

اولویت‌بندی راهبردهای احیای بافت تاریخی شهر مراغه با تأکید بر رویکرد بازآفرینی فرهنگ‌مدار

شهریور روستایی - دکتری، دانشیار جغرافیای شهری، دانشگاه تبریز
رقیه ناصری* - فارغ‌التحصیل کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری
سعید پاشایی - دانشجوی کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی شهری، کارمند شهرداری شهر مراغه

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۰۷/۲۱

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۰۲/۰۸

چکیده

مراکز تاریخی شهرهای ایران مهم‌ترین جاذبه‌های گردشگری این شهرها هستند و وجوه تمایز و خصوصیات منحصر به فرد مکانی، تاریخی و فرهنگی هر شهر را باید در همان بافت تاریخی و آثار کالبدی و معنایی به‌جامانده در آن جستجو کرد. سیستم شهری در بافت‌های تاریخی که یکی از ارکان ارزشمند و هویت‌بخش در شهرها هستند، مشکلات فراوانی دارند؛ بنابراین، در این راستا مدیریت شهری نیاز به شناسایی و تبیین مسائل سیستم شهری دارد و از آنجایی که اجرای هر طرح یا برنامه، در درجه اول به شناخت تنگناها و امکانات، تعیین اهداف، راهبردها و سیاست‌ها نیاز دارد. مقاله حاضر بر آن است تا با شناخت فرصت‌ها، تهدیدهای موجود در بافت تاریخی با رویکرد بازآفرینی، فرهنگ‌مبنا به استخراج راهبردها و سیاست‌های احیا دست یابد. بدین‌منظور پس از معرفی محدوده مرکزی-تاریخی مراغه، مؤلفه‌های اصلی احیای فضاهای تاریخی شهرها در قالب ماتریس سوات در محدوده بافت تاریخی ارزیابی شده است. سپس با توجه به اینکه همه راهبردها به‌طور یکسان قابلیت اجرایی ندارد، راهبردها را بر مبنای اصول و معیارهای مدیریت راهبردی، طی مطالعات پرسشنامه‌ای از مسئولان و متخصصان شهری با استفاده از روش الکترون اولویت‌بندی کرد. از این‌رو راهبردها به ترتیب عبارت‌اند از: ۱. تبدیل بناهای تاریخی به مکان‌های مورد استفاده گردشگران (هتل، رستوران و موزه)؛ ۲. تغییر ترکیب فعالیتی محدوده و جایگزینی فعالیت‌های گردشگری و پذیرایی؛ ۳. ساماندهی فعالیتی بازار و بازسازی بازارچه‌ها، بالاترین اولویت را برای احیای بافت تاریخی دارند.

واژه‌های کلیدی: الکترون، بازآفرینی فرهنگ‌مبنا، بافت تاریخی، برنامه‌ریزی راهبردی.

مقدمه

امروزه هر شهری که با مدیریت علمی اداره می‌شود، به‌ناچار برای هدایت منطقی فعالیت‌های خود، برنامه‌ریزی راهبردی را به‌عنوان ابزار مدیریتی لازم باید انتخاب کند؛ بنابراین، تبیین و تدوین برنامه‌های راهبردی و روشن کردن مسیرهای حرکت برای آن‌ها، برای نیل به اهداف تعیین‌شده یکی از مهم‌ترین ضرورت‌های برنامه‌ریزی راهبردی است. بدین ترتیب، تدوین برنامه‌های راهبردی در درجه اول به شناخت تنگناها و امکانات، تعیین اهداف، راهبردها و سیاست‌ها نیاز دارد. در این راستا سیستم مدیریت شهری، به شناسایی و تبیین مسائل وابسته به سیستم شهری نیاز دارد. سیستم شهری در بافت‌های تاریخی که یکی از ارکان ارزشمند و هویت‌بخش در شهرها هستند، مشکلات فراوانی در ابعاد اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و حمل‌ونقل دارند؛ به طوری که توجه‌نکردن به این بافت‌های شهری با توجه به گذر زمان و عمر زیاد ابنیه ارزشمند آن، می‌تواند به نابودی فرهنگ و هویت یک جامعه منجر شود؛ بنابراین، در این مقاله سعی بر آن است که با استفاده از روش سوات، فرصت‌ها و تهدیدهای موجود در بافت تاریخی برمبنای بازآفرینی فرهنگ‌منا شناسایی شود؛ چراکه در دهه‌های اخیر سیر تحول مرمت شهری، سرانجام خود را به سازماندهی و اقداماتی در چارچوب بازآفرینی شهری رسانده است. بازآفرینی شهری، به‌منزله روایتی فراگیر و یکپارچه از مرمت شهری، جریانی است که از یک‌سو به‌تمامی جوه و محدودیت‌های امر توسعه در بطن شهر موجود توجه می‌کند و از سوی دیگر، به تدارک فرصت و استفاده از هر فرصتی برای تبدیل‌ساختن آن به ابزار یا راهی برای رسیدن به توسعه می‌پردازد (لطفی، ۱۳۹۰: ۵۰). علاوه‌بر دیدگاه بازآفرینی شهری به‌عنوان اصلی‌ترین رویکرد مرمت و حفاظت شهری براساس تحلیل دقیق وضع یک منطقه هدف، تطابق همزمان بافت کالبدی، ساختار اجتماعی، بنیان اقتصادی و وضع محیط‌زیست یک منطقه، موجب احیای همه‌جانبه بافت می‌شود (فرجی ملایی، ۱۳۸۹: ۱۴). در این دیدگاه از این واقعیت که شهرها برای دوره‌های طولانی، عرصه‌های تولید فرهنگ و بسترهای نوآوری‌های فرهنگی بوده‌اند و ذائقه هنری، سلیقه و گرایش به انواع مد (اسلوب‌گرایی)، در آن‌ها تکوین یافته، بهره‌برداری شده است. از آنجایی که علی‌رغم تغییر بسیاری از سازوکارهای اقتصادی، جریان ایجاد ذائقه و تغییر مد، بیش از همیشه در آن‌ها حضور دارد و بر امکان استفاده از همین نقش تاریخی به‌عنوان راهبردی اساسی در ادامه حیات شهرها، تأکید شده است. در پاسخ به رویکردهای قبلی که محوریت بازآفرینی را توسعه اقتصادی قرار می‌دادند، به این نکته اصلی اشاره می‌شود که بازآفرینی شهری در عامل فرهنگ بهره‌نجوید، موفقیتی نخواهد داشت (لطفی، ۱۳۹۰: ۴۹). برای این منظور از جمله اهدافی که مقاله حاضر در پی آن است عبارت‌اند از: ۱. تعیین مؤلفه‌های اصلی احیای بافت تاریخی با رویکرد بازآفرینی فرهنگ‌منا به تفکیک مؤلفه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، کالبدی، عملکردی و حمل‌ونقل؛ ۲. اولویت‌بندی راهبردها؛ بنابراین، جدول سوات را تشکیل داده و سپس اهداف و راهبردها از این طریق استخراج می‌شود. هیچ‌گاه تمامی گزینه‌های راهبردی به‌طور یکسان مورد توجه راهبردها قرار نخواهد گرفت؛ زیرا از میان راهبردها، باید مجموعه‌ای از راهبردهای مناسب و قابل‌اجرا مورد توجه قرار گیرند. انتخاب راهبردهای متناسب وظیفه‌ای دشوار است؛ زیرا اید ابعاد و معیارهای زیادی را به‌طور هم‌زمان در انتخاب راهبردها لحاظ کرد و باید با روش‌های مناسب، بهترین گزینه‌ها را شناسایی و انتخاب کرد.

