توسعه نقش فضاهای پیاده در سرزندگی و نشاط و سلامت شهری، به وضوح، برنامه‌ریزی در راستای توسعه این فضاها و ارتقای کیفیت

آنها را نمایان می‌کنند. لذا می‌توان گفت یک گام مهم پس از شکل‌گیری پیاده‌راه‌ها، تلاش برای ارتقای کیفیت آنهاست و پیاده‌راه‌ها، معابری با بالاترین حد نقش اجتماعی هستند.

در بررسی دیدگاه‌ها و مبانی نظری مربوط به جنبش پیاده‌گستری، نخستین اثر، مربوط به کتاب «برنامه‌ریزی و طراحی پیاده» است که در سال ۱۹۷۱ میلادی توسط فروین^۵ منتشرگردید. در سال ۱۹۷۵ میلادی، کتاب دیگری توسط پوشکراف و زوپن^۶ به نام «فضاهای شهری برای پیاده» چاپ شد که نقش مؤثری در رابطه با بهسازی فضاهای شهری داشت. در سال ۱۹۷۷ برامبیللا و لانگ^۷ کتابی با عنوان «فقط برای پیاده‌ها»، تألیف کردند که در آن، مبانی برنامه‌ریزی، طراحی شد و مدیریت «مناطق بی‌ترافیک» در نواحی مرکزی شهرها، مورد بحث و بررسی قرار گرفت.

در سال ۱۹۸۱ اپلیارد^۸ در کتاب خود با عنوان «خیابان‌های قابل زندگی» تأکید کرد که برخلاف مدرنیست‌ها، خیابان‌ها باید در کنار عملکرد شهری، به سایر عملکردها همچون فرهنگی، اجتماعی و تفریحی بپردازند. در سال ۱۹۸۷ گهل^۹ در آثار خود به بحث در زمینه پیاده‌راه‌ها و نحوه طراحی مناسب فضاهای عمومی، به ویژه در کشورهای اسکاندیناوی پرداخت و تأکید کرد که برای کمک به بهبود کیفیت فضاهای همگانی باید جاهای خالی را با فعالیت‌های گزینشی و اجتماعی و فرهنگی پر کرد تا همچنان زندگی در فضاهای شهری جاری بماند.

سیمپسون^{۱۰} در کتاب «برنامه‌ریزی مرکز شهر و حمل‌ونقل عمومی» از رویکرد پیاده‌گستری به مثابه

5- Fruin

6- Pushkarev and Zupon

7- Brambilla and Longo

8- Appleyard

9- Gehl

10- Simpson

1- Mall

2- Trafalgar

3- Rambla

4- Tennessee

راهبردی در توسعه تجاری مراکز شهرهای قدیمی، یاد می‌کند.

هاس کلاو^۱ در سال ۱۹۹۰ در اثر خود با نام «عابرپیاده و ترافیک شهری»، رویکردهای متفاوت جداسازی ترافیک وسایط نقلیه از پیاده را در بریتانیا و آلمان، تجزیه و مقایسه کرد و معتقد بود که برای جذب مردم به مراکز شهری، فراهم کردن محیط پیاده‌رو ایمن، خوشایند و مطلوب، ضروری است.

پیاده‌راه‌های گردشگری، به عنوان مکانی برای فعالیت‌های تفریحی رایج و پرطرفدار، امکان ارتباط متقابل شهر را برای بازدیدکنندگان مناطق شهری فراهم می‌کند. پیاده‌روی، این امکان را به مردم می‌دهد تا درک و آگاهی آنها نسبت به محیط‌زیست شهری و ارزش‌های فرهنگی این نواحی افزایش یابد (Nyaupane et al., 2004). مسیرهای پیاده‌روی، از تسهیلات بنیادی این فعالیت تفریحی پرطرفدار هستند و به عنوان رابطی بین بازدیدکنندگان و محیط طبیعی، به شمار می‌روند (Irish Trails Strategy, 2006). هدف از ایجاد مسیرهای پیاده‌روی (پیاده‌راه‌ها)، ایجاد شبکه‌ای یکپارچه و پایدار و تسهیلات مربوط به آن است که سبب افزایش و بهبود کیفی تجربه بازدیدکنندگان از مناطق طبیعی و حفاظت از ارزش‌های فرهنگی و محیط‌زیست می‌شود (Brown & Delaney, 2005).

۳- مبانی نظری

تعریف واژگان و مفاهیم چارچوب پژوهش

گردشگری

مردم از طریق گردشگری، در زمان فراغت، از فشارهای شغلی و الگوهای روزمره زندگی در منزل رها شده و از وضعیت‌ها و مکان‌های تازه، منافع روانشناختی کسب می‌کنند (Ryan, 1993).

گردشگری شهری

گردشگری شهری، ترکیب متنوعی از فعالیت‌های مختلف است که از به هم پیوستن ویژگی‌های محیطی و میزان توانمندی و کشش شهر در جذب بازدیدکنندگان و ارائه خدمات، ایجاد می‌شود. شرط موفقیت شهر در توسعه گردشگری، وجود زیرساخت‌های مناسب شهری، یکپارچگی سازمان‌های ذیربط و مدیریت عادلانه و مدبرانه در عرصه‌های سیاسی، فرهنگی و اجتماعی است. از سوی دیگر، آمایش جاذبه‌های شهر، استفاده پایدار از منابع گردشگری، ایجاد امکانات و تسهیلاتی که دسترسی به جاذبه‌ها را تسهیل می‌کنند، رضایت خاطر بازدیدکنندگان و کنترل محلی، دومین شرط لازم در توسعه گردشگری است (دیناری، ۱۳۸۴).

پیاده‌راه گردشگری

پیاده‌راه گردشگری، به فضای طراحی شده شهری که با مقوله پیاده‌روی و گردشگری، در ارتباط مستقیم می‌باشد، اشاره دارد. پیاده‌راه، مکانی است که ساکنین و بازدیدکنندگان آن، با هر سن و درجه‌ای از توانایی (حرکتی) می‌توانند جذابیت و دلپذیری، آسایش و راحتی و امنیت را در هنگام پیاده‌روی، نه فقط در هنگام فراغت، بلکه در زمان استفاده از امکانات و تسهیلات (نما و فضا) و در حین تردد، احساس کنند.

مدیریت شهری

نحوه مدیریت، بر جریان مطلوب زندگی شهری اشاره دارد که می‌تواند در روند بهبود توسعه شهر و سکونتگاه‌های انسانی و توسعه پایدار شهری، نقش بسیار مهم و تعیین‌کننده‌ای را ایفا کند. مدیریت شهری، مفهوم وسیعی است. برنامه‌ریزی شهری، ابزاری برای مدیریت شهری است و شامل: سیاست‌گذاری، تخصیص منابع، اجرا و نظارت می‌باشد؛ یعنی برنامه‌ریزی، یکی از کارکردهای مدیریت شهری است (شیعه، ۱۳۸۲).

توسعه پایدار شهری

سازماندهی و شکل‌دهی مناسب هویت شهری، آماده‌سازی و مدیریت بهره‌برداری از جاذبه‌ها، بهسازی و مرمت بناهای تاریخی، توسعه فضاهای سبز و پارک‌ها، تبلیغات و بازاریابی برای پتانسیل‌های گردشگری، اجرای طرح‌های توسعه شهری و گردشگری، مهم‌ترین نقش را در توسعه گردشگری شهرها و حوزه‌های نفوذ آنها ایفا می‌کند (فنی و محمدنژاد، ۱۳۸۹).

بازآفرینی شهری

بهسازی و نوسازی بافت‌های فرسوده شهری، به‌منظور ارتقای کیفیت محیط زندگی انسان‌ها و مسکن شهری است که بر اثر آن، توسعه شاخص‌های سکونت و توسعه شهری نیز بهبود می‌یابد و مزایای قابل توجهی در سیاست‌های توسعه شهری و کاهش هزینه نگهداری شهری دارند (آئینی، ۱۳۸۶).

تجارب موفق پیاده‌راه‌ها در مراکز شهری

در سال ۱۸۵۸ میلادی برای اولین بار معمار و شهرساز معروف آمریکایی «ولمستد» در طراحی پارک مرکزی شهر نیویورک، راه سواره و پیاده را از هم جدا کرد (مهدیزاده، ۱۳۷۹).

در سال ۱۹۶۲ میلادی در شهر کپنهاگ، خیابانی در محدوده مرکزی شهر «استروگت»^۱ به معبر پیاده تبدیل شد که در آن عابران و دوچرخه‌سواران حق عبور داشتند، اما ماشین‌ها باید با سرعت پایین و مجاز، حرکت می‌کردند. در سال ۱۹۷۵ در کشور فرانسه، در مراکز شهری، خیابان‌های مختص عابران پیاده با کارکردهای تجاری، گنجانده شد و هنوز نیز تلاش‌های زیادی برای توسعه آنها صورت می‌گیرد. در سال ۱۹۸۱ طرح بهسازی ناحیه مرکزی شهر آتن براساس گسترش پیاده‌راه‌ها و بهبود سیمای کالبدی و اجتماعی شهر، اجرایی شد.

