

Promotion of tourism development of urban historical-cultural places by re-creation in the historical-cultural contexts of Tabriz city (Case Study : Zone 8)

ARTICLE INFO

Article Type Original Research

Author

Ladan Aglara¹
Hassan Ahmadzadeh^{2*}
Ali Panahi³

How to cite this article

Aglara L., Ahmadzadeh H., Panahi A. Promotion of tourism development of urban historical-cultural places by re-creation in the historical-cultural contexts of Tabriz city (Case Study : Zone 8). Urban Design Discourse. 2024; 5(3): 1-17

Doi:

doi.org/10.48311/UDD.5.3.1

¹PhD Student of Geography and Urban Planning, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran.

²Department of Geography and Urban Planning, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran.

³Department of Geography and Urban Planning, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran.

* Correspondence

Address: Department of Geography and Urban Planning, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran
Email: h_ahmadzadeh@iaut.ac.ir

Article History

Received: January 14, 2024
Accepted: March 11, 2024
September 28, 2024

ABSTRACT

Problem: The historical areas and centers of the city of Tabriz contain precious treasures of human historical and cultural works. In order to prevent the reduction of the importance of these historical centers, it is necessary to implement regeneration plans. that the implementation of tourism projects can lead to the re-prosperity of the eight city of Tabriz.

Aim: Promote the tourism development of urban historical-cultural places by recreating the historical-cultural contexts of zone 8 of Tabriz city.

Methods: The current research method is descriptive-analytical, and library studies and a researcher-made questionnaire were used to collect data. The statistical population of the research includes the entire population of the eight zone Tabriz, and based on the Cochran formula, the sample size was 375 people. Exploratory factor analysis methods along with multivariate regression method were used for data analysis.

Findings: Based on the results of the research, four basic factors were discovered and the results showed that all regeneration factors involved in the development of tourism have significant relationship with the promotion of tourism in the historical-cultural places of Tabriz, and according to the socio-cultural factors (0.612), Physical factor with (0.507) and architectural quality index with (0.462), economic factor with (0.325) and environmental factor with (0.296) have the most to least effect in promoting tourism development.

Conclusion: As a historical context with an approach to urban tourism in historical-cultural places, the eight zone has opportunities and strengths that can help to create lively spaces and tourist-friendly places by relying on them.

Keywords: Tourism, urban regeneration, historical-cultural context, Tabriz city.

CITATION LINKS

- [1] Pourahmad, A., farhudi, R. A., Zangane ... [2] Rezvani, L., ahmadzadeh, H., & Houshyar, H. ... [3] Zanganeh, M., Abavisani, K., & bo... [4] Zeynali Azim, A., Babazadeh Oskouei, S., ... [5] Blasco, L. & Recuero, N. & Martin, S. 2019. The,... [6] Smith, M.K., Pinke-Sziva, I. and Berezvai, Z. 2023, The relative importance of culture in urban tourism: impli... [7] Sonya H. & Jennifer, R. & Brendan, K. 2021. Place... [8] Sheikhasab, M., azani, M., Mehdi Momeni, M.... [9] Jarle, A. & Havard, N. & Hauglandc, A. 2020. Destination... [10] Cai, A. 2019, Cooperative branding for rural destinations, ... [11] Khodaei, Y., kargar, B., & sarvar, R. 2022. Survey i... [12] Yazdani, M., & dadazade, P. 2018. The Recreation of historical centers of cities in Iran based on tourism and ... [13] Pourhamrah, Khadijeh, & Ahmadzadeh, Hassan. ... [14] Alalhesabi, M., & Mazarei, M. 2021. Identifying the Tourism Route in the Historical Context of Bushehr with th... [15] Mavedat, E. 2022. Assessing the Branding ... [16] Pourahmad, A., Farhudi, R., ... [17] Sheikhasab, M., azani, M., Mehdi Momeni, M. M., & Mohammadi Dehcheshmeh, M. 2021. The Analysis of Factors Af... [18] Tan, J.; Wang, K.; Gan, C.; Ma, X. 2023, The Impacts of Tourism Development on Urban-Rural Integration: An Emp... [19] Al-Alwani & Al-Fatlawi, 2023, Urban heritage redevelopment model within historic centre of Hilla, Iraq, Intern... [20] García, A, A, 2021, Relationship between Blue... [21] Kordej-De Villa, Ž., Šulc, I. 2021. Cultural Heritage, Tourism and the UN Sustainable Development Goals: The C... [22] Cocola-Gant, A.; Lopez-Gay, A. '... [23] Leccis, F. 2023, Urban Regeneration and Touristification in the.. [24] Lei, H.; Zhou, Y. 2022, Conducting Heritage Tourism-Led Urban Renewal in Chinese Historical and Cultural Urban... [25] El Faouri, B.F.; Sibley, M. 2022, Heritage-Led... [26] Wu, H.-C., & Li, T. 2017. A Study of... [27] Hatami, A., Mokhtari Malekabadi, R., Barzegar, S., & Shokri Firoozjah, P. 2021. Providing a model for recreati... [28] Ruhanen, L., & Whitford, M. 2019. Cultural heritage... [29] Pérez Guilarte, Y., & González, R. C. L. 2018. Sustainability and visitor management in tourist historic citie... [30] Nemati M., 2021, The role of urban management in the... [31] Karimzadeh, A., Shahriari, S. K. A., & Ardeshiri,... [32] Kim, J.Y.; Kim, J.H. 2022, Urban Regeneration... [33] Galdini, R, 2007. Tourism And the City: Opportunity... [34] Bec, A., Moyle, B., Timms, K., Schaffer, V., ... [35] Zeynali Azim, A., & Karami, I. 2023. Integrated assessment of city...



ارتقای توسعه گردشگری مکان‌های تاریخی - فرهنگی شهری با بازآفرینی در بافت‌های تاریخی - فرهنگی (مورد مطالعه: منطقه ۸)

چکیده

بیان مسئله: پهنه‌ها و مراکز تاریخی شهر تبریز گنجینه‌های گران‌بهای از آثار تاریخی و فرهنگی بشر را در خود جای داده است. برای جلوگیری از کاهش اهمیت این مراکز تاریخی، اجرای طرح‌های بازآفرینی امری ضروری است. که اجرای طرح‌های گردشگری می‌تواند به شکوفایی دوباره منطقه هشت شهر تبریز بیانجامد. **هدف:** ارتقای توسعه گردشگری مکان‌های تاریخی - فرهنگی شهری با بازآفرینی در بافت‌های تاریخی - فرهنگی منطقه ۸ شهر تبریز می‌باشد. روش‌ها: روش تحقیق حاضر بصورت توصیفی - تحلیلی بوده و برای جمع‌آوری داده‌ها از مطالعات کتابخانه‌ای و پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است. جامعه آماری تحقیق شامل جمعیت کل منطقه هشت تبریز می‌باشد که براساس فرمول کوکران حجم نمونه ۳۷۵ نفر بدست آمد. برای تحلیل داده‌ها از روش‌های تحلیل عاملی اکتشافی به همراه روش رگرسیون چند متغیره استفاده شد.

یافته‌ها: براساس نتایج تحقیق چهار عامل اساسی کشف شد و نتایج نشان دادند همه عوامل بازآفرینی دخیل در توسعه گردشگری دارای رابطه معناداری با ارتقای گردشگری مکان‌های تاریخی - فرهنگی شهر تبریز می‌باشند و به ترتیب عامل‌های اجتماعی - فرهنگی (۰/۶۱۲)، کالبدی با (۰/۵۰۷) و شاخص کیفیت معماری با (۰/۴۶۲)، عامل اقتصادی با (۰/۳۲۵) و عامل زیست محیطی با (۰/۲۹۶) بیشترین تا کمترین اثرگذاری را در ارتقا توسعه گردشگری داشته‌اند.

نتیجه‌گیری: منطقه هشت به‌عنوان یک بافت تاریخی با رویکرد به گردشگری شهری در مکان‌های تاریخی - فرهنگی، فرصت‌ها و نقاط قوتی نیز دارد که می‌تواند با تکیه بر آن‌ها به ایجاد فضاهای سرزنده و مکان‌های گردشگر پسند کمک کنند.

واژه‌های کلیدی: گردشگری، بازآفرینی شهری، بافت تاریخی - فرهنگی، شهر تبریز.

اطلاعات مقاله:

نوع مقاله: پژوهشی اصیل

نویسندگان:

لادن عقل آراء^۱

حسن احمدزاده^{۲*}

علی پناهی^۳

نحوه استناد به این مقاله:

ذوالنوری، سید عابد و رضائی کامران، الهام. طراحی، شبیه‌سازی و بهینه‌سازی سیستم نورپردازی بلوار طاق‌یستان شهر کرمانشاه با استفاده از الگوریتم شبکه عصبی MLP. گفتمان طراحی شهری مروری بر ادبیات و نظریه‌های معاصر، ۵ (۳)، ۱-۱۷.

۱. دانشجوی دکترای جغرافیا و برنامه ریزی شهری، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران.
۲. استادیار گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران.
۳. استادیار گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران.

* نویسنده مسئول:

سید عابد ذوالنوری

نشانی: دانشجوی دکتری، مهندسی برق،

گروه برق، دانشکده فنی و مهندسی، دانشگاه

رازی، کرمانشاه، ایران

ایمیل: h_ahmadzadeh@iaut.ac.ir

تاریخ مقاله

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۰/۲۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۲/۲۱

تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۷/۱۵

۱. مقدمه

بافت تاریخی در هر شهر شناسنامه و هویت یک شهر می‌باشد که در طی سالیان طولانی باتوجه به شرایط فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی ساکنان آن شهر تکامل یافته است. به عبارت دیگر بافت‌های تاریخی گنجینه گران‌بهای شهرهایی هستند که نمود تمدن چندین هزارساله می‌باشند [۱]. همچنین بافت قدیم شهرها تجسم عینی تمدن و فرهنگ هر جامعه و از بسترهای مناسب برای دستیابی به شاخص‌های مختص خود در فرایندهای گفت‌وگوی تمدن‌ها و فرهنگ‌هاست. اگر به شناخت و تبیین فضاهای تاریخی - فرهنگی توجه نشود، فضاهای با ارزش و تاریخی به فضاهای بی‌هویت و بی‌اصالت تبدیل خواهند شد [۲]. بررسی اوضاع و احوال اقتصادی - اجتماعی دوره تاریخی که بنا یا مجموعه شهری یا بافت شهری در آن دوره شکل گرفته کمک بسیاری به مرمت‌گر و یا طرح اقدامات بازآفرینی می‌کند. مطالعات و تجارب در زمینه بازآفرینی بافت‌های فرسوده شهری نیز نشانگر تکامل رویکردهای متداول «نوسازی شهری» و جایگزینی آن با رویکردهای نوینی مانند «بازآفرینی شهری» با محوریت تجدیدحیات بافت‌های آسیب دیده است [۳]. به دلیل وابستگی بازآفرینی مراکز فرسوده شهری به زیربنای اقتصادی و کافی نبودن سرمایه‌های بخش دولتی، بهره‌گیری از پتانسیل‌های این مراکز و تشویق بخش خصوصی برای بازآفرینی بافت‌های مذکور ضرورت می‌یابد. در صورتی که به بافت‌های فرسوده با ارزش به لحاظ گردشگری و تفرج توجه شود، هم فضاهایی مناسب و جذاب برای پاسخگویی به نیازهای روحی شهروندان فراهم می‌آید و هم توسعه بافت فرسوده امکان‌پذیر می‌شود [۴]. گردشگری شهری یک فرصت طلایی برای افراد محلی است. این صنعت با افزایش درآمد و مزایای اقتصادی، اجتماعی و بازار باعث افزایش فرصت‌های شغلی، تقویت فعالیت‌های تجاری، بهبود زیرساخت‌ها، حفظ فرهنگ جامعه و بهبود مبادلات فرهنگی می‌شود [۵]. به عبارتی توسعه یک نام تجاری (صنعت گردشگری) می‌تواند نقش قابل توجهی در مزیت رقابتی یک مکان یا مقصد داشته باشد [۷] امروزه برندسازی مقصد به یکی از جذابترین و جنجال برانگیزترین مباحث در حوزه بازاریابی مکان و بازاریابی گردشگری تبدیل شده است [۸].