بافت تاریخی و مرکزی شهر مراغه، به‌عنوان شناسنامه تاریخی این شهر و اندام زنده پیکر شهری و با توجه به نیازهای ساختاری و عملکردی عمومی شهر، باید جایگاه مناسبی به آن اختصاص داده شود. در این زمینه باید تلاش‌های متعددی در جهت درک و شناخت ارزش‌های عمیق فرهنگی و هنری این شهر تاریخی که نخستین گام در احیا و ساماندهی آن‌هاست، انجام شود و شناختی که به ارائه راهبردهایی با روش‌های جامع و منسجم در راستای احیای هسته تاریخی شهر باکیفیتی ماندگارتر، منجر شود.

بررسی پیشینه تحقیق، نشان از وجود تحقیقات مختلفی در این زمینه دارد که به مهم‌ترین آن‌ها اشاره شده است، اما

چیزی که این تحقیق را از تحقیقات دیگر متمایز می‌کند، تلفیق بحث بازآفرینی فرهنگ‌مبنا با مدیریت راهبردی بافت تاریخی است که در بیشتر تحقیقات انجام‌شده به این موضوع مهم پرداخته نشده است. از جمله تحقیقات انجام‌شده در این زمینه می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

شبان و ایزدی (۱۳۹۴) در پژوهش خود با عنوان رویکردی نوین به بازآفرینی شهر خلاق معتقدند. در بحث تحول بازآفرینی شهری، داستان تعامل و گاه تضاد اولویت‌های اقتصادی و فرهنگی مطرح شده و نقش فرهنگ در بازآفرینی شهری نسبت به دیگر عوامل تغییر معناداری داشته است. چنانچه آن‌ها در پژوهش خود به دنبال تحقیق ادبیات شهر خلاق و تبیین جایگاه آن در بازآفرینی فرهنگ‌مبنا هستند. در آخر یافته‌های پژوهش بیانگر آن است که توجه به دو عامل اصلی فرهنگ و اقتصاد (رقابت) در بستر ویژگی‌های مکانی، ارتباط عمیقی بین نظریه شهر خلاق و بازآفرینی شهری پدید آورده است.

صفدری و دیگران (۱۳۹۳) در مقاله‌ای با عنوان بازآفرینی فرهنگ‌مبنا که زمینه‌ساز ارتقای تعاملات فرهنگی (نمونه موردی بافت تاریخی مشهد)؛ ضمن بررسی تأثیر ایجاد شبکه فضایی شهری جهت اتصال نقاط ارزشمند و ارتقای تعاملات فرهنگی، به منظور تدوین راهکارهایی برای ایجاد پیوند میان جاذبه‌های فرهنگی مرکز تاریخی شهر مشهد و همسو با استخوان‌بندی کهن شهر با رویکرد بازآفرینی فرهنگ‌مبنا، به تبیین جایگاه فرهنگ در بازآفرینی بافت تاریخی پرداخته‌اند. بافت تاریخی شهرها مهم‌ترین بستر کالبدی-فضایی ارزش‌های فرهنگی محسوب می‌شود و احیای فعالیت‌ها و رویدادهای فرهنگی باید نقش و جایگاه مناسبی در بازآفرینی بافت‌های تاریخی داشته باشد.

