

ارزیابی پراکنش فضاهای گردشگری تاریخی - فرهنگی و خدمات جانبی آن در شهر تبریز

کریم حسین‌زاده دلیر^۱
محمد رضا پورمحمدی^۲
صمد مدادی^۳

چکیده

در سال‌های اخیر موضوع توریسم در حوزه‌های مختلف علمی مورد بررسی قرار گرفته است، یکی از بخش‌های مهم آن توریسم فرهنگی می‌باشد که عبارتست از: بازدید و شناخت مکان‌های تاریخی - فرهنگی، جلوه‌های معماری، موسیقی، چشم‌اندازهای زیبا، که مجموعاً به «میراث» مربوط می‌گردد.

این مقاله دو موضوع را مورد بررسی قرار داده است، ابتدا پراکنش فضایی مکان‌های تاریخی - فرهنگی «عناصر اولیه» توریستی، یعنی عواملی که یک گردشگر در مرحله نخست برای مشاهده، شناخت و لذت بردن از آنها مسافرت می‌کند، و بعد ارتباط فیزیکی و فضایی مکان‌های تاریخی - فرهنگی نسبت به «عناصر ثانویه» گردشگری هتل‌ها، مسافرخانه‌ها که با استفاده از «تحلیل همپوشانی» مورد تحلیل و بررسی قرار گرفته است. می‌توان گفت، ساده‌ترین شکل تحلیل در Arc GIS تحلیل همپوشانی است که می‌تواند به تولید اطلاعات جدید بیانجامد؛ در این تحلیل لایه‌های مختلف با انواع عوارض در محیط GIS روی هم قرار گرفته و نقشه‌های جدیدی با اطلاعات تازه ارائه می‌گردد؛ تا با شناخت موضوع که قدم اول در هر برنامه‌ریزی است، به ساماندهی مکانی و فضایی

Email: kdelir@tabrizu.ac.ir.

Email: pourmohammadi@tabrizu.ac.ir.

Email: sdmedadi@tabrizu.ac.ir.

۱- استاد گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه تبریز.

۲- استاد گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه تبریز.

۳- کارشناسی ارشد گروه پژوهشی جغرافیا.

فعالیت‌ها و عملکردهای شهری، در جهت حذف و یا حداقل کاهش آثار منفی، توسعه آثار مثبت، همچنین به حفظ و نگهداری میراث شهر کمک کند.

واژگان کلیدی: توریسم، مکان‌های تاریخی و فرهنگی، فضا، خدمات توریستی، شبکه دسترسی.

مقدمه

زمزمه کلمه میراث به سال ۱۹۹۰ برمی‌گردد که دارای عمده‌ترین و سریع‌ترین رشد در بخش‌های توریسم است (Poria & et al, 2003). توریسم میراث فرهنگی بر افزایش جهانی بازدید از محل‌ها، مناظر، موزه‌ها و آثار فرهنگی همچون فستیوال‌ها و اجتماعات سنتی متمرکز شده است. در همین حال، نظریات گوناگونی مکان‌های میراث فرهنگی را به عنوان ثروت تلقی کرده و به عنوان جاذبه‌های گردشگری ارزیابی می‌کنند (Spennemann et al, 2001).

چالش برای شهرهایی که مقصد توریسم فرهنگی هستند، یافتن یک تعادل بین کیفیت معماری، هویت‌یابی نقاط منحصر به فرد تولیدات فرهنگی، ارتباط اجتماعی در سطح بالا و استانداردهای صنعت توریستی که برای ورود مقصد در استراتژی مولدهای عظیم توریسم بین‌المللی ضروری است. در این قطبی شدن، شهر بایستی یک نقطه مطلوب بیابد؛ یک غفلت، همچون اقدام به توسعه ارتباط و ایجاد دسترسی یا ساخت استحکامات گوناگون، ارائه خدمات به میراث را مختل و در نتیجه ظرفیت جاذبه‌های توریستی را محدود سازد.

اولین جز از کیفیت اصلی تولیدات توریستی، یعنی عواملی که نشان‌دهنده دلایل اصلی برای یک بازدید محلی است «عناصر اولیه»، می‌باشد. دومی مربوط به خدمات ثانوی (اقامتگاه‌ها) و تکمیل‌کننده تولیدات توریستی است، فاکتور سوم به وسیله تصویری که مقصد ارائه می‌کند است؛ فاکتور چهارم و پنجم بسته به دسترسی درونی و بیرونی است. دسترسی بیرونی به کوششی در رسیدن به مقصد تعریف شده است؛ دسترسی درونی به سهولت گردش پیرامون مکان‌های مختلف طی روز می‌توان بیان کرد.

یک سری شاخص‌های کیفی برای هر شهری وجود دارد که در ذیل اشاره شده:

کیفیت دسترسی به اطلاعات و مهمان‌نوازی- وجود و کیفیت خدمات مکمل توریستی - دسترسی درونی و بیرونی - جاذبه‌ها و یادمان‌ها.

بیان اینکه، توسعه توریسم پایدار با شانس همراه نیست، وجود دسترسی‌ها و در نتیجه آن، تعادل فضایی انواع زیر سیستم‌هایی است که اگر شهر معاصر شامل گردد یکی از نتایج کلیدی برای توسعه توریسم پایدار است (Russo & Borg, 2002).

با توجه به اینکه، مطالعات اخیر توریستی به وسیله تفکر توریسم پایدار تحت شعاع قرار گرفته است در حقیقت بسیاری از متون علمی و مقاله‌های مجلات بر روی توریسم پایدار متمرکز شده‌اند؛ و توریسم میراث حوزه کوچکی از توجه اندیشمندان این رشته را به خود جلب کرده است. با این وجود میراث، از اجزای اصلی توریسم در بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته است. به طور مثال، در انگلستان بخش توریسم میراث به عنوان یک سیاست اصلی جهت جلب بازدیدکنندگان از کشورهای ماوراء بحار تلاش می‌کند. برآورد می‌شود ۲۸٪ از هزینه سالانه این کشور از درآمدهای توریستی حاصل شود و بخش میراث به عنوان یک پتانسیل برای رشد نواحی در کشور انگلستان در نظر گرفته شده است (Garrod & Fyall, 2000).

انسکیت (۱۹۹۴) در این مورد اظهار می‌دارد که رویکرد زیربنایی که در حال حاضر باید در برنامه‌ریزی صنعت گردشگری و سایر انواع توسعه به کار می‌رود، رسیدن به رویکرد توسعه پایدار است و بر این اساس باید از منابع طبیعی و فرهنگی و سایر منابع گردشگری برای استفاده معقول، مطلوب و مداوم جامعه کنونی و نسل‌های آینده، حمایت و حفاظت کرد.

اهمیت موضوع

در گذشته جریان ساده سیر و سفر برقرار بوده است؟! ولی با گذشت زمان و به وجود آمدن تحولات گوناگون در اندیشه‌های بشری و به دنبال آن دگرگونی در جوامع انسانی، اکنون شاهد تغییرات درحوزه توریسم هستیم که گذر از جریان ساده مسافرت به یک حالت پیچیده با بهره‌گیری از ابزاری همچون اینترنت و پروازهای هوایی سریع، ... امکان‌پذیر ساخته است. گردشگری فرهنگی به عنوان بخشی از توریسم؛ تحت تأثیر این شرایط است. در سال‌های پایانی قرن بیستم، سازمان علمی، فرهنگی و آموزشی ملل متحد (یونسکو)، بر اساس تحقیقات انجام شده در زمینه گردشگری، در سمینار پاریس در سال ۱۹۹۶ اعلام کرد که

مسأله اساسی قرن بیست و یکم برای پدیده گردشگری، «فرهنگ» است و گردشگران بدون فرهنگ وجود نخواهد داشت (کاظمی، ۱۳۸۵). پیش‌بینی می‌شود که ورود گردشگران بین‌المللی تا سال ۲۰۱۰ م، به یک میلیارد رسیده و تا سال ۲۰۲۰ م، به ۱/۶ میلیون نفر برسد (Goldenr et al, 2005: 500).

تا دهه ۱۹۹۰، مطالب اندکی در مورد نقش توریسم در اقتصاد و فرهنگ شهرها نوشته شده بود. آشورث خاطر نشان می‌سازد که حدود ۶۰ سال توریسم در مدل‌های فضای شهری، نادیده انگاشته شده است. بیشتر پژوهش‌های گذشته قبول دارند که تحلیل مربوط به پخش و جریان‌های سطوح بین‌المللی، ملی و منطقه‌ای را داشته‌اند، اما کوشش کمی برای تحلیل گردش گردشگر درون شهری انجام داده‌اند. کوپک نیز به مانند پاتمور علی رغم رشد تحقیقات جغرافیایی در مورد توریسم، به نادیده گرفته شدن مسائل شهری اشاره و اعلام داشته که جغرافیدانان با توجه به علایق فضایی ذاتی که داشتند، توانسته‌اند بر روی تفریح در مناطق روستایی متمرکز شوند، دقیقاً جایی که نیازهای فضایی و تضادهای فضایی بسیار زیاد است. مطالعه سازنده آشورث در زمینه توریسم شهری مؤید این مطلب است که بی‌توجهی دوگانه‌ای در این زمینه اتفاق افتاده است. آنهایی که علاقه‌مند به مطالعه توریسم هستند از توجه به بافت شهری که بیشتر توریسم در آن قرار دارد چشم پوشیده‌اند و آنهایی که علاقه‌مند به مطالعات شهری هستند به طور یکسان از موضوع مهم عملکرد توریستی شهرها غافل بوده‌اند (شکوئی و موحد، ۱۳۸۱: ۱۰۲).

