



اصالت سنجی

مقاله مطالعه موردی

خلاصه انگلیسی این مقاله با عنوان:

Investigation of the physical elements of the central urban cultural region and its application in order to develop the cultural elements of the city (Investigation of the boundaries of the cultural region of Shiraz)

در همین شماره به چاپ رسیده است.

شهرسازی ایران، دوره ۴، شماره ۶، بهار و تابستان ۱۴۰۰، صفحه ۱۱-۲۸

تاریخ دریافت: ۹۹/۴/۲۱، تاریخ بررسی اولیه: ۹۹/۵/۳، تاریخ پذیرش: ۹۹/۸/۱۰، تاریخ انتشار:

۱۴۰۰/۶/۱۳

واکاوای عناصر کالبدی منطقه مرکزی فرهنگی شهری و کاربرست توسعه عناصر فرهنگی شهری (نمونه موردی شهر شیراز)

دکتر رضا احمدیان

دکتر غلامرضا لطیفی

منصور خشتی*

استادیار، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، و عضو مدعو دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز

دانشیار- دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی و عضو مدعو دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز

دانشجوی دکترای تخصصی شهرسازی، دانشکده هنر و معماری دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز

چکیده: منطقه فرهنگی شهری چه در تقویت جایگاه شهرهای فرهنگی (ارائه تصویر معتبر بین المللی و فراهم آوردن فضای مناسب برای ارتقاء رقابت پذیری شهری و استقرار فعالیت های مرتبط با این شهرها) و چه در کمک به شهرهای غیر فرهنگی در جهت حرکت به سوی جایگاه شهر فرهنگی نقش و اهمیت قابل توجهی دارند، مفهوم و گستره معنایی مرکز شهر بیشتر ناظر بر وجوه کارکردی و عملکردی آن است تا ابعاد فضایی و هندسی آن و بررسی میزان و نحوه اثرگذاری منطقه فرهنگی در توسعه شهری به لحاظ حوزه های عملکردی و فضایی. و شناسایی و تعیین کارکردهای کالبدی و نمادین در عرصه های شهری و معرفی مزیت ها و ارزش افزوده های ناشی از آن. برای رسیدن به این سوالات که شکل گیری یک منطقه مرکزی فرهنگی چگونه می تواند به توسعه شهری منجر شود؟ حوزه های عملکردی و فضایی فرهنگ در منطقه مرکزی شهری چگونه تعیین می شود؟ محدوده (منطقه) فرهنگی شهر شیراز با استفاده از پرسشنامه شناسایی شده در مرحله تحلیل و ارزیابی برای تحقق این منظور، از افراد جامعه مورد مطالعه مراجعه و ویژگی های مورد نظر مورد ارزیابی و بررسی قرار گرفته اند. و مقاله دارای دو بعد نظری و عملی (کاربردی) می باشد و به لحاظ ماهیت تحقیق (پرداختن به مقوله فرهنگ)، از نوع روش کمی می باشد که در جای خود و به اقتضای ساختار پژوهش از روش کمی استفاده خواهد شد. و در نهایت به ذکر این مهم که در محدوده مورد بررسی فعالیتی که بتواند در طول شبانه روز شهروندان را به خود جذب کند وجود ندارد و از ساعات آخر شب به بعد تقریباً هیچ فعالیتی به غیر از عبور و مرور در این محدوده انجام نمی گردد. موانع غیر فرهنگی نیز ممکن است در محدوده فرهنگی شهر وضعیت نامناسبی را نسبت به سایر نقاط شهری ایجاد کنند. این موانع باید در برنامه ریزی برای کل شهر با تأکید ویژه بر شرایط خاص محدوده فرهنگی شهر در نظر گرفته شوند.

واژگان کلیدی: منطقه فرهنگی، فضای شهری، گردشگری، محدوده مرکزی، شیراز

* kheshtim@yahoo.com این مقاله مستخرج از پایان نامه دوره دکتری شهرسازی منصور خشتی با راهنمایی استاد دکتر رضا احمدیان و مشاوره دکتر غلامرضا لطیفی

می باشد.

۱- مقدمه

منطقه فرهنگی شهرها دارای تعاملی دو طرفه می باشند. از یک سو جریان پایتخت فرهنگی در گستره اثرات خود بر شهرها، به تدریج تاثیرات خود را بر فرم و فعالیت فضاهای باز شهری نمایان می سازد و از سویی دیگر فضاهای شهری به شهرها (و حتی کشورها) در دستیابی به جایگاه مناسب در تغییر کاربری به منطقه فرهنگی شدن یاری می رسانند.

شکل گیری یک منطقه مرکزی فرهنگی چگونه می تواند به توسعه شهری منجر شود؟

حوزه های عملکردی و فضایی فرهنگ در منطقه مرکزی شهری چگونه تعیین می شود؟

۲- پیشینه پژوهش

جدول ۱-۱ پیشینه پژوهش

پدید آورنده	عنوان پژوهش	یافته های پژوهش
دکتر علی کریم زاده دکتر سید کمال الدین شهرداری، دکتر مهیار اردشیری ۱۳۹۴	تبیین سیاست های فرهنگی تأثیرگذار بر بازآفرینی شهری فرهنگ محور	مؤلفه هایی چون کاربریهای فرهنگی، فعالیت های فرهنگی در فضای عمومی شهری، ترکیب فعالیت های فرهنگی با طراحی شهری خلاقانه، حفاظت میراث فرهنگی و گردشگری فرهنگی را به عنوان معیارهایی کلیدی
فرشته حبیب ۱۳۸۸	تحلیلی از تعامل فرهنگ و کالبد شهر نمونه موردی: اصفهان- صفویه	فرهنگ ملی، مجموعه همه ارزشهای الگوهای کهن و اساطیری مان است و فرهنگ مذهبی، حاصل اعتقادات شرعی و سنت مان می باشد و فرهنگ مدرن، در ارتباط با سایر فرهنگ ها
دکتر سهند لطفی ۱۳۸۹	بازآفرینی شهری فرهنگ مبنا: تأملی بر بن مایه های فرهنگی	کاربست فرهنگ در جایگاه اهداف توسعه ای باشد و چهره ای فرهنگ گرا برای شهرها، راهبردی و با هدف دستیابی به سازوکاری اقتصادی و پررونق که در چارچوب بازآفرینی شهرها به آن اهمیت فراوانی داده شده است
مارکوسن و	تاریخ	کارهای هنرمندان خلاق موجب

اسچروک (۲۰۰۶)	ی و تطبیقی درباره بیست و نه منطقه مادر شهری دارای بیش ترین هنرمند ایالات متحده آمریکا	افزایش و تقویت طراحی، تولید و بازاریابی تولیدات و خدمات در سایر بخش ها شده است
آلبرتو وانلو ۲۰۱۵	شهر فوردیست و شهر خلاق: تکامل و انعطاف پذیری در تورین، ایتالیا	عامل فرهنگ انعطاف پذیری جهت تجزیه و تحلیل انتقال شهر تورین از فوردیسم به یک پایگاه اقتصادی صنعتی فرهنگی ترکیبی شکل گرفته به منظور واکنش به وضعیت فعلی بحران اقتصادی

۳- مبانی نظری

هر چند در نگاه و برداشت اول، مرکز شهر مترادف مرکزیت هندسی و مکانی هر شهر تعریف می شود، ولی واقعیت این است که مفهوم و گستره معنایی مرکز شهر بیشتر ناظر بر وجوه کارکردی و عملکردی آن است تا ابعاد فضایی و هندسی آن. پیش از ارائه و قبول هر گونه تعریف ملاک عمل در مورد مفهوم مرکز شهر، نگاهی اجمالی به سیر تعاریف مرکز شهر خالی از فایده نخواهد بود. امروزه توجه به ابعاد تنوع کاربری در فضاهای شهری مهمترین موضوع شهر عنوان می شود و در عرصه های واقعی نیز هر جا که نسبت فضایی کار، بر فضای مسکونی و گردشگری غلبه کند. مسائل و مشکلات متعدد اجتماعی و فضایی در آن پهنه شهری بروز می کند. (Ahmadi Barugh et al, 2020)