امین‌زاده و دیگران (۱۳۹۱) در بافت تاریخی شهر قزوین براساس نتایج بازآفرینی فرهنگ‌مبنا و با تأکید بر گردشگری شهری معتقدند که راهکار برون‌رفت از مشکلات و احیای بافت‌های تاریخی ارزشمند در گرو اجرای برنامه‌هایی است که راهبرد و سیاست تعاملی بین بازآفرینی فرهنگی و گردشگری فرهنگی استوار است. رویکرد گردشگری فرهنگی مانند بازآفرینی، به‌نوبه خود ابزار مؤثری در احیای بافت تاریخی محسوب می‌شود.

لطفی (۱۳۹۰) در بررسی بازآفرینی شهری فرهنگ‌مبنا و تأملی بر بن‌مایه‌های فرهنگی و کنش بازآفرینی به نتایج جدیدی رسید. بازآفرینی فرهنگ‌مبنا، با طرح مفاهیم پایه‌ای مانند استفاده از حوزه‌های نوآورانه اقتصادی و آنچه صنایع خلاق نامیده می‌شود، می‌تواند در بافت‌های درونی و هسته‌های مرکزی شهرها، با اطمینان به نتایج فرآیند بازآفرینی، از رهیافت فرهنگی و ویژگی‌های مثبت آن بهره‌گرفت. این رهیافت، به کالبد دیروز احترام می‌گذارد و ساختارهای نو را در همخوانی با ساختارهای دیروز، به این ترکیب می‌افزاید و محتوا و کارکردی را ارائه می‌دهد که روستا ساخت آن جریان فرهنگی و اجتماعی، و زیرساخت آن، سازوکاری اقتصادی و پر بازده است.

لازارویچ^۱ و دیگران (۲۰۱۶) روی بازآفرینی فرهنگ‌مبنا به‌عنوان یک ابزار به‌کارگیری برای بازآفرینی مناطق محروم بلگراد- محله ساوامالا کار کرده‌اند. در این مقاله، تأملی بر یک منطقه فرهنگی برنامه‌ریزی نشده است که ضمن اهمیت احترام به فرهنگ‌های محلی، میراث و سنت در درون بازآفرینی، در تلاش برای تمرکز روی فرصت‌های اقتصادی و بهینه‌سازی تجربه بازدیدکنندگان با استفاده از یک اختلاط خلاق از منابع فرهنگی، زیست‌محیطی و تاریخی مرتبط با جنبه‌های اجتماعی و اقتصادی هستند. در پایان به این نتیجه می‌رسند که بازآفرینی فرهنگ‌مبنا می‌تواند به‌عنوان یک ابزار برای ایجاد محله‌های فرهنگی، قطب فرهنگی و برای استفاده از این مناطق به‌منظور آغاز فرآیند بازآفرینی، با تمام اثرات مثبت آن به‌کار گرفته شوند.

کمونین و مولد^۲ (۲۰۱۴) در بررسی خود با عنوان ضعیف‌ترین حلقه؛ صنایع خلاق، پروژه‌های فرهنگی شاخص

(پرچم‌دار) و بازآفرینی، به طرح این سؤال که چه رابطه‌ای بین بازآفرینی، به‌ویژه پروژه‌های فرهنگی شاخص (پرچم‌دار) و صنایع خلاق وجود دارد؟ به بررسی پویایی واقعی ارتباط میان سرمایه‌گذاری عمومی در فرهنگ و بازآفرینی و توسعه بالقوه صنایع خلاق محلی می‌پردازد. به‌نحوی که، این ارتباط برای این فرض است که سرمایه‌گذاری‌های شاخص و بازآفرینی، حمایت از صنایع خلاق محلی را تشویق می‌کند و درنهایت، برای تجدیدنظر در اهمیت اتصال مجدد صنایع خلاق و بازآفرینی فرهنگی برای کشف پتانسیل واقعی این رابطه را پیشنهاد می‌دهد.

بینز^۱ در (۲۰۰۵) در پژوهشی با عنوان سرمایه‌گذاری در فرهنگ؛ یک ارزیابی از سیاست بازآفرینی فرهنگ‌مبنای شهری به این نتیجه رسیده که مسئولان شهری در اروپای غربی برای بازآفرینی مراکز شهری خود درصدد جذب سرمایه‌گذاری داخلی و گردشگر از طریق جلب عوامل اقتصادی خارجی و انواع سیاست‌های مصرف‌گرای فرهنگی هستند. مهم‌ترین این عوامل عبارت‌اند از: سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌هایی فرهنگی مانند موزه‌ها یا گالری‌های هنری و برگزاری رویدادهای فرهنگی.

گیتینگ و دی فرانترز^۲ (۲۰۰۴) در نتایج بررسی‌های خود با عنوان راهبردهای فرهنگ‌مبنا برای بازآفرینی شهری یک چشم‌انداز مقایسه‌ای در بیلباتو، به این نکته تأکید کردند که در راهبرد بازآفرینی فرهنگ‌مبنا، از فرهنگ به‌عنوان یک ابزار توسعه مانند موزه‌ها، گالری‌ها و جشنواره‌ها استفاده می‌شود. این امر دارای مزایای ویژه مانند جذب گردشگران به‌ویژه از طبقات مرفه‌تر است. این امر موجب افزایش تقاضا برای خدمات عمومی شده و موضوعی که با اقتصاد و گذران اوقات فراغت همراه می‌شود. سیاست فرهنگی می‌تواند در بطن این نوع بازآفرینی، تصویر ذهنی یک شهر را تغییر دهد. شهر را تبدیل به یک مقصد گردشگری کند و به آن تصویر ذهنی بدهد؛ بنابراین، بازآفرینی فرهنگ‌مبنا بسیاری از جاذبه‌ها را برای سیاست‌گذاران شهری ارائه می‌دهد.