با توجه به تعداد گردشگران که تا سال ۲۰۲۰ به رقم ۱/۶ میلیون نفر برسد؛ وضعیت شهر تبریز با در نظر گرفتن اوضاع جهانی در شرایط خوبی قرار ندارد. گرچه در سال‌های اخیر تلاش‌های جدی و مثبت در جهت گسترش امکانات جذب بیشتر توریست در شهر انجام می‌گیرد، اما بیشتر در محدوده چاپ پوستر و تبلیغات انجام گرفته است. با بررسی طرح‌های توسعه شهری، بخصوص طرح جامع این شهر، متوجه می‌شویم که در این طرح‌ها، فقط به صورت گزینه کلی و در حد چند سطر راجع به توریسم پرداخته شده است. امید است که در طرح‌های آینده، هدف جذب بیشتر توریست در راستای توسعه پایدار توریستی باشد.

مبانی نظری

میراث در دامنه وسیع معنایی‌اش عموماً به واژه ارث به عنوان چیزی که از یک نسل به نسل دیگر منتقل می‌شود، مرتبط است و به عنوان حامل‌کننده تاریخی ارزش‌ها از گذشته محسوب می‌شود و در مفهومی گسترده اشکال فرهنگی، تاریخی را شامل می‌شود (پاپلی و سقایی، ۱۳۸۲: ۳۸). میراث فرهنگی هر جامعه‌ای معرف ارزش‌ها و معیارهای آن در طی دوره‌های مختلف تاریخی است. ثروتی ملی که بیانگر اعتقادات، آرمان‌ها، درجه فن‌آوری و پیشرفت و به طور کلی تاریخ و فعال ساختن آن زمینه‌ای است برای رشد گردشگری و جذب بازدیدکنندگان خارجی که علاوه بر افزایش درآمد کشور با ایجاد و توسعه مشاغل مرتبط این امر در زمینه‌های تولید و اشتغال موثر است (بحرینی و طیبیان، ۱۳۷۷: ۵۶).

آنچه شکل‌گیری جریان گردشگری را تسهیل می‌کند، حس نوستالژی^۱ نسبت به گذشته و توجه فزاینده به میراث به طور عام می‌باشد. بازگشت به گذشته را در بازنمودهای طنزآمیز به عنوان تقاضای گردشگری رقم می‌زند و تمامی اشکال مختلف هنری، معماری، آموزشی، میراث و گردشگری را درهم می‌آمیزد. آنچه باعث اهمیت میراث در زمینه گردشگری میراث در زمینه گردشگری پسامدرن شده است، ایجاد یک حس نوستالژی بیشتر در شرایط هویت فرهنگی و اجتماعی مختلف است به طور مثال می‌خواهد فرهنگ ایللیاتی را از نو تجدید کنند. اما این چادرنشینی و فرهنگ ایللیاتی، بازگشت به عصر حجر یا تمدن‌های شبانی نیست، بلکه زمینه‌ای از کنش متقابل است که در آن سادگی روابط انسانی - اقتصادی ظاهر می‌شود (پاپلی و سقایی، ۱۳۸۲: ۳۸).

نخستین تعرف از فضا را استرابون ارائه داد و از آن به عنوان اکومن یاد کرده است، یعنی فضایی که انسان در آن زندگی می‌کند (حسین‌زاده دلیر، ۱۳۸۵: ۳۸). فضا یک مقوله بسیار عام است، فضا تمام هستی را پر می‌کند و ما را در تمام طول زندگی احاطه کرده است، فضا می‌تواند چنان نازک و وسیع به نظر آید که احساس وجود بعد از بین برود و یا چنان مملو از وجود سه بعدی باشد که به هر چیزی در حیطه خود مفهومی خاص بخشد. فضای سه بعدی قابلیت جالب توجهی در بالا بردن کیفیت زندگی ما دارد. فضا به محیط زیست اطراف ما

۱- Nostalgia این حس را می‌توان به غم غربت نیز ترجمه کرد.

راحتی و امنیت می‌بخشد که اهمیت آن در یک زندگی لذت بخش از نور آفتاب و محلی برای آرامش کمتر نیست (هدمن و یاوزوسکی، ۱۳۷۰: ۶۷). پراکندگی پدیده‌های جغرافیایی یا فعالیت‌های اقتصادی، در سراسر سطح زمین و یا در داخل یک ناحیه، تحت شرایطی، شکل‌گیری الگوها را امکان‌پذیر می‌سازد. هر الگوی فضایی، حاصل تصمیم‌گیری‌های انسانی است. بر این اساس الگوی پراکندگی فضایی می‌تواند در چهار گروه طبقه‌بندی گردد: الگوی نقطه‌ای، الگوی شبکه‌ای، الگوی سطحی، الگوی ناحیه‌ای (شکوئی، ۱۳۷۷: ۲۹۴-۲۹۲).

فضای شهری با تأثیرپذیری از این الگوها در بخشی از فضا نمود یافته و به وسیله شهر اشغال شده و یا دست کم به ضرورت کارکرد درونی کانون‌های جمعیتی، مورد استفاده قرار گرفته است. این فضا مشتمل است بر محدوده‌های ساخته شده، شبکه راه‌های شهری، قرارگاه‌ها و موسسات صنعتی، موسسات حمل و نقل، باغستان‌ها، اماکن ویژه سرگرمی و تفریح و محل‌های مخصوص گذران اوقات فراغت (دولفوس، ۱۳۷۴).

فضا یک عنصر اصلی در طراحی شهری (هدمن و یاوزوسکی، ۱۳۷۰: ۶۷) لفور فضا را محصولی اجتماعی - سیاسی و محصولی که خرید و فروش می‌شود می‌داند. دیوید هاروی نیز بر این فرایند (به شکل کالا در آمدن فضا) در کتاب عدالت اجتماعی و شهر اشاره دارد. او همچنین الگوی شهرها و مناطق را همگی به فضای تولید و نقش آن در باز تولید شکل‌گیری اجتماعی - اقتصادی وابسته می‌داند. بنابر این تنظیمات فضایی می‌تواند مانع یا زمینه ساز یک سری پدیده‌های اجتماعی باشد و رفتار انسانی در این محیط متناسب با ویژگی‌های اقتصادی - اجتماعی و فرهنگی تغییر کند.

گردشگران شهری از جمله پدیده‌های جدید شهری هستند که زمینه‌ساز یک سری از رفتارهای اجتماعی با توجه به ویژگی‌های شهری‌اند. الگوی رفتاری گردشگران در شهر تابعی از الگوی فضای شهری است که به عنوان جاذبه‌ها و خدمات شهری تعریف می‌شود (شکوئی و موحد، ۱۳۸۱). شهرها غالباً گستره وسیعی از جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی، خرید و جنب و جوش شهری را شامل می‌شوند. بسیاری از جاذبه‌ها و تسهیلات رفاهی اساساً برای خدمت به شهروندان توسعه یافته‌اند، ولی استفاده گردشگران از این تسهیلات می‌تواند به تداوم آنها کمک کند. از این گذشته، شهرها ممکن است مبادی ورود و خروج گردشگران به کشور و منطقه باشند و برای گردشگرانی که به نواحی اطراف آن شهر مسافرت می‌کنند

تبدیل به پایگاه شوند. هتل‌ها و سایر تسهیلات گردشگری بخش تفکیک‌ناپذیر از بافت شهری هستند، در شهرها محل احداث هتل‌ها و سایر تسهیلات گردشگری، و محل احداث جاذبه‌ها باید به دقت تعیین شود (حیدری، ۱۳۸۷: ۴۰).

جاذبه‌های گردشگری

اصطلاح جاذبه به تسهیلاتی نظیر موزه‌ها، گالری‌های هنری، بناهای تاریخی، پارک‌های ویژه و باغ‌های وحش اطلاق می‌شود. جاذبه در واقع هم مکان فعالیت و هم مجموعه فراغتی است که احساس مطلوبیت در آن به وسیله درک واقعی برانگیخته می‌شود. بنابراین جاذبه رابطه تجربی است که بین توریست، منظر و علائم ایجاد می‌شود (قربانی، ۱۳۸۲: ۱۲۲-۱۲۱). جاذبه‌ها و خدمات گردشگری و فعالیت‌های توریستی در شهرها گستره وسیعی دارد. محدوده‌های شهری اغلب فضای وسیعی از جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی، مراکز خرید و رستوران‌ها را در برمی‌گیرد. بسیاری از جاذبه‌های شهری و مراکز پذیرائی (amentias) به طور اولیه برای اقامتگاه خدمات ارائه می‌کنند. استفاده این تسهیلات توسط توریست‌ها می‌تواند به پشتیبانی و تدارک آنها کمک کند. به علاوه، مناطق شهری ممکن است به عنوان مبادی ورود و خروج توریست، در کشور یا ناحیه و یا به عنوان محلی برای انتقال به مناطق مجاور باشند. هتل‌ها و سایر تسهیلات توریستی، بخش یکپارچه‌ای از شهر هستند که هم برای تجار و هم برای مسافران تسهیلات قابل استفاده‌اند (فرج‌زاده، ۱۳۸۴).