در واقع ورود مفهوم برند در مطالعات گردشگری در دهه‌های اخیر توجه زیادی را به خود جلب کرده است [۹]. برند سازی تصویری از مقصد در ذهن گردشگر خلق می‌کند و

اهرم اصلی در تصمیم‌گیری معیارهای گردشگر است. مورگان برند سازی را قدرتمندترین ابزار بازاریابی برای بازاریابان می‌داند که به واسطه آن رقابت افزایش و محصولات مقصد قابلیت تغییر می‌یابند [۱۰]. برند مقصد، اشاره به زمینه‌ها و شرایط یک مکان دارد که آن را جهت بازدید جذاب و قابل توجه می‌سازد [۸]. بافت تاریخی کلان شهر تبریز با وجود بناهای شاخص تاریخی و پتانسیل‌های لازم جهت جذب گردشگر متأسفانه با مشکلاتی از قبیل تراکم بالای جمعیت، ترافیک سنگین، کاربری‌های ناسازگار و غیره مواجه بوده و آثار فرسودگی در جای جای این بافت تاریخی به چشم می‌خورد، به گونه‌ای که علاوه بر ساختار کالبدی، هویت فرهنگی و تاریخی شهر نیز در معرض خطر نابودی قرار گرفته است [۱۱]. لذا توجه به بافت قدیم این کلانشهر و لزوم بازآفرینی و بهبود کیفیت زندگی اجتماعی در فضاهای آن و همچنین شناخت ارزش‌های بالقوه و به فعلیت رساندن آن‌ها منطبق با عملکردهای زندگی مدرن از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. در این میان گردشگری شهری به‌عنوان موضوعی مؤثر در ابعاد مختلف توسعه شهری بوده که امروزه در قالب راهبرد بسیاری از شهرها برای باز آفرینی آن‌ها به ویژه در بافت‌های تاریخی به کار گرفته می‌شود [۱۲].

بافت‌های تاریخی فرهنگی در تبریز با وجود ویژگی‌ها و پتانسیل‌های بسیاری که دارد روزه‌روز از منزلت اولیه خود دور شده و با مشکلات بسیاری از قبیل مشکلات کالبدی، زیست‌محیطی، ضعف در زیرساخت‌ها، ریزدانی، ترافیک در حوزه حمل و نقل عمومی و منظر تخریب شده و نازیبا درگیر می‌باشد و در این محورها با انجام اقدامات توسعه گردشگری می‌توان روح تازه‌ای دمید. در حال حاضر صنعت گردشگری از مهم‌ترین صنایع درآمدزا جهان می‌باشد. و اقتصاد فرهنگی اهمیتی فراوان نسبت به دیگر بخش‌های اقتصادی پیدا کرده است. بافت تاریخی و فرهنگی تبریز علیرغم مطرح بودن به‌عنوان بافت فرسوده و ناکارآمد می‌تواند تبدیل به پتانسیلی قوی شود. باتوجه به عدم کارایی طرح‌ها و برنامه‌های اجرا شده رویکرد نوینی در تهیه و اجرای طرح‌های بازآفرینی شهری نیاز است تا تبریز در سطح ملی و بین‌المللی به‌صورت یک قطب گردشگری معرفی شود. بنابراین از طریق ارتقا مراکز گردشگری مکانهای تاریخی - فرهنگی در بافت‌های تاریخی - فرهنگی تبریز می‌توان خلاءهای موجود را پر کرده و باعث تحولات بنیادین در اوضاع و شرایط اقتصادی، اجتماعی، کالبدی و... این بافت‌ها شد. گردشگری پس از صنایع نفت و خودروسازی گوی سبقت را از دیگر صنایع جهانی ربوده است. بهبود کارکرد گردشگری مکانهای تاریخی - فرهنگی در بافت‌های تاریخی و فرهنگی

امتیاز را دارا می‌باشد. و محله قلعه شهر دزفول با میزان ۰/۷۳۳- درصد پایین میزان برندسازی گردشگری در هر سه بخش دارا می‌باشد.

پوراحمد و همکاران [۱۶] در ارزیابی قابلیت‌های گردشگری بافت‌های تاریخی در جهت بازآفرینی شهری تبریز بیان داشتند. شاخص‌های بازآفرینی شهری با رویکرد گردشگری در سه بعد اجتماعی- فرهنگی، کالبدی و زیست‌محیطی قابل بررسی هستند که نتایج حاکی از آن است که گردشگری بافت تاریخی تبریز در جهت بازآفرینی از بعد اجتماعی- فرهنگی در حد مطلوب، در بعد زیست‌محیطی و کالبدی در حد نسبتاً مطلوب است.

شیخی نصب و همکاران [۱۷]، در تحلیل عوامل مؤثر بر بازآفرینی بافت‌های تاریخی از منظر توسعه گردشگری، نتایج ایشان نشان داد با روش مقدار $(Di+Ri)$ بعد اقتصادی با امتیاز نهایی ۳/۱۵۹ با اهمیت‌ترین مؤلفه در بین مؤلفه‌های مورد مطالعه جهت توسعه گردشگری در بافت‌های قدیمی شهر اهواز می‌باشد. همچنین نتایج در مقدار $(Di-Ri)$ نشان داد که در گروه علی مؤلفه‌های اجتماعی، اقتصادی، کالبدی و سیاسی قرار دارد و اثرگذارترین آن‌ها بعد اجتماعی با امتیاز نهایی ۰/۶۱۵ و در گروه معلول مؤلفه‌های فرهنگی، بافت فرسوده و ضوابط قرار دارد که اثرپذیرترین آن‌ها بافت فرسوده با امتیاز نهایی ۰/۴۷۳۳- شناسایی شد.

تان و همکاران^۱ [۱۸]، در مطالعه تأثیرات توسعه گردشگری بر ادغام شهری و روستایی با یک مطالعه تجربی انجام شده در منطقه دلتای رودخانه یانگ تسه، یافته‌ها ایشان نشان می‌دهد که تأثیر توسعه گردشگری بر ادغام شهر و روستا در منطقه تاریخی دلتای رودخانه به طور قابل توجهی دارای اثرات مثبت است. علاوه بر این، توسعه گردشگری یک اثر آستانه و ناهمگونی نوع شهر را در رابطه با ادغام شهری و روستایی نشان می‌دهد. اما با اعمال توسعه گردشگری در این بافت تاریخی منجر به ارتقا کیفیت زندگی و اقتصاد شهری می‌شود. ال-الوانی و همکاران^۲ [۱۹]، در ارائه مدل توسعه مجدد میراث شهری در مرکز تاریخی هلیای عراق، بیان می‌کنند این مطالعه راه را برای حفاظت و توسعه مجدد دقیق‌تر و موفق‌تر که در درجه اول پایداری را در اولویت قرار می‌دهد، باز خواهد کرد. علاوه بر این، این مطالعه مدلی را برای بافت تاریخی- فرهنگی شهر را با اتکا به گردشگری پایدار تطبیق می‌دهد. گارسیا^۳ [۲۰]، در رابطه بین اقتصاد

تبریز جدی و اساسی است؛ و می‌تواند به مثابه یک مولد، یاری دهنده اقتصاد شهری و بازآفرینی این محور در شهر تبریز باشد. تحقیق حاضر به دنبال پاسخ‌گویی به این سوال است که بازآفرینی در بافت‌های تاریخی- فرهنگی شهر تبریز تا چه اندازه در ارتقاء توسعه گردشگری مکانهای تاریخی- فرهنگی این شهر مؤثر است؟

۲. پیشینه تحقیق

پور همراه و احمدزاده [۱۳]، در پژوهشی به ارزیابی رابطه بین توسعه گردشگری، پایداری اقتصاد و درآمدهای شهرداری و شهروندی در کلان‌شهر تبریز پرداختند. بر اساس این پژوهش گردشگری از پررونق‌ترین فعالیت‌های اقتصادی و به‌روزترین صنعت خدماتی از نظر درآمدزایی محسوب می‌شود. نتایج تحقیق نشان داد بین توسعه گردشگری بر پایداری اقتصاد و درآمدهای شهرداری و شهروندی همبستگی بالایی وجود دارد. درنهایت، با بررسی نتایج حاصل از تحلیل SWOT نیز مشخص شد که مناسب‌ترین استراتژی برای توسعه گردشگری در کلان‌شهر تبریز، استراتژی تهاجمی است. مهم‌ترین استراتژی‌های تهاجمی که رتبه نخست را از نظر اهمیت در توسعه گردشگری کلان‌شهر تبریز دارند، وجود صنایع دستی متنوع و باارزش مانند فرش، قیمت‌های سطح پایین در بخش خدماتی است که لزوم توجه به آن در برنامه‌ریزی‌های توسعه گردشگری در شهر تبریز می‌تواند به افزایش درآمد برای شهرداری و شهروندان و پایداری اقتصاد در کلان‌شهر تبریز کمک شایانی کند.

علی الحسائی و مزارعی [۱۴] در پژوهشی با عنوان شناسایی مسیر گردشگری در بافت تاریخی شهر بوشهر با رویکرد گردشگری فرهنگ‌مبنا؛ نتایج پژوهش حاکی از آن است که پتانسیل‌های گردشگری بسیاری در زمینه‌های تاریخی- فرهنگی، مذهبی، تجاری و آداب‌ورسوم در بافت تاریخی شهر بوشهر وجود دارد. جهت معرفی این پتانسیل‌ها به گردشگران، سه مسیر مختلف گردشگری در بافت تاریخی شهر بوشهر تعریف‌شده که تلاش شد هر کدام، بیشترین برخورداری از پتانسیل‌های گردشگری را داشته باشد.