در ابتدا مرکز شهر معادل ۱- ناحیه مرکزی یک محدوده بزرگتر، ۲- ساختمانی برای انجام فعالیتی خاص، ۳- مکان تمرکز بعضی فعالیت های خاص و در نهایت ۴- در معنای مجموعه ای از فعالیت ای تجاری، اداری، فرهنگی، تفریحی و... تعریف شده است. ملاحظه می شود که در ابتدا، در تعریف مرکز شهر بیشتر بر ابعاد کالبدی، ترافیکی و به خصوص کارکردی تاکید شده است. (Basirat, 2012: 111)

۳-۱- محدوده مرکزی شهر^۲

«اگر فرض کنیم که شهرها مانند موجودات زنده، جاندار

و فعال هستند، بخش مرکزی شهرها به صورت قلب آن ها خواهد بود» (Shekoe, 2000 : 87)

«ناحیه مرکزی شهر یا نواحی داخل شهر، مجموعه محلات قدیمی هستند که مرکز تجاری/ خدماتی شهر را احاطه کرده اند. ناحیه مرکزی شهر به علت دگردیسی اجتماعی و کالبدی، اصطلاحاً منطقه تحول نامیده می شوند. در حالت عمومی، منطقه تحول دستخوش تباین اجتماعی- شغلی، برتری جمعیت کم درآمد و علائم فرسودگی کالبدی است» (Saednia, 2008: 798) مرکز شهر را می توان ناحیه قانونی و مرکزی شهر، نه لزوماً در معنای هندسی آن، تعریف کرد که بستر وقوع، شکل گیری و تجمع مهم ترین فعالیت های شهری، خاطرات جمعی و تجلیگاه حضور اجتماعی تمامی مردم شهر است و در عین حال بخش عمده ای از تعاملات اداری و اقتصادی شهر را در خود جای داده است. علاوه بر این، مرکز هر شهر شخصیت آن شهر را تشکیل می دهد و توسط ساکنانش به عنوان مهم ترین قسمت شهر از آن نام برده می شود. (Shakiba manesh, 2008: 37)

۳-۱-۱- منطقه فرهنگی

مفهوم منطقه فرهنگی نخستین بار در انگلستان در سال ۱۹۸۷ به وسیله انجمن BAAA^۶ ارائه داده شد. استفاده از تعاریف مجموع عناصر فرهنگی به عنوان بخشی از برنامه ریزی شهری در پایان سال های هشتاد میلادی به بحث گذاشته شد و صاحب نظرانی چون مونتگمری (Montgomery)، بوگارتس (Boogarts)، و گریفیتس (Griffits) به بیان این مهم در نظریات خود پرداختند. مهم ترین مصادیق عملی این رویکرد در شفیلد (Sheffield Cultural Industries)، سوو (soho) در شهر لندن، منچستر (Manchester Northern Quarter)، لفت بانک در پاریس (Left Bank) و دوبلین (Temple Bar in Dublin) رخ داده است (Montgomery, 2009).

مونتگومری ایده مناطق فرهنگی را در سال ۲۰۰۳ با نظریه توسعه و رشد شهری در جهت اقتصادی و طراحی شهری مطرح کرد. و به منظور تدقیق مفاهیم منطقه فرهنگی از مدل مفهوم مکان کانتر TI اشاره کرد و سه خصوصیت

مشترک این مکان ها را بیان کرد که به ترتیب عبارت اند از: اختلاط کاربری اختلاط عملکردی، اقتصاد شب و بنگاه های اقتصادی کوچک، محیط کالبدی مناسب مورفولوژی غنی، تنوع گونه ابنیه، فضاهای عمومی مناسب (و معنای فرهنگی) حس تاریخی و پیشرفت، هویت و سبک طراحی از آنجا که در ۱۰ سال اخیر نمونه های بسیاری در سراسر دنیا برمبنای منطق پاتوق های فرهنگی برپا شده است، بررسی نحوه سازوکار، پشتیبانی و توسعه در وضع موجود و آینده آن ها مورد توجه قرار گرفته بودند (Couch, 2011).

این محدوده توسعه یافته شامل تمرکز بالای واحدها و مؤسسات تجاری، ستادی، ادارات، مراکز تاریخی، فرهنگی، مراکز بهداشتی- درمانی و ... است که عمدتاً دارای عملکردی فراشهری می باشند. این محدوده به عنوان بافت قدیمی و تاریخی شیراز محسوب می شود. بنابراین تراکم جمعیت، فعالیت ها، آمد و شدها و فعالیت های اقتصادی و امور بهسازی و نوسازی در این قسمت بیشتر نمایان است که این امر لزوم اتخاذ سیاست ها و برنامه ریزی های ویژه در زمینه- های ترافیکی، کاربری اراضی و ... را می طلبد. به طور کلی تدارک فضایی برای ایفای نقش منطقه ای، ملی و فراملی پیشنهادی در طرح های فرادست در زمینه خدمات برتر همچون؛ جهانگردی، خدمات فن آوری، تجاری، مالی، مشاوره ای و ... در مرکز شهر، استفاده از عناصر کالبدی با ارزش فرهنگی در جهت ایجاد فضای مناسب برای تعامل اجتماعی، احیاء، تقویت و امروزی کردن نقش منطقه تاریخی، توسعه فرصت های فراغت متناسب با نقش مرکز شهر، افزایش کارایی و سهم شبکه حمل و نقل عمومی و افزایش نقش پیاده روی در مرکز شهر از جمله راهبردهای مناسب برای پهنه مرکزی شهر تلقی می شود (Review of the detailed plan of Shiraz, 2007: 127)

به نظر ویلیامز فرهنگ جزء دو یا سه کلمه ای است که در زبان انگلیسی معنای آن بسیار پیچیده است و تعبیرهای و مفاهیم بسیار متنوعی از آن برداشت می شود.

فرهنگ در بیشتر موارد به سه برداشت عمده می انجامد:

برترین فضیلت در هنرهای زیبا و امور انسانی که همچنین به فرهنگ عالی شهرت دارد.

۱- الگوی یکپارچه از دانش، عقاید و رفتار بشری که به گنجایش فکری و یادگیری اجتماعی نمادین بستگی دارد.

۲- مجموعه ای از گرایش‌ها، ارزش‌ها، اهداف و اعمال مشترک که یک نهاد، سازمان و گروه را مشخص و تعریف می‌کند. (Lak, 2007, 46)

فرهنگ امید واژه فرهنگ را به معنای دانش، ادب، علم، آموزش و پرورش، هنر و معرفت، تعلیم و تربیت، آثار علمی و ادبی یک قوم یا ملت و نیز به معنای کتاب آورده است. (Lak, 2007: 53)

ارزش‌های فرهنگی

فعالیت‌های فرهنگی اساساً از پتانسیل بالایی برای جذب گردشگر برخوردار می‌باشند، از جمله سرمایه‌گذاری بر رخدادهای و جشنواره‌های خاص، برنامه‌ریزی مداوم در زمینه‌های هنری و ... از این رو به دسته‌بندی فعالیت‌های فرهنگی در این بخش پرداخته شده است. شناخت صحیح و دسته‌بندی این فعالیت‌ها منجر به ایجاد تصویر واضح‌تر در زمینه طراحی و برنامه‌ریزی دریافت‌های تاریخی شهر می‌شوند. کالبدی که زمینه‌ساز و بستر ساز وقوع این رخدادها خواهد بود باید همساز و متناسب با این رخدادهای طراحی شده باشد.

توجه به ارزش‌های فرهنگی رویکردی چند بعدی به استفاده دوباره، بازسازی یا احیای یک محیط می‌باشد که فرهنگ، هنر و یا خلاقیت در آن نقش انتقالی و راهبر را ایفا می‌کنند. فرآیند احیای شهری مطلوب است که در آن ارزش‌های فرهنگ به عنوان یک نیروی کشاننده یا کاتالیزگر، نقش کلیدی را ایفا می‌کند (Wang, 2010, 8).