در آمریکا، پیاده‌راه آزادی (تنسی)، در قلب شهر بوستون، شانزده نقطه ارزشمند تاریخی شهری را به هم پیوند می‌زند. قدم زدن در این مسیر برای مردم آمریکایی، یک تجربه عاطفی و نوستالژی ملی‌گرایانه است و وجود آن به‌طور غیرمستقیم، موجب ارتقای کیفیت کلی شهر شده است؛ به طوری که در سال ۲۰۰۰ میلادی، این مسیر بازدید، به عنوان بخشی از پروژه حفظ ذخایر ملی کاخ سفید، موفق به دریافت جایزه شد.

جنبش نو شهرگرایی در سال ۱۹۹۶ براساس حمایت از حرکت پیاده در بافت شهری، ایجاد کاربری‌های مختلط، فراهم آوردن گزینه‌های مختلف حمل‌ونقل، به عنوان یک الگوی شهری، شکل گرفت.

نظریه رشد هوشمند شهر در دهه ۱۹۹۰ باعث حمایت از کاربری‌های مختلط و فشرده ساختن ساختمان‌ها، خلق فرصت‌های متنوع انتخاب مسکن، ایجاد محله‌هایی قابل پیاده‌روی، حفاظت از فضاهای باز، زمین کشاورزی، زیبایی‌های طبیعی و مناطق حساس محیطی، تقویت و توسعه به سمت جوامع موجود و فراهم کردن تنوع در گزینه‌های حمل‌ونقل می‌باشد.

تجارب غنی از طراحی پیاده‌راه‌ها در دوازده شهر اروپایی (استکهلم، روتردام، کلن، کپنهاگ، آمستردام، بولونیا، لیدز، اسن، مونیخ، وین، بارسلون و استانبول)، مورد بررسی قرار گرفتند و پیاده‌راه رامبلا (بارسلون) و خیابان استقلال (استانبول) به عنوان نمونه‌های موردی موفق، انتخاب شدند.

فصل مشترک تمامی تجارب بین‌المللی اجرای طرح‌های موفق پیاده‌گستری در مراکز شهری، اولویت دادن به حضور پررنگ نقش انسان‌ها و عابران پیاده با هدف احیای فضاهای شهری و حداکثر کردن فضای پیاده‌راه‌ها و حداقل‌سازی فضای مورد نیاز وسایل نقلیه است که در نتیجه باعث افزایش تعاملات اجتماعی و

تقویت جنبه‌های انسانی محیط‌های پیرامونی و افزایش کیفیت فضاهای مطلوب پایدار شهری شده است.

نقش پیاده‌راه‌ها در ارتقای کیفیت محیط شهری

پیاده‌راه‌ها، معابری با بیشترین نقش اجتماعی هستند که می‌توانند سرزندگی را به مناطق شهری بازگردانند و مردم را به حضور داوطلبانه، تشویق کنند و در نتیجه، پایداری این مراکز شهری را تضمین کنند. در این مکان‌ها، عابرپیاده، بر معبر، مسلط است و آزادی عمل بیشتری، برای توقف، مکث، تغییر جهت و تماس مستقیم با دیگران و تماشای مناظر دارد. این فضاها از نظر ارتباطی، جایگاه ارزشمندی در ارتقا و بهبود کیفیت محیط در مراکز شهری دارند و از ادراک هویت فضایی، حس تعلق به محیط و زیبایی بهتری برخوردارند و با جذب طیف وسیعی از گروه‌های اجتماعی به سوی این مکان‌ها، حس همگرایی، تعامل و تعادل بین خواسته‌ها و احساسات شهروندان با محیط‌های شهری و فضای کالبدی را تقویت می‌کنند (محمدزاده، ۱۳۷۴).

گهل (۱۹۸۷) بر این نکته تأکید دارد که بهبود کیفیت فضاهای عمومی شهری، بر فعالیت‌های روزمره و اجتماعی شهروندان، تأثیر مستقیم دارد و این تأثیر را می‌توان در معابر پیاده‌راهی یافت.

به اعتقاد جین جیکوبز^۱ (۱۹۶۱) شهر را می‌توان با خیابان‌هایش شناخت. پس از بهبود و ارتقای سیمای شهر به علت افزایش حضور افراد پیاده، تصویر ذهنی افراد، تغییر می‌کند. اگر خیابان‌ها جذاب باشند، به تمام شهر نیز حس جذابیت را خواهند دمید. از دید او پیاده‌راه‌ها باید شاداب باشند تا ساکنان بیشتری را به خود جلب کنند.

امروزه در بسیاری از شهرهای جهان، از پیاده‌راه‌های شهری به عنوان محلی برای برگزاری نمایشگاه‌ها، وقایع اجتماعی، فستیوال‌ها، آگهی‌های

تبلیغاتی و بروشورهای توریستی، استفاده می‌شود (Brambilla & Longo, 1977). از این‌رو، پیاده‌راه‌ها نیز به دلیل حفاظت از بناها و مناطق با ارزش تاریخی و تقویت سیمای شهری، در هویت‌بخشی به شهرها، نقش مهمی ایفا می‌کنند؛ بنابراین احداث پیاده‌راه‌ها، از جمله دلایل بازآفرینی حیات در محدوده مرکزی شهرها است.

اصول طراحی برنامه‌ریزی پایدار پیاده‌راه‌های

شهری

در دیدگاه‌های نوین پایداری شهری، حرکت انسان‌ها در پیاده‌راه‌ها باید همسو با فضای کالبدی (نوع بافت و فضاهای سبز و باز) باشد. از سوی دیگر، آنها از شرایط محیطی، اجتماعی، سیاسی و مدیریت شهری، نقش می‌پذیرند؛ بنابراین باید برنامه‌ریزی و طراحی و بهسازی پیاده‌راه‌های شهری، منطبق بر اصولی باشد که نیل به پایداری را همساز با فضاهای طبیعی و انسان‌ساخت و انسانی کند. به همین دلیل، لحاظ کردن اصول طراحی محیطی به همراه سایر ملاحظات شهری می‌تواند زمینه‌ساز ایجاد فضای مطلوب‌تری شود. باید به این نکته توجه داشت که اصولاً پیاده‌راه‌ها، فضاهای جمعی هستند که درک افراد جامعه از مفهوم و ماهیت آن، با توجه به گروه سنی، جنسیت، طبقه اجتماعی و فرهنگی آنان، متفاوت است. از این‌رو ضرورت دارد طراحی، ساماندهی، نگهداری و بهسازی این فضاها براساس خواسته‌های واقعی ذینفعان (استفاده‌کنندگان) آن، صورت پذیرد؛ زیرا پیاده‌راه نه به عنوان یک معبر و فضای فیزیکی بلکه به عنوان یک محیط اجتماعی و فرهنگی، اهمیت دارد و جلب مشارکت مردمی، در حفظ و توسعه پایدار شهری در راهکارهای برنامه‌ریزی بسیار مهم است. در اینجا اصول هفت‌گانه به منظور طراحی خیابان‌های پایدار را برمی‌شماریم:

۱- نظم‌دهی به محیط در یک چارچوب اکولوژیکی

۲- توجه به محدودیت‌های مربوط به مصرف انرژی (توجه به توسعه پایدار شهری)

۳- احیا، مرمت و بازآفرینی به جای تعریض، تخریب و احداث فضاهای جدید

۴- ایجاد دسترسی افراد به فضاهای پیاده و مسیرهای دوچرخه‌سواری

۵- افزایش نفوذپذیری سنگفرش‌ها نسبت به روان‌آب‌های سطحی

۶- افزایش فضاهای سبز و درختان

۷- افزایش سلامتی و ایمنی عابران پیاده.

بیشترین مشکلات درباره احداث پیاده‌راه‌های شهری، افزایش ترافیک خیابان‌های مجاور می‌باشد. امکان‌سنجی این نواحی باید با بررسی کامل جوانب مختلف الگوهای ترافیکی مناطق اطراف منطقه مورد مطالعه، صورت پذیرد. از این‌رو، ضرورت دارد در جوهره اصلی برنامه‌ریزی و طراحی پیاده‌راه‌ها، نیازهای انسانی و زندگی اجتماعی با امنیت و آسایش در محیط شهری، همگام گردد.

هدف غایی، «آرام‌سازی ترافیک شهری» و اعاده طبیعی حقوق از دست رفته عابران پیاده در محیط‌های شهری و حفظ کارکردهای اجتماعی، فرهنگی، گردشگری و زیباشناختی در فضاهای شهری، به ویژه در بافت‌های مرکزی و تاریخی شهری است که سبب پویایی و پایداری شهرها می‌شود.

به طور خلاصه، مهم‌ترین اهداف راهبردی بهسازی محورهای پیاده‌راه خیابان ۱۵ خرداد تهران به شرح ذیل هستند:

الف) بهبود مدیریت ترافیک: تشویق مردم، کسبه محلی و گردشگران، به استفاده از وسایط حمل‌ونقل عمومی، پارکینگ‌های عمومی و تغییر در الگوهای رایج رفت و آمد مردم و احداث ایستگاه‌های تاکسی و

محل‌های توقف اتومبیل برای سوار و پیاده کردن مسافران در نزدیکی معابر پیاده

راهکارهای مرتبط آن عبارتند از: ایجاد امکانات تأمین پارکینگ خارج از سطح سواره‌رو و عابرپیاده متناسب با حجم و ظرفیت افراد متحرک در منطقه

ب) بهبود سیمای کالبدی شهر (منظر شهری): ساماندهی فضاهای پیاده‌راهی، به طوری که باعث پخش‌شدن تراکم ترافیکی در سایر نقاط قسمت‌های منطقه مرکزی تجاری شود و از ازدحام در نقاط خاص جلوگیری کند.