مودت [۱۵] در پژوهشی به سنجش شبکه برندسازی بافت تاریخی شهرها با رویکرد گردشگری مطالعه موردی: شهر دزفول؛ می‌پردازد. بر اساس یافته‌ها نتایج نشان داده است در طرح برندسازی دزفول فضا به صورت صفحه‌ای نمی‌باشد بلکه محلات به صورت خطی بوده است. و از نظر برند شاخص گردشگری نیز در بافت قدیم شهر دزفول معیار جامعه شناختی با ۴۲ درصد بیشترین

1. Tan et al
2. Al-Alwani & Al-Fatlawi
3. García

بازآفرینی شهری و گاهی اوقات نوسازی مورد استفاده قرار می‌گیرد [۲۵]. بنابراین، مکان‌های تاریخی-فرهنگی، که می‌تواند به‌عنوان عناصر گذشته تعریف شود که برای، یا در شرایط معاصر مورد استفاده قرار می‌گیرند، برای انواع اهداف فعلی و اهداف سیاست عمومی تجهیز می‌شوند [۲۶]. بازآفرینی شهری یکی از این موارد برای بسیج مکان‌های تاریخی و فرهنگی محسوس و نامحسوس است. در رابطه با این تلاش‌ها، شهرها گردشگری مبتنی بر مکان‌های تاریخی-فرهنگی را به‌عنوان یک استراتژی برای ایجاد شغل، منابع درآمد، و رشد اقتصادی عمومی شهری، و همچنین افزایش فرصت‌های فرهنگی و کیفیت زندگی برای ساکنان، پرورش داده‌اند. تحقیقات آکادمیک زیادی در مورد رابطه نزدیک بین میراث گردشگری و بازسازی شهری به رهبری فرهنگ انجام شده‌است. باین حال، این پدیده در کشورهای در حال توسعه و در چارچوب تحلیلی که به‌روند فعلی گردشگری مکان‌های تاریخی-فرهنگی و سرمایه فرهنگی شهری به‌خوبی مورد بررسی قرار نگرفته است [۲۷].

گردشگری به‌دلیل پتانسیل آن برای ایجاد شغل، تولید درآمد مالیاتی، تحریک فعالیت کارآفرینی، بهبود زیرساخت‌ها و فرصت‌های تفریحی، توانمندسازی ساکنان و بهبود کیفیت کلی زندگی مقصد، از مدت‌ها پیش به‌عنوان یک ابزار توسعه در سراسر جهان مورد استفاده قرار گرفته‌است. گردشگری مکان‌های تاریخی-فرهنگی یکی از فراگیرترین انواع گردشگری است و قادر به افزایش جاذبه‌های فرهنگی، حفاظت از میراث یک منطقه، تجدید محله‌های شهری قدیمی‌تر، تحریک حس غرور و همبستگی جامعه و تحریک توسعه اقتصادی به روش‌هایی بیش از سایر اشکال گردشگری است [۲۸]. مکان‌هایی که میراث فرهنگی منحصر به فرد و قابل عرضه دارند، مدت‌ها است که بصورت رقابتی شده‌است. مزیت در بازار گردشگری به‌دلیل وجود منابع تاریخی-فرهنگی آن است که بخش عظیمی از مردم در حال سفر را به خود جذب می‌کند. این امر به‌ویژه در مورد شهرهای تاریخی صادق است [۲۹]. باین حال، با محبوبیت گردشگری مبتنی بر مکان‌های تاریخی-فرهنگی در طول نیم‌قرن گذشته، همزمان دارای اثرات منفی، از جمله ازدحام بیش از حد، مشکلات پارکینگ و ازدحام ترافیک، کالایی شدن فرهنگ، و تخریب مناظر تاریخی برای ایجاد راه برای ساخت زیرساخت و خدمات گردشگری، وجود داشته است [۳۰]. امروزه، این مشکلات به‌ویژه در شهرهای تاریخی-فرهنگی مانند ونیز، بارسلونا، آمستردام،

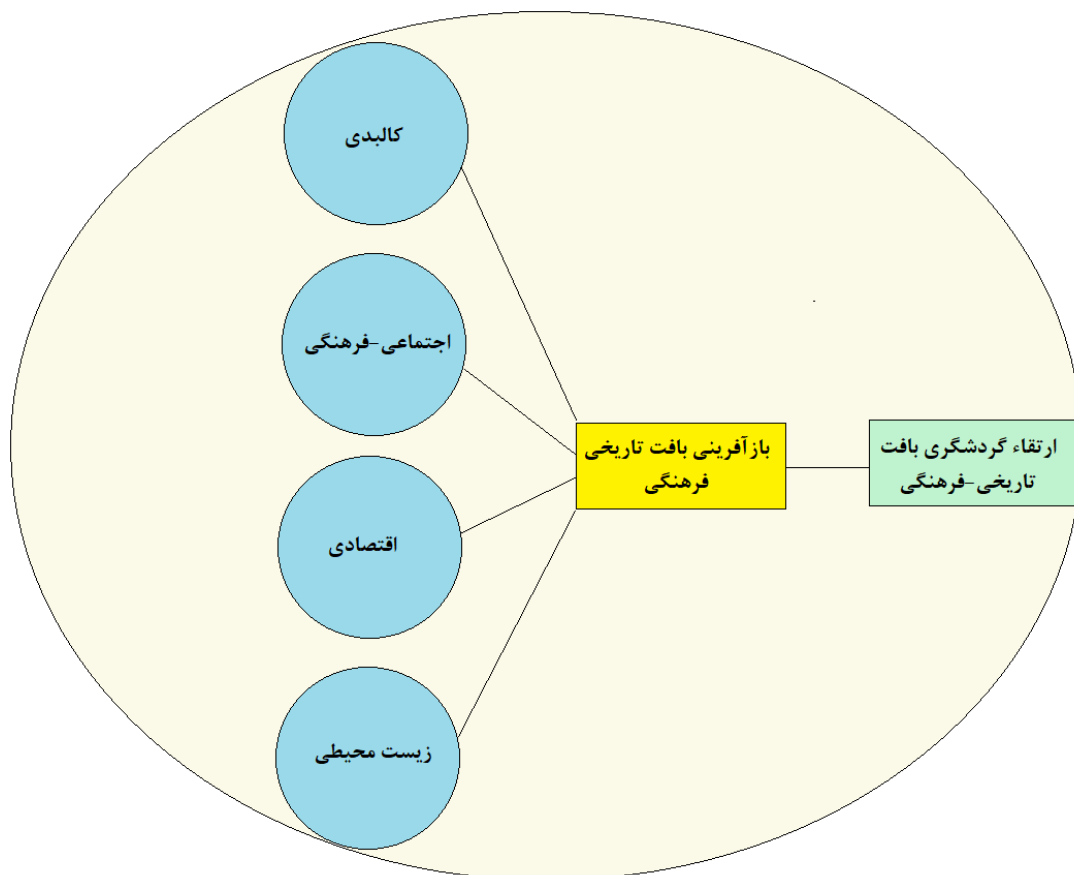
آبی، گردشگری کروز و بازآفرینی شهری: مطالعه موردی اولیبا، ساردینیا در ایتالیا بیان می‌کند. در دو دهه گذشته صنعت سفرهای دریایی به‌طور تصاعدی در حال افزایش بوده است. ۱/۶ درصد از کل گردشگران جهان را شامل می‌شود در واقع، گردشگری در دریای مدیترانه ۱۲ درصد از کل بازار سفرهای دریایی را تشکیل می‌دهد که در این بخش، ایتالیا بهترین مقصد است. تا کنون، طیفی از متخصصان وجود داشته‌اند که در مورد هزینه‌ها و منافع در سه حوزه اصلی بحث کرده‌اند: اثرات اقتصادی، زیست‌محیطی و اجتماعی-فرهنگی با این حال، شناخت زیادی از تأثیرات برنامه‌ریزی شهری پس از ورود این نوع گردشگری به شهرهای بندری وجود ندارد. که این مطالعه می‌تواند راهنمایی برای توسعه گردشگری دریایی در بنادر تاریخی شهرها شود. کوردژ-دی ویلا و شولک [۲۱]، در مطالعه میراث فرهنگی، گردشگری و اهداف توسعه پایدار سازمان ملل در مورد کرواسی، با موارد منتخب شده در کرواسی تأیید کردند که رایج‌ترین راه برای ارزش‌گذاری مکان تاریخی-فرهنگی در چارچوب گردشگری است، گردشگری فرهنگی. مشارکت بین گردشگری و مدیریت میراث فرهنگی، جایی که میراث فرهنگی اغلب با گردشگری پایدار مرتبط است. اما گردشگری که احیاء کننده وضعیت مطلوبی باشد که آسیب‌های وارده را جبران کند، هنوز با وضعیت فعلی فاصله دارد و برای دستیابی به آن در آینده نزدیک، در برنامه‌ریزی، طراحی ابزار اجرا و مدیریت آن تلاش زیادی می‌طلبند.

۲-۱. گردشگری و بازآفرینی شهری

بازآفرینی شهری چالش مهمی برای محققان و دست‌اندرکاران در زمینه برنامه‌ریزی و طراحی شهری است [۲۲]. بازآفرینی شهری چند جانبه است و نیازمند بینش نظری عمیق همراه با اقدام برای حل مشکلات شهری است که مانع پیشرفت اقتصادی، فیزیکی، اجتماعی و زیست‌محیطی در مناظر شهری پویا می‌شود [۲۳]. آثار تاریخی و مکان‌های فرهنگی تاریخی، با تأکید بر هویت محلی و حس مکان و همچنین ترویج حس تعلق شهروندان، نقش مهمی در بازآفرینی شهری ایفا می‌کنند. این واقعیت که مکان تاریخی-فرهنگی، توسعه مجدد و بازآفرینی شهری ذاتاً به‌هم مرتبط هستند واضح است، اما فرضیات ساده در مورد ارتباطات آن‌ها ممکن است آرمان‌های مختلف ذینفعان مختلف را پنهان کند [۲۴]. مکان‌های تاریخی-فرهنگی شهری و گردشگری که اغلب به‌دنبال آن می‌آید، به‌طور گسترده برای توجیه اجرای

از رکود صنعتی و فقر باشد. گردشگری مکانهای تاریخی با محور فرهنگی شکلی از گردشگری مرتبط با فرهنگ یک منطقه و به‌ویژه سبک زندگی، تاریخ، هنر، معماری، مذهب و همه چیزهای دیگر است که زندگی را در آن منطقه خاص تعریف می‌کند. در شهرها، امکانات فرهنگی مانند موزه‌ها، تئاترها و استادیوم‌های ورزشی نیز وجود دارند [۳۱]. در فرایند بازآفرینی شهری، فرهنگ می‌تواند اشاره به هر چیزی شامل: معماری ساختمانهای تاریخی و جاذبه‌ها، هنرهای بصری و نمایشی، جشنواره‌ها و رویدادها، سرگرمی‌ها و اوقات فراغت و همچنین شیوه زندگی مردم داشته باشد [۳۲]. تمرکز بر نقش مکانهای تاریخی-فرهنگی در زمینه توسعه شهری در دهه ۱۹۷۰ آغاز شد. زمانی که اولین پروژه‌های بازآفرینی شهری شروع به تأکید بر تسهیلات فرهنگی به‌عنوان جاذبه‌های گردشگری کردند تصاویر شهری بهبود یافته پدیدار شدند. در همان زمان، گردشگری مکانهای تاریخی-فرهنگی به‌عنوان یک توجیه و ابزار برای بازآفرینی شهری در اروپا، آمریکای شمالی و استرالیا مورد توجه قرار گرفت، و بسیاری بعد در چین و دیگر کشورهای آسیایی و خاورمیانه مورد توجه قرار