در یک بررسی اولیه، جاذبه‌های گردشگری، به سه بخش عمده تقسیم‌بندی می‌شود:

جاذبه‌های تاریخی - جانبه‌های طبیعی - جاذبه‌های انسان ساخت.

در بین جاذبه‌های تاریخی: اماکن مذهبی، مساجد، کلیساها و معابد، اماکن تاریخی مقبره‌ها، حمام‌ها و... هستند (حیدری، ۱۳۸۷).

مساجد

مسجد به عنوان نخستین پدیده جغرافیایی برخاسته از اندیشه اسلامی به عنوان یک نهاد کانون عبادی - سیاسی در سطح جهان گسترش یافت و با نقش عمده‌ای که ایفا کرد خمیرمایه تغییرات نهادی در ساختار اجتماع و اصول اداری - سیاسی در سرزمین‌های اسلامی

گردید. هماهنگ با رشد و توسعه سرزمین‌های اسلامی، مساجد به صور مختلف در نقاط مختلف شهر پدیدار گشتند و به شبکه سازمان‌یافته‌ای در سطح شهر شکل گرفتند (نظریان، ۱۳۸۳). مسجد از عناصر اصلی شهر بعد از دوره اسلامی و از معیارهای اصلی شناخت شهر از روستا در زیستگاه‌های انسانی در دوره شکوفایی تمدن اسلامی بود و از اهمیت زیادی برخوردار شد، مسلمانان به یاری معماران تربیت شده در اندیشه اسلامی در ساخت مساجد، معماری، ظرافت، دقت و هنر را به کار گرفتند و آثار ارزشمندی خلق نمودند.

کلیساها

شواهد تاریخی نشان می‌دهند که از زمان ظهور مسیح (ع) که مقارن با حکومت سلسله اشکانی در ایران بود، مراکز کوچک و بزرگ مسیحی به تدریج در ایران شکل گرفتند. هرچند که ظهور اسلام و پذیرش آن از سوی ایرانیان، پیشرفت مسیحیت در ایران را کند کرد، اما در سده‌های نخستین اسلامی مراکز مسیحی پراکنده‌ای در بین‌النهرین، آذربایجان، همدان، فارس، سیستان، خراسان، آسیای مرکزی، سواحل خزر و ری وجود داشت. نزدیکی آذربایجان به مرزهای امپراتوری بیزانس و سرزمین ارمنستان موجب شد که از دوران باستان کلیساهایی در این منطقه ساخته شود. این کلیساها تا دوره صفویه فعال و بویژه محل عبادت و تبلیغ دینی آرامنه بودند (<http://www.iranurbanstudies.com>).

خدمات گردشگری

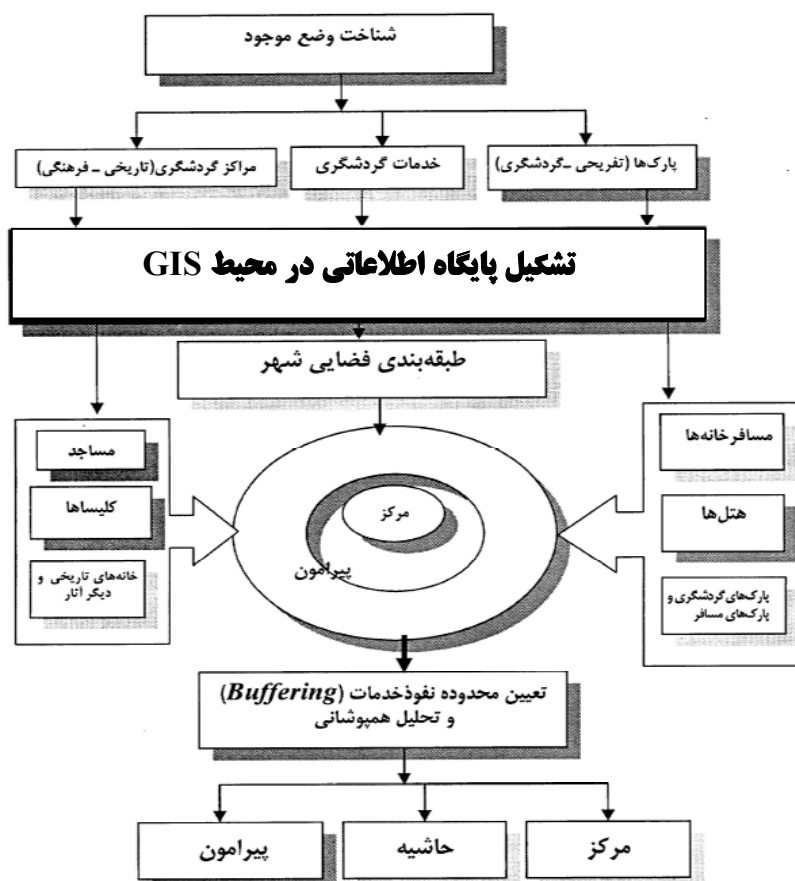
هتل

در طول تاریخ، مسافران برای استراحت و غذا به استراحت‌گاه و هتل‌های عمومی پناه برده‌اند (چاک، ۱۳۸۵). تاسیسات و امکانات هتل‌داری و پذیرایی از جمله عناصر ثانویه سیستم گردشگری (عوامل عرضه) هستند که می‌توانند نقش موثری را در توسعه گردشگری بر عهده داشته باشند (مومنی و صرافی، ۱۳۸۷: ۲۳). اقامتگاه‌ها همواره به عنوان بخشی از انگیزه‌های سفر برای بازدیدکنندگان حائز اهمیت بوده‌اند، هتل‌ها، مسافرخانه‌ها و سایر انواع اقامتگاه‌ها از این قبیل می‌باشند (کتابچی، ۱۳۸۳). هتل‌ها و سایر تسهیلات توریستی، بخش یکپارچه‌ای از شهر هستند که هم برای تجار و هم برای مسافران تسهیلات قابل استفاده‌اند (فرج‌زاده، ۱۳۸۴).

مسافر خانه

مسافرخانه‌ها، همان نقش هتل‌ها را دارند، اما از نظر قیمت، زیبایی، بهداشت، نوع ارائه خدمات و رتبه در سطح پایین‌تر از هتل‌ها قرار می‌گیرد.

چهارچوب روش تحقیق



شکل (۱) سنجش رابطه بین نقاط بسیار مهم تاریخی-فرهنگی نسبت به خدمات گردشگری موجود

در شهر تبریز

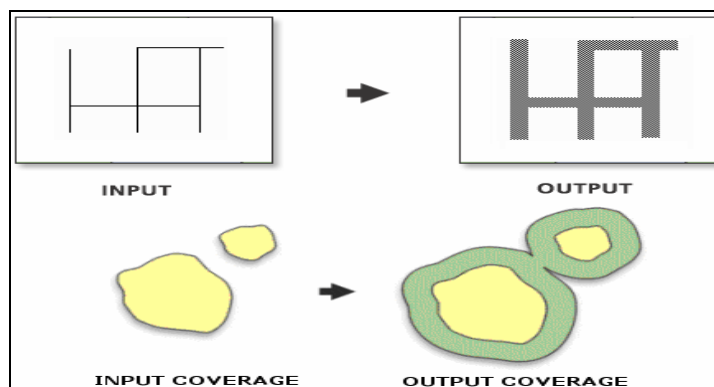
منبع: پژوهشگر

مواد و روش‌ها

برای تشکیل پایگاه اطلاعاتی پایگاه اطلاعاتی به روش زیرعمل شد. ابتدا عناصر گردشگری شهر به دو گونه فاکتورهای «عناصر اولیه» یعنی، جاذبه‌ها و فاکتورهای «عناصر ثانویه» که همان خدمات گردشگری گروه‌بندی شد. عناصر اولیه، شامل (میراث، چشم‌اندازها، یادمان‌ها) و عناصر ثانویه شامل، (هتل‌ها مسافرخانه‌ها، رستوران‌ها، پارک‌ها) هستند. هر کدام در نقشه جداگانه تنظیم شدند، در واقع، این شکل یک چارچوب کلی از بررسی نشان می‌دهد؛ در ادامه شهر از نظر فضایی به صورت مرکز، پیرامون و حاشیه تقسیم‌بندی شد و عوامل توریستی (عناصر اولیه و ثانویه) نسبت به هم مورد ارزیابی قرار گرفتند که نتایج به دست آمده را در جدول شماره (۵) مشاهده کنید.