ویژگی‌های منطقه فرهنگی شهرها

منطقه مرکزی شهرها معمولاً قلب شهر را تشکیل می‌دهد نخستین هسته اغلب شهرها و بازار اصلی شهر به تدریج تبدیل به مرکز تجاری و کسب و کار مرکزی می‌گردد. در این محدوده است که فعالیت‌های تجاری و اجتماعی تمرکز می‌یابند و خطوط حمل و نقل از هر جانب شهر به آنجا منتهی می‌شوند. در مرکز شهر، بازارها، فروشگاه‌ها، دفترهای کار، باشگاه‌ها، هتل‌ها، موزه‌ها، دفترهای اصلی قرار می‌گیرند و

معمولاً تأسیسات عمده فروش این محدوده را احاطه می‌کنند. (Shakiba Manesh, 2008: 18)

- با توجه به تعاریف و توصیفات صورت گرفته پیرامون بافت مرکزی شهر، از جمله مهمترین ویژگی‌ها و خصوصیات بافت مرکزی شهر عبارتند از:

- مرکز شهر، کانون فعالیت‌ها و عملکردهای متنوع و منطقه فعالیت‌های بخش سوم (خدمات) می‌باشد. در این بخش از شهر موسسات تجاری و اداری بیش از هر جای دیگر تمرکز یافته‌اند.

- مشتری‌ها اشیای مورد نیاز خود را در مساحتی اندک پیدا می‌کنند و دارای حق انتخاب وسیعی هستند. اکثر شهرهای بزرگ یک مرکز بزرگ دارند، یعنی محدوده‌ای که تقریباً تمامی آن به فعالیت‌های بخش سوم اختصاص یافته است (Ashrafi, 2001: 18)

- تعداد افرادی که روزانه به بخش مرکزی شهرها وارد می‌شوند، از دیگر بخش‌های شهری بیشتر است؛ از این رو یکی از کارکردهای این بخش، وجود و گسترش بخش پذیرایی است و در آن بیش از هر جای دیگر شهر، رستوران، اغذیه‌فروشی و قهوه‌خانه دیده می‌شود. بنابراین این بخش از شهر، عرصه اصلی بروز تعاملات اجتماعی و تجلیگاه خاطرات جمعی شهروندان و همچنین نماد هویت اجتماعی و فرهنگی است (Shekoe, 2000 : 87) شهرهای بزرگ ایران، در بافت قدیم شهر و پیرامون بازار سبب شده که فضای کسب و کار و اشغال فضاهای مسکونی کوچکتر شوند. از این رو مغازه‌های عمده فروشی و خرده‌فروشی در امتداد معابر و در جوار بازار گسترش یافته و خانه‌های قدیم محله بازار، به انبار کالا و کارگاه‌های تولیدی تبدیل شده‌اند. این روند هویت نخستین آنها را رو به زوال و تباهی گذاشته است. بنابراین جمعیت ساکن در مراکز شهری که به امور اداری، مالی و تجاری اختصاص یافته‌اند، رو به کاهش است (Ashrafi, 2001: 64)

- تراکم جمعیت در بخش مرکزی شهرها، در ساعات معینی از روز به حداکثر ممکن می‌رسد؛ در حالی که همین بخش، شب‌ها خلوت می‌باشد (Shekoe, 2000 : 65)

فعالیت: اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی **معنا:** حس مکان، تاریخ

و فرهنگ فرم: ارتباط بین بناها و فضا



فرم کالبدی	تقویت تجارت های کوچک و اقتصاد خلاق دسترسی به آموزش
	بافت کالبدی ریزدانه تنوع و انطباق پذیری ساختمان ها نفوذپذیری ساختمان ها خوانایی میزان و کیفیت فضاهای عمومی جداره فعال خیابان ها
معنا	فضاهای ملاقات و گردهمایی مهم حس تاریخ و پیشرفت تصویر و هویت محلی قابلیت شناخت فرم و طراحی قابل تحسین

(Montgomery, 2003:295)

شاخص اول، فعالیت: یک پیش نیاز ضروری برای منطقه فرهنگی، وجود فعالیت فرهنگی است. تا جایی که امکان دارد این فعالیت ها باید شامل تولید محصولات فرهنگ شود. مناطق فرهنگی بدون فعالیت فرهنگی نمی توانند شکل بگیرند. لازمه این کار وجود مکان های فرهنگی متنوع می باشد که سرزندگی خیابان را تقویت می کنند. همچنین وجود فضاهایی برای تمرین و نمایش ضروری است. وجود تنوع تجاری در فضاهای فرهنگی می تواند به تقویت پایدار آنها کمک کند. این مکان های فرهنگی باید تا حد امکان در طول روز و عصرها باز بمانند.

موفق ترین مناطق فرهنگی، اغلب شبکه ای از فضاهای فرهنگی ایجاد کرده اند. وجود شرکت های تولیدی در این مناطق کیفیت و وزن مضاعفی را برای آن ایجاد می کند. (Montgomery, 2003:295)

جدول ۱-۳ شاخص های شکل خوب منطقه فرهنگی

شاخص های شکل خوب منطقه فرهنگی
پیشچیدگی فعالیت ها به خصوص فعالیت های فرهنگی
الگوهای متنوع حرکت به خصوص حرکت پیاده
تنوع کاربری های اولیه و ثانویه
اقتصاد خرد با سهم مناسبی از هنر و اقتصاد خلاق
زندگی خیابانی خلاق با کافه های فرهنگی قوی
تنوع ساعات کار

نمودار ۱-۱ دسته هایی از شاخص ها را برای ارزیابی موفقیت نسبی محلات فرهنگی

(Montgomery, 2003:295)

شناخت شهر و مراکز شهری در میان نظریه پردازان و در مطالعات شهری جایگاه ویژه ای دارد. هوسمان در نوسازی شهر پاریس، توجه خود را به مراکز مهم و قدیمی مبذول کرد. وی برای ایجاد دسترسی های مناسب به تعریض گذرها و ایجاد فضاهای جدید در این شهر اقدام کرد و مراکز مهم و قدیمی را به کانون هایی تبدیل کرد (papili yazdi et al, 2003: 72)

با توجه به اینکه در گردشگری فرهنگی زمینه مداخله مناطق تاریخی و منطقه فرهنگی است از این رو لازم است تا در سه حوزه فعالیت، فرم کالبدی و معنا، طراحی شهری به ارتقاء کیفیت های لازم بپردازد. چرا که ویژگی های یک منطقه فرهنگی خوب و موفق که مقصد توریست های فرهنگی است در سه زمینه یاد شده تعریف می شود. در جدول زیر معیارهای حائز اهمیت در حوزه سه شاخص اصلی (فعالیت، فرم کالبدی و معنا) که لازم است توسط طراحی شهری برای ارتقاء گردشگری فرهنگی ارتقاء یابند ارائه شده است.

جدول ۱-۲ ویژگی های مکانی و کالبدی مناطق فرهنگی

فعالیت	تنوع کاربری ها و فعالیت ها وسعت و تنوع وقایع و مکان های فرهنگی وجود فعالیت های عصرگاهی از جمله کافه های فرهنگی
--------	--

(Montgomery, 2003:300)

جدول ۱-۴ ابعاد منطقه فرهنگی از نظرگاه مونتگومری

معنا و (تصویر)	کالبدی	کارکردی
فضاهای مهم برای گردهمایی و دیدار	ریزدانگی و ریخت شناسی همگن	دسترسی به تأمین کننده ها و منابع آموزشی
برخوردار از حس تاریخ (گذشته) و پیشرفت (حال و آینده)	تنوع و تطبیق پذیری ذخائر ساختمانی	وسعت و تنوع رویدادها و مکان های فرهنگی
هویت و تصویرسازی محدوده	نفوذپذیری منظر خیابانی	حضور شایانگهی شامل فرهنگ کافه ای
وجود سبک ها و طراحی قابل تحسین	خوانایی	قوت بنگاه های اقتصادی کوچک و کسب و کار خلاق
شناخت پذیری	تعداد و کیفیت فضاهای شهری	تنوع کاربری های اصلی و فرعی

(Montgomery, 2003, 302)

سیاست های اجرایی رویکرد منطقه فرهنگی

- طرح جامع هنرهای عمومی^۱ ۲- فرهنگ کف خیابانی^۲
 محله ی موزه ای^۳ ۴- فرهنگ خرده فروشی و پیاده روی^۴
 ۵- فرهنگ کافه ای^۵ ۶- شهر بیست و چهار ساعته ۷- تقویت صنایع خلاق و بومی ۸- برگزاری رویدادها و جشنواره ها
 ۴- روش تحقیق

معیارهای موثر در انتخاب شهرهای فرهنگی بالاخص شهر شیراز، با تمرکز بر روی هسته فرهنگی شهر نقش کالبدی این بخش از شهر که منجر به شکوفایی، هویت بخشی، رونق دهی، جذب توریسم و توسعه گردشگری شهری می شود را تعیین نماید. در بخش نظری به منظور تدوین یک چارچوب نظری متناسب و به روز؛ سعی می شود با توصیف و تحلیل آثار، منابع و

ادبیات موجود و تحقیقات انجام شده و نیز بررسی دیدگاه نظریه پردازان؛ از نظریات و تجارب جهانی و داخلی مرتبط با موضوع مورد استفاده و جهت نیل به هدف بهره گیری شود. پژوهش حاضر به لحاظ هدف، دارای دو بعد نظری و عملی (کاربردی) می باشد و به لحاظ ماهیت تحقیق (پرداختن به مقوله فرهنگ)، از نوع روش کمی می باشد که در جای خود و به اقتضای ساختار پژوهش از تکنیک های مربوطه (کمی) استفاده خواهد شد. برای پاسخگویی به سؤالات تحقیق ناگزیر به استفاده از روش های میدانی می باشد، از این رو اقدام به مراجعه به جامعه آماری و جمع آوری داده های مورد نیاز از طریق پرسشنامه به صورت باز و بسته و تجزیه و تحلیل آنها پرداخته شده است.