اورشلیم، بانکوک و پراگ بسیار جدی هستند، اما تقریباً در تمام شهرهای تاریخی-فرهنگی جهانی نیز نمود یافته‌اند. با وجود این اثرات منفی گردشگری در مناطق شهری تاریخی، اکثر شهرها گردشگری مبتنی بر مکان تاریخی-فرهنگی، آن را به‌عنوان ابزاری برای تنوع بخشیدن به اقتصادشان، افزایش درآمد، بهبود استانداردهای زندگی ساکنان، و تجدید فضاهای شهری می‌دانند [۶]. تعدادی از روندهای جهانی در گردشگری مکانهای تاریخی-فرهنگی و بازآفرینی شهری در سال‌های اخیر پدیدار شده‌اند. یکی از این روندها افزایش علاقه دولت به گردشگری مکانهای تاریخی-فرهنگی است که در تلاش‌های مدیران شهری برای تأثیرگذاری بر بازسازی اقتصادی شهر مشهود است. این امر نشان‌دهنده تغییر از بخش‌های تولید یا تولید سنتی به سمت اقتصادهای مبتنی بر خدمات است، که به‌طور مستقیم بر رابطه بین مکانهای تاریخی-فرهنگی شهر و گردشگری تأثیر می‌گذارد، در این رابطه به‌نظر می‌رسد برای کشورهای در حال توسعه که منابع طبیعی آنها از بین رفته، گردشگری راهی نسبتاً سریع برای تولید ارز قوی و ایجاد اشتغال و یافتن راهی برای خروج کشور



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق

جدول ۱. شاخص‌ها و گویه‌های تحقیق

ردیف	شاخص‌ها
۱	ارتقاء دسترسی به خدمات اساسی
۲	ساماندهی و ارتقاء دسترسی به مکانهای تفریحی و اوقات فراغت در بافت
۳	ارتقاء دسترسی پیاده و سواره به فضاها و فعالیت‌های عمومی
۴	ارتقاء کیفیت بصری بافت منطقه
۵	حفظ پیوند کالبدی میان عناصر جدید و قدیمی
۶	حفظ و نگهداری نشانه‌های با قدمت تاریخی بالا
۷	انعطاف‌پذیر کردن عملکردی فضاهای شهری
۸	افزایش کیفیت مکانهای تاریخی-فرهنگی
۹	ساماندهی فضاهای مخصوص پیاده و دوچرخه سواری
۱۰	ساماندهی و ارتقای دسترسی
۱۱	ساماندهی پاتوق‌های اجتماعی
۱۲	اشاعه باورهای دینی و مذهبی-آداب و رسوم محلی
۱۳	ارتقاء هویت محله
۱۴	ایجاد امنیت
۱۵	ایجاد حس تعلق به مکان
۱۶	احیای بافت تاریخی-فرهنگی
۱۷	برپایی نمایشگاه‌های محلی
۱۸	ارتقاء مشارکت و همبستگی اجتماعی
۱۹	ساماندهی فضاهای بی‌دفاع شهری به فضاهای گردشگری
۲۰	ارتقای فرهنگ گردشگر پذیری
۲۱	افزایش رضایتمندی و مشارکت جامعه بومی در احیای فرهنگ تاریخی
۲۲	ایجاد اماکن، هتل‌های استاندارد با تنوع غذاهای بومی
۲۳	ایجاد انگیزه و ذهنیت مثبت در ساکنان منطقه و سرمایه‌گذاران نسبت به توریسم
۲۴	ایجاد اماکن تفریحی- فراغتی در منطقه با جذابیت‌های گردشگری
۲۵	ایجاد مراکز آموزشی، درمانی و بهبود دسترسی به آن‌ها
۲۶	ارتقای کیفیت عرضه محصولات و امکانات خرید و تنوع انتخاب
۲۷	ایجاد بازارچه‌های خیابانی
۲۸	سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و عمومی
۲۹	فعالیت‌های بازاریابی و تبلیغات گسترده رسانه‌ای
۳۰	افزایش رضایتمندی از گوناگونی و تنوع فعالیتی
۳۱	ساماندهی ترافیک در منطقه
۳۲	ساماندهی کاربری‌ها و ایجاد سازگاری آن‌ها
۳۳	ارتقاء دسترسی به فضاهای سبز و پارک‌ها
۳۴	ساماندهی جمع‌آوری زباله‌ها و پسماندها توسط شهرداری
۳۵	ساماندهی در حوزه بهداشت و نظافت
۳۶	ساماندهی وضعیت دفع آب‌های سطحی در معابر
۳۷	احداث پارک‌ها و ساماندهی فضاهای سبز
۳۸	افزایش رضایتمندی از آلودگی پایین منطقه

گرفت [۳۳]. گردشگری مکانهای تاریخی-فرهنگی، پتانسیل ایفای نقش در بازسازی شهری را به روش‌های مختلف دارد، به‌خصوص با تأثیرگذاری بر سیاست‌گذاری فرهنگی، تمرکز بر گردشگران مکانهای تاریخی - فرهنگی به‌عنوان یک بازار شهری حاشیه‌ای، برندینگ مکانی و مدیریت مشارکتی [۳۴]. هر یک از این اقدامات یا فرایندها جایگاه مهمی در توسعه میراث گردشگری دارند.

۲-۲. مواد و روش‌ها

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی است و از لحاظ متدولوژی جزو تحقیقات توصیفی - تحلیلی است. روش جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات از روشهایی هم چون اسنادی - کتابخانه‌ای و میدانی است. در روش میدانی از ابزار پرسشنامه بهره گرفته شد. جامعه آماری در پژوهش حاضر همه ساکنین منطقه هشت شهر تبریز می‌باشند. بر اساس آخرین آمار سرشماری رسمی کشور در سال ۱۳۹۵ کل جمعیت این منطقه ۲۹۳۹۴ نفر بوده است که از این تعداد، حدود ۱۷۳۲۵ نفر بالای ۲۰ سال می‌باشند که به‌عنوان جامعه آماری در نظر گرفته شده و با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۳۷۵ نفر به‌عنوان حجم نمونه آماری به دست آمد. پرسشنامه در قالب طیف لیکرت پنج گزینه‌ای طراحی شد و روایی پرسشنامه موردنظر به روش مصاحبه‌ای توسط ۳۰ نفر از اساتید و کارشناسان برنامه‌ریزی گردشگری و برنامه‌ریزی شهری انجام شد و پایایی پرسشنامه‌ها نیز با آلفای کرونباخ (۰/۹۰۵) محاسبه شد و این نشان می‌دهد که سوالات پرسشنامه از نظر پایایی در سطح مطلوبی قرار دارند و قابلیت اعتماد (پایایی) عامل‌های پرسشنامه و کل سوالات پرسشنامه مورد تأیید می‌باشد. به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده از پرسشنامه و همچنین ارزیابی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری شهری از نرم‌افزار SPSS بهره گرفته شده است. تجزیه و تحلیل‌های ارائه شده با استفاده از تکنیک‌های آماری آزمون کولموگروف- اسمیرنوف، آزمون KMO و کرویت بارلت، تحلیل عاملی اکتشافی و بررسی همبستگی میان متغیرها، رگرسیون چند متغیره و تحلیل مسیر استفاده شده است. در جدول (۱) تمامی گویه‌های مورد بررسی آورده شده است که بعد از تحلیل عاملی اکتشافی فقط آیتم‌هایی که امتیازات لازم بالای ۰/۵ بدست آوردند در تحقیق باقی مانده و آیتم‌هایی که کمتر از ۰/۵ بدست آوردند از تحقیق حذف و با کشف و ثابت شدن آیتم‌های تحقیق به آنالیز داده‌ها پرداخته شد. [۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹، ۲۰، ۲۱]

جدول ۲. نتایج آزمون کولموگروف- اسمیرنوف

ردیف	آماره Z	سطح معنی داری (Sig)	نتیجه
۱	۱/۱۸۳	۰/۰۹۵	ارتقاء دسترسی به خدمات اساسی
۲	۰/۸۸۵	۰/۰۶۵	ساماندهی و ارتقاء دسترسی به مکانهای تفریحی و اوقات فراغت در بافت
۳	۱/۱۱۷	۰/۰۸۴	ارتقاء دسترسی پیاده و سواره به فضاها و فعالیت های عمومی
۴	۱/۰۰۵	۰/۰۷۱	ارتقاء کیفیت بصری بافت منطقه
۵	۱/۱۳۷	۰/۰۷۵	حفظ پیوند کالبدی میان عناصر جدید و قدیمی
۶	۱/۰۲۸	۰/۰۹۷	حفظ و نگهداری نشانه های با قدمت تاریخی بالا
۷	۱/۰۵۱	۰/۰۶۹	انعطاف پذیر کردن عملکردی فضاها و شهر
۸	۱/۱۹۵	۰/۰۹۹	افزایش کیفیت مکانهای تاریخی-فرهنگی
۹	۱/۰۱۲	۰/۰۷۴	ساماندهی فضاها و مخصوص پیاده و دوچرخه سواری
۱۰	۱/۰۰۳	۰/۰۹۲	ساماندهی و ارتقای دسترسی
۱۱	۰/۸۴۹	۰/۰۶۲	ساماندهی پاتوق های اجتماعی
۱۲	۱/۰۰۱	۰/۱۲۶	اشاعه باورهای دینی و مذهبی-آداب و رسوم محلی
۱۳	۰/۹۶۲	۰/۱۰۳	ارتقاء هویت محله
۱۴	۰/۸۳۷	۰/۱۱۶	ایجاد امنیت
۱۵	۰/۷۵۱	۰/۰۷۷	ایجاد حس تعلق به مکان
۱۶	۱/۲۷۲	۰/۱۱۹	احیای بافت تاریخی-فرهنگی
۱۷	۱/۰۹۷	۰/۰۹۴	برپایی نمایشگاه های محلی
۱۸	۰/۹۸۲	۰/۱۲۸	ارتقا مشارکت و همبستگی اجتماعی
۱۹	۱/۰۰۶	۰/۰۸۴	سامان دهی فضاها و بی دفاع شهری به فضاها و گردشگری
۲۰	۰/۹۵۸	۰/۱۲۲	ارتقای فرهنگ گردشگر پذیری
۲۱	۰/۷۳۶	۰/۰۸۹	افزایش رضایتمندی و مشارکت جامعه بومی در احیای فرهنگ تاریخی
۲۲	۱/۴۲۹	۰/۱۰۸	ایجاد اماکن، هتل های استاندارد با تنوع غذاهای بومی
۲۳	۰/۹۱۸	۰/۱۰۳	ایجاد انگیزه و ذهنیت مثبت در ساکنان منطقه و سرمایه گذاران نسبت به تورسیم
۲۴	۱/۲۴۲	۰/۰۷۹	ایجاد اماکن تفریحی- فراغتی در منطقه با جذابیت های گردشگری
۲۵	۱/۰۵۵	۰/۱۰۷	ایجاد مراکز آموزشی، درمانی و بهبود دسترسی به آن ها
۲۶	۰/۸۲۷	۰/۱۵۲	ارتقای کیفیت عرضه محصولات و امکانات خرید و تنوع انتخاب
۲۷	۰/۹۴۱	۰/۱۳۶	ایجاد بازارچه های خیابانی
۲۸	۰/۷۷۵	۰/۱۱۶	سرمایه گذاری بخش خصوصی و عمومی
۲۹	۰/۸۵۳	۰/۱۱۲	فعالتهای بازاریابی و تبلیغات گسترده رسانه ای
۳۰	۱/۰۵۱	۰/۱۱۸	افزایش رضایتمندی از گوناگونی و تنوع فعالیتی
۳۱	۰/۹۲۳	۰/۰۹۱	ساماندهی ترافیک در منطقه
۳۲	۱/۰۱۷	۰/۰۷۴	ساماندهی کاربری ها و ایجاد سازگاری آن ها
۳۳	۰/۸۴۵	۰/۰۶۸	ارتقاء دسترسی به فضاها و سبز و پارک ها
۳۴	۱/۰۱۱	۰/۰۷۹	ساماندهی جمع آوری زباله ها و پسماندها توسط شهرداری
۳۵	۱/۱۴۵	۰/۰۷۳	ساماندهی در حوزه بهداشت و نظافت
۳۶	۱/۰۹۳	۰/۰۶۲	ساماندهی وضعیت دفع آب های سطحی در معابر
۳۷	۰/۹۵۷	۰/۰۶۶	احداث پارک ها و ساماندهی فضاها و سبز
۳۸	۰/۸۸۴	۰/۰۸۱	افزایش رضایتمندی از آلودگی پایین منطقه