برای انجام هر تحقیقی روش خاصی یا روش‌های معمول که از قاعده و اصول خاصی پیروی کند، نیاز داریم. در پژوهش حاضر مراحل به روش زیر انجام شد، با توجه به اینکه عوارض در پایگاه به صورت نقطه‌ای، خطی و سطوح است که در سه شکل گفته شده ابتدا عوارض در محیط Arc GIS در روی نقشه دیجیتالی شهر به شکل گرافیک در آمده و سپس با استفاده از ماژول X Tools، عوارض و نقشه شهر تلفیق، Export و در نهایت به صورت shape file تبدیل گردید. Shape file ها، برای تولید نهایی نقشه‌ها و برخی تغییرات آن‌ها انجام گرفت. در نهایت بعد از تغییراتی مجدداً نقشه تکمیل شده Export و به صورت تصاویر قابل نمایش آمد.

حاشیه یا به اصطلاح بافر در واقع پلیگونی است که به فاصله معینی در حاشیه یک نقطه، خط و یا محدوده‌ای خاص ایجاد می‌شود (شکل ۲). حاشیه‌سازی دارای انواع ساده و مرکب است. بافرها بر اساس فاصله و عملکردی معین تعریف و طراحی می‌شوند و دارای ۵ نوع مختلف متداخل، اختیاری، سببی، قابل سنجش، قانونمند و دستوری هستند.



شکل (۲)

به طور کلی از عملیات حاشیه سازی وقتی استفاده می‌شود که فاصله از یک نقطه، یک خط و یا پلیگون بر روی سایر عوارض قرار گرفته در محدوده مورد نظر مهم باشد. برای مثال، توسط این تابع تحلیل‌گری GIS امکان برآورد خرابی زلزله و سیلاب‌های رودخانه‌ای بر حسب فاصله (کمربندهایی) از مرکز وقوع زلزله و یا خط‌القعر رودخانه وجود دارد (رسولی، ۱۳۸۴).

بررسی منطقه مورد مطالعه

وجه تسمیه

قدیمی‌ترین سندی که از شهر تبریز در دست است، کتیبه شاروخین دوم یا سارگن فرمانروای آشور است به سال ۷۱۴ قبل از میلاد از شهری به نام اوشکایا، که اسکوی فعلی باشد و نیز از دژی بنام «تاروی» سخن می‌راند. باستان‌شناسان و مورخین یونان نیز تبریز پیش از اسلام را محلی آباد ذکر کرده‌اند (حسین‌زاده دلیر، ۱۳۷۴: ۱)

ویژگی اجتماعی - اقتصادی

جمعیت

براساس سرشماری نفوس و مسکن سال ۱۳۸۵، جمعیت کل شهر تبریز برابر با ۱,۳۹۸,۰۶۰

نفر می‌باشد که از این تعداد ۷۱۵،۱۰۳ نفر مرد و ۶۸۲،۹۵۷ نفر زن هستند که با توجه به این تعداد نسبت جنسی ۱،۰۴ می‌باشد. تعداد خانوار معمولی ساکن در این شهر ۳۷۶،۱۸۰ خانوار است و بعد خانوار عدد ۳،۶۴ می‌باشد.

جدول (۱) جمعیت شهر تبریز به تفکیک گروه سنی و جنس

ردیف	سن	کل (نفر)	زن (نفر)	مرد (نفر)
۱	نوزادان و کودکان (۰ تا ۱۵ سال)	۱۱۱۷۵۸	۵۴۴۵۵	۵۷۳۰۳
۲	نوجوانان (۱۵ تا ۲۵ سال)	۳۵۹۴۱۷	۱۷۷۶۵۲	۱۷۱۷۶۵
۳	جوانان (۲۵ تا ۴۰ سال)	۴۰۱۶۳۶	۱۹۶۶۵۸	۲۰۴۹۷۸
۴	بزرگسالان (۴۰ تا ۶۵ سال)	۳۲۵۱۶۷	۱۵۷۷۰۲	۱۶۷۴۶۵
۵	سالمدان (۶۵ به بالا)	۸۲۵۲۵	۴۰۰۲۳	۴۲۵۰۲

ماخذ: مرکز آمار ایران - سرشماری نفوس و مسکن ۱۳۸۵

وضعیت اشتغال

براساس نتایج سرشماری سال ۱۳۷۵، از کل افراد فعال اقتصادی شهر تبریز حدود ۹۴/۲ درصد را شاغلان و ۵/۸ درصد را بیکاران جویای کار تشکیل می‌دهند (جدول شماره ۲).

جدول (۲) جمعیت ۱۰ ساله و بیشتر و وضع فعالیت در شهر تبریز در سال ۱۳۷۵

شهر	تعداد جمعیت	جمعیت فعال از نظر اقتصادی				جمعیت غیرفعال	اظهاری نشده	
		جمع	بیکاران		شاغلین			
			تعداد	درصد	تعداد			درصد
تبریز	۱۱۹۲۳۷۰	۴۲۷۱۹۹	۲۴۷۵۰	۵/۸	۴۲۷۵۰	۷۵۰۵۲۴	۱۴۶۴۷	

ماخذ: سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۷۵ - مرکز آمار ایران

جمعیت شاغل بر حسب گروه‌های عمده فعالیت

همچنان که در جدول مشاهده می‌شود از میان فعالیت‌های سه‌گانه اقتصادی، صنعت با ۴۴/۸ و خدمات با ۴۴/۶ درصد به ترتیب رایج‌ترین فعالیت اقتصادی شهر به شمار می‌روند. این میزان در فعالیت کشاورزی برابر ۸/۸ درصد می‌باشد.

جدول شماره (۳) شاغلان ۱۰ ساله و بیشتر شهر تبریز بر حسب گروه‌های عمده فعالیت سال ۱۳۷۵

شهر	کشاورزی		صنعت		خدمات		سایر	
	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد
تبریز	۳۵۴۷۵	۸/۸	۱۸۰۲۰۴	۴۴/۸	۱۷۹۳۵۲	۴۴/۶	۷۳۶۸	۱/۸

مأخذ: آمارنامه استان آذربایجان شرقی ۱۳۸۱، جدول (۳)

نقاط تاریخی - فرهنگی شهر

مساجد

از آن جمله می‌توان به مسجد کبود اشاره کرد که به عنوان - فیروزه اسلام - شهرت یافته است. در شهر تبریز به لحاظ تاریخ کهن و درخشان سیاسی - فرهنگی مساجد زیادی ساخته شده است که بسیاری از آنها جزو آثار با ارزش و حفاظت شده فرهنگی می‌باشند از مجموع این مساجد دوازده مسجد انتخاب و در پایگاه اطلاعاتی قرار داده شد، این مساجد عبارتند از مسجد استاد و شاگرد، اسماعیل خاله‌اوغلی، امام جمعه، حاج صفرعلی، حجه‌السلام، مسجد جامع، کبود، علی‌شاه، حسن‌پاشا، ظهیریه، تقه‌السلام و مسجد مجتهد (کیانی، ۱۳۶۸)، نقشه شماره (۱).

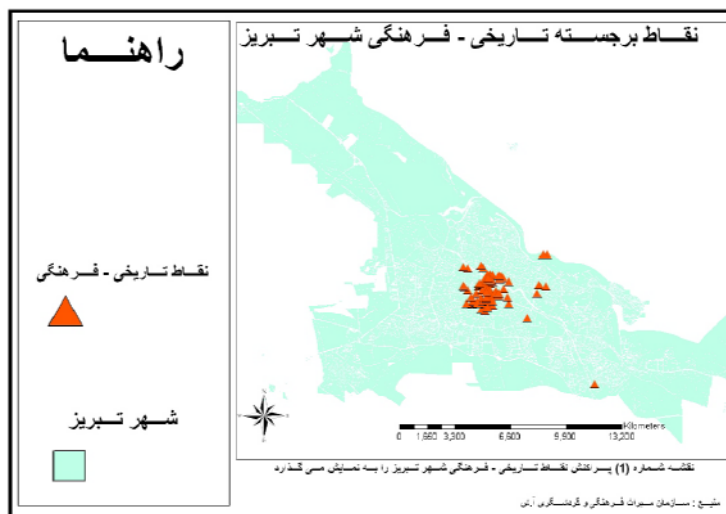
کلیساها

شهر تبریز از دیرباز محل همزیستی ادیان و آئین‌های گوناگون بوده است و به دلیل قدمت تاریخی وجود مکان‌های مذهبی و مقدس غیر اسلامی یک امر طبیعی به شمار می‌رود. به همین جهت کلیساهای متعددی در این شهر بنا شده‌اند که هنوز هم فعالیت دارند. در تبریز شش کلیسا وجود دارد که مهم‌ترین آنها عبارتند از: کلیسای سرکیس مقدس که در سال ۱۸۴۵ میلادی تجدید بنا شده و در محله بارون‌آواک قرار دارد. کلیسای مریم مقدس در نبش خیابان شریعتی شمالی و جمهوری اسلامی واقع شده است و ساختمان آن در سال ۱۷۸۵ میلادی پایان یافته و بزرگ‌ترین و قدیمی‌ترین کلیسای تبریز است. کلیسای عذرای توانا در محله میارمیار قرار دارد و در سال ۱۹۱۰ میلادی احداث شد.