۵- یافته های پژوهش

محدوده فرهنگی (فرهنگی) شهر شیراز با استفاده از پرسشنامه از افراد جامعه مورد مطالعه مراجعه و ویژگی های مورد نظر که در شکل گیری مکان ممتاز مرکز فرهنگی شهری دارای اهمیت بالاتری نسبت به سایر فرصت های موجود باشند و منحصر به محدوده فرهنگی شهر شیراز می گردند. بر این اساس فرصت هایی که بیش ترین اهمیت را نسبت به سایر عوامل و فرصت ها دارند بر اساس مکان هایی سنجیده می شوند که به عنوان زیر مراکز با اهمیت شناسایی شده از طرف شهروندان معرفی گردیده اند.

تحلیل شاخص های مبتنی بر داده های پرسشنامه

در پژوهش حاضر از جمله منابع داده ای اساسی و مهمی که برای بررسی شاخص های تدوین یافته مورد استفاده قرار گرفته است از طریق پرسشنامه است.

۴ Retail

۵ - Café culture

۱ Public Art Master Plan

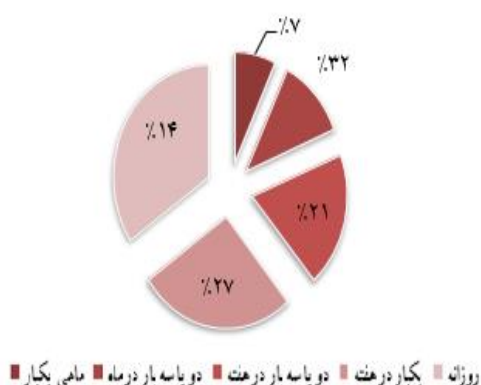
۲ Steet Level Culture

۳ Museum

توصیف مشخصات کلی نمونه آماری

با بررسی نمونه آماری، معلوم می گردد که این نمونه از نظر توصیفی دارای مشخصات کلی زیر است:
الف- از ۷۵/۵ درصد مرد و ۲۵/۵ درصد زن تشکیل شده است.

ب- از بین افراد ۵۱/۶ درصد متأهل و ۴۶/۴ درصد مجرد بوده اند.



نمودار ۱-۳ فواصل زمانی مراجعه شهروندان

با استنباط از اطلاعات شخصی افراد می توان یافته هایی به دست آورد که قابل ذکرند. شهروندانی که به محدوده فرهنگی شهر شیراز سفر می کنند عمدتاً از نظر جنسی مرد می باشند این نکته نشان از امکانات کمتر برای حضور زنان در چنین محیطی است. از نظر تأهل بین مجردها و متأهل ها تعادل نسبی می باشد. امکانات و انگیزه حضور و استفاده از این محدوده برای هر دو گروه مهیا است.

تحلیل شاخص های سنجش پیاده روها

با توجه به تردد جمعیت انبوهی که روزانه در محدوده فرهنگی شهر شیراز به صورت پیاده تردد می نمایند اهمیت پیاده روها برای عابران پیاده دو چندان می گردد. در راستای سنجش وضعیت پیاده روها ۴ شاخص ایمنی و امنیت، راحتی، دسترسی و جذابیت تعریف گردیده اند. هر یک از شاخص های مذکور توسط متغیرهایی که سنجش دقیق شاخص ها را مدنظر دارند مورد آزمون قرار گرفته اند. وضعیت شاخص های سنجش پیاده روها به شرح زیر بوده است:

ایمنی و امنیت

شاخص ایمنی و امنیت با اختصاص امتیاز میانگین ۳/۹۹ در وضعیتی تقریباً متوسط قرار دارد. از میان متغیرهای مورد سنجش مشاهده می گردد که وضعیت عرض پیاده روها با امتیاز ۳/۹۲ دارای کمترین امتیاز و متغیر وجود علائم، تابلوها و خط کشی خیابان ها و لوازم

پ- از لحاظ سنی، ۵ درصد کمتر از ۲۱ سال، ۵۹ درصد بین ۲۳ تا ۱۱ سال، ۲۲ درصد بین ۱۳ تا ۴۱ سال، ۳۳ درصد بین ۴۳ تا ۵۱ سال و تنها ۱ درصد کل افراد بالای ۵۱ سال سن داشته اند.

جامعه آماری مورد بررسی به طرق گوناگونی به مرکز شهر سفر می نمایند که از آن جمله ۲۵ درصد با پای پیاده، ۱۲ درصد با خودروی شخصی، ۲۱ درصد با تاکسی یا ون، ۳۱ درصد با اتوبوس و ۷ درصد با دوچرخه یا موتورسیکلت است.

نمودار ۱-۲ طرق سفر به محدوده فرهنگی شهر



فواصل زمانی که افراد جامعه به مرکز شهر سفر می کنند، بدین ترتیب است که ۷ درصد فقط ماهی یک بار، ۳۲ درصد دو یا سه بار در ماه، ۲۱ درصد یک بار در هفته، ۲۷ درصد دو یا سه بار در هفته، ۲۷ درصد دو یا سه بار در هفته و ۱۴ درصد روزانه به محدوده فرهنگی شهر سفر می نمایند.

کنترل ترافیک برای تردد ایمن عابران پیاده با امتیاز ۲/۱۸ دارای بیشترین امتیاز می باشند. همان طور که مشاهده می گردد تفاوت بین امتیازات متغیرها بسیار ناچیز می باشد. کیفیت محیطی ۳/۹۲، فعالیت ها و ناهنجاری های اجتماعی، ۳/۹۵، فضای عبوری (فضای واسط) در ساختار کالبدی، ۲/۱۶، فرهنگ کف خیابانی، ۲/۱۵، که میانگین به این عدد که ۳/۰۰ می باشد رسیدیم و وضعیت عرض پیاده روها در نقاط مختلف محدوده فرهنگی شهر تفاوت چندانی را در عرض آن نشان نمی دهد و عرض پیاده روها در وضعیتی تقریباً متوسط از مطلوبیت شهروندان شیرازی قرار دارد.

ایمنی - راحتی - دسترسی - جذابیت

شاخص راحتی با اختصاص امتیاز ۳/۱۵ دارای وضعیتی پایین تر از سطح متوسط بوده و به همین جهت می تواند مانعی جدی در استفاده از پیاده ها و یا ترغیب افراد به پیاده روی در محدوده فرهنگی شهر شیراز باشد. کمترین امتیاز کسب شده توسط متغیرهای سنجش راحتی متعلق به متغیر وضعیت آسایش عابران پیاده در هنگام قدم زدن با امتیاز ۳/۳۲ می باشد که در مقایسه با متغیر کف سازی مسیرهای عابران پیاده با امتیاز ۳/۸ دارای تفاوت قابل توجهی است. شاخص راحتی در میان سایر شاخص های سنجش وضعیت پیاده روها دارای کمترین میزان امتیاز می باشد.