۲-۳. محدوده مورد مطالعه

بافت مرکزی و تاریخی-فرهنگی شهر تبریز که جزو منطقه هشت تبریز می‌باشد و این منطقه دربرگیرنده هسته میانی شهری می‌باشد. که به‌عنوان مرکزی‌ترین و مهم‌ترین منطقه شهر تبریز به‌شمار می‌رود. و با وسعتی معادل ۲۶۰ هکتار می‌باشد که ۲ درصد از مساحت کل شهر تبریز را در بر گرفته است و کوچکترین منطقه بین مناطق دهگانه شهر تبریز می‌باشد [۴]. محلات بافت قدیمی شهر تبریز حسب سابقه تاریخی آن‌ها عبارتند از: بازار، شهناز، مقصودیه، دانشسرا، منصور، قره باغی-بالاحمام، تپلی باغ - دمشقیه. سیمای عمومی شهر تبریز و بافت مرکزی شهر را نشان می‌دهد. اگر چه هویت تاریخی و اجتماعی و قرار گیری در محدوده بافت پرتردد شهری چهره‌ای سرزنده به محلات مزبور بخشیده است، باین حال بررسی محدوده مورد مطالعه از منظر متغیر مستقل پژوهش حاکی از آن است که گسترش و نفوذ کاربری‌های تجاری در مواردی باعث افول کیفیت زیست‌محیطی و سکونت در بافت‌های مزبور شده است. قرینگی با علایم فرسودگی و همجواری با عناصر با ارزش تاریخی باعث شده است تا هرگونه تصمیم در خصوص نحوه توسعه بافت شهری تحت‌تأثیر الویت‌های توسعه میراث فرهنگی باشد. حس اجتماعی قوی و دلبستگی به‌مکان از ویژگی‌های بارز اکثر ساکنان است که انتساب هویت خویش به بافت مزبور نشانه‌ای از شکل‌گیری هویت مکانی در ساکنان است. مشکلات ترافیکی در نتیجه همجواری با افت جذب جمعیت و کمبود سرانه ترافیکی و عرض معابر باعث ازدحام و آلودگی محیطی شده است. علیرغم توجه شهرداری تبریز به تأمین فضای سبز و باز، همچنان کمبود دسترسی به فضاهای سبز و باز احساس می‌شود کوچک شدن فضای اقامت در پی گرانی زمین و کاهش کیفیت در خانه‌های نوسازی شده تحت تأثیر تراکم فروشی باعث افول کیفیت زندگی در برخی از قسمت‌های بافت مزبور شده است [۳۵]. موقعیت و تقسیم‌بندی محلات و تصاویر محلات منطقه هشت تبریز که بافت تاریخی-فرهنگی شهر تبریز می‌باشد در شکل ۲ آورده شده است.

۳. یافته‌ها

در ادامه برای نرمال بودن و غیر نرمال بودن داده‌ها از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف استفاده گردید که براساس نتایج جدول ۲ مشاهده می‌شود که همه داده‌ها دارای توزیع نرمال می‌باشند، چون سطح معناداری همه داده‌ها بالاتر از ۰/۵ بدست آمده است.

در ادامه بررسی‌ها با توجه به تعداد بالای شاخصهای مورد ارزیابی از تحلیل عاملی اکتشافی بهره گرفته شد. تحلیل عاملی یکی از روشهای آماری چند متغیره است، که بین مجموعه فراوانی از متغیرهای به‌ظاهر بی ارتباط، رابطه‌ای خاص را تحت یک مدل فرضی برقرار می‌کند. بنابراین در این بخش با استفاده از تحلیل عاملی، تنها عوامل مؤثر در ارتقاء توسعه گردشگری و بازآفرینی شهری منطقه هشت تبریز شناسایی و مسجل شدند شدند. در این راستا پیش از انجام تحلیل عاملی اکتشافی برای بررسی کفایت نمونه‌گیری از آزمون KMO و برای اطمینان از اینکه ماتریس همبستگی که پایه تحلیل قرار می‌گیرد، در جامعه برابر صفر نیست از آزمون کرویت بارتلست استفاده شد. نتایج این دو آزمون در جدول (۳) آورده شده است. طبق نتایج جدول (۳) مقدار عددی KMO برابر با ۰/۸۳۵ بدست آمد. چون بالاتر از ۰/۷ می‌باشد بنابراین نشان دهنده این است که نمونه‌گیری از کفایت لازم برخوردار است و داده‌ها از توانایی عاملی شدن خوبی برخوردار هستند. بنابراین می‌توان سایر شاخصهای تحلیل عاملی را انجام داد.

جدول ۳. نتایج آزمون OMK و کرویت بارتلست

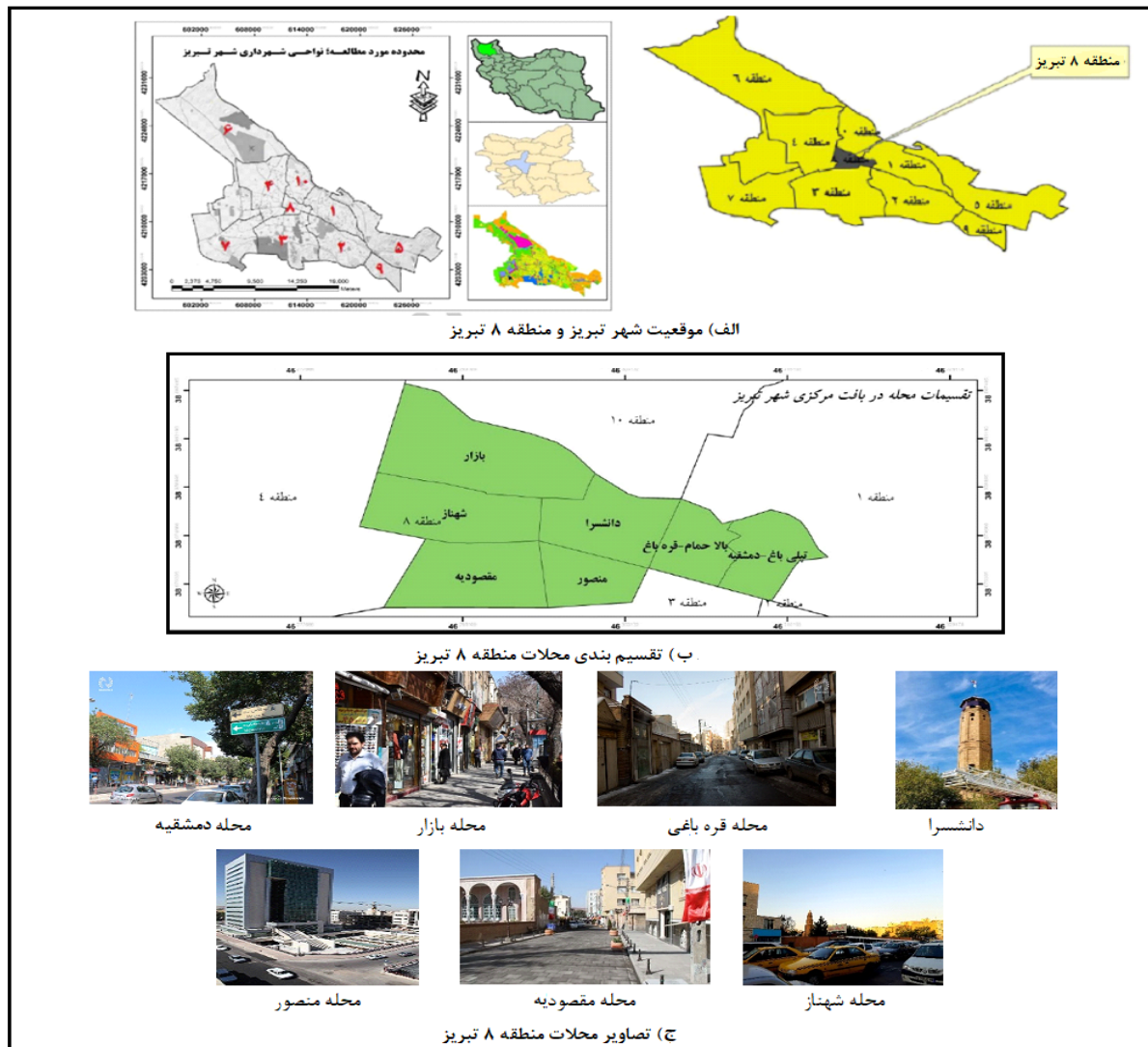
آزمون KMO مقیاس کفایت نمونه		۰/۸۵۳
آزمون کرویت بارتلست	مجذور خی دو (Chi-Square)	۱۸۵۸۳/۳۱۵
	درجه آزادی (df)	۳۹۵
	سطح معناداری (Sig.)	۰/۰۰۰۱

در ادامه در جدول (۴)، اشتراک هر متغیر، یعنی نسبتی از واریانس هر متغیر را که توسط عاملهای مشترک به حساب می‌آیند، نشان می‌دهد. مطابق جدول مشخص شد. چهار متغیر افزایش رضایت‌مندی از گوناگونی و تنوع فعالیت‌ها با میزان اشتراک ۰/۴۳ ساماندهی وضعیت دفع آب‌های سطحی در معابر با میزان اشتراک ۰/۴۵، ساماندهی در حوزه بهداشت و نظافت با میزان اشتراک ۰/۴۷ و ایجاد انگیزه و ذهنیت مثبت در ساکنان منطقه و سرمایه‌گذاران نسبت به تورسم با میزان اشتراک ۰/۴۸ دارای کمترین میزان اشتراک در بین سایر متغیرها می‌باشند.