مبانی نظری

واژه Regeneration از ریشه فعل Regenerate به معنای احیاء کردن، جان دوباره بخشیدن، احیاء شدن، از نو رشد کردن است که این واژه در فارسی بازآفرینی ترجمه شده است. این اصطلاح به‌طور کلی، برای اشاره به تحول شهری از طریق طراحی مجدد، بازسازی و اغلب تخصیص مجدد زمین شهری است و در ابتدا برای احیاء زمین یا اصلاح فرسودگی شدید شهری استفاده شده است، اما در حال حاضر این اصطلاح، در رابطه با طراحی و برنامه‌ریزی شهری یا برنامه‌ریزی فرهنگی استفاده می‌شود (Amin et al., 2002: 32). بازآفرینی شهری نیز به معنی این است که دید جامع، یکپارچه و مجموعه اقداماتی که به حل مسائل شهری منجر شود. به‌طوری که بهبود دائمی در شرایط اقتصادی، کالبدی، اجتماعی و زیست‌محیطی بافتی که دستخوش تغییر شده را به‌وجود آورد و به خلق فضاهای شهری جدید با حفظ ویژگی‌های اصلی فضایی، کالبدی و فعالیت می‌انجامد (لطفی، ۱۳۹۰: ۷۹). در این راستا بازآفرینی شهری به مفهوم سیاست ساماندهی تبدیل شده که یک بیان راهبردی از تحول اجتماعی و فرهنگی برنامه‌ریزی شده را ارائه می‌دهد. بازآفرینی شهری با توجه به ابعاد گسترده خود، پهنای مناسب از سهامداران از جمله توسعه‌دهندگان ملک، نهادهای فرهنگی، صنایع خلاق، تجار و دولت‌های محلی را شامل می‌شود و دامنه خود را بر معماری تجربی معاصر، گردشگری، برنامه‌ریزی شهر و پایداری اکولوژیکی گسترانده است (Amin et al, 2000: 56).

طیف وسیعی از حوزه‌ها و زمینه بین‌رشته‌ای که در ادبیات علمی تحقیق، در بازآفرینی شهری نقش داشته است شامل موارد زیر است: الف) سیاست فرهنگی؛ ب) نظریه‌ها و مطالعات معماری و طراحی شهری؛ ج) مطالعات سیاست شهری؛

1. Binns

2. Keating and Frantz

د) تفسیر و نقد هنری و فرهنگی. هدف سیاست فرهنگی این است که به‌طور فزاینده عملکرد راهبردی سیاست فرهنگی در توسعه اقتصادی شهری، بازاریابی شهری و نوسازی شهری را آشکار کند (DCMS^۱, 2004: 13). در ادبیات علمی، ایده بازآفرینی فرهنگ‌مبنای به‌عنوان یک مفهوم سیاسی از اواخر ۱۹۸۰ به‌وجود آمد. در طول دهه ۱۹۹۰ بر بعد «فرهنگی» بازآفرینی شهری تأکید شد که به‌طور مشخص از طریق دو شیوه عمل کرد: طراحی شهری (از جمله معماری) و هنر عمومی^۲ (Lazarević et al, 2016: 2). به‌طوری‌که بیانیه رنسانس شهری شورای هنر بریتانیا (۱۹۸۹) به‌عنوان یک سند حمایتی درباره نقش هنر در بازآفرینی، استدلال خود را با صراحت اقتصادی این‌گونه طرح کرد که هنر امکانات رفاهی، جذب گردشگر، افزایش اشتغال، افزایش هویت و غرور جامعه را سبب می‌شود. هنر عمومی، کاندید فرهنگی مناسب برای دخالت در بازآفرینی شهری است. در نهایت، در پایان دهه ۱۹۹۰ به‌وضوح می‌توان چهار دسته عمده از فعالیت‌های بازآفرینی شهری فرهنگ‌مبنا را در چشم‌انداز شهری بریتانیا شناسایی کرد: الف) پروژه‌های فرهنگی شاخص (پرچم‌دار)، مانند معماری به سبک نشانه‌شناسی یا یک نهاد فرهنگی جدید (مانند تیت مدرن^۳ در لندن)؛ ب) مجسمه واقعی برجسته یا طرح هنر عمومی (مرد آهنین آنتونی^۴)؛ ج) مهندسی سازه‌های نوآورانه، مانند پل‌ها یا گذرگاه‌های سرپوشیده (پل هزاره در گاتشید^۵)؛ و د) اجرای منحصربه‌فرد رویدادها یا جشنواره (مانند جشنواره کندال فیلم کوهستان در کامبریا^۶). چنین ساختمان‌های جدید، اشیای هنری یا رویدادهای فرهنگی هر یک می‌تواند به‌طور اولیه، یا به‌عنوان بخشی جدایی‌ناپذیر از یک پروژه بازآفرینی شهری گسترده‌تر، به‌طور معمول در قالب توسعه و بازآفرینی بخشی از یک مرکز شهری مطرح شود (Vicker, 2007: 19).