ج) بهسازی محیط‌زیست شهری: کاهش منابع آلودگی‌های صوتی، تصویری و هوا، کاهش زباله‌ها و افزایش ایمنی (مالی و جانی عابران)، توسعه فضای سبز، مبلمان شهری و فضاهای باز شهری، آرام‌سازی و منظم کردن عبور انسان‌ها و کاهش تراکم و ازدحام در نقاط ویژه

د) بهبود وضعیت خرید و خدمات شهری: ساماندهی پیاده‌راه‌ها به عنوان یکی از عوامل مؤثر در رونق مراکز خرده‌فروشی سنتی (بساط‌گران) و جدید، دسترسی آسان به خدمات جزئی و افزایش خدمات شهری مانند: آبخوری‌ها و سرویس‌های بهداشتی

ه) تقویت حس زندگی اجتماعی و فرهنگی (هویت‌بخشی شهری): گسترش پیاده‌راه‌ها، زمینه‌ای برای بالا بردن کیفیت زندگی اجتماعی و غنا بخشیدن به فضاهای شهری محسوب می‌شوند.

مهم‌ترین زمینه‌ها و محورهای مطالعاتی در طراحی محورهای پیاده عبارتند از:

۱- مطالعات کالبدی: نظام کاربری زمین‌های شهری، نظام حمل‌ونقل شهری، تأسیسات شهری، آمار کمی و کیفی حرکت پیاده، وضعیت ایمنی راه‌ها، سیما و منظر شهری، مبلمان شهری، سرویس‌های بهداشتی، وضعیت حرکت افراد ناتوان و معلول و ...

۲- مطالعات مهندسی راه و شبکه‌ها: شامل جزئیات اجرایی، شبکه تأسیسات، مشکلات مهندسی و اجرایی، آب‌های سطحی، فضاهای سبز حاشیه‌ای، آب‌نماها، باغچه‌ها و ... می‌باشد.

۳- مطالعات اجتماعی- فرهنگی: شامل اشتغال و فرم‌های شهری، فرهنگ پیاده‌روی، شاخص‌های پیاده‌روی، حقوق و مقررات پیاده‌راه‌ها، مدیریت پیاده‌راه‌ها و غیره می‌باشد.

۴- مطالعات زیست‌محیطی: اثرات اقلیمی در پیاده‌راه‌ها، آلودگی زیست‌محیطی و نقش پوشش گیاهی.

ویژگی‌های خیابان ۱۵ خرداد تهران

خیابان‌ها، دارای طبیعتی دوگانه هستند: خیابان به عنوان «معبّر» و خیابان به عنوان «مقصد». در اکثر کشورهای اروپایی، از خیابان به عنوان مقصد یاد می‌شود؛ یعنی محل برخورد‌های اجتماعی شهری، گذراندن اوقات فراغت، بهره‌وری از زیبایی و ناظر شهری و استفاده از خدمات متنوع شهری. پیاده‌راه شهری در خیابان ۱۵ خرداد به این دلیل ایجاد شده است که خیابان به عابران پیاده اختصاص یابد و کاربرد عبور اتومبیل‌ها (عمومی و اختصاصی) حذف شود.

خیابان ۱۵ خرداد تهران، پیاده‌راهی موفق در بافت قدیمی شهر تهران می‌باشد که ویژگی‌های آن عبارتند از: الف) مجاورت با مراکز و عناصر تاریخی، فرهنگی و گردشگری شهر تهران (شمس‌العماره، کاخ دادگستری، کاخ گلستان و میدان اصلی شهر میدان امام خمینی (توپخانه سابق))

ب) قرار داشتن در شمال منطقه بزرگترین بخش اقتصادی شهر تهران و کشور ایران (بازار بزرگ و قدیمی شهر تهران) با عملکردی فراشهری و ملی و مقابر امامزادگان و مراکز زیارتی

ج) قرار داشتن در مسیر بزرگترین مسجد تاریخی شهر تهران (مسجد امام یا ارگ) با کارکردهای مذهبی، اجتماعی و فرهنگی در کلیه مراسم مذهبی و اعیاد د) نقش اقتصادی ویژه و کارگاهی با عملکرد شهری و ملی.

۴- روش تحقیق

روش پژوهش در مقاله حاضر «روش ترکیبی» متکی به روش‌های توصیفی-تحلیلی و موردی-میدانی یا موردی ژرفانگر است؛ لذا از هر دو متدولوژی اسنادی متکی بر مطالعات کتابخانه‌ای و میدانی استفاده شده است که از نوع کاربردی می‌باشند.

در روش نخست با توجه به اهداف تحقیق، به منابع، اطلاعات اسنادی موجود و ادبیات موضوعی تحقیق (طرح جامع، تفصیلی شهر تهران، پروژه و مقالات) پرداخته شده و در خلال بحث، اصول، مبانی و راهبردهای مربوط به برنامه‌ریزی و طراحی پیاده‌راه‌های شهری و ساماندهی محورهای پیاده‌راه در مراکز شهری ارائه شده است. در مرحله بعد، در رابطه با شناخت محدوده مورد مطالعه، از گزارش‌های طرح تفصیلی و مطالعه پروژه انجام شده در منطقه (خیابان ۱۵ خرداد) استفاده شد.

در روش دوم، برای تکمیل اطلاعات، داده‌ها به کمک روش‌های پیمایشی، مشاوره و کسب نظریات از متخصصین شهرسازی و گردشگری در شهر تهران جمع‌آوری گردید. در نهایت با تجزیه و تحلیل پرسشنامه‌ها، لیستی از توانمندی‌ها و قابلیت‌های منطقه مورد مطالعه (پیاده‌راه ۱۵ خرداد) به همراه محدودیت‌ها و قابلیت‌های گردشگری موجود، بررسی و تهیه شد. سپس، با تجزیه و تحلیل داده‌ها و ارائه راهبردهای متناسب با وضعیت و شرایط منطقه مورد مطالعه و

اولویت‌بندی راهبردهای اجرایی، از روش تحلیلی سوات استفاده شد.

با بررسی‌های انجام شده درخصوص عوامل داخلی و خارجی مؤثر در توسعه گردشگری شهری منطقه، فهرستی از نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای فراوری گردشگری پیاده‌راه ۱۵ خرداد شهر تهران، مورد شناسایی و ارزیابی کارشناسان، قرار گرفت. در مرحله بعد با تنظیم عوامل راهبردی داخلی و خارجی که مبنای تدوین راهبرد می‌باشند، نسبت به تعیین اولویت‌ها و اتخاذ بهترین راهبردها، اقدام شد. در نهایت با تلفیق این عوامل با یکدیگر، چهار راهبرد، ارائه شد.

چهار راهبرد سوات، برای یافتن بهترین راهبرد در راستای بهبود عملکرد مدیریت شهری و تحقق هدف توسعه پویا، درون‌زا و پایدار گردشگری شهری منطقه و با توجه به شرایط مدیریتی، امکان اجرای تمامی راهبردهای تعیین شده توسط مدل (سوات) را خواهد داشت.

در صورت برخورداری از شرایط مطلوب اقتصادی، اجتماعی و سیاسی، تعاملات مناسب با مردم محلی (ساکنان و کسبه بازار)، ایجاد حس مشارکت بالای مردمی و برآورده شدن امکانات مدیریتی مطلوب (حکمرایی مطلوب شهری) در محدوده زمانی مناسب، شاهد اجرای همزمان راهبردها خواهیم بود. بدیهی است که باید راهبردهای با درجه ضرورت بالاتر، در اولویت‌های اجرایی نخست قرارگیرند. این رویکردها را می‌توان به روش‌های کمی و کیفی تقسیم کرد.

نمونه آماری در تعیین اولویت راهبردهای پژوهش، کارشناسان شهرسازی و متخصصین گردشگری، مدیران شهری، برنامه‌ریزان و مشاوران پروژه‌های شهری به تعداد ۲۶ نفر می‌باشد و مقایسه‌های زوجی برای تعیین اولویت راهبردها براساس یازده سؤال پرسشنامه است؛ از این رو استراتژی‌های توسعه پیاده‌راه گردشگری و جذب توریسم

در این منطقه باید به گونه‌ای تدوین شوند که نسبت به شناسایی نقاط ضعف فعلی منطقه موردنظر، در اسرع وقت، اقدام شود. سپس به برطرف کردن این نقاط ضعف و تهدیدهای فراوری توسعه این منطقه، اهتمام ورزیده و با رویکرد برنامه‌ریزی جامع و راهبردی، اقدامات عاجل و راهکارهای شایسته در راستای بهینه‌سازی وضع موجود و ساماندهی این بخش از گردشگری شهری انجام شود.

محدوده و قلمرو پژوهش

محدوده مورد مطالعه، خیابان ۱۵ خرداد تهران می‌باشد که در خیابانی در بخش مرکزی و بافت قدیم شهر تهران واقع شده است. طول آن تقریباً ۵۰۰ متر و عرض آن به طور متوسط ۴۰ متر است. ورودی خیابان، از شرق به خیابان مولوی و از غرب به خیابان حافظ (شاهپور سابق) و از شمال به خیابان داور، ناصرخسرو، عمارت کاخ گلستان و کاخ دادگستری و از جنوب به بخش شمالی بازار بزرگ تهران منتهی می‌شود. این محدوده؛ شامل بافت قدیمی سبزه میدان تهران، مسجد بزرگ امام و راسته‌های بازار می‌باشد.