با تحلیل عاملی اکتشافی نتیجه حاصل این شد که ۳۸ شاخص در این پژوهش به چهار عامل اصلی تقلیل یافت که مجموعه ۰/۸۵ درصد از واریانس را می‌پوشاند و نشانگر رضایت بخش بودن تحلیل عاملی اکتشافی و متغیرهای مورد مطالعه است. در ادامه روند کار برای دوران عاملها از روشهای واریماکس،

جدول ۴. میزان اشتراک هر متغیر در تحقیق

متغیر	اشتراک اولیه	میزان اشتراک	متغیر	اشتراک اولیه	میزان اشتراک
ارتقاء دسترسی به خدمات اساسی	۱	۰/۸۸	ارتقای فرهنگ گردشگر پذیری	۱	۰/۸۷
ساماندهی و ارتقاء دسترسی به مکانهای تفریحی و اوقات فراغت در بافت	۱	۰/۹۵	مشارکت جامعه محلی در احیای فرهنگ تاریخی	۱	۰/۹۷
ارتقاء دسترسی پیاده و سواره به فضاها و فعالیت های عمومی	۱	۰/۸۱	ایجاد اماکن، هتل های استاندارد با تنوع غذاهای بومی	۱	۰/۹۳
ارتقاء کیفیت بصری بافت منطقه	۱	۰/۸۴	ایجاد انگیزه و ذهنیت مثبت در ساکنان منطقه و سرمایه گذاران نسبت به توریسم	۱	۰/۴۸
حفظ پیوند کالبدی میان عناصر جدید و قدیمی	۱	۰/۸۸	ایجاد اماکن تفریحی- فراغتی در منطقه با جذابیت های گردشگری	۱	۰/۸۵
حفظ و نگهداری نشانه های با قدمت تاریخی بالا	۱	۰/۸۹	ایجاد مراکز آموزشی، درمانی و بهبود دسترسی به آن ها	۱	۰/۷۳
انعطاف پذیر کردن عملکردی فضاهای شهری	۱	۰/۷۳	ارتقای کیفیت عرضه محصولات و امکانات خرید و تنوع انتخاب	۱	۰/۹۹
افزایش کیفیت مکانهای تاریخی-فرهنگی	۱	۰/۹۱	ایجاد بازارچه های خیابانی	۱	۰/۹۸
ساماندهی فضاهای مخصوص پیاده و دوچرخه سواری	۱	۰/۷۴	سرمایه گذاری بخش خصوصی و عمومی	۱	۰/۹۱
ساماندهی و ارتقای دسترسی	۱	۰/۹۳	فعالیت های بازاریابی و تبلیغات گسترده رسانه ای	۱	۰/۹۰
ساماندهی پاتوق های اجتماعی	۱	۰/۹۴	افزایش رضایتمندی از گوناگونی و تنوع فعالیتی	۱	۰/۴۳
اشاعه باورهای دینی و مذهبی-آداب و رسوم محلی	۱	۰/۹۷	ساماندهی ترافیک در منطقه	۱	۰/۹۶
ارتقاء هویت محله	۱	۰/۷۵	ساماندهی کاربری ها و ایجاد سازگاری آن ها	۱	۰/۸۷
ایجاد امنیت	۱	۰/۹۶	ارتقاء دسترسی به فضاهای سبز و پارک ها	۱	۰/۹۷
ایجاد حس تعلق به مکان	۱	۰/۹۶	ساماندهی جمع آوری زباله ها و پسماندها توسط شهرداری	۱	۰/۹۳
احیای بافت تاریخی-فرهنگی	۱	۰/۹۲	ساماندهی در حوزه بهداشت و نظافت	۱	۰/۴۷
برپایی نمایشگاه های محلی	۱	۰/۹۳	ساماندهی وضعیت دفع آب های سطحی در معابر	۱	۰/۴۵
ارتقا مشارکت و همبستگی اجتماعی	۱	۰/۹۹	احداث پارک ها و ساماندهی فضاهای سبز	۱	۰/۷۰
سامان دهی فضاهای بی دفاع شهری به فضاهای گردشگری	۱	۰/۹۵	افزایش رضایتمندی از آلودگی پایین منطقه	۱	۰/۹۹



شکل ۲. موقعیت و تقسیم‌بندی محلات و تصاویر محلات منطقه هشت تبریز

بودن از حد مجاز طبق متد تحقیق خود بخود حذف می‌شوند. پس از حذف این سوالات با ۳۴ عامل باقیمانده دوباره تحلیل عاملی به روش تجزیه به مؤلفه‌های اصلی و با چرخش واریماکس انجام گرفت. در جدول (۵)، بارهای عاملی هر کدام از شاخص‌ها بر روی چهار عامل استخراج شده مشخص است. برای تعیین اینکه هر متغیر (شاخص فرعی) بر روی کدام عامل نشسته است فقط شاخص‌هایی انتخاب شد که حداقل بار عاملی آن بر روی آن عامل ۰/۵ باشد و بار عاملی بالایی بر روی عامل‌های دیگر نداشته باشد. از ۳۸ شاخصی که در مرحله اول شناسایی شدند، در تحلیل عاملی تنها ۳۴ شاخص بر روی چهار عامل بار عاملی داشتند که در جدول (۵) نشان داده است.

بنابراین با توجه به جدول (۶) عوامل اصلی دخیل در اجرای ارتقاء توسعه گردشگری مکان‌های تاریخی - فرهنگی

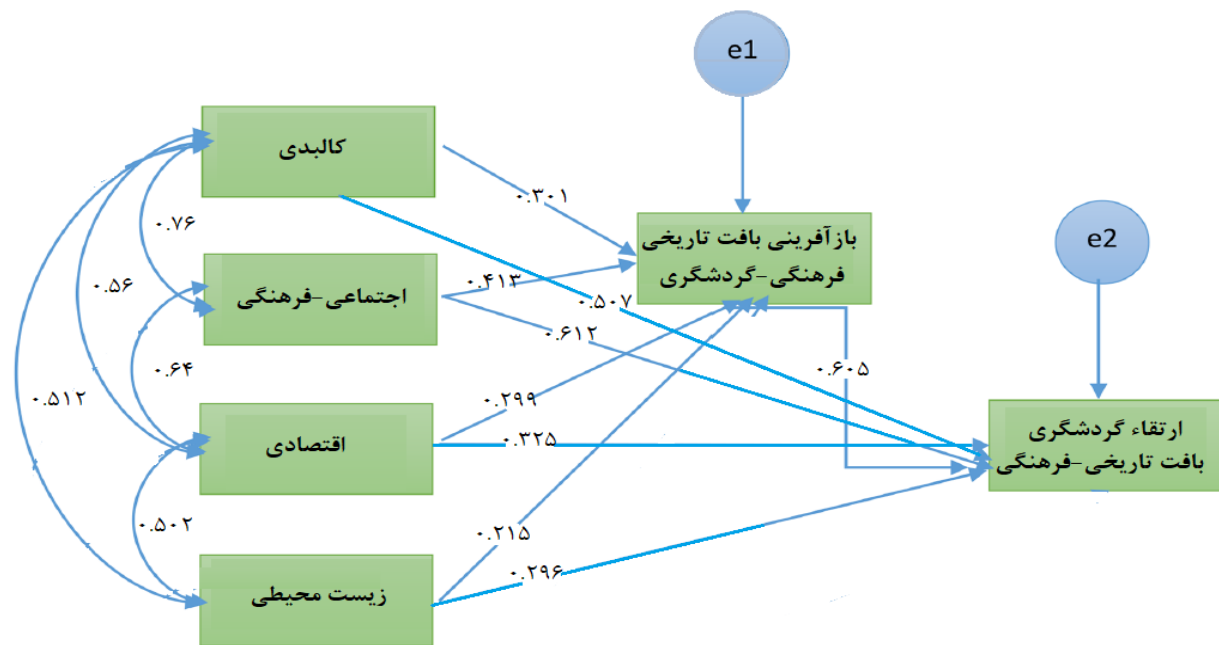
کواریماکس استفاده شد. براساس نتایج تحلیل عاملی اکتشافی، چهار عامل مقادیر ویژه بالاتر از یک داشتند و روی هم ۸۵٪ درصد از واریانس کل پرسشنامه را پوشش می‌دهند. بنابراین در مرحله بعد برای استخراج عامل‌هایی که با معنا بوده است عمل پردازش فقط برای استخراج چهار عامل ادامه داده شد. با بررسی مقدار اشتراک هر کدام از سؤال‌ها مشخص شد که شاخص‌های افزایش رضایت‌مندی از گوناگونی و تنوع فعالیت‌ها با میزان اشتراک ۰/۴۳، ساماندهی وضعیت دفع آب‌های سطحی در معابر با میزان اشتراک ۰/۴۵، ساماندهی در حوزه بهداشت و نظافت با میزان اشتراک ۰/۴۷ و ایجاد انگیزه و ذهنیت مثبت در ساکنان منطقه و سرمایه‌گذاران نسبت به توریسم با میزان اشتراک ۰/۴۸ دارای کمترین میزان اشتراک در بین سایر متغیرها با مقدار اشتراک پایین ۰/۵ و همسانی درونی پایینتر از ۰/۴ در مقایسه با شاخص‌های دیگر هستند، بنابراین این سوالات با توجه به پایین

جدول ۵. چهار عامل اصلی

متغیر	عامل ۱	عامل ۲	عامل ۳	عامل ۴
ارتقاء دسترسی به خدمات اساسی	۰/۷۹			
ساماندهی و ارتقاء دسترسی به مکانهای تفریحی و اوقات فراغت در بافت	۰/۷۲			
ارتقاء دسترسی پیاده و سواره به فضاهای و فعالیت های عمومی	۰/۶۹			
ارتقاء کیفیت بصری بافت منطقه	۰/۸۵			
حفظ پیوند کالبدی میان عناصر جدید و قدیمی	۰/۸۶			
حفظ و نگهداری نشانه های با قدمت تاریخی بالا	۰/۷۵			
انعطاف پذیر کردن عملکردی فضاهای شهری	۰/۶۳			
افزایش کیفیت مکانهای تاریخی-فرهنگی	۰/۷۹			
ساماندهی فضاهای مخصوص پیاده و دوچرخه سواری	۰/۷۱			
ساماندهی و ارتقای دسترسی	۰/۸۷			
ساماندهی پاتوق های اجتماعی	۰/۸۱			
اشاعه باورهای دینی و مذهبی-آداب و رسوم محلی	۰/۸۵			
ارتقاء هویت محله	۰/۹۳			
ایجاد امنیت	۰/۹۱			
ایجاد حس تعلق به مکان	۰/۹۲			
احیای بافت تاریخی-فرهنگی	۰/۸۹			
برپایی نمایشگاه های محلی	۰/۸۸			
ارتقا مشارکت و همبستگی اجتماعی	۰/۸۲			
سامان دهی فضاهای بی دفاع شهری به فضاهای گردشگری	۰/۸۷			
ارتقای فرهنگ گردشگر پذیری	۰/۹۴			
مشارکت جامعه بومی در احیای فرهنگ تاریخی	۰/۸۴			
ایجاد اماکن، هتل های استاندارد با تنوع غذاهای بومی	۰/۸۱			
ایجاد اماکن تفریحی- فراغتی در منطقه با جذابیت های گردشگری	۰/۷۷			
ایجاد مراکز آموزشی، درمانی و بهبود دسترسی به آن ها	۰/۶۶			
ارتقای کیفیت عرضه محصولات و امکانات خرید و تنوع انتخاب	۰/۶۸			
ایجاد بازارچه های خیابانی	۰/۸۲			
سرمایه گذاری بخش خصوصی و عمومی	۰/۸۴			
فعالیت های بازاریابی و تبلیغات گسترده رسانه ای	۰/۷۸			
ساماندهی ترافیک در منطقه	۰/۶۹			
ساماندهی کاربری ها و ایجاد سازگاری آن ها	۰/۶۱			
ارتقاء دسترسی به فضاهای سبز و پارک ها	۰/۶۵			
ساماندهی وضعیت دفع آب های سطحی در معابر	۰/۶۳			
احداث پارک ها و ساماندهی فضاهای سبز	۰/۶۸			
افزایش رضایتمندی از آلودگی پایین منطقه	۰/۵۹			