این رویکرد با توجه به ابعاد و اصول بازآفرینی شهری و براساس رویدادهای سال‌های اخیر، فرهنگ‌ابزاری (بازآفرینی فرهنگ‌مبنا) را به‌عنوان یکی از راهبردهای اصلی در دستور کار خود داشته است (رابرتز به نقل از بحرینی و دیگران، ۱۳۹۲: ۲۰). سهم فرهنگ در بازآفرینی، با مرور شواهد و تجربیات شامل طرح سه‌صفا کاملاً متمایز بین فرهنگ و بازآفرینی شهری است که عبارت‌اند از: فرهنگ و بازآفرینی، بازآفرینی فرهنگی، بازآفرینی فرهنگ‌مبنا.

فرهنگ و بازآفرینی نه به شکل یک پروژه فرهنگی کامل، بلکه به‌سادگی در بعضی سطوح فعالیت‌های فرهنگی به‌کار گرفته می‌شوند. استفاده از امکانات یا رویدادهای پراکنده و کوچک‌مقیاس فرهنگی به‌عنوان حرکت‌هایی نه‌چندان مرتبط با بدنه اصلی و جان‌مایه بازآفرینی شهری است. به عبارت دیگر، در این نگاه بازآفرینی با رویکرد اصلی آبادگری، فرهنگ را نوعی کاربری بیان می‌کند که در چارچوب برنامه‌ریزی شهری، می‌تواند سطوحی را به خود اختصاص دهد. بدین ترتیب، در طرح‌های پیشنهادی، سهمی از کاربری‌ها به فرهنگ اختصاص می‌یابد و ردپای این رویکرد در ساختن تک‌عناصری مانند موزها در کنار یک مجموعه تجاری، یا واردشدن جریان‌های خودجوش برای برپایی برنامه‌های هنری یا طراحی مبلمان شهری، دیده می‌شود.

بازآفرینی فرهنگی، در آن فرهنگ به‌طور کامل به یک راهبرد منطقه‌ای تبدیل شده، به‌طوری‌که طراحی، هنر، معماری و فعالیت‌های فرهنگی در فضای اجتماعی پایدار شده است. در این نگاه، کارکردهای فرهنگی خود را به‌عنوان جزئی از راهبردهای توسعه‌ای عرضه می‌کنند و در چارچوب نگاه سه‌گانه زیست‌محیطی، اجتماعی و اقتصادی به توسعه، فرهنگ می‌تواند نیرویی در جهت درگیرساختن یا ارتقای هرکدام از این عوامل باشد و موجب رونق اقتصادی، سرزندگی اجتماعی و برقراری کیفیت زیست‌محیطی شود. در این رویکرد، پروژه‌های فرهنگی گسترده‌ای قابلیت تعریف دارند که در

1. Department of Culture, Media and Sport/ Stationery Office
2. public art
3. Tate Modern
4. Antony Iron Man
5. Gateshead's Millennium Bridge
6. The Kendal Mountain Film Festival in Cumbria.

بسیاری مواقع به سوی توسعه مجدد با رویکرد فرهنگی می‌رسند و نیازمند صرف هزینه‌های کلان و مدت‌زمان طولانی برای رسیدن به اهداف خود هستند. بدین ترتیب، می‌توان از نوعی سیاست‌گذاری فرهنگی در برنامه‌های شهری نام برد که با برنامه‌ریزی فرهنگی نزدیکی پیدا می‌کند.

در بازآفرینی فرهنگ‌مبنا، فرهنگ به‌عنوان کاتالیزور و موتور بازآفرینی است. بازآفرینی فرهنگ‌مبنا ممکن است یک پروژه بازآفرینی باشد که توسط یک پروژه هنر، بر محور یک ساختمان تاریخی کلیدخورده که اهمیتش در طراحی یا معماری یا در یک مجموعه شهری ساخت‌یافته به‌عنوان یک پروژه هنری عمومی باشد (Evans and Shaw, 2004: 5-6). در این رویکرد، رویدادمداری محوریت بازآفرینی را تشکیل می‌دهد و رویدادهای فرهنگی، جنبه اقبال عمومی بسیاری دارند. در جریان بازآفرینی فرهنگ‌مبنا، معمولاً مجموعه‌ای از بناها به‌منظور استفاده‌های عمومی و در زمینه طراحی یا استفاده دوباره به کار گرفته می‌شوند. از فضاهای شهری استفاده‌های تازه‌ای صورت می‌گیرد و رویدادها و فعالیت‌های جدیدی که می‌تواند در آینده موجب شهرت و محبوبیت مکان‌ها شود، پیشنهاد می‌شود (لطفی، ۱۳۹۰: ۵۱).

یکی از دستاوردهای بازآفرینی فرهنگ‌مبنا، ایجاد تعهد در جهت فعال‌شدن نهادهای فرهنگی در ساخت‌وسازهای شهری است. مفهوم‌سازی دیگر، فعالیت‌های دوباره و تسهیلات فرهنگی در قالب زیرساخت‌های فرهنگی منسجم است مانند آنچه ایوانز^۱ در مطالعه خود نشان داده که درجه‌ای از برنامه‌ریزی فرهنگی با الزامات بازآفرینی هم‌پوشانی دارد که به توسعه اولیه ایده بازآفرینی فرهنگ‌مبنا منجر شده و به معرفی یک چارچوب مفهومی که در آن خدمات فرهنگی به مسائل سیاسی و اجتماعی شهری گسترده‌تر تبدیل شده است، می‌پردازد (Evans, 2001: 12).