۵- یافته‌های تحقیق

ارزیابی عملکرد محور پیاده‌راه خیابان ۱۵ خرداد

۱- محور پیاده‌راه خیابان ۱۵ خرداد با بهره‌مندی از نام و تاریخ کهن شهری، در اذهان عمومی و باور عمومی، به عنوان فضای شهری و حامل بار اقتصادی (تجاری) و اجتماعی شهری، عمل می‌کند و یک محور ارتباطی داخل شهری است و ضمن انطباق کامل با مسیر گذرهای موجود، دو نقطه بسیار مهم محور شمالی- جنوبی (میدان امام خمینی و بازار بزرگ تهران) و محور شرقی- غربی (بازار مولوی و میدان پانزده خرداد) را به هم پیوند می‌دهد. این محور، مسیری انسانی، پویا و زنده است که سبب رونق حیات اجتماعی و هویت‌بخشی و خاطره‌ساز است و یکی از عرصه‌های حضور جمعی مردم است

(صحنه نمایش شهری) می‌باشد؛ به عبارت کامل‌تر هم «مقصد» (منظرشهری) است و هم «معبّر» (محل عبور و گذرگاه). این مسیر که مطابق با نیازهای عابر پیاده و برای او و حرکتش طراحی شده، ضمن معرفی بافت تاریخی شهر، دارای عناصر اصلی با ارزش و روایت‌کننده فرهنگ مردم است و می‌تواند گردشگران را با بافت مردم و حیات اجتماعی زیر پوست شهر، آشنا سازد.

۲- قابلیت پیاده‌روی و تلاقی کاربری‌ها و فعالیت‌ها، تراکم مناسبی از مردم و فعالیت‌های تجاری، ترکیب مطبوعی از فعالیت‌ها و فضاهای پیاده‌روی عمومی را به وجود آورده که خود زمینه‌ساز این فعالیت‌هاست.

۳- انتخاب این محور در هسته مرکزی شهر تهران و بافت تاریخی، مشکلات ترافیکی زیادی را در منطقه مانند خیابان ناصرخسرو و خیابان پارک شهر ایجاد کرده است. این منطقه، یک محور شریانی است و خیابان‌های دیگر نمی‌توانند نقش جایگزینی را برای آن ایفا کنند، در نتیجه با قطع ترافیک سواره منطقه، بار اضافی و ازدحام به خیابان‌های اطراف، تحمیل می‌شود. البته حضور مترو (ایستگاه ۱۵ خرداد) و پایانه شهید فیاض‌بخش، تا حد زیادی باعث قابلیت دسترسی شهروندان و نفوذپذیری هرچه بیشتر آن شده و این امکان را به شهروندان می‌دهد که با آسودگی در این منطقه، حضور یابند.

۴- کمبود پارکینگ و عدم توجه کافی به فضاهای توقف اتومبیل شهروندان، از دیگر نکاتی است که در برنامه‌ریزی و مکان‌یابی این محور، مورد توجه قرار نگرفته است.

۵- در بازآفرینی این منطقه، علاوه بر تخریب کم، به عنوان یک مسیر کارا در مرکز شهر، عمل کرده و جداره‌های آن بر اثر آموزه‌های فرهنگی و اجتماعی، اغلب به صورت درون‌زا توسعه یافته است. در نمای بدنه و جداره‌های آن، شاهد جزئیات و مصالح متنوع، نقوش و مصالح قدیمی و جدید و

نیز تنوع افشار مختلف اجتماعی هستیم که نه تنها باعث ایجاد «کثرت» در جزئیات شده، بلکه توانسته با حیات جمعی، سازگار باشد و به «وحدت» کل مسیر، لطمه‌ای وارد نساخته است (وحدت در کثرت؛ یعنی نظم و انضباط در انتخاب و آزادی).

۶- حضور کاربری‌های تجاری، تفریحی و گردشگری و مذهبی در دو سوی خیابان، موجب شکل‌گیری فضاهای چندمنظوره و جذاب شده است.

۷- براساس پژوهش انجام شده در رابطه با عملکرد محورهای تجاری منطقه ۱۵ خرداد، رضایتمندی شهروندان از محور پیاده‌راه از سه بعد اجتماعی-اقتصادی، دسترسی و فضایی-کالبدی، نتایج زیر حاصل شد:

الف) از لحاظ وضعیت اجتماعی و اقتصادی اکثر بازدیدکنندگان در وهله نخست، به تنوع کالا و خدمات ارائه شده و قیمت‌های مناسب و در مرحله بعدی، به جذابیت شلوغی محل و رعایت مسائل بهداشتی و نظافتی معبر، توجه داشتند.

ب) درخصوص وضعیت دسترسی و ترافیک نیز اکثر بازدیدکنندگان در پاسخ به گزینه‌های مورد نظر، سهولت رفت و آمد از طریق مترو و اتوبوس و قطارگردشگری را بیش از سایر گزینه‌ها مدنظر داشتند.

ج) از نظر وضعیت کالبدی - فضایی نیز گردشگران، فضای محور پیاده‌راه را بهتر از وضعیت قبلی دانسته و در مراحل بعدی وجود مبلمان شهری و عناصر محیطی؛ نظیر درخت، گیاه و فضای سبز و باز اشاره کردند.

۸- دو عامل مهم که منجر به سرزندگی پیاده‌راه‌ها می‌شود، تنوع و نفوذپذیری فضاها می‌باشد که در منطقه موجود است (پاکزاد، ۱۳۸۴). این دو عامل، باعث رویدادهای متنوع و جذاب فعالیت‌ها و گروه‌های متنوع‌تری در زمان‌های متفاوت شده‌اند. وجود کاربری‌های متنوع و پراکندگی آنها به نحوی است که باعث جذب گروه‌های مختلف از شهروندان به لحاظ

اجتماعی، سن، جنسیت و غیره بوده و توانسته نشاط ناشی از تعامل گروه‌های مختلف را به فضای پیاده‌راهی بدهد و به نشاط و پویایی شهری کمک شایانی بکند.

۹- وجود کاربری‌های همخوان و مکمل (بازارها، راسته‌ها، سراها، دالان‌ها، پله‌ها، تیمچه‌ها و گذرگاه‌های مختلف) و فعالیت‌های شاداب و متنوع در فضای خیابان ۱۵ خرداد، زمینه‌ساز اختصاص زمان بیشتر مردم در منطقه و رونق فعالیت‌هایی نظیر: اغذیه‌فروشی‌ها، چلوکبابی‌ها، رستوران‌ها، فست‌فودها و ساندویچی‌ها و چرخ‌ها و سینی‌های مواد غذایی توسط دست‌اندرکاران صنعت تغذیه را فراهم کرده است.

۱۰- فعالیت عمده‌فروشان بازاری و مشکلات بارگیری و باراندازی آنها، وجود گاری‌های حمل‌ان، موتورسواران، ماشین‌ها و وانت‌های سواری مخصوص حمل بار و کالا که معلول برنامه‌ریزی و کاربری‌های ناهمخوان و ناسازگار در این محورهاست، ایمنی عابران را با مخاطراتی روبه‌رو می‌کند.

۱۱- ایمنی و امنیت در تداوم حضور شهروندان و بقای حیات اجتماعی در فضاهای شهری، بسیار مؤثر است. از این نظر در پیاده‌راه ۱۵ خرداد، شهروندان در مقابل اتومبیل‌ها ایمن شده‌اند ولی متأسفانه تردد موتورسواران، کنترل نمی‌شود.

مطابق نظر گهل (۱۹۸۷) بهترین مکان‌های عمومی، فضاهایی هستند که فعالیت‌های اختیاری و اجتماعی را به صورت موفقیت‌آمیزی تشویق کنند. از این لحاظ خیابان ۱۵ خرداد با داشتن موقعیت اجتماعی و تفریحی مناسب، موجب تحقق بسیاری از فعالیت‌های اختیاری و اجتماعی می‌شود و مردم می‌توانند علاوه‌بر خرید مایحتاج خود، با دیگران ارتباط برقرار کنند و به گذراندن اوقات فراغت خویش بپردازند.

۱۲- با توجه به کیفیت مطلوب طراحی مسیرهای پیاده که تابع شرایطی؛ مانند جنس کف‌سازی، نظم

شیب مسیر و عرض مسیر هستند، متأسفانه وضعیت محور نسبت به مجرای آب‌های سطحی و دیواره فضاهای سبز، باغچه‌ها و مبلمان شهری و خدمات شهری (سطل زباله)، به خوبی استقرار نیافته است؛ به طوری که در شرایط اقلیمی متفاوت و فصول سرد (بارندگی باران و یخبندان)، مشکلات ترددی را برای عابران فراهم می‌آورد.

۱۳- کف‌سازی در طول مسیر، از تنوع برخوردار نیست و برای شهروندان، گروه‌های سنی متفاوت و معلولان، تعبیه نشده است و تردد آنها را در شرایط تهدیدآمیزی قرار داده است. همچنین برای پیشگیری از لغزش عابران و حرکت ویلچر و کالسکه کودکان به همراه مادران، تمهیداتی صورت نگرفته است.