جدول ۶. عوامل اصلی دخیل در اجرای ارتقاء توسعه گردشگری مکانها

ردیف	عامل شماره یک: کالبدی	کد آیتم
۱	ارتقاء دسترسی به خدمات اساسی	Ph1
۲	ساماندهی و ارتقاء دسترسی به مکانهای تفریحی و اوقات فراغت در بافت	Ph2
۳	ارتقاء دسترسی پیاده و سواره به فضاها و فعالیت های عمومی	Ph3
۴	ارتقاء کیفیت بصری بافت منطقه	Ph4
۵	حفظ پیوند کالبدی میان عناصر جدید و قدیمی	Ph5
۶	حفظ و نگهداری نشانه های با قدمت تاریخی بالا	Ph6
۷	انعطاف پذیر کردن عملکردی فضاهای شهری	Ph7
۸	افزایش کیفیت مکانهای تاریخی-فرهنگی	Ph8
۹	ساماندهی فضاهای مخصوص پیاده و دوچرخه سواری	Ph9
۱۰	ساماندهی و ارتقای دسترسی	Ph10
۱۱	ساماندهی پاتوق های اجتماعی	Sc1
۱۲	اشاعه باورهای دینی و مذهبی-آداب و رسوم محلی	Sc2
۱۳	ارتقاء هویت محله	Sc3
۱۴	ایجاد امنیت	Sc4
۱۵	ایجاد حس تعلق به مکان	Sc5
۱۶	احیای بافت تاریخی-فرهنگی	Sc6
۱۷	برپایی نمایشگاه های محلی	Sc7
۱۸	ارتقا مشارکت و همبستگی اجتماعی	Sc8
۱۹	سامان دهی فضاهای بی دفاع شهری به فضاهای گردشگری	Sc9
۲۰	ارتقای فرهنگ گردشگر پذیری	Sc10
۲۱	افزایش رضایتمندی و مشارکت جامعه بومی در احیای فرهنگ تاریخی	Sc11
۲۲	ایجاد اماکن، هتل های استاندارد با تنوع غذاهای بومی	Ec1
۲۳	ایجاد اماکن تفریحی- فراغتی در منطقه با جذابیت های گردشگری	Ec2
۲۴	ایجاد مراکز آموزشی، درمانی و بهبود دسترسی به آن ها	Ec3
۲۵	ارتقای کیفیت عرضه محصولات و امکانات خرید و تنوع انتخاب	Ec4
۲۶	ایجاد بازارچه های خیابانی	Ec5
۱۷	سرمایه گذاری بخش خصوصی و عمومی	Ec6
۲۸	فعالیت های بازاریابی و تبلیغات گسترده رسانه ای	Ec7
۲۹	ساماندهی ترافیک در منطقه	En1
۳۰	ساماندهی کاربری ها و ایجاد سازگاری آن ها	En2
۲۱	ارتقاء دسترسی به فضاهای سبز و پارک ها	En3
۳۲	ساماندهی جمع آوری زباله ها و پسماندها توسط شهرداری	En4
۳۳	احداث پارک ها و ساماندهی فضاهای سبز	En5
۳۴	افزایش رضایتمندی از آلودگی پایین منطقه	En6



شکل ۳. تحلیل مسیر اثرات مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته

جدول ۷. تحلیل رگرسیون چند متغیره تاثیر هر یک از شاخص‌های متغیر مستقل بر متغیر وابسته

متغیر مستقل	تعداد	R2	Beta	T	سطح معناداری	نتیجه
کالبدی	۳۷۵	۰/۳۸۹	۰/۵۰۷	۲۰/۵۸۱	۰/۰۰۱	تایید آزمون
اجتماعی-فرهنگی	۳۷۵	۰/۴۰۱	۰/۶۱۲	۲۱/۰۲۵	۰/۰۰۱	تایید آزمون
اقتصادی	۳۷۵	۰/۳۱۷	۰/۳۲۵	۱۹/۰۰۱	۰/۰۰۱	تایید آزمون
زیست محیطی	۳۷۵	۰/۲۵۶	۰/۲۹۶	۱۷/۴۵۸	۰/۰۰۱	تایید آزمون

برای تبیین تأثیر هریک از عامل‌های شناسایی شده در ارتقا توسعه گردشگری مکانهای تاریخی-فرهنگی از طریق بازآفرینی بافتهای تاریخی-فرهنگی از رگرسیون چند متغیره استفاده شد و نتایج آن در جدول (۷) آمده است.

یافته‌ها در جدول (۷) نشان می‌دهند همه عوامل بازآفرینی دخیل در توسعه گردشگری دارای رابطه معناداری با ارتقاء گردشگری مکانهای تاریخی-فرهنگی شهر تبریز می‌باشند و به ترتیب عامل های اجتماعی-فرهنگی (۰/۶۱۲)، کالبدی با (۰/۵۰۷) و شاخص کیفیت معماری با (۰/۴۶۲)، عامل اقتصادی با (۰/۳۲۵) و عامل زیست محیطی با (۰/۲۹۶) بیشترین تا کمترین اثرگذاری را در ارتقاء توسعه گردشگری از طریق بازآفرینی شهری در بافت تاریخی-فرهنگی منطقه ۸ شهر تبریز داشته‌اند.

شهری با بازآفرینی در بافت های تاریخی - فرهنگی منطقه هشت تبریز متشکل از چهار عامل با ۳۴ گویه می‌باشد. پس از تجزیه تحلیل اطلاعات بدست آمده از پرسشگری در بافت تاریخی منطقه شهر تبریز از میان گویه‌ها بیشترین امتیاز به عامل ارتقای فرهنگ گردشگر پذیری با بار عاملی ۰/۹۴ و هویت محله با بار عاملی ۰/۹۳ و بعد آن امنیت با بارعاملی ۰/۹۱ اختصاص یافت. و کمترین بار عاملی به افزایش رضایتمندی از آلودگی پایین منطقه ساماندهی کاربری‌ها با بارعاملی ۰/۵۹ و ایجاد سازگاری آن‌ها با بار عاملی ۰/۶۱، ساماندهی وضعیت دفع آب‌های سطحی در معابر ۰/۶۳ اختصاص یافت. در راستای ارتقای توسعه گردشگری بافت تاریخی-فرهنگی منطقه ۸ شهر تبریز از طریق بازآفرینی شهری باید به این ۳ زیرشاخص «ارتقای فرهنگ گردشگر پذیری، هویت محله و امنیت» توجه زیادی شود.

جدول (۸) و شکل (۳)، مسیر اثرات مستقیم و غیرمستقیم عوامل موثر بر ارتقاء گردشگری از طریق بازآفرینی شهری در بافت تاریخی را نشان می‌دهد. باتوجه به جدول (۸) و شکل (۳) می‌توان نتیجه گرفت که بیشترین اثرگذاری به‌صورت مستقیم و غیرمستقیم مربوط به عامل اجتماعی-فرهنگی با اثر مستقیم ۰/۶۱۲ و غیرمستقیم ۰/۴۱۳ سپس بترتیب کالبدی با اثر مستقیم ۰/۵۰۷ و غیرمستقیم ۰/۳۰۱، اقتصادی با اثر مستقیم ۰/۳۲۵ و غیرمستقیم ۰/۲۹۹ و زیست‌محیطی با اثر مستقیم ۰/۲۹۶ و غیرمستقیم ۰/۲۱۵ قرار دارند. که در این میان باید به عامل اجتماعی و زیرشاخص‌های آن در رابطه با ارتقاء توسعه گردشگری در مکان‌های تاریخی-فرهنگی منطقه ۸ تبریز توجه ویژه‌ای شود تا ضمن بهبود شرایط برای جذب گردشگران باعث افزایش کیفیت محیطی و کیفیت زندگی در بافت تاریخی-فرهنگی شهر تبریز گردد. همه موارد در جدول (۸) و شکل (۳) به‌طور خلاصه آورده شده است.

جدول ۸. تحلیل مسیر اثرات مستقیم و غیرمستقیم عوامل موثر بر ارتقاء گردشگری مکان‌های تاریخی-فرهنگی از طریق بازآفرینی

متغیر	اثرات مستقیم	اثرات غیرمستقیم	کل
کالبدی	۰/۵۰۷	۰/۳۰۱	۰/۸۰۸
اجتماعی-فرهنگی	۰/۶۱۲	۰/۴۱۳	۱/۰۲۵
اقتصادی	۰/۳۲۵	۰/۲۹۹	۰/۶۲۴
زیست محیطی	۰/۲۹۶	۰/۲۱۵	۰/۵۱۱

۴. نتیجه‌گیری

بافت تاریخی-فرهنگی شهر تبریز یکی از با ارزش‌ترین مراکز شهری در ایران است که همانند بسیاری دیگر از مناطق تاریخی در ایران و جهان، از نظر کالبدی، اجتماعی-فرهنگی، اقتصادی و زیست‌محیطی در معرض رها شدن و زوال قرار گرفته‌است. در بیشتر نقاط جهان، بازآفرینی بافت تاریخی و گردشگری مکان‌های تاریخی-فرهنگی دست به دست هم می‌دهند و اغلب از یکدیگر جدایی‌ناپذیر هستند، اما برای موفق بودن، مشارکت عمومی و ترویج فعال گردشگری دو عنصر ضروری تجدید حیات پایدار هستند. بافت تاریخی تبریز مجموعه‌ای از محلات قدیم این شهر است که در اطراف بازار تاریخی شهر شکل گرفته است و آثار فرسودگی در جای جای این بافت تاریخی به چشم می‌خورد. باتوجه به اهمیت محدوده مورد نظر و لزوم حفظ و بقای ساختار آن (به خصوص آثار تاریخی واجد ارزش) به‌منظور بقای ساختار شهر و وجود فشارهای ناشی از عملکردها و عدم توجه به ظرفیت‌ها

و پتانسیل‌های موجود، بافت مورد نظر با مسائل و مشکلات جدی روبه‌رو است که اقدامات ویژه‌ای را نیاز دارد و این مسئله می‌تواند به‌عنوان فرصت جبران اشتباهات گذشته در خصوص نادیده گرفتن اصول شهرسازی، زیست‌محیطی و توسعه پایدار محسوب شود که در این مورد مطابق با یافته‌های ال-الوانی و همکاران [۱۹]، کوردژ-دی ویلا و شولک [۲۱] و پوراحمد و همکاران [۱۶] می‌باشد. در این راستا استفاده از صنعت گردشگری در راستای تقویت بنیه اجتماعی-فرهنگی این محدوده در مقیاس محلی، ملی و حتی جهانی می‌تواند ضمن تأمین هزینه‌های حفاظتی بافت، زمینه‌های تحرک اقتصادی را برای شهر و شهروندان به وجود آورد و به‌عنوان عامل محرک توسعه در پروژه‌های بازآفرینی شهری محسوب شود که در این رابطه همراستا با نتایج پور همراه و احمدزاده [۱۳] می‌باشد. در این تحقیق با در نظر گرفتن محدودیت‌ها و با تکیه بر ظرفیت‌های منطقه هشت شهر تبریز و همچنین با کمک به بازآفرینی و ارتقا توسعه گردشگری، ۳۴ زیر شاخص و چهار عامل اساسی در این خصوص به دست آمد. این عوامل نشان می‌دهند که فرآیندهای رایج برای توسعه گردشگری ناکارآمد بوده و برای ایجاد تحرک در برنامه‌های بازآفرینی باید برنامه‌ای منسجم و عملگرا با راهبری فرهنگ و هنر بومی همراه با حفظ پیوند میان عناصر کالبدی جدید و قدیمی و حفظ ارزش‌ها و نشانه‌های قدیمی بافت، درگیر کردن مردم ساکن در طراحی و اجرا برنامه‌ها شود. همزمان با این موضوع حفظ خاطره و هویت‌مندی ارزشهای اصیل بافت نیز باید همواره مدنظر قرار گیرد. کمبودهای شدید زیرساخت‌های گردشگری و دیدگاه‌های محدود و گذرای مدیریت شهری در این زمینه می‌تواند از بزرگترین موانع فعال‌سازی ظرفیت‌های آن‌ها باشد که ساماندهی دسترسی‌ها و ایجاد مکان‌های گردشگری-تفریحی می‌تواند به روند موفقیت در این زمینه کمک نماید. در نهایت این‌که هر مکان با تهدیدها و ضعف‌هایی روبرو است و با رویکردی محتاطانه به گردشگری شهری، فرصت‌ها و نقاط قوتی نیز دارد که می‌توانند با تکیه بر آن‌ها به ایجاد فضاهای قابل زندگی و مکان‌های گردشگری پسند کمک کنند. با توجه به نتایج حاصل می‌توان پیشنهادات زیر را ارائه داد:

- حفظ پیوند کالبدی میان عناصر جدید و قدیمی در بافت تاریخی-فرهنگی شهر تبریز
- افزایش کیفیت مکان‌های تاریخی-فرهنگی در بافت تاریخی-فرهنگی شهر تبریز
- ارتقا مشارکت و همبستگی اجتماعی در بافت تاریخی-فرهنگی شهر تبریز

8. Sheikhasab, M., azani, M., Mehdi Momeni, M. M., & Mohammadi Dehcheshmeh, M. 2021. The Analysis of Factors Affecting the Reconstruction of Historical Textures from the Perspective of Tourism Development. *Geography and Urban Space Development*, 8(1), 123-144. doi: 10.22067/jgusd.2021.48366.0. [In Persian].
9. Jarle, A. & Havard, N. & Hauglandc, A. 2020. Destination cobranding in interorganizational networks: Assessing the role of central tourism organizations, *Journal of Destination Marketing & Management*, 17, 10-17. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100466>.
10. Cai, A. 2019, Cooperative branding for rural destinations, *Annals of Tourism Research*, 29(3), 720-742. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00080-9](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00080-9)
11. Khodaei, Y., kargar, B., & sarvar, R. 2022. Survey of Urban Tourist Role and Effects on Zanjan City's recreation. *Regional Planning*, 11(44), 291-308. doi: 10.30495/jzpm.2022.4122, [In Persian].
12. Yazdani, M., & dadazade, P. 2018. The Recreation of historical centers of cities in Iran based on tourism and integrating strategic planning and network analysis (ANP- SWOT); A case study of historical texture of Tabriz metropolis. *Geographical Journal of Tourism Space*, 7(26), 105-122. [In Persian].
13. Pourhamrah, Khadijeh, & Ahmadzadeh, Hassan. 2022. Evaluating the Relationship between Tourism Development, Economic Sustainability and Municipal and Citizenship Incomes (Case Study: Tabriz Metropolis). *Journal of Urban Economics and Planning*, 3(4), 38-51. <https://sid.ir/paper/1035562/en>. [In Persian].
14. Alalhesabi, M., & Mazarei, M. 2021. Identifying the Tourism Route in the Historical Context of Bushehr with the Culture-Based Tourism Approach. *Tourism Management Studies*, 17(59), 39-74. doi: 10.22054/tms.2022.69606.2745. [In Persian].
15. Mavedat, E. 2022. Assessing the Branding Network of the Historical Texture of Cities with a Tourism Approach, Case Study: Dezful City. *urban tourism*, 8(4), 13-27. doi: 10.22059/jut.2022.326985.926. [In Persian].
16. Pourahmad, A., Farhudi, R., zangeneh shahraki, S., & Shafaat Gharamaleki, T. 2021. Assessing the Tourism Capabilities of Historical Textures for Urban Regeneration (Case Study: Tabriz city). *Tourism Management Studies*, 16(53), 201-232. doi: 10.22054/tms.2021.50800.2293. [In Persian].

- ساماندهی فضاهای بی دفاع شهری به فضاهای

گردشگری در بافت تاریخی-فرهنگی شهر تبریز

- ایجاد اماکن تفریحی- فراغتی در منطقه با جذابیت‌های

گردشگری در بافت تاریخی-فرهنگی شهر تبریز

- سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و عمومی در بافت

تاریخی-فرهنگی شهر تبریز

References

1. Pourahmad, A., farhudi, R. A., Zangane Shahraki, S., & Shafaat Gharamaleki, T. 2021. Explaining the Pattern of Historical Texture Regeneration with Tourism Development Approach (Case Study: Tabriz City). *Geography and Planning*, 24(74), 43-60. doi: 10.22034/gp.2021.11052. [In Persian].
2. Rezvani, L., ahmadzadeh, H., & Houshyar, H. 2021. Regeneration of Worn-Out Textures with a Scenario-Based Planning Approach Case Study: Worn-Out Textures of Urmia Border City. *journal of border studies*, 9(2), 77-86. [In Persian].
3. Zanganeh, M., Abavisani, K., & bozuei, M. 2023. Assessing the social capital of worn-out citizens to realize the urban regeneration approach (Case Study: Neighborhood of a Jaghtai City). *Geography and Urban Space Development*, 10(4), 1-18. doi: 10.22067/jgusd.2023.75554.1175, [In Persian].
4. Zeynali Azim, A., Babazadeh Oskouei, S., Mehmani, R., Faraji, S., & Rafizadeh, M. 2023. Evaluation of Urban Regeneration in the Historical Context of Tabriz City with a Culture-Oriented Approach. *Sustainable Development of Geographical Environment*, 5(8), 51-69. doi: 10.48308/sdge.2023.103833. [In Persian].
5. Blasco, L. & Recuero, N. & Martin, S. 2019. The cornerstones of museum performance. A cross-national analysis, *Museum Management and Curatorship*, 34(2), 211-233. <https://doi.org/10.1080/09647775.2018.1516562>
6. Smith, M.K., Pinke-Sziva, I. and Berezvai, Z. 2023, The relative importance of culture in urban tourism: implications for segmentation", *Consumer Behavior in Tourism and Hospitality*, 18(2), 157-173. <https://doi.org/10.1108/CBTH-01-2022-0026>.
7. Sonya H. & Jennifer, R. & Brendan, K. 2021. Place and Destination Branding: A Review and Conceptual Mapping of the Domain, *Journal Uropean Management Review*, 18(2), 171-185. <http://dx.doi.org/10.1111/emre.12433>

- Experiential Satisfaction, and Behavioral Intentions for Heritage Tourists. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 41(8), 904-944. <https://doi.org/10.1177/1096348014525638>.
27. Hatami, A., Mokhtari Malekabadi, R., Barzegar, S., & Shokri Firoozjah, P. 2021. Providing a model for recreating the historical context of Gorgan with a tourism development approach. *Geographical Planning of Space*, 11(40), 1-18. doi: 10.30488/gps.2020.249129.3307. [In Persian].
 28. Ruhanen, L., & Whitford, M. 2019. Cultural heritage and indigenous tourism. *Journal of Heritage Tourism*, 14(3), 179-191. <http://dx.doi.org/10.1080/1743873X.2019.1581788>.
 29. Pérez Guilarte, Y., & González, R. C. L. 2018. Sustainability and visitor management in tourist historic cities: The case of Santiago de Compostela, Spain. *Journal of Heritage Tourism*, 13(6), 489-505. <http://dx.doi.org/10.1080/1743873X.2018.1435665>.
 30. Nemati M., 2021, The role of urban management in the recreation of historical tourism centers; A case study of historical houses in Shiraz, *Tourism Research and Sustainable Development* 5(2(61), 61-70 [In Persian].
 31. Karimzadeh, A., Shahriari, S. K. A., & Ardeshiri, M. 2019. Identifying impact of urban tourism on historical context regeneration from viewpoint of local residents' by using analysis method (Case Study: Shiraz City). *Regional Planning*, 8(32), 127-140.
 32. Kim, J.Y.; Kim, J.H. 2022, Urban Regeneration Involving Communication between University Students and Residents: A Case Study on the Student Village Design Project. *Int. J. Environ. Res. Public Health*, 19, 15834. <https://doi.org/10.3390/ijerph192315834>.
 33. Galdini, R, 2007. Tourism And the City: Opportunity for Regeneration, *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism* 2(2). 95-111.
 34. Bec, A., Moyle, B., Timms, K., Schaffer, V., Skavronskaya, L., & Little, C. (2019). Management of immersive heritage tourism experiences: A conceptual model. *Tourism Management*, 72, 117-120. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.10.033>.
 35. Zeynali Azim, A., & Karami, I. 2023. Integrated assessment of city residents' satisfaction with viability in Tabriz city by structural equation method (Case study: Zone 8). *Researches in Earth Sciences*, 14(3), 155-178. doi: 10.48308/esrj.2023.103547.
 17. Sheikhasab, M., azani, M., Mehdi Momeni, M. M., & Mohammadi Dehcheshmeh, M. 2021. The Analysis of Factors Affecting the Reconstruction of Historical Textures from the Perspective of Tourism Development. *Geography and Urban Space Development*, 8(1), 123-144. doi: 10.22067/jgusd.2021.48366. [In Persian].
 18. Tan, J.; Wang, K.; Gan, C.; Ma, X. 2023, The Impacts of Tourism Development on Urban-Rural Integration: An Empirical Study Undertaken in the Yangtze River Delta Region. *Land*, 12, 1365. <https://doi.org/10.3390/land12071365>.
 19. Al-Alwani & Al-Fatlawi, 2023, Urban heritage redevelopment model within historic centre of Hilla, Iraq, *International Journal of Sustainable Building Technology and Urban Development*. 14(2), 247-259. <https://doi.org/10.22712/susb.20230019>.
 20. García, A, A, 2021, Relationship between Blue Economy, Cruise Tourism, and Urban Regeneration: Case Study of Olbia, Sardinia, *Journal of Urban Planning and Development*, 147(3), [https://doi.org/10.1061/\(ASCE\)UP.1943-5444.0000712](https://doi.org/10.1061/(ASCE)UP.1943-5444.0000712).
 21. Kordej-De Villa, Ž., Šulc, I. 2021. Cultural Heritage, Tourism and the UN Sustainable Development Goals: The Case of Croatia. In: Andreucci, M.B., Marvuglia, A., Baltov, M., Hansen, P. (eds) *Rethinking Sustainability Towards a Regenerative Economy. Future City*, vol 15. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-71819-0_19.
 22. Cocola-Gant, A.; Lopez-Gay, A. 2020, Transnational gentrification, tourism and the formation of 'foreign only' enclaves in Barcelona. *Urban Stud*, 57, 3025-3043. <http://dx.doi.org/10.1177/0042098020916111>.
 23. Leccis, F. 2023, Urban Regeneration and Touristification in the Sardinian Capital City of Cagliari, Italy. *Sustainability*, 15, 4061. <https://doi.org/10.3390/su15054061>.
 24. Lei, H.; Zhou, Y. 2022, Conducting Heritage Tourism-Led Urban Renewal in Chinese Historical and Cultural Urban Spaces: A Case Study of Datong. *Land*, 11(12), 2122, <https://doi.org/10.3390/land11122122>.
 25. El Faouri, B.F.; Sibley, M. 2022, Heritage-Led Urban Regeneration in the Context of WH Listing: Lessons and Opportunities for the Newly Inscribed City of As-Salt in Jordan. *Sustainability*, 14, 4557. <https://doi.org/10.3390/su14084557>.
 26. Wu, H.-C., & Li, T. 2017. A Study of Experiential Quality, Perceived Value, Heritage Image,