(<http://www.iranwawex.com/test1/farsi/cultural.htm>)

سایر جاذبه‌ها

در این بررسی تعداد ۷۹ مکان انتخاب شد؛ مساجد، کلیساها، مجموعه بازار تبریز، ارگ تبریز، برج شهرداری، مقبره‌ها و خانه‌های تاریخی در میان نمونه‌ها قرار دارد. این مکان‌ها، از جمله آثار بسیار مهم، استفاده شده در این تحقیق هستند. این تعداد نمونه انتخاب شده، به خوبی تجمع میراث را در مرکز ثقل شهر نشان داد، نقشه شماره (۱). با توجه به اینکه داده‌های وارد شده در پایگاه اطلاعاتی به خوبی، توزیع فضایی نقاط میراث را در شهر نشان می‌دهد، و با وارد کردن بقیه نقاط مورد نظر در نوع پراکنش تغییری به وجود نیامد، به همین دلیل از قرار دادن آنها اجتناب شد. یعنی این نتیجه قطعی به وجود آمد که اکثر آثار تاریخی در مرکز ثقل شهر واقع هستند.



نقشه (۱) پراکنش نقاط تاریخی - فرهنگی شهر تبریز

منبع: سازمان گردشگری و میراث فرهنگی آ.ش، تلفیق نقشه‌ها از پژوهشگر

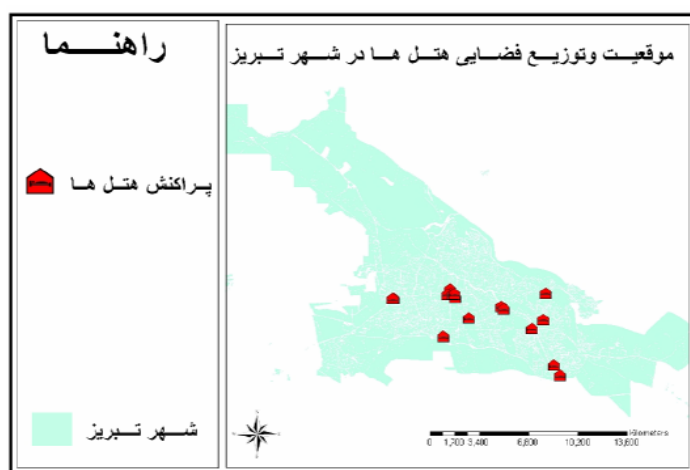
خدمات گردشگری

خدمات گردشگری، همچون هتل‌ها، مسافرخانه‌ها، پارک‌های گردشگری، غذاخوری‌ها،

... هر چند، بطور مستقیم، هدف گردشگران و مسافران نیستند، ولی برای ارائه خدمات به گردشگران، و مسافران وجودشان ضروری است. توزیع فضایی بهینه آنها در جذب توریست‌ها نقش مهمی دارند.

هتل‌ها

به علت اینکه نوع پراکنش هتل‌ها و مسافرخانه‌ها در شهر از همدیگر متفاوت هستند، بر همین اساس نوع توزیع فضایی آنها در شهر بطور جداگانه بررسی می‌شود؛ در این شهر ۱۸ هتل وجود دارد که دو مورد از آنها هتل پنج ستاره، دو مورد چهار ستاره و بقیه آنها در رتبه‌های بعدی قرار می‌گیرند (سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان آ.ش) که مجموعاً در پایگاه اطلاعاتی قرار گرفتند، توزیع آنها در نقشه (۲) می‌بینید.



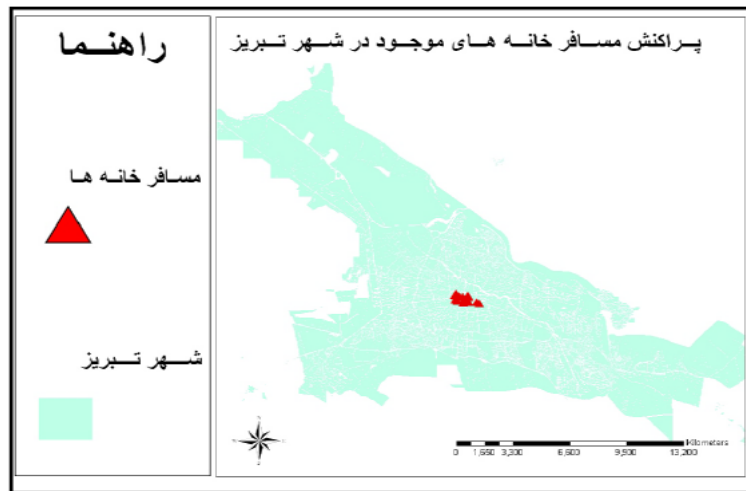
نقشه شماره (۲) توزیع فضایی هتل‌های شهر تبریز

منبع: سازمان گردشگری و میراث فرهنگی آ.ش، تلفیق نقشه‌ها از پژوهشگر

مسافرخانه‌ها

مسأله مهمی که در مورد مسافرخانه‌های شهر تبریز وجود دارد؛ این است که طبق بررسی میدانی و با مراجعه به محل استقرار آنها، مشاهده گردید، اکثر مسافرخانه‌ها قدیمی بوده و در

بخش پر رفت و آمد و پرتراکم شهر از لحاظ (مسکونی و جمعیتی) قرار دارند و بیشتر آنها فاقد پارکینگ هستند. در این شهر ۲۶ مورد مسافر خانه وجود دارد که نقشه (۳) پراکنش آنها را نشان می‌دهد.

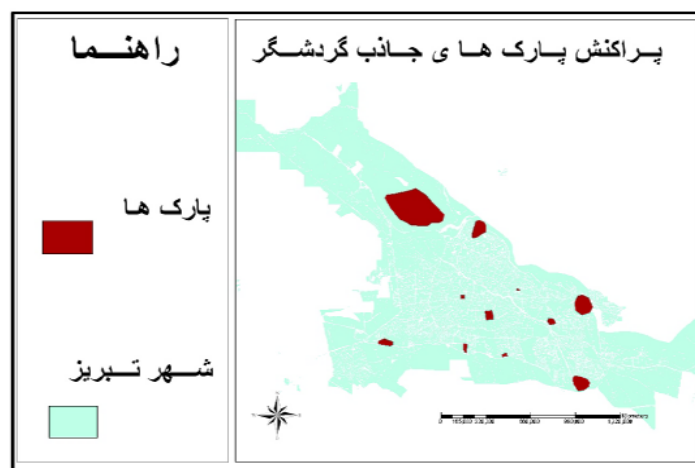


نقشه شماره (۳) توزیع فضایی مسافر خانه‌های شهر تبریز

منبع: سازمان گردشگری و میراث فرهنگی آ.ش، تلفیق نقشه‌ها از پژوهشگر

پارک‌ها

پارک‌های مسافر در سال‌های اخیر در بعضی از نقاط شهر تبریز جهت ارائه خدمات به مسافری، بویژه گردشگران در نظر گرفته شده است. این پارک‌ها برای مسافری که در مسیر خود از شهر تبریز عبور می‌کنند، اختصاص داده شده است که بیشتر با ارائه کارت شناسایی صورت می‌گیرد. طبق اظهارات هنگام بررسی این مقاله، سه پارک، به عنوان پارک مسافر در سطح شهر تبریز در نظر گرفته شده است. به غیر از این پارک‌ها، مسافری و گردشگران از سایر پارک‌ها که شعاع خدماتی آنها درحد ناحیه‌ای و منطقه‌ای است، مورد قرار می‌گیرد (سازمان پارک‌ها و فضای سبز تبریز)؛ نقشه شماره (۴) پراکنش آنها نشان می‌دهد.