۱۴- طراحی نیمکت‌ها (مبلمان شهری)، محدود است و با ظرفیت محیطی و جمعیت عابران، تناسبی ندارد. در طراحی نیمکت‌ها، از زوایای صاف (مستقیم) استفاده شده که باعث مشکلات بصری برای بازدیدکنندگان شده است (با کمی زاویه می‌توانستند به غنا و جذابیت محل و درک بصری از مناظر و کیفیت محیطی، کمک شایانی کنند).

۱۵- نبود باغچه‌های زیبا و آب‌نماها، فضا را از تنوع و حظ دیداری، محروم ساخته است.

۱۶- عدم توجه کافی به مرمت و ساماندهی به موقع و اصولی آنها، عدم استحکام و در نتیجه، تخریب تدریجی کف‌سازی‌های موجود و در طول مسیر را موجب شده است.

در جداول ۱ و ۲ عوامل داخلی و خارجی حاکم بر پیاده‌راه ۱۵ خرداد تهران ارزیابی شده است. همچنین در جداول ۳ و ۴ به راهبردها و راهکارهای لازم برای توسعه پایدار گردشگری در پیاده‌راه شهری و مؤلفه‌ها و معیارهای سنجش کیفیت در پیاده‌راه ۱۵ خرداد اشاره شده است.

جدول ۱- ارزیابی عوامل داخلی بر پیاده‌راه گردشگری خیابان ۱۵ خرداد تهران

نقاط ضعف	نقاط قوت
۱- پایین بودن میزان مشارکت اجتماعی جامعه محلی در برنامه‌ریزی توسعه گردشگری شهری	۱- وجود بازار بزرگ تهران به عنوان یک محور ویژه و ستون فقرات شهر با عملکرد فراشهری و ملی
۲- بسته بودن اماکن تاریخی در بعضی از زمان‌ها و تاریخ‌ها به هنگام مراجعه بازدیدکنندگان	۲- برخورداری منطقه از اماکن تاریخی، فرهنگی و مذهبی شناخته شده ملی و بین‌المللی
۳- نبودن راهنمایان مجرب و در دسترس برای توضیح و راهنمایی گردشگران	۳- وجود فضاهای قدیمی با قابلیت تغییر کاربری در محدوده بازار به عنوان فعالیت‌های برای توسعه پایدار گردشگری شهری
۴- نداشتن برنامه‌ریزی و بازاریابی برای گردشگری	۴- فرهنگ مهمان‌پذیری، خونگرمی و مردم دوستی بازار تهران
۵- نبود امکانات بهداشتی، امنیتی و پارکینگ و اقامتی مناسب و متناسب با ظرفیت تحمل محیطی	۵- دسترسی آسان به مترو و شبکه حمل‌ونقل عمومی شهری (نفوذپذیری بالای شهری)
۶- عدم وجود نقشه و تابلو گردشگری، پلاکارد و کیوسک‌های تبلیغاتی و اطلاع‌رسانی در بخش گردشگری	۶- بالا بودن نسبت جمعیت جوان تحصیلکرده و علاقمند به فعالیت در بخش گردشگری و مشاغل تبعی
۷- وجود روح بی‌هویت شهری در پایان ساعات کار در بازار و تعطیلی پیاده‌راه با تعطیلی بازار	۷- وجود بازارهای متفاوت و متنوع در محدوده ۱۵ خرداد و امکان برگزاری همایش‌ها و نمایشگاه‌ها

منبع: (یافته‌های نگارندگان)

جدول ۲- ارزیابی عوامل خارجی حاکم بر پیاده‌راه ۱۵ خرداد تهران

چالش‌ها، محدودیت‌ها و تهدیدات	فرصت‌ها
۱- نبود نگرش اقتصادی نسبت به گردشگری شهری	۱- قرارگیری این محور در مرکز اصلی نقاط مهم گردشگری شهری
۲- ضعیف بودن اعطای تسهیلات بانکی به بخش خصوصی برای ایجاد امکانات فراغتی و تفریحی	۲- توجه برنامه‌ریزان شهری به اصول توسعه پایدار شهری
۳- نبود سیستم اطلاع‌رسانی جامع در زمینه بازاریابی مستقیم و جدی گردشگری	۳- حمایت مدیران شهری از موضوع گردشگری و فعالیت‌های مرتبط
۴- عدم‌رسیدگی به کیفیت معبر، نورپردازی، پارکینگ، آب‌راه‌ها، فضای سبز و فضای باز	۴- آمادگی بخش خصوصی برای پذیرش مشارکت در گردشگری شهری و آموزش‌های در زمینه راهنمایان گردشگری و تکنیک‌های بازاریابی
۵- ضعف فرهنگ مشتری‌مداری و کاهش زمان بازدید از بازار از ساعت ۹ لغایت ۱۹	۵- وجود حس مشارکت بالای مردم در برگزاری مراسم‌ها، همایش‌ها و نمایشگاه‌های گردشگری در منطقه و شهر تهران

منبع: (یافته‌های نگارندگان)

جدول ۳- راهبردها و راهکارهای لازم برای توسعه پایدار گردشگری در پیاده‌راه شهری

موضوعات تحلیل	راهبردهای نظام فضایی گردشگری
۱- راهبرد تهاجمی	- بالا بردن کیفیت و کشش پیاده‌راه‌ها و توسعه آنها - تنوع‌بخشی به محصولات گردشگری با برگزاری جشنواره‌ها - حمایت دولتی از پروژه‌های فراغتی و تفریحی مناسب گردشگری شهری - بهره‌گیری از حمایت خاص مسئولان در راستای ارتقای کیفی عملکرد گردشگری شهری - توجه خاص به برنامه‌های بازاریابی و اطلاع‌رسانی
۲- راهبرد تنوع	- تأمین امنیت روانی و فیزیکی گردشگران و انجام برنامه‌ریزی برای اوقات فراغت گردشگران در فضاهای شهری از جمله پیاده‌راه‌ها - استفاده از ویژگی‌های تاریخی و فرهنگی برای معرفی منطقه در نمایشگاه‌ها برای جذب گردشگر - جذب نیروهای گردشگری آموزش‌دیده در بخش گردشگری - تدوین برنامه‌های اقتصادی کاربردی و رفع چالش‌های قانونی و اداری پیش‌رو - ایجاد زیرساخت‌های مناسب و استاندارد گردشگری
۳- راهبرد بازنگری	- استفاده از ظرفیت سرمایه‌گذاری‌های بخش خصوصی و دولتی برای ایجاد، بازسازی، توسعه خدمات و امکانات و زیرساخت‌های گردشگری - ارتقای سطح خدمات در حد استانداردهای ملی و بین‌المللی در راستای جذب گردشگران
۴- راهبرد تدافعی	- مشارکت دادن هر چه بیشتر جوامع محلی در برنامه‌های گردشگری و ایجاد نگرش مثبت بین آنها و متناسب با نیاز منطقه - تدوین برنامه‌های بومی گردشگری و ارتقای تعلق خاطر و هویت‌بخشی به این مناطق - تدوین برنامه‌های کاربری در راستای مدیریت جاذب شهری و رفع زیرساخت‌های استاندارد گردشگری

منبع: (یافته‌های نگارندگان)

جدول ۴- مؤلفه‌ها و معیارهای سنجش کیفیت در پیاده‌راه خیابان ۱۵ خرداد تهران

مؤلفه‌های اصلی	معیارهای سنجش
۱- تنوع فضایی	تنوع فضایی در سن ساختمان‌ها- فضاهای عمومی و خصوصی و تنوع در عناصر محدودکننده فضا، تنوع عملکردی، تنوع در کاربران
۲- انعطاف‌پذیری	امکان انتخاب، توانایی تغییر زمان، قابلیت تنوع استفاده
۳- دسترسی و ارتباط - نفوذپذیری	دسترسی به پارکینگ، خدمات‌رسانی در مواقع اضطراری، رابطه بصری بین مسیر و بدنه، افزایش انتخاب‌های دسترسی
۴- آسایش و راحتی	آسایش اقلیمی، ایمنی و امنیت، طراحی مناسب مبلمان شهری، کاهش آلودگی‌های محیطی
۵- نظافت و پاکیزگی	کاهش آلودگی‌ها، جمع‌آوری زباله‌ها و آب‌های سطحی
۶- تصویرپذیری (منظر مناسب شهری)	فعالیت‌ها و کاربری‌های بناهای خاص، نشانه‌های شهری
۷- حفظ هویت شهری	تأکید بر بناهای ارزشمند تاریخی، حفاظت و مرمت
۸- کارایی	استفاده از انرژی‌های نو، کاهش ترافیک، فواصل ساختمان‌ها
۹- فرم و کالبد شهری	دید و منظر، هماهنگی و تناسبات بصری، تأکید بر نقاط آغازین و پایانی مسیر، نورپردازی، محوطه‌آرایی و طراحی به منظور مراودات شهری
۱۰- تمایز و تشخیص	نقش انگیزه ذهنی در معنادار بودن مکان‌ها و حس تعلق
۱۱- سرزندگی و پویایی شهری	سرزندگی اقتصادی، جذابیت طبقات همکف، ایجاد فضاهای مطبوع با کارکردهای فراغتی، فعالیت‌های قابل رؤیت

منبع: (یافته‌های نگارندگان)

بازآفرینی شهری به مثابه رویکردی مداخله‌گر، اصلی‌ترین رویکرد مرمت شهری در دوران معاصر ایران است. اولین بار این موضوع، در اوایل دهه ۱۳۷۰ شمسی، با ساماندهی خیابان تربیت تبریز، به عنوان یک محور متمایز و شاخص پیاده‌راه، آغاز شد و هدف آن، احیا و پردازش معماری سنتی و نماهای با ارزش بود و در دستورکار مدیران شهری قرار گرفت.