که وضعیت متغیرهای مربوط با شاخص راحتی به ترتیب به عرض پیاده روها (طوری که نه احساس خفگی به انسان دست بدهد و نه احساس فراخی بیش از حد و ترس): ۳/۸، ایمنی تجهیزاتی که در مسیرهای عابران پیاده نصب گردیده اند (نداشتن لبه تیز یا جلوگیری از حرکت راحت عابران پیاده): ۳/۵۱، وجود علائم، تابلوها و خط کشی خیابان ها و لوازم کنترل ترافیک برای تردد ایمن جمعیت عابران پیاده ۳/۶، کیفیت روشنایی مسیرهای عابران پیاده در شب، ۳/۷۱ می باشد وضعیت کف سازی پیاده روها با وجود تفاوت در کیفیت و نوع کف سازی در نقاط مختلف محدوده فرهنگی شهر شیراز،

در مجموع در وضعیتی پایین تر از سطح متوسط ارزیابی شده است. که بیشتر بعد از بازسازی دچار آسیب شده یا برای تعمیرات قسمت هایی ناهماهنگ با مجموعه به وجود آمده اند.

محدوده فرهنگی شهر شیراز از نظر وجود محل هایی برای نشستن عابران پیاده تقریباً دارای هیچ گونه امکاناتی مناسب نمی باشد. تنها محلی که شاید بتوان از آن جا به عنوان محل های نشستن استفاده کرد لبه جداول و صندلی هایی که بیشتر در آفتاب قرار دارند و برخی فضاهای سبز می باشد. وضعیت وجود محل هایی برای نشستن و استراحت در مسیرهای عابران پیاده پایین تر از سطح متوسطی از مطلوبیت توسط شهروندان شیرازی ارزیابی شده است. از میان تمامی متغیرهای سنجش وضعیت پیاده روها، وضعیت آسایش عابران پیاده هنگام بارش باران و تابش آفتاب دارای بدترین وضعیت ارزیابی شده است. این متغیر در وضعیتی پایین تر از سطح متوسطی از مطلوبیت طبق نظرات شهروندان شیرازی قرار دارد.

تجمع فعالیت ها

شاخص تجمع فعالیت با اختصاص امتیاز ۲،۳۱ بالاترین امتیاز را در میان شاخص های سنجش دفاتر شخصی (بیمه، وکالت و غیره) به خود اختصاص می دهد. از میان متغیرهای سنجش این شاخص، متغیر وضعیت وجود صنایع خلاق و بومی قرار گیری دانشگاه ها هنر و معماری و با امتیاز ۲،۱۸ بیشترین امتیاز را در میان سایر متغیرها به خود اختصاص می دهد. و متغیر وضعیت وجود عناصر فضاهای توریستی و تفریحی و فرهنگ خرده فروشی و پیاده روی با امتیاز ۱،۸۱ دارای امتیازی پایین تر از سطح متوسط می باشد. وجود فعالیت های خرید و فروش در پیاده روها عموماً توسط مغازه های موجود در کنار پیاده روها انجام می یابد و از عوامل مؤثر جذابیت در محدوده فرهنگی شهر شیراز است طوری که شهروندان شیرازی وجود چنین فعالیت هایی را بالاتر از

جاذب بازی می کند. حتی اگر توزیع زمانی کاربری ها متعادل باشد اگر پاسخگوی جمعیتی که به آن نیاز یا تمایل دارند نباشد عملاً تأثیر چندانی بر موارد مذکور نخواهد داشت. ضمناً بایستی این نکته را در نظر گرفت که فعالیت هایی که در ساعات غیر کاری فعال اند باید کاربری هایی باشند که مردم مایل اند در اوقات فراغت خود فعالیت مربوط به آن کاربری را انجام دهند.

طبق بررسی های انجام شده کاربری های اداری که سرانه آن در مرکز شهر بوده نسبت به سطح کل شهر که میزان کمتری داشته و بیشتر به صورت تشریفات یا کارهای خاص می باشد و در حال انتقال به نقطه ای دیگر می باشند (مانند شهرداری شیراز) و بنابراین محدوده فرهنگی شهر شیراز نمی تواند به عنوان فرهنگی اداری که در کل سطح شهر خدمات رسانی کرده و جاذب افراد از نقاط مختلف شهر بوده، فرض گردد. در توزیع زمانی سایر کاربری ها و فعالیت ها، فعالیت هایی در نظر گرفته شده اند که:

الف-مقیاس شهری دارند مثل مجموعه های تاریخی وکیل الرعایا، باغ های تاریخی، آرامگاه های سعدی و حافظ

ب- میانگین سرانه آن ها از سطح متوسط شهر بیشتر بوده مثل کاربری تجاری

پ-به ماهیت فرهنگی و تفریحی، پذیرایی و اوقات فراغت مرکز شهر مرتبط می شوند یعنی چیزی که از محدوده ی فرهنگی شهر، محدوده ای با کارکرد یک ساختار کلی متفاوت با سطح کل شهر به وجود می آورد. ت-برخی کاربری ها که بنا به دلایل مختلف مثل بازاریابی، رقابت و ... در مرکز شهر متمرکز شده اند مثل فروشگاه های دوچرخه و موتور و سیگار فروشی ها و مراکز خدماتی که خدمات ارسال بار را انجام می دهند در سراسر منطقه فرهنگی در شریان های اصلی خود نمایی می کنند. در محدوده مورد بررسی فعالیت هایی که

سطح متوسط ارزیابی کرده اند. وجود مناظر تماشایی در کنار پیاده روها از عواملی می باشد که میزان وجود آن پس از وجود فعالیت های خرید و فروش در رتبه دوم قرار می گیرد و سطحی بالاتر از متوسط را به خود اختصاص می دهد. وضعیت وجود مکان های پذیرایی در پیاده روها از موارد دیگری می باشد که میزان وجود آن در محدوده فرهنگی شهر شیراز بالاتر از سطح متوسط ارزیابی شده و بر جذابیت پیاده روهای این محدوده افزوده است.

تحلیل شاخص های تنوع فعالیت و

زمانی کاربری ها

با توجه به پیوستگی و ارتباط تنوع فعالیت و زمانی کاربری ها، این دو شاخص تحت عنوان تحلیل تنوع فعالیت و زمانی کاربری ها مورد بررسی واقع گردیده اند. تنوع فعالیت مورد نظر در این جا میزان امکان به انجام رسانیدن فعالیت های متنوع مرتبط با منطقه فرهنگی شهر با یک بار پارک کردن اتومبیل (تک توقف)^۱، مثلاً در سنگ فرش حافظیه که به صورت پیاده انجام می شود، در نظر گرفته شده که بر این اساس نتایج به دست آمده حاکی از این است که وضعیت تنوع فعالیت در این محدوده بالا بوده و میانگین ۲,۳۳ را به خود اختصاص داده است که بالاتر از سطح متوسط است و مثبت ارزیابی می گردد.

در ادامه بر اساس این که میزان جذب افراد توسط کاربری های مختلف در اوقات گوناگون با منظوره های متنوع نشانگر توزیع زمانی کاربری ها است، اقدام به سنجش توزیع زمانی کاربری های مختلف در این محدوده فرهنگی گردیده است. نکاتی که باید در بررسی اثر توزیع زمانی کاربری ها بر سرزندگی به آن ها توجه نمود اینکه میزان سرانه هر کاربری نقش بسیار مهمی را در سرزندگی محیط شهری و توزیع متعادل جمعیت

^۱ - One step breaking

های دیگر از جمله کاربری تجاری قرار دارد درحالی که کاربری های تجاری و بهداشتی-درمانی با میزان جذابیت بالا برای افراد هماهنگ با حضور شهروندان در ساعات مختلف شبانه روز فعالیت دارند. می توان گفت رابطه جذابیت کاربری های تجاری و بهداشتی با حضور افراد در سطح محدوده فرهنگی شهر رابطه ای دو طرفه و متقابل است. توزیع زمانی کاربری فرهنگی نیز با توجه به این نکته که دارای جذابیت پایینی برای افراد است، به شدت تحت تأثیر توزیع زمانی سایر کاربری ها قرار دارد. وضعیت توزیع زمانی جذب افراد توسط فعالیت های مورد نظر در محدوده فرهنگی شهر به صورت زیر است:

بتواند در طول شبانه روز شهروندان را به خود جذب کند وجود ندارد و از ساعات آخر شب به بعد تقریباً هیچ فعالیتی به غیر از عبور و مرور در این محدوده انجام نمی گردد. که حد فاصل چهار راه ادبیات تا چهار راه حافظیه از پتانسیل های خوبی بر خوردار می باشد و حتی در ساعات آخر شب نیز تنها ۳۲٫۷ درصد از کل مسافران به محدوده مذکور مراجعه می کنند. ساعات ظهر تا غروب آفتاب از نظر میانگین اوج فعالیت ها در صدر قرار دارد. بنابراین توزیع زمانی کاربری پذیرایی، تفریحی و گذران اوقات فراغت از این نظر وضعیت چندان مساعدی را ندارد به عبارتی ضمن کمبود سرانه این کاربری، توزیع زمانی جذب افراد توسط این کاربری تحت تأثیر کاربری

جدول ۱-۸ درصد جذب افراد توسط هر فعالیت در طول شبانه روز به محدوده فرهنگی شهر شیراز

کاربری	فعالیت ها	توزیع زمانی نسبت جذب افراد توسط هر فعالیت در طول شبانه روز					مجموع
		صبح تا ظهر	ظهر تا غروب	ساعات اولیه شب	آخر شب	در طول شب	
		۶ تا ۱۲	۱۲ تا ۱۸	۱۸ تا ۲۱	۲۱ تا ۲۴	۲۴ تا ۲۶	
تجاری	فروشگاه ها و مراکز خرید تخصصی بزرگ (مثل بازار بزرگ موبایل، کامپیوتر در خیابان زند و اطراف)	۲۱/۲	۴۲/۳	۹/۲۸	۸/۵	۱	۳۱۱
	فروشگاه های صنایع دستی و مشابه آن	۲۱/۶	۴۲/۵	۱۱/۲	۷/۸	۱	
پذیرایی، تفریحی و گذران اوقات فراغت	رستوران ها و انواع مراکز پذیرایی (کافه ها، رستوران)	۴/۳	۲۱/۵	۵۳/۶	۲۱/۸	۱	
	پارک ها و فضای سبز	۵/۳	۲۴/۴	۱۱/۱	۱۷/۲	۱	
	مراکز بازی و سرگرمی (همانند بازی بلیارد، بازی های کامپیوتری و غیره)	۴/۱	۲۱/۴	۴۶/۸	۲۵/۵	۱	
	سینما و تئاتر و یا گالری ها	۱	۴۳/۵۴	۴۴/۸	۳۱/۸	۱	
فرهنگی	نمایشگاه ها و فروشگاه های آثار هنری	۳۸/۹	۴۲/۳	۱۱/۵	۸/۴	۱	
	مراکز عرضه محصولات فرهنگی (کتاب، عکس و غیره)	۷۲/۷	۲۷/۱	۱	۱	۱	
	کتابخانه ها	۳۱/۸	۵۶/۹	۲۴/۸	۴/۶	۱	
باشگاه های ورزشی		۳۶	۱۱	۲۹/۲	۳۲/۷	۱	

مأخذ: نگارنده بر اساس داده های برگرفته شده از پرسشنامه

انواع مغازه های خرده فروشی بوده است و کمترین میزان جذب افراد توسط کاربری های فرهنگی با میزان جذب ۲/۲۴ درصد و فعالیت هایی چون کتابخانه ها در طول شبانه روز است.

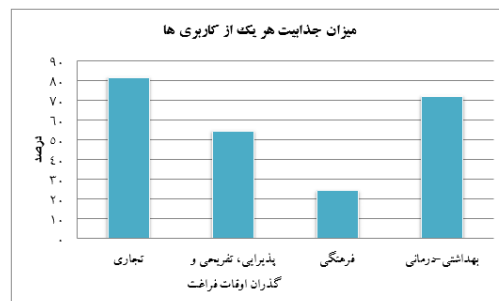
به طور میانگین فعالیت های مورد نظر در محدوده فرهنگی شهر تنها توانایی جذب (ایجاد انگیزه) ۵۵/۳ درصد شهروندان را با منظوره های مختلف دارا می باشند بیش ترین جذب افراد به محدوده فرهنگی شهر توسط کاربری تجاری با میزان جذب ۸/۸۳ و بیش از همه توسط

جدول ۹-۱ میزان جذابیت هر یک از کاربری ها و فعالیت ها برای شهروندان در محدوده فرهنگی شهر شیراز

کاربری ها	فعالیت ها	میزان جذب افراد توسط هر فعالیت	میزان جذب افراد توسط هر کاربری
تجاری	فروشگاه ها و مراکز خرید بزرگ	۸۱/۳	۸۳/۸
	انواع مغازه های خرده فروشی	۸۱/۴	
پذیرایی و تفریحی و گذران اوقات فراغت	انواع مراکز پذیرایی: رستوران ها، قهوه خانه ها، آب میوه فروشی ها، و غیره	۸۱/۸	۵۴/۵
	پارک ها و فضاهای سبز	۵۳/۷	
	مراکز بازی و سرگرمی	۱۳/۳	
فرهنگی	سینما	۳۹/۲	۲۴/۲
	مراکز عرضه محصولات فرهنگی، هنری: کتاب، عکس، فیلم و غیره	۶۲/۹	
	کتابخانه ها	۳۴/۶	
بهداشتی- درمانی	مطب های شخصی پزشکان	۷۲/۲	۷۲/۲
میانگین		۵۵/۳	۵۵/۲

مأخذ: نگارنده بر اساس داده های برگرفته شده از پرسشنامه

نمودار ۱-۴ میزان جذابیت هر یک از کاربری‌ها برای شهروندان در محدوده فرهنگی شهر شیراز



منبع: نگارنده بر اساس داده‌های برگرفته شده از پرسشنامه

تحلیل شاخص بخش‌های شناخته شده برای شهروندان به عنوان مرکز شهر

بر اساس مطالعات انجام شده، بخش‌هایی از شهر شیراز به مثابه مجموعه‌ای از نقاط، محورها و پهنه‌ها، مراکز اصلی شناسایی شده توسط شهروندان را شکل می‌دهند. از صد در صد افرادی که مورد پرسش قرار گرفته‌اند، با توجه به پاسخ‌های متعدد و توضیحاتی که توسط افراد داده شده، بخش‌های مختلف و عمدتاً پیوسته باهم با عنوان مرکز شهر ذکر گردیده‌اند. اهمیت هر بخش با توجه به تعدد اشاره از طرف پرسش‌شوندگان تعیین گردیده است. اولین بخش محور عرفان است. این میدان که تقریباً در شمال شهر شیراز قرار گرفته، در ۷۴/۵ درصد از کل پاسخ‌ها، به صورت نقطه‌ای فرهنگی مورد اشاره قرار گرفته است. درعین حال چهارراه حافظیه به عنوان نقطه‌ای مورد اشاره در ۶۶ درصد از کل پاسخ‌ها، در رتبه دوم قرار می‌گیرد که از طریق خیابان حافظیه وسط با محور عرفان ارتباط برقرار می‌کند. در مجموع این محور که شامل

چهارراه حافظیه، خیابان حافظ، هفتان، دروازه قران تا آرمگاه سعدی و قسمت‌هایی از دروازه اصفهان می‌گردد، در ۹۲/۵ درصد از کل پاسخ‌ها، مفهوم مرکز اصلی فرهنگی شهر شیراز را شامل می‌گردد. مجموعه کل سایر نقاط و محورها و پهنه‌های مرتبط با محور مذکور برای ۹۹ درصد از شهروندان به معنای مرکز اصلی فرهنگی شهر شیراز است. فقط ۳ درصد از پرسش‌شوندگان از مکان‌هایی غیر از مجموعه گفته شده به عنوان پهنه فرهنگی شهر شیراز نام برده‌اند.