نقشه شماره (۴) پراکنش پارک‌های دارای جاذبه گردشگری

منبع: سازمان گردشگری و میراث فرهنگی آ.ش، تلفیق نقشه‌ها از پژوهشگر

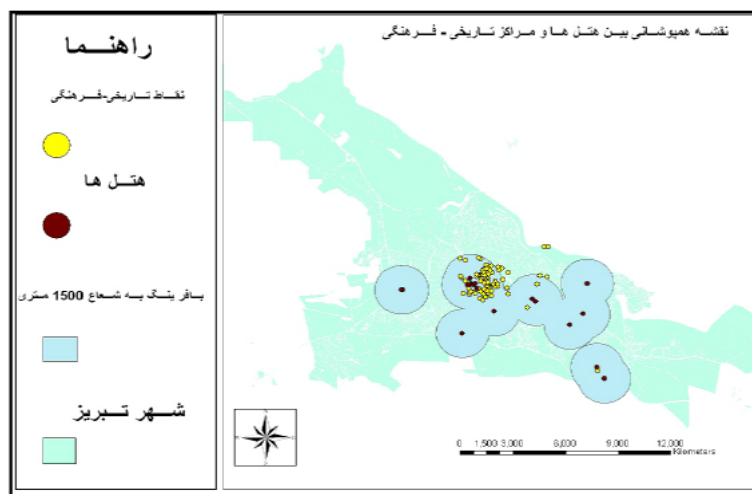
بحث و نتایج

شاید ساده‌ترین شکل تحلیل GIS، نمایش توزیع جغرافیایی داده‌ها باشد (اندی میچل، ۱۳۸۳: ۶۶). برای گروه‌های مسافرت‌کننده انواع مختلف از خدمات، در شهرها نیاز است، شاید یک مسافر با سطح درآمد بالا در هتل اقامت کند و گروه دیگری از مکان‌های مناسبی مانند پارک‌ها که امکان چادر زدن در آنها میسر بوده و دارای امکانات رفاهی برای گردشگران باشد، استفاده کنند. یکی از راه‌های جذب توریست در شهرها تلاش در ارائه خدمات مختلف برای آنها است با بررسی هتل‌ها، مسافر خانه‌ها و پارک‌ها و وارد کردن داده‌ها در پایگاه اطلاعاتی، در این بخش لایه‌های بدست آمده نسبت به هم و با استفاده از تحلیل همپوشانی مورد مقایسه قرار گرفته و در هر قسمت نقشه جداگانه ارائه شده است.

ارتباط مراکز تاریخی - فرهنگی با هتل‌ها

هتل‌ها در سطوح بالای ارائه خدمات از لحاظ کیفیت و هزینه هستند و معمولاً افراد با درآمد بالا توانایی پرداخت هزینه آن را دارند، اینکه هتل‌ها در چه فاصله‌ای از مراکز جاذب

گردشگر تاریخی - فرهنگی و نقاط دیدنی و زیبای شهر قرار گیرد، هم از نظر شعاع دسترسی و هم از لحاظ پراکنش صحیح آنها از جهت شهرسازی و توزیع فضایی مناسب می‌تواند به زیبایی شهر کمک کند و ارائه خدمات را در بخش‌های مختلف شهر فراهم سازد.



نقشه شماره (۵) سنجش رابطه بین نقاط تاریخی - فرهنگی و هتل‌ها با بافر ۱۵۰۰ متری

منبع: سازمان گردشگری و میراث فرهنگی آ.ش، تلفیق نقشه‌ها از پژوهشگ

در راستای این هدف از استانداردهای جدول (۴) استفاده شده است، همانطور که در جدول مشاهده می‌شود، خدمات رفاهی در سطح منطقه می‌تواند شعاع دسترسی بین ۱۴۵۰-۱۲۵۰ قرار گیرد، در این بررسی با ملاک قرار دادن شعاع ۱۴۵۰ متر بافری به همین ابعاد در اطراف نقاط هتل‌ها ایجاد شد؛ که نتایج آن در نقشه (۵)، نشان داده شده است. چنانکه ملاحظه می‌گردد؛ تا اندازه‌ای توزیع فضایی هتل‌ها مناسب نیست، حتی چندین هتل در شعاع‌های دسترسی بر روی هم قرار گرفته‌اند، و قسمت‌های زیادی خارج از خدمات‌دهی هتل‌ها و شعاع دسترسی آنها قرار دارند و با طی مسافت و هزینه بیشتر می‌توانند از خدمات آنها بهره‌مند شوند.

جدول (۴) عناصر تشکیل‌دهنده تقسیمات کالبدی یک شهر

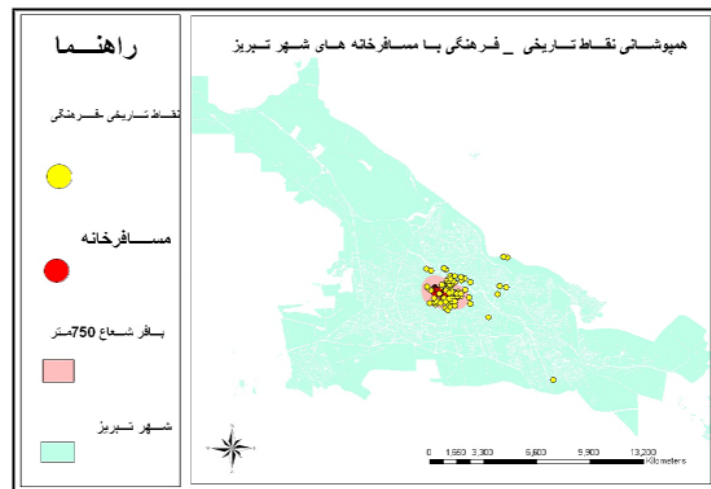
ردیف	نام تقسیم	دامنه نوسان		دامنه نوسان شعاع دسترسی			عمر شاخص		عناصر امور رفاهی	رفت و آمد
		خانوار	نفر	به متر	زمان به دقیقه	رده خدماتی	نام	مقیاس مطلوب		
۱	واحد مسکونی	۸	۲-۵	-	پیاده	بهداشتی	آشپز خانه حمام	بسته به شیوه طراحی	-	-
۵	برزن	۲۰۰۰-۱۸۰۰	۱۲۰۰۰-۸۰۰۰	۵۵۰-۴۵۰	۶-۷	آموزشی	راهنمایی	به ازای هر دانش آموز ۱۱ متر مربع	-	-
۶	ناحیه	۵۰۰۰-۲۵۰۰	۲۲۰۰۰-۱۶۰۰۰	۷۵۰-۶۵۰	۸-۱۰	آموزشی	دبیرستان	به ازای هر دانش آموز ۱۲ متر مربع	-	-
۷	منطقه	۱۸۰۰۰-۱۲۵۰۰	۸۰۰۰۰-۶۰۰۰۰	۱۴۵۰-۱۲۵۰	۱۶-۲۰	بهداشتی و درمانی	بیمارستان	به ازای هر نفر ۱۰۰۰/۷۳ تخت بیمارستانی	-	-

منبع: (حیبی و مساللی ۱۳۷۸)

ارتباط مراکز تاریخی - فرهنگی با مسافرخانه‌ها

مسافرخانه‌ها، همان عملکرد هتل را در سطح نازل تر و با هزینه‌های کم‌تر انجام می‌دهند و شعاع دسترسی آنها از هتل‌ها کمتر است، شعاع دسترسی آن را در سطح ناحیه و بین ۷۵۰-۶۵۰ با ایجاد بافری به ابعاد ۷۵۰ متر با توجه به شاخص استاندارد جدول (۴) فاصله مناسبی برای مسافرخانه‌ها عنوان شده است. همانطور که در نقشه (۶) مشاهده می‌گردد، با روی هم قرار دادن لایه‌های مسافرخانه‌ها و نقاط تاریخی - فرهنگی، مسافرخانه‌ها نسبت به سایر

خدمات بررسی شده، تجمع آنها در مرکز شهر خیلی زیاد است؛ شکل بافر آنها به جای حلقه‌های جداگانه تقریباً حالت یک حلقه را پیدا کرده؛ این نوع توزیع فضایی، تراکم ساختمانی را در مرکز شهر به وجود آورده است. تراکم ساختمانی و مراجعان متعددی که به این بخش از شهر می‌آیند، ترافیکی شدیدی را در طول روز به وجود می‌آورد. همچنین بسیاری از نقاط تاریخی - فرهنگی در خارج از محدوده خدماتی آنها قرار می‌گیرند. و با توجه به بررسی میدانی و بازدید از موقعیت با استفاده از نقشه و حضور فیزیکی در محل استقرار آنها، به خصوص در ارتباط با مسافر خانه‌های شهر تبریز، مشاهده شد که در نقاط پر ازدحام این شهر قرار دارند، و از این جهت در طرح‌های توسعه‌ای آینده شهر نسبت به تعمیر و نگهداری، تغییر کاربری و یا در صورت امکان تبدیل به فضاهای باز جهت فضای سبز اقدام شود.