توجه به پیاده‌راه‌ها در بافت مرکزی شهرها، زمینه‌ساز پذیرش حضور گروه‌های مختلفی اجتماعی از شهروندان در این مناطق شده و فضایی متناسب و متوازن برای ارتقای کیفیت زندگی اجتماعی و غنا بخشیدن به احیای فضاها در بافت قدیم شهری را فراهم کرده است.

موفقیت اجرایی در خیابان تربیت (تبریز)، باعث موج پیاده‌راه‌سازی در سایر شهرهای ایران، به ویژه شهر تهران شد. این پیاده‌راه‌ها به علت قراردادن در بافت مرکزی این شهر، نه تنها سبب توسعه سیاست‌های پیاده‌گستری شد بلکه باعث تجلی و هویت‌بخشی حیات اجتماعی در درون بافت شهری گردید؛ به گونه‌ای که پس از استقرار و ساماندهی این محورها، مکان‌های تجاری و اقتصادی و کاربری‌های مرتبط با آنها، رونق گرفتند و اقبال عمومی شهروندان، گردشگران و اقشار مختلف اجتماعی، به این مناطق افزایش یافت.

این مناطق با داشتن تنوع فضاها و خدمات شهری و جمعیت شهری، نیازمند دسترسی راحت‌تر و انعطاف‌پذیری بیشتری هستند. تحرک وسیع مردم به همراه حضور پررنگشان در این مناطق که طیف وسیعی از گروه‌های اجتماعی را در برگرفته است، ایجاب می‌کند که مدیران شهری، حکمروایی مطلوب شهری به همراه توسعه پایدار را جایگزین مدیریت شهری بدون پشتوانه و مشارکت ذینفعان کنند. مفهوم توسعه پایدار و متوازن، یک اصل در شهرسازی و بازآفرینی فضاهای شهری است

و نظرات مردم محلی و نمایندگان آنها باید در رأس امور برنامه‌ریزی قرار گیرد.

اصول بازآفرینی پیاده‌راه‌های شهری؛ شامل مؤلفه‌های طبیعی، انسان‌ساخت و انسانی می‌باشد. فرایند بازآفرینی مبتنی بر شناخت و تحلیل وضع موجود است. شناخت ویژگی‌های طبیعی، کالبدی و رفتاری، به تبیین راهبردهای مؤثر در منطقه منجر خواهد شد. از ترکیب تحلیل مدل سوات و نظرسنجی کیفی انجام شده از کارشناسان منطقه، راهبرد جامع بازآفرینی پیاده‌راه گردشگری شهری، تدوین شد.

به طور کلی، هر چند برنامه‌ریزی و بازآفرینی‌های انجام شده در محور پیاده‌راه خیابان ۱۵ خرداد تهران، دارای کاستی‌ها و نقایصی هستند، اما این نکته را نیز نباید از نظر دور داشت که هر اقدام شهرسازی، متضمن تبعات کاملاً مثبت و ارزشی نیست بلکه مسأله مهم، تعیین اولویت‌ها و برآیند حرکتی است که ضرورت آن در بافت تاریخی شهر تهران احساس می‌شود. از سوی دیگر، اگرچه گسترش پیاده‌راه‌سازی در شرایط کنونی، یک ضرورت برای بافت قدیمی تهران محسوب می‌شود، اما واقعیت این است که کارایی یک محور پیاده‌راه، تابع شرایط متفاوتی است که از اقدامات اجرایی و تغییرات کالبدی یکسانی، تبعیت نمی‌کنند و نباید به منزله یک الگوی اجرایی شهرسازی در همه شهرها و مناطق، اجرا شود.

تجارب موفق جهانی نشان دادند که برنامه‌ریزی و طراحی فضاهای پیاده‌راه‌ها، زمانی موفق خواهند بود که علاوه بر در نظر گرفتن عوامل کالبدی، شرایط اجتماعی، فرهنگی، اقلیمی، الگوهای روانی و رفتاری مردم شهری، به نیازها و سلايق مردم محلی توجه شود.

بنابراین، در برنامه‌ریزی و ساماندهی پیاده‌راه‌ها، لازم است روابط متقابل نظام حرکتی افراد پیاده با دیگر جنبه‌های پایداری شهری همگام با توازن و تعادل زندگی انسان‌ها، مورد شناسایی و تحلیل ساختاری و کیفی قرار

گیرد. از این رو باید برای ساماندهی این مکان‌ها (پیاده‌راه)، نگرشی جامع و اصولی مانند: کوتاه کردن دسترسی‌ها، پوشش کامل امنیتی و بهداشتی معابر پیاده در شهر، رعایت الزامات آسایشی و تنوع در مسیر، بدنه‌سازی و ایجاد مناظر (چشم‌اندازهای) مطلوب، تأمین تجهیزات لازم برای حرکت در شبانه‌روز و فراهم کردن زمینه‌های اجتماعی مشارکت پایدار مردم محلی، به کار گرفته شود. گردشگری شهری، به عنوان نمادی جدی از حرکت و پویایی شهری که باعث کارکردهای اقتصادی، اجتماعی و فراغتی است، کمتر مورد توجه برنامه‌ریزان و مدیران شهری قرار گرفته است؛ دلیل اصلی آن، نحوه تلقی آنها از فعل و ماهیت گردشگر و گردشگری شهری می‌باشد. لذا در این مقاله سعی شد با شناسایی عوامل اصلی داخلی و خارجی تأثیرگذار در فضای گردشگری شهر تهران به خصوص پیاده‌راه ۱۵ خرداد، نسبت به شناسایی نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای فراروی منطقه مورد مطالعه، گام برداشت. منطقه مورد مطالعه از نظر مدیران شهری، به عنوان نمونه موفق در کشور، یاد می‌شود؛ ولی نتایج این پژوهش مؤید آن هستند که با وجود استعدادهای بالفعل منطقه، زوایای پنهانی از توان گردشگری شهری به خصوص در زمان شبانگاهان و ایام خاص، کمابیش مورد توجه واقع نشده است.

البته ما هنوز در مرحله ابتدایی گردشگری شهری قرار داریم و بستر مناسبی فراهم شده تا با یک برنامه هدفمند، آینده‌نگر، یکپارچه و پایدار، به توسعه گردشگری پایدار و ایجاد منظر مناسب و متعادل شهری نائل شویم. نتایج حاصل از نظرات کارشناسان و کاربران فضاها، به وضوح به میزان رضایتمندی شهروندان و کاربران در ارتباط با معیارها و مؤلفه‌های کمی و کیفی که عمدتاً با مباحث کالبدی و زیباشناسی شهری ارتباط داشته و نگاه تخصصی طراحی شهری و گردشگری در این موارد، لحاظ شده است؛ لذا بخشی از مؤلفه‌ها و معیارها از

طریق چک لیست ارزیابی در پنج رده از خیلی کم تا خیلی زیاد، سنجش شده است. برای مثال، در ارتباط با مؤلفه تنوع، معیار تنوع کاربران از طریق پرسشنامه، سنجیده شد و معیارهای تنوع فضای گردشگری از طریق چک‌لیست، ارزیابی و بررسی شدند. جدول ۴ تلفیق این دو گونه سنجش مؤلفه‌های کیفی را ارائه می‌دهد.

از ۱۱ مؤلفه اصلی ارزیابی قابلیت‌های کیفی در پیاده‌راه ۱۵ خرداد، هفت مؤلفه اول، شامل: تنوع فضایی، انعطاف‌پذیری، پاکیزگی، منظر و تصویرسازی، هویت‌بخشی، کالبد و فرم‌بخشی، شادابی سرزندگی، در ردیف متوسط قرار می‌گیرند. سه مؤلفه کارایی، آسایش و راحتی، تمایز و تشخیص (به علت شلوغی منطقه) در رده کیفی خیلی کم و مؤلفه دسترسی-ارتباط و نفوذپذیری در رده کیفی زیاد قرار می‌گیرند. مؤلفه منظر گردشگری، در رده کیفی متوسط قرار می‌گیرد.