دومین دستاوردهای بازآفرینی فرهنگ‌مبنا، ظهور مفهوم نام تجاری شهر^۲ و کمک به ارتقای درک تصویر یا «برند» شهر است (Comunian and Mould, 2014: 65): درحالی‌که به‌عنوان یک اصطلاح، نام تجاری شهر تا اواخر ۱۹۹۰ به‌طور کامل انتشار نیافته بود؛ بنابراین، مفهوم اساسی نام تجاری در میان مقامات محلی و در قالب بازآفرینی فرهنگ‌مبنا ظهور کرد، چیزی که به ایجاد چارچوبی مفهومی منجر شد و در آن یک مفهوم جامع‌تر از شهر ارائه شد که در قالب سیاست آگاهانه شهری روی تسهیلات فرهنگی به‌عنوان دارایی‌های سرمایه‌ای دوباره، سرمایه‌گذاری شد. در نتیجه، نیاز به سرمایه‌گذاری موضوع یک بحث معتبر شد (Vicker, 2007: 24)؛ بنابراین، سیاست‌گذاران شهری به دنبال راهکارهای احیای مراکز شهری اصطلاح جدید «سرمایه‌گذاری فرهنگی» مطرح کردند و در این راستا سیاست کالاشدن فرهنگ و سنجش بازده مورد انتظار از سرمایه‌گذاری در موزه‌ها، حوادث، تئاتر و صنایع خلاق در قالب سود، شغل و بازسازی فیزیکی در مراکز تاریخی شهرها را در پیش گرفتند (Binns, 2005: 2). در سال ۱۹۹۷، معمار آمریکایی فرانک گری^۳ یک کمیسیون برای بنیاد گوگنهایم سلومان آمریکا^۴ - یک موزه در بیلباتو است- تشکیل داد. این ساختار معماری، اقتصاد محلی را با نام تجاری و جذب توریست فرهنگی تأمین می‌کند و به یک سرمایه‌گذاری خارجی فوق‌العاده و رشد فرهنگی اجتماعی تبدیل می‌شود. شاید تجربه گوگنهایم نشان داد که امکانات فرهنگی بدون به خطرانداختن عملکرد غیرتجاری خود به‌عنوان نهاد فرهنگی، می‌تواند نقش عمده تجاری (در زمینه اقتصاد کلان شهری) داشته باشد (Crawford, 2001: 17). بازآفرینی فرهنگ‌مبنا، در بازار شلوغ بین‌المللی می‌تواند شهر را از طریق برند شهری متمایز کند و به‌طور غیرمستقیم، جایگاه آن را در شاخص کیفیت زندگی در یک اقتصاد رقابتی ارتقا می‌دهد (Middleton and Freestone, 2008: 3).

سومین دستاوردهای بازآفرینی فرهنگ‌مبنا، سرمایه‌گذاریست که به دنبال بازآفرینی شهری به فعال‌شدن یک بخش از

1. Evans
2. city branding
3. Frank Gehry
4. American Solomon Guggenheim FoundationR

هنر و مشاوره فرهنگی منجر می‌شود که به‌طور مستقیم به ارائه سیاست مکمل ادامه می‌دهد. علاوه بر بخش فرهنگی، ممکن است با ترویج فضای خلاقیت و کارآفرینی فردی، به توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط، به‌عنوان یک سرمایه اجتماعی به‌صورت محلی تبدیل شود و همچنین می‌تواند به اثر روانی در شهر منجر شود؛ به‌طوری‌که اعتماد به نفس و غرور مدنی در میان جمعیت و حتی خوش‌بینی در میان سرمایه‌گذاران را افزایش دهد (Keating, and Frantz, 2004: 190).

روش پژوهش

در مقاله حاضر، نوع تحقیق کاربردی است. شیوه تحلیل بر مبنای ماتریس سوات و توصیفی است. بدین ترتیب، مؤلفه‌های اصلی احیای بافت‌های تاریخی به تفکیک مؤلفه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، کالبدی، عملکردی و حمل‌ونقل، شناخت و بازبینی می‌پردازد. در نهایت، اهداف، راهبردها و سیاست‌های احیای محدوده مرکزی مراغه، با محوریت بازآفرینی فرهنگ مبنای ارائه شده است. در قسمت دوم مقاله، طبق مدل جامع مدیریت راهبردی شهری بعد از شناخت نقاط قوت و ضعف محدوده، به ارزیابی و اولویت‌بندی راهبردها اقدام شده است که با توجه به هدف مقاله، جهت ارزیابی و انتخاب راهبردها، fi شناسایی شاخص‌های مناسب نیاز است که در جدول زیر شاخص‌های گوناگون از منابع مختلف، معرفی می‌شوند.