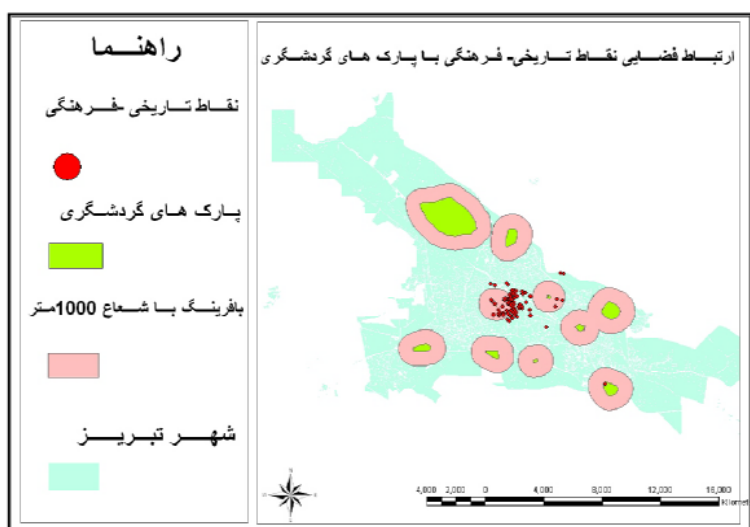
نقشه شماره (۶): همپوشانی بین نقاط تاریخی - فرهنگی و مسافرخانه های موجود شهر تبریز

منبع: سازمان گردشگری و میراث فرهنگی آ.ش، تلفیق نقشه‌ها از پژوهشگر

ج- ارتباط مراکز تاریخی - فرهنگی با پارک‌های گردشگری

پارک‌های مسافر در سال‌های اخیر در بعضی از نقاط شهر تبریز جهت ارائه خدمات به

مسافری، بویژه گردشگران در نظر گرفته شده است. این پارک‌ها برای مسافرینی که در مسیر خود از شهر تبریز عبور می‌کنند، اختصاص داده شده است که بیشتر با ارائه کارت شناسایی صورت می‌گیرد. به غیر از این پارک‌ها، مسافرین و گردشگران از سایر پارک‌ها که شعاع خدماتی آنها در حد ناحیه‌ای و منطقه‌ای است، مورد استفاده آنها قرار می‌گیرد (سازمان پارک‌ها و فضای سبز تبریز). برای تسهیل استفاده از امکانات فضای باز پارک‌ها، بهتر است، بر افزایش تعداد پارک‌های مسافر و از سایر پارک‌ها که توانایی ارائه خدمات در سطح ناحیه و منطقه را دارند، امکانات بیشتری فراهم شود. در این قسمت با ایجاد بافری ۱۰۰۰ متری در اطراف پارک‌ها نسبت به نقاط تاریخی سنجیده شد که نتایج آنها به همراه نقاط میراث در نقشه (۷) مشاهده می‌شود، با توجه به نقشه در این شعاع تعداد خیلی اندکی از مراکز تاریخی فرهنگی را تحت پوشش پارک‌ها قرار گرفته است.



نقشه شماره (۷) ارتباط فضایی بین نقاط تاریخی - فرهنگی و پارک

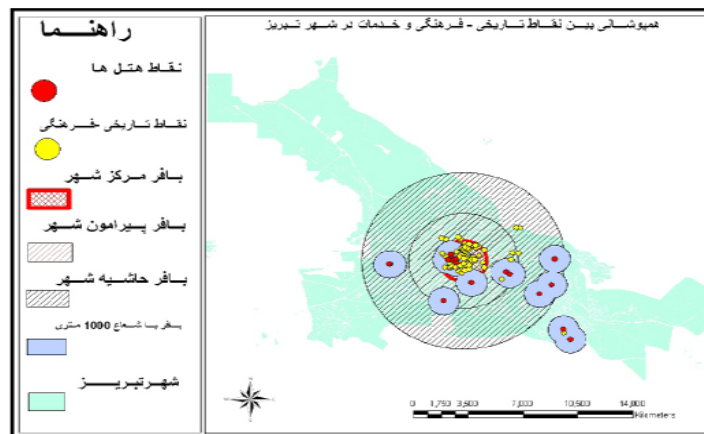
منبع: سازمان گردشگری و میراث فرهنگی آ.ش، تلفیق نقشه‌ها از پژوهشگر

تحلیل پراکنش فضایی نقاط تاریخی - فرهنگی

در این بخش نقشه شهر به سه بخش مرکز، پیرامون و حاشیه تقسیم‌بندی شد تا توزیع فضایی نقاط خدماتی و تاریخی - فرهنگی نسبت به همدیگر و بخش‌های مختلف شهر نشان داده شود. در این تقسیم‌بندی شهر را به شعاع ۱۵۰۰، ۲۰۰۰، ۳۰۰۰ متری بافرینگ مرکز، پیرامون و حاشیه قرار داده‌ایم که این تقسیم‌بندی تا حدودی با منطقه‌بندی و موقعیت بخش مرکزی و تاریخی شهر منطبق گردیده است، نقاط تاریخی - فرهنگی.

نسبت به خدمات در سه بخش (مرکز، پیرامون، حاشیه) مورد سنجش قرار گرفت که در نقشه شماره (۸) جزئیات آن را بیشتر ملاحظه می‌کنید.

در مرحله بعدی هتل‌های به نمونه از میان خدمات شهری انتخاب و با ایجاد کردن بافری با شعاع ۷۵۰، ۱۰۰۰ و ۱۵۰۰ متری و اضافه نمودن لایه‌های نقاط تاریخی - فرهنگی بر روی آن تحلیل همپوشانی انجام شد که نتایج آن در نقشه (۸) مشاهده می‌کنید، این روش، یعنی سنجش رابطه بین میراث و خدمات انجام شد که نتایج آنها در جدول شماره (۵) ارائه شده است.



نقشه شماره (۸)

منبع: سازمان گردشگری و میراث فرهنگی ا.ش.، تلفیق نقشه‌ها از پژوهشگر نقشه (۸)

ذکر شده انجام گرفت که نتایج تحلیل همپوشانی مرکز، حاشیه، پیرامون بین خدمات و نقاط تاریخی - فرهنگی شهر در جدول (۲) آورده شده است.

اطلاعات این جدول نشان می‌دهد که اکثر نقاط تاریخی - فرهنگی در ارتباط با خدمات جنبی آن بیشتر در بخش مرکز شهر باهم مرتبط هستند و تقریباً خدمات مختلف نسبت به نقاط تاریخی - فرهنگی، در مرکز شهر حالت مشابه قرار دارند، توزیع فضایی مسافرخانه‌ها در مرکز شهر بیشتر است. فقط در این میان پارک‌های گردشگری در فاصله خارج از شعاع دسترسی نقاط تاریخی هستند. اگر برای پارک‌ها شعاع دسترسی بیشتری در نظر گرفته شود، در آن صورت پارک‌ها در شعاع دسترسی مناسب نقاط تاریخی - فرهنگی قرار نمی‌گیرند و برای استفاده از امکانات پارک‌ها زمان و انرژی بیشتری صرف می‌شود.

نتایج حاصل از همپوشانی داده‌ها در مرکز، پیرامون و حاشیه شهر تبریز

جدول (۵)

۱	تقسیم فضایی شهر	تعداد نقاط (تاریخی- فرهنگی)	در تناسب با هتل‌ها			در تناسب با مسافر خانه‌ها			در تناسب با پارک گردشگری		
			۱۵۰۰ متری	۱۰۰۰ متری	۷۵۰۰ متری	۱۰۰۰ متری	۷۵۰ متری	۵۰۰ متری	۱۰۰۰ متری	۷۵۰ متری	۵۰۰ متری
۲	مرکز	۶۷	۵۰	۳۹	۱۶	۶۰	۵۵	۳۹	۲۳	۱۷	۵
۳	پیرامون	۸	۲	۱	-	-	-	-	۲	۲	۱
۴	حاشیه	۴	۱	۱	۱	-	-	-	۲	۱	۱
۵	جمع	۷۹	۵۳	۴۱	۱۷	۶۰	۵۵	۳۹	۲۷	۲۰	۷

منبع: پژوهشگر، جدول (۵)

تحلیل شبکه دسترسی

به لحاظ اینکه شبکه دسترسی نقش مهمی در شهرهای بزرگ هم از جهت شکل ظاهری و هم از جهت روانی حرکت در سطح شهر تأثیر موثری بر جذب توریسم، دارد، عدم وجود سلسله مراتب در شبکه معابر آسفتگی و بی‌نظمی در جزء ترافیک آن را به وجود خواهد آورد (جوادی، ۱۳۸۵: ۲۸۹). ساختار شبکه ارتباطی در شهر تبریز به شکلی است که خیابان‌بندی

شهر شکل شعاعی داشته و محورهای اصلی آن به مرکز ختم می‌شود و تا حدودی این حرکت‌های شعاعی از انواع میانی و کناری به مرکز شهر بر روی این محور همچنان باقی مانده است. بر اساس نقش و عملکردی که برای مرکز شهر به عنوان تجمع واحدهای تجاری، اداری و خدماتی پیش‌بینی شده بود، محورهای واقع در این ناحیه نیز به همان نسبت اهمیت و نقش بالائی پیدا کرده‌اند. با توجه به وسعت ۲۱۳ هکتاری مرکز شهر (یک درصد از کل سطح شهر) و با در نظر گرفتن جمعیت متفاوت شب و روز، ثبت بالائی از سفرهای شهر (حدود ۴۴ درصد) در این محدوده انجام می‌گیرد، ظرفیت جمعیت‌پذیری و کیفیت سکونت نیز در این محدوده دارای سطح پایینی است. محدوده ثبت شده بازار تاریخی دارای وسعتی حدود ۱۵ هکتار می‌باشد. این محدوده از جهت جذب سفرهای شهری از اهمیت زیادی برخوردار است؛ بخش زیادی از سفرهای تولید شده در تبریز جذب محدوده بازار می‌شود (همانجا).