این جدول همچنین رده‌های کیفی معیارها را نیز به تفکیک ارائه می‌دهد. بر مبنای فرایند تحلیل منطقی انجام شده، پیاده‌راه خیابان ۱۵ خرداد، نیاز به ارتقای کیفیت محیطی برای مردم محلی و گردشگران دارد و اولویت‌های ارتقای کیفیت نیز براساس معیارهای ارائه‌شده، به روشنی مشخص می‌شود. تطبیق نتایج نهایی به دست آمده از پژوهش، با وضع موجود به ویژه، مسائل مهمی در گردشگری همچون کمبود کاربری‌های خدماتی-بهداشتی و پذیرایی برای رفع نیازهای دینفعان (مردم محلی، کسبه بازار و گردشگران شهری)، انعطاف‌ناپذیر بودن فضاها و عدم استفاده از زمان‌های مختلف (شبانه روز)، نبود تسهیلاتی در برابر عوامل جوی و اقلیمی، کمبود تسهیلاتی همچون آبخوری‌های عمومی، طراحی نامتناسب مبلمان شهری و عدم توجه به منظر نامناسب سطل‌های زباله و ایجاد آلودگی و تصویر ناموزون، عدم حفظ هویت کامل منطقه بازار، عدم توجه کافی به جذابیت بصری، بی‌توجهی به حضور و حرکت

معاونان و ناتوانان جسمی - حرکتی در طراحی ورودی‌ها، ناکافی بودن فضاهای استراحتگاهی (نیمکت‌ها و سکوها) و طراحی نامطلوب آنها، کمبود پوشش گیاهی، عدم توجه به خاص بودن و تمایز و تشخیص نسبت به سایر خیابان‌ها، عدم مشارکت‌دهی مردم یا نمایندگان آنها در برنامه‌ریزی در طراحی فضاها و ایجاد احساس عدم‌تعلق خاطر (حظ بصری)، کمبود عناصر متناسب با کارکردهای فراغتی و کمبود نشاط و شادابی در فضای منطقه را بیشتر نمایان می‌کند. امنیت پایین منطقه به علت حجم بالای جمعیت شهری و کمبود نیروی امنیتی محسوس و نامحسوس، آلودگی صوتی با حضور دستفروشان، سرعت پایین و کمبود آرامش در فضای حرکتی در پیاده‌راه با حضور نامناسب گاری‌های دستی و حضور نامتقارن بساطی‌ها و دلان را فراهم کرده است.

همچنین دسترسی و نفوذپذیری بالای منطقه، نیامدن ماشین‌ها در پیاده‌راه، حضور زیبای قطار در پیاده‌راه به همراه کالسکه‌های قدیمی، مناسب بودن سنگفرش‌ها و کارایی بالای اقتصادی، نقاط قوت پیاده‌راه می‌باشند. به نظر می‌رسد نتایج حاصل از فرایند سنجش و ارزیابی کیفیت محیطی ارائه شده در این پژوهش، چارچوب لازم برای بررسی علمی و منطقی کیفی منطقه مورد مطالعه (خیابان ۱۵ خرداد) را فراهم آورده است. بدیهی است در ارتباط با این فضاهای شهری، انجام پژوهش‌های کمی و کیفی می‌تواند لایه‌های پنهان محتوای فضاهای عمومی شهری را نمایان‌تر کند و زمینه توسعه پایدار شهری و ارتقای کیفیت زندگی شهری را فراهم آورند. در جدول ۵ عوامل تقویت‌کننده و تهدیدکننده در میزان تعاملات اجتماعی شهروندان در فضای پیاده‌راه‌های شهری آورده شده‌اند.

جدول ۵- عوامل مؤثر در میزان تعاملات اجتماعی شهروندان در فضای پیاده‌راه‌های شهری

عوامل تقویت‌کننده	عوامل تهدیدکننده
تراکم افراد و مجاورت فضایی مردم	ازدحام و عدم رعایت حریم شخصی
وجود فعالیت‌های فرهنگی و هنری	وجود فعالیت‌های غیرقانونی (دستفروشان)
وجود فضاهای دنج و امکان توقف و مکث	شکل‌گیری فضاهای بی‌دفاع شهری و صرفاً حرکتی بدون توقف
حضور عناصر طبیعی و چشم‌انداز شهری	بی‌نظمی در ساماندهی و طراحی عناصر طبیعی

منبع: (یافته‌های نگارندگان)

۶- نتیجه‌گیری و پیشنهاد

با توجه به یافته‌های منتج از مدل سوات و اتخاذ راهبرد تعاملی درخصوص گردشگری شهری، مهم‌ترین اولویت‌ها و راهبردهای اجرایی در راستای مقابله با موانع گردشگری پایدار و استفاده بهینه از کل ظرفیت‌های موجود گردشگری شهری و پیاده‌راه‌های شهری عبارتند از:

- ۱- استفاده از مدیران شهری (مدیران مناطق) مجرب و آشنا با مقوله گردشگری شهری پایدار و لزوم

اطلاع‌رسانی و به‌روزرسانی آخرین تجارب بین‌المللی درخصوص گردشگری شهری

- ۲- استفاده از مشاور گردشگری در اجرای پروژه‌های شهری و فراغتی و نظارت کارشناسان گردشگری از طراحی تا اجرا و بهره‌برداری
- ۳- شناسایی جاذبه‌ها و محصولات متنوع گردشگری شهری در منطقه و بهره‌مندی از این ابزارها برای ایجاد اشتغال پایدار شهری و توسعه مشارکت مردمی (حکمروایی مطلوب شهری)

۱۳- زیباسازی و بهسازی منظر شهری با استفاده از مشارکت مردم و کسبه محلی به دلیل پایین آوردن هزینه‌های شهری

۱۴- سرمایه‌گذاری برای استفاده از فناوری‌های نوین در محدوده بازار (آنتن‌دهی و اینترنت)

۱۵- هماهنگی و تعامل سازمان‌های مرتبط با گردشگری و ایجاد یک معاونت به نام معاونت گردشگری و لزوم اهمیت و نگاه ویژه به گردشگری و توسعه پایدار شهری

۱۶- برگزاری جشنواره‌های موسیقی، تئاتر، خرید، صنایع دستی و خوراکی در فضای پیاده‌راه شهری به منظور افزایش تنوع و حضور مردم در ایام کاهش تقاضای گردشگری (عصر و شب هنگام و فصول سرد)

۱۷- مشارکت افراد محلی و بزرگان بازار و سراها در طراحی و برنامه‌ریزی به منظور آگاه کردن و ذینفع نمودن آنها در امور مربوط به گردشگری شهری در راستای تسریع در کارها و جلب سرمایه‌های بخش خصوصی و برگزاری کلاس‌های آموزشی برای آگاهی مردم محلی و کسبه از اهمیت فضاهای تاریخی و مذهبی اطراف زندگی و کسب خود

۱۸- توجه به محدودیت‌های مربوط به مصرف انرژی و استفاده از چراغ‌های خیابانی با استفاده از انرژی خورشیدی

۱۹- نظم‌دهی به محیط در یک چارچوب اکولوژیکی (وحدت در عین کثرت) و تنوع مطلوب و افزایش مقاومت و پویایی شهری

۲۰- کمک به احیاء، مرمت و بازآفرینی فضاهای داخلی بازارها، راسته و دالان‌ها منتهی به خیابان ۱۵ خرداد

۲۱- ایجاد تعادل در جدارها، نحوه ترکیب فضاهای پر و خالی اطراف و ایجاد تعادل بین ظرفیت معبر و

۴- بهسازی معابر ورودی پیاده‌راه با هدف جذب بیشتر گردشگران عبوری در تمامی ساعات شبانه‌روز (پویایی شهری)

۵- رسیدگی به کیفیت معابر اصلی و فرعی منطقه، اصلاح نورپردازی‌ها و پارکینگ وسایط نقلیه (ماشین، موتور) و جایگزینی با وسایلی؛ همچون دوچرخه، کالسکه، گاری‌سواری، قطار و موتور برقی به ویژه برای مسیرهای منتهی به جاذبه‌های تاریخی و خرید

۶- توجه به موضوع آموزش و جذب نیروی انسانی آموزش‌دیده در امر خدمات راهنمایی تور به ویژه برای گردشگران و استخدام آنها توسط شهرداری منطقه

۷- توسعه باجه‌های اطلاعات گردشگری و چاپ نقشه‌ها و تابلوهای مناسب معرفی منطقه از لحاظ امکانات و خدمات گردشگری و تنوع جاذبه‌های تاریخی، مذهبی و خرید و خوراک

۸- دعوت از سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی و شرکت‌های دولتی در زمینه احداث هتل‌ها و اقامتگاه‌های تفریحی و ورزشی

۹- آموزش و اطلاع‌رسانی به مردم محلی و کسبه درخصوص برخورد با گردشگران (داخلی و خارجی) به منظور جلوگیری از تعارضات بین گردشگران عبوری با مردم محلی

۱۰- تدوین قوانین و مقررات ویژه برای عبور و مرور، استفاده بهینه از جاذبه‌های گردشگری، جلوگیری از تخریب و آلودگی منابع شهری و ملزم کردن قانون‌گذاران دولتی به اجرای آنها

۱۱- ایجاد فضاهای بهداشتی متناسب با حجم و تعداد انبوه گردشگران به منطقه مرکزی بازار

۱۲- ساماندهی مشاغل دوره‌گردی، خرده‌فروشان (بساطی) و دلارفروشان؛ به خصوص در ایام پیک گردشگری (مراسم سال نو) و نظارت بر نحوه فعالیت و کنترل آنها و جلوگیری از مشاغل نامتناسب و ناهمگون

میزان استفاده محیطی و نیز تعادل بخشی در حرکت عابران پیاده و جلوگیری از تمرکز در نقاط خاص

۲۲- استفاده مناسب از جوی‌های پهن و کم عمق، برای گیاهان و استفاده بهینه از عنصر آب روان در جوی‌ها و حوض‌ها و فواره‌های خیابانی و میدان ارگ

۲۳- کاربرد مناسب رنگ‌ها و تنوع بصری در فضای کالبدی و جداره‌های خیابان.

۷- منابع

آئینی، محمد. (۱۳۸۶). ارتقای بهره‌وری زمین شهری، ره‌آورد بهسازی و نوسازی بافت‌های فرسوده شهری، فصلنامه علمی/اقتصاد مسکن، شماره ۲۹، ۱۴.