جدول ۱. شاخص‌های ارزیابی راهبردها

ردیف	مرجع	شاخص	ردیف	مرجع	شاخص
۱	ونسیل ^۲ و لورانج	منابع مورد نیاز سازمانی؛ قابلیت اجرا؛ سودآوری؛ زمان؛ تأثیر بر سهم بازار.	۴	نیلور ^۳	ریسک؛ برهم‌افزودگی؛ ثبات؛ کارکرد؛ مزیت رقابتی.
۲	هریسون و جان	به‌کارگیری منابع مادی و انسانی؛ پذیرش ذینفعان؛ ریسک؛ قابلیت ماندگاری؛ کارکرد راهبرد.	۵	ابراهیمی‌نژاد	در دسترس بودن منابع اجرای راهبرد؛ کیفیت رضایت‌بخش؛ قابلیت پذیرش؛ ریسک؛ دستیابی به پاسخ‌های مورد انتظار.
۳	روملت ^۴	هماهنگی راهبرد با اهداف سازمان؛ سوق منابع سازمان به سوی امور اصلی؛ حل مسائل فرعی‌تر در کنار مسائل اصلی به‌وسیله راهبرد؛ جلب رضایت ذی‌نفعان.	۶	کزازی و دیگران	سهولت تأمین ملزومات اجرای راهبرد؛ تداوم دسترسی به ملزومات اجرای راهبرد؛ شاخص اجرایی بودن (قابلیت اجرا)؛ شاخص مقبولیت میان ذی‌نفعان (قابلیت پذیرش).

منبع: نگارنده به نقل از کزازی و دیگران، ۱۳۹۰: ۵۲

ملاحظه می‌شود که بسیاری از شاخص‌های به‌دست‌آمده، مشترک بوده و برخی دارای هم‌پوشانی هستند. حال معیارهای منتخب عبارت‌اند از:

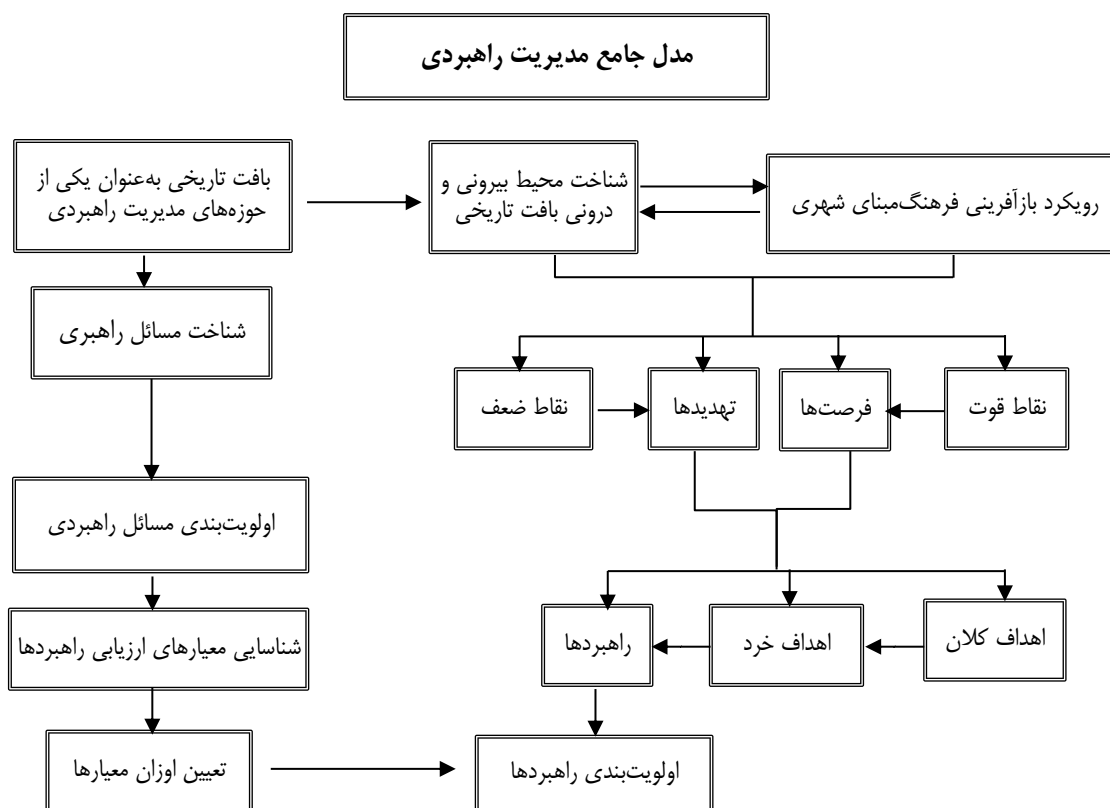
1. Culture-led regeneration
2. Vancil and Lorange
3. Naylor
4. rumelt

جدول ۲. معیارها

سازگاری با اهداف سازمان	
حل مسائل فرعی‌تر	
سود ذینفعان	
مشارکت شهروندان	۳
بازگشت سرمایه و سودآوری	۵
هزینه‌های اجرایی	
تداوم دسترسی به منابع	
فراهم‌بودن زیرساخت‌ها و ساختارها	

منبع: rumelt et al, 1991، کزازی و همکاران، ۱۳۹۰

دلیل انتخاب معیارهای فوق، قابلیت پوشش دادن سایر معیارهای معرفی شده برای ارزیابی راهبردها است. پس از انتخاب معیارها، از طریق توزیع پرسشنامه AHP نظر کارشناسان امر، در رابطه با وزن معیارها مشخص شده است و سپس ۲۰ مورد پرسشنامه دیگری با طیف ۵ درجه لیکرت در بین مدیران و متخصصان شهری توزیع شده و نظر آن‌ها را در رابطه با امتیازدهی به راهبردها و با توجه به معیارهای یادشده، جویا شده‌ایم. درنهایت، راهبردها را در قالب الگوریتم الکترونیک اولویت‌بندی کرده‌ایم. درباره حجم نمونه پرسشنامه، با توجه به تخصصی بودن پرسشنامه و مطالعه موردی موضوع و اینکه درکل تعداد ۲۴ نفر در رشته شهرسازی، جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری در سطح شهرداری‌های شهر مراغه، صلاحیت تخصصی دارند؛ بنابراین، تعداد حجم نمونه تحقیق ۲۰ نفر تعیین شده است.