نقشه (۹)

منبع: معاونت حمل و نقل شهرداری تبریز تلفیق نقشه‌ها از پژوهشگر، نقشه (۹)

با توجه به نقشه (۹)، شبکه دسترسی‌ها در بخش مرکزی از شهر مناسب تراکم ترافیکی موجود نیست و اکثر آنها در این قسمت یک‌طرفه هستند در مرکز فیزیکی شهر بخصوص

در محدوده بازار قدیمی که بیشترین آثار تاریخی - فرهنگی در آنجا قرار دارد، در طول روز ترافیک شدیدی جریان دارد و این مسأله برای آمدوشد شهروندان و مسافران و بویژه توریست‌ها مشکل زیادی به وجود می‌آورد.

نتیجه‌گیری

نظم و انضباط در زیبایی یک شهر مؤثر است. معماری، هنر، برنامه‌ریزی شهری، عمران در این زیبایی مشارکت دارند. همچنین پراکنش مناسب و علمی عناصر، تجهیزات و شریان‌های شهری نقش حائز اهمیتی دارند. اگر هر عاملی در شهر (تجهیزات و تسهیلات به طور صحیح و علمی ایجا شود و در کنار خرید، تفریح، رفت و آمد، خدمات مورد نیاز آن در نظر گرفته شده و به صورت سیستماتیک برنامه‌ریزی شود؛ دیگر شاهد تلاش و تقلای بی‌جهت و بی‌حاصل در شهر نخواهیم بود. اما همه اینها به خاطر این است، هر مراجعه‌کننده‌ای به شهر چه ساکنان، چه مسافران یا گردشگران باید یک تصویری روشن از محیط درک کنند، شخصی را قادر سازد به آسانی از جایی به جایی دیگر رود. فی‌المثل، خانه دوستش را، یک مغازه، دگمه‌فروشی را و یا یک پاسبان را به آسانی بیابد. اما محیطی که عوامل آن به نظام آمده باشد، می‌تواند متضمن فوائد دیگر باشد، می‌تواند مأخذ مراجعه‌ای وسیع باشد یا در به نظم در آوردن فعالیت‌ها، اعتقادات یا دانش‌ها مؤثر گردد.

با تحلیل نقشه‌ها، نتیجه‌گیری می‌شود؛ در شهر تبریز خدمات مورد نیاز بخصوص مسافرخانه‌ها جهت استفاده بازدیدکنندگان و مسافران مراکز تاریخی - فرهنگی مناسب نبوده و در بخش‌های مختلف شهر دسترسی به خدمات آنها به یک اندازه نیست و از کیفیت پایینی برخوردار هستند. بخصوص تجمع آنها در مرکز ثقل شهر بیشتر به چشم می‌آید و لازم است، در تعمیر و نگهداری، نوسازی و توزیع فضایی آنها توجه شود.

در خصوص هتل‌ها در برنامه‌های آتی در مکان‌یابی در شهر نسبت به وضع موجود دقت بیشتری گردد؛ چون هتل‌های شهر نیز نوعی گرایش به تجمع در مرکز نشان می‌دهد. اینکه دسترسی‌ها در سطح شهر چگونه توزیع گردد در منابع برنامه‌ریزی شهری و شهرسازی استانداردهایی وجود دارد اما مرکز شهر تبریز به لحاظ وجود آثار متعدد تاریخی و لزوم حفظ

این آثار و مشکل تخریب تعمیر و نوسازی این بخش از شهر را دچار مشکل جدی کرده، بیشتر جریان‌های عبوری در این قسمت شهر یک‌طرفه هستند، در بیشتر ساعات روز مشکل ترافیکی وجود دارد که به نظر می‌رسد برای برطرف شدن این مشکل و دسترسی آسان مسافری، گردشگران و خود شهروندان بهترین گزینه تسریع در اتمام مترو و همچنین بهره‌گیری بیشتر از وسایل حمل و نقل عمومی در شهر است.

باتوجه پیش‌بینی سازمان جهانی توریسم، با همان شکلی که گزارش شده، تحقق یابد (بر اساس این پیش‌بینی‌ها تعداد توریست‌ها تا سال ۲۰۲۰ بر یک میلیارد و ششصد میلیون نفر خواهد رسید) و از آنجا که مسیرهای توریستی جدید در کنار مسیرهای قبلی به وجود خواهد آمد، با این اوضاع اگر هر کشور، منطقه و یا ناحیه‌ای شرایط برای ورودی‌ها مناسب نباشد. از این «صنعت بدون دود» بهره‌ای نخواهد برد.

پیشنهادات

- شناساندن آثار تاریخی - فرهنگی شهر تبریز از طریق تبلیغات، چاپ پوستر ارائه خدمات مناسب، آموزش شهروندان در نحوه برخورد با توریست.

- توجه به زیرساخت‌ها و ایجاد امکانات رفاهی در شهر و همچنین در مسیرهای منتهی به شهر تبریز جهت ارائه خدمات به مسافران، گردشگران و شهروندان جهت ایجاد شهر سالم و پایدار.

- افزایش شبکه‌های دسترسی با تاکید بر حفظ آثار تاریخی - فرهنگی جهت تسریع دسترسی گردشگران به جاذبه‌های شهر.

- افزایش سطح همکاری‌ها بین شهر تبریز با استان‌ها و کشورهای همجوار جهت تبادل گردشگر، این همکاری می‌تواند، به صورت ایجاد تفاهم‌نامه و قراردادهای مشترک در ارائه خدمات، احترام به توریست با توجه به توصیه‌های سازمان جهانی گردشگری در ششمین اجلاس خود در سال (۱۹۸۵).

- مطالعه جامع گردشگری شهر تبریز با توجه به قابلیت‌ها و توانمندی‌های بالقوه و بالفعل آن.

منابع

- ۱- اندی میچل، باب بوت (۱۳۸۳)، *آشنایی با نرم‌افزارهای Arc GIS*، ترجمه نجاری، ایر عباس انتشارات شرکت پردازش و برنامه‌ریزی (وابسته به شهرداری تهران).
- ۲- بحرینی، حسین و طیبیان، منوچهر (۱۳۷۷)، *مدل ارزیابی بر کیفیت محیط زیست در جمله محیط‌شناسی*، مجموعه پژوهش‌های محیط زیست سال ۲۴ دانشکده محیط زیست تهران شماره ۲۱: ۴۱-۵۶.
- ۳- جوادی، اردشیر (۱۳۸۵)، *راهکارهای احیا مرکز شهر*، مطالعه موردی: مرکز شهر تبریز رساله دکتری، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه تبریز.
- ۴- حبیبی، سیدمحسن و مسائلی، صدیقه (۱۳۷۸)، *سرانه‌های کاربری شهری*، سازمان ملی زمین و مسکن، دفتر مطالعات زمین و مسکن.
- ۵- حسین‌زاده‌دلیر، کریم (۱۳۷۴)، *تبریز بزرگ، یک منطقه شهری برای برنامه‌ریزی و طراحی*، نشریه دانشکده علوم انسانی و اجتماعی دانشگاه تبریز، زمستان ۱۳۷۴ شماره ۲: ۱۸-۱.
- ۶- رسولی، علی‌اکبر (۱۳۸۴)، *تحلیلی بر فناوری سیستم اطلاعات جغرافیایی*، انتشارات دانشگاه تبریز.
- ۷- شکویی، حسین و موحد، علی (۱۳۸۱)، *شناخت الگوی فضای توریستی شهر اصفهان با استفاده از سیستم GIS*، نشریه مدرس، چاپ دانشگاه مدرس شماره ۴: ۹۵-۱۱۲.
- ۸- فرج‌زاده اصل، منوچهر (۱۳۸۴)، *سیستم اطلاعات جغرافیایی و کاربرد آن در برنامه‌ریزی شهری صنعت توریسم*، انتشارات سمت.
- ۹- قربانی، رسول (۱۳۸۲)، *توریسم و بویایی فضای شهری*، نشریه دانشکده علوم انسانی و اجتماعی دانشگاه تبریز، شماره ۳.
- ۱۰- کاظمی، مهدی (۱۳۸۵)، *مدیریت گردشگری*، سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

۱۱- کتابچی، سیدمهدی (۱۳۸۳)، *اصول بازاریابی خدمات مسافرتی و گردشگری*، انتشارات فرص.

۱۲- نظریان، اصغر (۱۳۸۳)، *جغرافیای شهری ایران*، انتشارات پیام نور.

- 11- Garrod. Brian and Fyall, Alan (2000), "*Managing Heritage Tourism*", www.elsevier.com.
- 12- Goeldner. R. Charles and Ritchie. J.R. Brent, (2003), "*Tourism, Principles, Practies, Philosophies*", Published by Tohn Wileson, Juc, Hoboken. New Jersey.
- 13- Repiso, Luciana Inés (2004), "National University of Cordoba Heritage", *Tourism and Sustainability: An Archaeological Park as a Tool for Local Sustainable Development*.
- 14- Poria and at all (2003), "*The Core of Heritage Tourism*", (www.elsevier.com).
- 15- Spennemann, H.R. Dirk (2001), "*Heritage Eco-Tourism in Micronesia Expectations of Government Officials*".