ابراهیم‌زاده، عیسی؛ رفیعی، قاسم. (۱۳۸۸). مکان‌یابی بهینه جهات گسترش شهری با بهره‌گیری از سیستم اطلاعات جغرافیایی (GIS) موردشناسی: شهر مرودشت، فصلنامه جغرافیا و توسعه، ۱۵ (۷)، ۷۰-۴۵.

ابراهیمی، وحیدرضا. (۱۳۸۰). پیاده‌راه جنت-مشهد؛ نگاهی دیگر، ماهنامه شهرداری‌ها، ۳ (۲۹)، ۷۳-۷۶.

پاکزاد، جهان‌شاه. (۱۳۸۴). راهنمای طراحی فضاهای شهری در ایران، جلد ۳، تهران: وزارت مسکن و شهرسازی.

پوراحمد، احمد؛ حبیبی، کیومرث؛ کشاورز، مهناز. (۱۳۸۹). سیر تحول مفهوم‌شناسی بازآفرینی شهری به عنوان رویکردی نو در بافت‌های فرسوده شهری، فصلنامه مطالعات شهر ایرانی/اسلامی، شماره ۱، ۹۲-۷۳.

حبیبی، محسن. (۱۳۸۰). مسیر پیاده‌گردشگری، نشریه هنرهای زیبا، شماره ۹، ۴۳-۵۱.

حجتی، وحیده؛ مضطرزاده، حامد. (۱۳۹۲). طراحی خیابان‌های شهری با محوریت توسعه پایدار، جستارهای شهرسازی، شماره ۳۱، ۶۸-۶۳.

حسینیون، سولماز. (۱۳۸۳). مقدمه‌ای بر طراحی پیاده‌راه‌ها، مجله شهرداری‌ها، ۶ (۶۱)، ۷۳-۶۸.

حکمت‌نیا، حسن؛ موسوی، میرنجم. (۱۳۸۵). کاربرد مدل در جغرافیا با تأکید بر برنامه‌ریزی شهری و ناحیه‌ای، تهران: انتشارات علم نوین.

حیدری، تقی؛ رشیدی ابراهیم؛ حصاری، اصغر؛ تولایی، سیمین. (۱۳۹۲). ارزیابی قابلیت‌های گردشگری شهر زنجان و راهبردهای تقویت جذب گردشگر، مجله مطالعات مدیریت گردشگری شماره ۲۱، ۵۸-۲۹.

دستجردی، معصومه سادات. (۱۳۸۴). پیاده‌راه‌سازی خیابان باغ سپهسالار، پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، دانشگاه شهید بهشتی، تهران.

دیناری، احمد. (۱۳۸۴). گردشگری شهری در ایران و جهان. مشهد: نشر واژگان خرد.

رادپویا، کامران. (۱۳۷۲). طراحی سیستم عبوری عابر پیاده در شبکه حمل‌ونقل درون شهری، طرح پژوهشی سازمان حمل‌ونقل ترافیک تهران.

راست قلم، مهدی؛ خلیل مقدم، بیژن؛ حیدری، رسول. (۱۳۸۸). بررسی مزیت‌ها و محدودیت‌های توسعه کانون‌های گردشگری با استفاده از تحلیل Swot؛ مطالعه موردی: کانون‌های گردشگری شهرستان شهرکرد، فصلنامه مطالعات جهانگردی، شماره ۱۱ و ۱۲.

رنجبر، احسان؛ رئیس اسماعیلی، فاطمه. (۱۳۸۹). سنجش کیفیت پیاده‌راه‌های شهری در ایران (نمونه موردی: پیاده‌راه صف (سپهسالار) تهران، نشریه هنرهای زیبا-معماری و شهرسازی، شماره ۴۲، ۹۳-۸۳.

رهنما، محمدرحیم؛ عباس‌زاده، غلامرضا. (۱۳۸۷). اصول، مبانی و مدل‌های سنجش فرم کالبدی شهر. مشهد: انتشارات جهاد دانشگاهی مشهد.

زنگی‌آبادی، علی. (۱۳۷۱). تحلیل فضای الگوی توسعه فیزیکی شهر کرمان. پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، دانشگاه تربیت مدرس.

شیعه، اسماعیل. (۱۳۸۲). لزوم تحول مدیریت شهری در ایران، مجله جغرافیا و توسعه، ۱ (۱)، تهران.

شیرمحمدی، حمید؛ نقیبی، فریدون. (۱۳۸۶). توسعه کالبدی شهر نالوس با در نظر گرفتن اثرات زیست‌محیطی به کمک GIS، مجله هویت شهر، ۱ (۱).

طیبیان، منوچهر؛ ستوده، احمد؛ شایسته، کامران؛ چلیبانلو، رضا. (۱۳۸۶). جستاری بر مفاهیم و روش‌های برآورد

ولا، فرانسوا؛ بیچریل، یونل. (۱۳۸۴). گردشگری بین‌المللی، ترجمه محمدابراهیم گوهریان و محمد مهدی کتابچی، تهران: انتشارات امیرکبیر.

ولی‌پور، ستایش؛ احمدزاده، نادر. (۱۳۸۴). عابرپیاده در ساماندهی حمل‌ونقل شهری، همایش ملی مناسب‌سازی محیط شهری.

- Appleyard, Donald. (1981). *Livable Streets*, Berkeley: University of California.
- Brambilla, Roberto., Gianni, Longo. (1977). *For Pedestrians Only: Planning, Design and Management of Traffic Free Zones*, NewYork, Whitney Library Of Design.
- Brown, I., Delaney, R. (2005). *The draft Master Plan for Walking Tracks and Associated Facilities*. Epacris Environmental Consultants Pty Ltd. 37p. www.epacrisenviro.com.au.
- Fruin, J. (1971). *Pedestrian Planning and Design*, NewYork.
- Gehl, Jan. (1987). *Life Between Building: Using Public Space*, NewYork: Van nor strand Reinhold.
- Hass Klau, C. (1990). *The Pedestrian and City Traffic*, London: Belhaven Press.
- Irish Trails Strategy, Promoting and developing activity in the Irish Outdoors. (2006). An Initiative of the Irish Sports Council. 60p.
- Jacobs, Jane. (1961). *The Death and Life Great American Cities, The Failure of Town Planning*, New York: Vintage.
- Nyaupane, G.P., Morais, D.B., Graefe, A.R. (2004). Nature tourism constraints, across-activity comparison. *Annals of tourism research*, 31(3), 540-555.
- Ryan, C. (1993). Crime, Violence, Terrorism and Tourism: An Accidental or Intrinsic Relationship. *Tourism Management*, 14(3), 173-183.
- Sasaki, M. (2010). Urban regeneration Through cultural creativity and social inclusion: rethinking creative city theory through a Japanese case study, *cities*, 27.

کمی ظرفیت برد و ارائه یک نمونه کاربردی، نشریه هنرهای زیبا، ۲۹ (۲۹).

فنی، زهره؛ محمدنژاد، علی. (۱۳۸۹). نقش مدیریت شهری در توسعه گردشگری: مطالعه موردی شهر رامسر، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، شماره ۱۱ و ۱۲، ۱۲۲-۱۰۱.

فیضی، محسن؛ اسدپور، علی. (۱۳۹۳). فرایند بازآفرینی منظر میادین شهر تهران با هدف ارتقای تعاملات اجتماعی شهروندان، فصلنامه مطالعات شهری، شماره ۷.

قربانی، رسول؛ جام کسری، محمد. (۱۳۸۹). جنبش پیاده‌گستری، رویکردی نو در احیای مراکز شهری: مورد مطالعه پیاده‌راه تربیت تبریز، مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای، ۲ (۶)، ۷۲-۵۵.

قریب، فریدون. (۱۳۸۳). امکان‌سنجی ایجاد مسیرهای پیاده و دوچرخه در محدوده تهران قدیم، نشریه هنرهای زیبا، شماره ۱۹، ۲۸-۱۷.

لومسدن، لس. (۱۳۸۰). بازآرایی گردشگری، ترجمه محمد ابراهیم گوهریان، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

لینچ، کوین. (۱۳۷۴). سیمای شهر. ترجمه منوچهر مزینی، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

محمدزاده، رحمت. (۱۳۷۴). دیدگاه‌های موجود در توسعه شبکه معابر پیاده، تحقیقات جغرافیایی، شماره ۳۷، ۱۳۸-۱۲۱.

مشهدی‌زاده دهاقانی، ناصر. (۱۳۸۷). *تحلیلی از ویژگی‌های برنامه‌ریزی شهری در ایران*، چاپ سوم. تهران: دانشگاه علم و صنعت ایران.

مهدیزاده، جواد. (۱۳۷۸). مفاهیم و مبانی پیاده‌راه‌سازی، ماهنامه شهرداری‌ها، شماره ۱۹.

مهدیزاده، جواد. (۱۳۷۹). توسعه گردشگری از دیدگاه برنامه‌ریزی شهری و منطقه‌ای، ماهنامه شهرداری‌ها، شماره ۱۵.

موریس، جیمز. (۱۳۷۴). *تاریخ شکل شهر، تا انقلاب صنعتی*؛ ترجمه: راضیه رضازاده، چاپ دوم. تهران: انتشارات دانشگاه علم و صنعت ایران.