جدول ۱-۱۰ میزان شناخت بخش‌های مختلف شهر شیراز به عنوان مرکز فرهنگی شهری توسط شهروندان

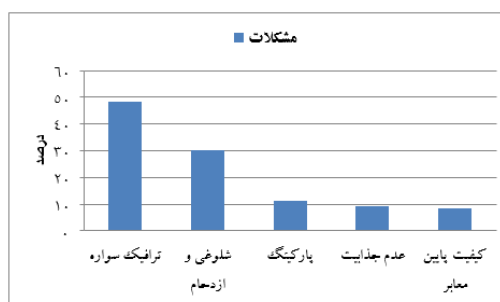
نقاط	امتیاز (درصد)
چهارراه حافظیه	۷۴/۵
محور عرفان	۶۶
دروازه قران	۳۶/۱۴
خیابان حافظ	۴۷/۷۳
حافظیه تا سعدی	۳۹/۶۳
هفتان	۳۵/۶۹
خیابان حافظ تا دروازه اصفهان	۳۲/۴۲
خیابان‌های چهل مقام جدید قران و بلوار آزادی	۳۱/۴۶
سبزه میدان	۵۲/۹۴
بلوار آزادی	۳۵/۱۱
بازار	۷/۳۹

مأخذ: نگارنده بر اساس داده‌های برگرفته شده از پرسشنامه

تحلیل شاخص ارزیابی کلی محدوده فرهنگی شهر

در ارزیابی کلی محدوده فرهنگی شهر از نظر تمایل به انجام آن بیش از عدم تمایل به آن است. در این راستا از کل افراد جامعه آماری مورد بررسی ۱۲/۷ درصد به میزان زیادی تمایل به حضور و یا عبور از مرکز فرهنگی شهر داشته اند و ۲۶/۳ درصد نیز دارای تمایل کمی بوده اند و در نهایت ۴۳/۲ درصد افراد مورد سنجش حد متوسطی از تمایل را داشته اند.

نمودار ۱-۵ مشکلات موجود در محدوده فرهنگی شهر شیراز جهت حضور یا عبور شهروندان



مأخذ: نگارنده بر اساس داده های برگرفته از

پرسشنامه

امتیاز به دست آمده از ارزیابی محدوده فرهنگی شهر می باشد که نشانگر تمایل متوسط شهروندان به تمایل به حضور و عبور از مرکز شهر دارد این میزان تمایل به دلیل ذکر مشکلاتی که باعث تمایل کمتر گردیده اند مثبت ارزیابی می گردد. شلوغی مرکز شهر هم می باشد.

مشکلاتی که باعث تمایل کمتر افراد شده اند به ترتیب میزان تأثیر شامل ترافیک سواره، شلوغی

و ازدحام، مشکل پارکینگ، کیفیت پایین معابر و عدم جذابیت ذکر گردیده اند. اهمیت مشکلات در بین کسانی که از مشکلات نام برده اند به شکل زیر بوده است: شهروندان، میزان تمایل به حضور و عبور از محدوده فرهنگی شهر متغیری بود که نشان داد میزان بازدید از این منطقه با در نظر گیری انتظارات فعالیتی که شهروندان از محدوده فرهنگی شهر شیراز دارند، مشاهده می گردد که:

شهروندان بیش از همه ترجیح می دهند که مرکز شهرشان محل تجمع فعالیت های تجاری از نوع فروشگاه ها و مراکز سنتی باشد در این ارتباط این نوع از کاربری تجاری به طور میانگین عدد ۲/۶۶ را به خود اختصاص می دهد که بالاتر از سطح متوسط بوده و تمایل زیاد به استقرار این نوع از فعالیت های تجاری را نشانگر است و تمایل به استقرار سازمان های دولتی با میانگین امتیاز ۳/۷۵ کمترین میزان را داراست. وضعیت ترجیح وجود و استقرار سایر فعالیت ها به صورت زیر است:

دفاتر خدمات گردشگری: ۳/۹۷، سازمان های دولتی (مثل اداره های مختلف و غیره): ۳/۷۵، ایستگاه های گردشگری: ۲/۴۸، بازارها، فروشگاه ها، دفترهای کار، باشگاه ها، هتل ها، دفترهای اصلی: ۲/۶۷، فروشگاه های عرضه محصولات صنایع دستی: ۲/۵۱، رستوران ها و انواع مراکز پذیرایی (کافه ها، آب میوه فروشی ها، و غیره): ۲/۴۸، مراکز بازی و سرگرمی (شهر بیست و چهار ساعته): ۳/۹۶، سینما و تئاتر، افزایش جذابیت شهر، ارتقاء گردشگری فرهنگی ۲/۱۸، پارک ها و مجتمع های تجاری، پاساژها و فروشگاه ها: ۲/۴۸، صنایع خلاق و بومی ۲/۲۹، فضاهای گروهی هنرمندان (کافه کتاب، کافه گالری ها) و برگزاری رویدادها و جشنواره ها: ۲،

فضاهای توریستی و تفریحی و فرهنگ خرده فروشی و پیاده روی: ۳/۸۸، قرار گیری دانشگاه ها هنر و معماری: ۲، توسعه سیستم معابر پیاده توریسم فرهنگی ۳/۹۵ می باشد.

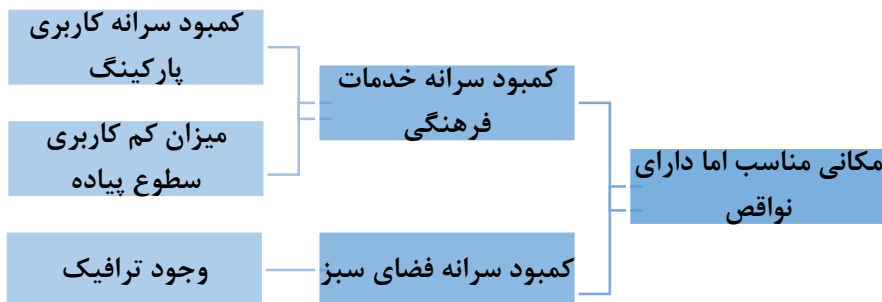
۶- نتیجه گیری و پیشنهاد

منطقه فرهنگی در باز اندیشی زندگی فرهنگی شهرها به شناسایی و بررسی عناصر فرهنگی و مؤلفه های فرهنگی مؤثر در خلق آن ها به عنوان یک محیط شهری فرهنگ مبنا در قالب منطقه فرهنگی با استفاده از منابع داخلی شهرها و فرامنطقه ای به دنبال نحوه و میزان ارتباط و اثر گذاری عناصر فرهنگی در بطن جامعه شهری در مکان سازی محدوده های مشخص دارای پتانسیل فرهنگی و گردشگری تمرکز دارند.

بخش فرهنگی شهر شیراز به عنوان ساختاری کلی در سطح کل شهر در نظر گرفته شده است زیرا فرصت هایی که در محدوده فرهنگی شهر شیراز فرصت هایی می باشند که در سطح کل شهر را در بر می گیرد. ساماندهی محدوده فرهنگی شهر دارای امتیازی متناسب با میزان ارتباط آن با رفع موانع موجود می باشد. در مرکز شهر، بازارهای سنتی، هتل ها، موزه ها، دفترهای مسافرتی و خدمات گردشگری و حتی جاذبه های گردشگری ملموس و ناملموس قرار می گیرند کارکرد بخش منطقه فرهنگی شهرها نسبت به بخش های دیگر آن متنوع تر است. توسعه خود به خودی مجموعه و به تدریج در دوره های مختلفی به صورت مجموعه های منسجم و کارآمدی، تظاهر کالبدی پیدا کرده اند، وظیفه پذیرش کارکردهای خاص و منحصر به فرد با حیطه فعالیت شهری و فراشهری است با پذیرش وظایف اجتماعی و محل تنظیم

روابط اجتماعی می باشد. این مناطق در طول زمان و با بزرگ شدن، به تدریج از پاسخگویی مناسب به نیازهای شهر باز می مانند و همچنین فرسودگی بافت و کاهش ارزش های محله ای و مسکونی؛ وارد شدن خسارات و صدمه به ارزش های تاریخی، فرهنگی دوگانگی فضایی- عملکردی، ویرانی کالبدی و فقدان امنیت نارسایی و نقص در زیرساختها و تاسیسات شهری لازم برای زندگی و فعالیت راحت، امن و آسوده مشکلات این مناطق می باشد. مفهوم فرهنگ از "الگوهای نهفته در نمادها که به صورت تاریخی انتقال پیدا کرده است، مجموعه ای از گرایش ها، ارزش ها، اهداف و اعمال مشترک که یک نهاد، سازمان و گروه را مشخص و تعریف می کند همانند تعیین موضوعات راهبردی در مرحله فرصت یابی راهبردی و مشکلات با توجه به ماهیت ویژه محدوده فرهنگی شهر مطرح اند. و در ارتباط با تحقق فرصت های راهبردی در محدوده فرهنگی شهر موجودیت می یابند. بر این اساس معضلات موانعی خواهند بود که به دلیل ارتباط با فرصت های یگانه محدوده فرهنگی شهر، نه تنها در کل سطح شهر بلکه در محدوده فرهنگی شهر شکل ویژه و متفاوت و یگانه ای را دارند و موانع اصلی عدم تحقق فرصت های راهبردی محسوب می گردند. این نکته را باید در نظر داشت که موانع غیر فرهنگی نیز ممکن است در محدوده فرهنگی شهر وضعیت نامناسبی را نسبت به سایر نقاط شهری ایجاد کنند. این موانع باید در برنامه ریزی برای کل شهر با تأکید ویژه بر شرایط خاص محدوده فرهنگی شهر در نظر گرفته شوند. از میان موانع متعدد شناسایی شده، موانع زیر به عنوان موانع معرفی گردیده و مورد تأکیدند:

نمودار ۱-۶ روابط علت و معلولی بین مسائل و مشکلات محدوده فرهنگی شهر شیراز



جدول ۱-۱۲ مؤلفه ها و عوامل موثر بر منطقه فرهنگی

مؤلفه ها و عوامل موثر بر منطقه فرهنگی		
دارا بودن مقیاس های متنوع از کوچک و متوسط آموزش هنر و نمایش های خیابانی اعم از مذهبی و مناسبیت ها	ریخت شناسی مناسب در خوانایی مسیرهای گردشگری تعداد و کیفیت فضاهای عمومی و خدمات گردشگری تنوع و انطباق ساختمان های تاریخی و معاصر	فضاهای فرهنگی و همایش هویت و نقش انگیزی فضا نمایش تاریخی منطقه فرهنگی شهر شیراز
ایجاد حس دل بستگی مکان در هنگام حضور کاربران در زمان های مختلف برای همه سنین و گردشگران خارجی و داخلی بر اساس هویت فرهنگی	نفوذپذیری در فضاهای شهری مجموعه وکیل و محور عرفان و فضاهای خدمات دهنده و خدمات گیرنده پیرامون دسترسی به شریان های منتهی به منطقه فرهنگی پیرامون ارتقا کیفیت فضاهای شهری عمومی و همگانی استفاده از ابزارهای طبیعت و سایبان ها جهت آسایش اقلیمی منطقه فرهنگی موردنظر استفاده از عناصری مانند نور پردازی و پرهیز از کنج ها جهت خلق فضاهای ایمن و سرزنده	تنوع کاربری های فرهنگی و خدمات همچنین تنوع در جشنواره های فرهنگی اقتصاد شهر ۲۴ ساعت بر اساس فعالیت فرهنگی ساکنان بومی منطقه فرهنگی و فرا منطقه ای

جدول ۱-۱۳ نتیجه گیری راهبردهای عناصر و عوامل فرهنگی منطقه فرهنگی

نتیجه گیری راهبردهای عناصر و عوامل فرهنگی منطقه فرهنگی	
تغییر کاربری های صنعتی و اداری غیر ضروری وجود فعالیت هایی مانند کافه های فرهنگی و رستوران های نئی تغییر کاربری های غیر ضروری به هتل و مراکز خدمات گردشگری وجود عناصر بازارش تاریخی، فرهنگی، بازار قدیمی، امامزاده، حافظیه، سعدیه، دروازه قران وجود دید و منظرهای زیبا ناشی از تنوع توپوگرافیکی وجود زمین های متروکه مانند ساختمان سیلو	فعالیت

وجود کاربری های فرا منطقه ای و هویت بخش مانند مراکز خرید، سازمان میراث فرهنگی متناسب با شهر شیراز، ایستگاه آتش نشانی در جریان های اصلی، تغییر و جنمایی جدید ترمینال مسافربری، تغییر کاربری ساختمان شرکت ملی نفت ایران در خیابان حافظ وجود محورهای زنده و پویا چون چهارباغ شمالی(خیابان حافظ) با امکان تبدیل به محور پیاده شهری و احیای آن.	
مکان یابی کاربری های چندمنظوره و چند عملکردی میزان و کیفیت فضاهای عمومی تغییر جداره ها با توجه به فرهنگ و عناصر هویت فرهنگی در جداره خیابان ها ایجاد تنوع بصری و حجمی از نظر وجود ساختمان ها و عملکردهای منطقه ای و شهری ایجاد گردن فضاهای خدماتی و عمومی چون فضای سبز، بهداشتی درمانی، تفریحی و پارکینگ	فرم کالبدی
فضاهای ملاقات و گردهمایی در فضاهای منطقه فرهنگی مانند سیلو و سایت باغ نو حس تاریخ و پیشرفت در تقاطع چهار راه حافظه که دارای پتانسیل های تاریخی و معاصر مکان یابی کاربری های مورد نیاز به ویژه خدمات عمومی با رویکرد هویت محلی انتقال بار تراکمی برخی محدوده ها و ایجاد تعادل فضایی در منطقه به وسیله احداث رینگ شهری در مکان مناسب	معنا

7- References

Persian References:

- Ashrafi, ali (2001) Social life in the city center, Municipalities Monthly, No. 34.
- ahmadi barugh, rasuli, sulmaz(2020) Designing urban space to improve security and reduce crime and increase the presence and participation of women in dilapidated urban contexts, urban planning in Iran 2(4) 101.
- Review of the detailed plan of Shiraz(2007) Volume Four; Shiraz Municipality. Shiraz.
- Basirat, meysam(2012) Information Technology ", Urban Management Quarterly, No. 15 and 16, Fall and Winter.
- papili yazdi, Mohamad hasan, rajabi sanajerdi(2003) Theories of the city and its surroundings, Samat Publications, Tehran.
- Habib, fereshte(2009) An Analysis of the Interaction of Culture and City Body Case Study: Isfahan-Safavid, City Identity, Spring and Summer 2009, Volume 3, Number 4; From page 83 to page 94.
- Shekoe, hosin(2002) New Perspectives on Urban Geography, Fourth Edition, Samat Publications, Tehran.
- shakiba manesh, amir(2008) Quality improvement and dynamization of urban centers with the help of generalizable guidelines, Master Thesis, Iran University of Science and Technology.
- Saednia, ahmad(2008) Urban Land Use, Journal No. 99, Publications of Urban Planning Studies Center, Tehran Municipality.
- Karkabadi, Zeinab and Danaei, Seyed Abbas(2018) Optimal location of cultural centers of art using GIS Case study of Semnan city, Conference on Civil Engineering, Architecture and Urban Planning of the Islamic world.
- Saednia, ahmad (2002) Urban. Tehran: Publications of the Organization of Municipalities and Rural Affairs.

- Karimzadeh Ali, Seyed Kamaluddin Shahriari, Ardashiri Mahyar(2015) Explaining cultural policies affecting culture-based urban regeneration (Emphasis on the experiences of urban regeneration in Istanbul, Turkey) Journal of Urban Identity, 11th year.
- Lotfi Sahand(2010) Urban Reconstruction of Culture-Based: Reflections on Cultural Themes and Reconstruction Action; Journal of Fine Arts - Architecture and Urban Planning No. 45.
- Lak, Azadeh(2007) Principles of Sustainable Urban Design with Emphasis on Culture: A Case Study of Bushehr Historical Context, M.Sc. Thesis, Shahid Beheshti University.

Latin References:

- Couch, Ch., Sykes, O. & Borstinghaus W. (2011). Thirty years of urban regeneration in Britain. Germany and France: The importance of context and path dependency. Progress in Planning, 52-1 :75
- Montgomery, J. (1998), Making a City: Urbanity, Vitality and Urban Design, Journal of Urban Design, 3, pp. 33-199.
- Montgomery, J. 2009. Cultural Quarters as Mechanisms for Urban •Regeneration. Part 1: Conceptualizing Cultural Quarters. Planning Practice and Research, 306 -293 :418.
- Montgomery, J.(2003), Cultural Quarters as Mechanisms for Urban Regeneration.Part 5
- Wang, yiwei. (2010), urban regeneration through culture-led creativity 1998



نحوه ارجاع به این مقاله:

احمدیان، رضا. لطیفی، غلامرضا. خشتی، منصور. (۱۴۰۰). واکاوی عناصر کالبدی منطقه مرکزی فرهنگی شهری و کاربری توسعه عناصر فرهنگی شهری (نمونه موردی شهر شیراز)، شهرسازی ایران، ۴ (۶)، ۱۱-۲۸.

COPYRIGHTS

Copyright for this article is retained by the author(s), with publication rights granted to the Iranian Urbanism Journal. This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution License (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).