نمودار ۱. فرایند تدوین راهبردهای راهبردی بافت تاریخی با تأکید بر بازآفرینی فرهنگ‌مبنا

منبع: نگارندگان

الکتره:

روش الکتره^۱ اولین بار توسط برنارد روی^۲ در سال ۱۹۶۶ معرفی شد. در این روش، به جای رتبه‌بندی گزینه‌ها از مفهوم جدیدی معروف به غیررتبه‌ای استفاده می‌شود، به این روش که گزینه‌های غیرمؤثر حذف می‌شود. در تمامی مراحل آن، بر مبنای یک مجموعه هماهنگ و یک مجموعه ناهماهنگ پایه‌ریزی می‌شوند که به دلیل این موضوع، این روش معروف به آنالیز هماهنگی نیز می‌باشد.

ما با مجموعه‌ای از راهبردها A_1, A_2, \dots, A_n شروع می‌کنیم که آن‌ها با مجموعه‌ای از معیارها K_1, K_2, \dots, K_n که هر کدام دارای وزن W_1, W_2, \dots, W_n هستند، ارزیابی می‌شوند.

قدم اول تبدیل ماتریس، تصمیم‌گیری به یک ماتریس بی‌مقیاس است با استفاده از رابطه زیر:

$$r_{ij} = \frac{X_{ij}}{\sqrt{\sum_{i=1}^m X_{ij}^2}} \quad R = \begin{bmatrix} r_{11} & r_{12} & \dots & r_{1n} \\ r_{21} & r_{22} & \dots & r_{2n} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ r_{m1} & r_{m2} & \dots & r_{mn} \end{bmatrix}$$

قدم دوم تشکیل ماتریس، بی‌مقیاس وزین v با استفاده از بردار معلوم w $v=Rw$

$$\begin{bmatrix} v_{11} & v_{12} & \dots & v_{1n} \\ v_{21} & v_{22} & \dots & v_{2n} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ v_{m1} & v_{m2} & \dots & v_{mn} \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} r_{11}W_1 & r_{12}W_2 & \dots & r_{1n}W_n \\ r_{21}W_1 & r_{22}W_2 & \dots & r_{2n}W_n \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ r_{m1}W_1 & r_{m2}W_2 & \dots & r_{mn}W_n \end{bmatrix}$$

قدم سوم مشخص کردن مجموعه‌های هماهنگ و ناهماهنگ برای هر زوج از گزینه‌های I, k ($I, k = 1, 2, 3, \dots, m$);
 و مجموعه شاخص‌های موجود $J = (j = 1, 2, \dots, n)$ به دو زیرمجموعه متمایز (C_{ki}) و ناهماهنگ (D_{ki}) تقسیم می‌کنیم.

مجموعه هماهنگ (C_{ki}) از گزینه‌های A_k, A_I مشتمل بر تمامی شاخص‌هایی خواهد بود که A_k بر A_I به ازای آن‌ها ترجیح داده می‌شود، یعنی داشته باشیم:

$$C_{ki} = (j | X_{kj} \geq X_{ij})$$

برعکس زیرمجموعه مکمل به نام مجموعه ناهماهنگ (D_{ki}) ، مجموعه‌ای از شاخص‌هایی است که به ازای آن داشته باشیم:

$$D_{ki} = (j | X_{kj} < X_{ij}) = J - C_{ki}$$

قدم چهارم محاسبه ماتریس هماهنگی: یعنی معیار هماهنگی برابر با مجموع توزان (W_j) از شاخص‌هایی که مجموعه C_{ki} را تشکیل می‌دهند و بین صورت معیار هماهنگی C_{ki} بین A_k, A_I بدین صورت است:

$$C_{ki} = \frac{\sum_{j \in C_{ki}} w_j}{\sum_{j=1}^n w_j}$$

قدم پنجم محاسبه ماتریس ناهماهنگی: معیار ناهماهنگی نظیر مجموعه D_{ki} برعکس معیار C_{ki} نشان‌دهنده بدتر بودن ارزیابی A_k در رابطه با A_I است که این معیار D_{ki} با استفاده از عناصر ماتریس V به ازای مجموعه ناهماهنگ D_{ki} محاسبه می‌شود، بدین قرار:

1. Electre
 2. Bernard Roy

$$D_{ki} = \frac{j \in J}{\text{MAX } |V_{kj} - V_{ij}|} \\ j \in D_{ki}$$

قدم ششم مشخص کردن ماتریس هماهنگ مؤثر که C_{ki} از ماتریس هماهنگی باید نسبت به یک آستانه سنجیده شوند تا شانس ارجحیت A_k بر A_l بهتر قضاوت شود؛ بدین معنی که باید: $C_{ki} \geq C^-$ باشد. سپس براساس C^- (حداقل آستانه) یک ماتریس بولین (با عناصر صفر و یک) تشکیل داده؛ به گونه‌ای که در این ماتریس اگر C_{ki} بیشتر از C^- عدد یک باشد در ماتریس قرار می‌گیرد و در غیر این صورت عدد صفر می‌شود.

در قدم هفتم ماتریس ناهماهنگ مؤثر مشخص می‌شود به طوری که عناصر D_{ki} از ماتریس ناهماهنگ مؤثر مانند قدم ششم باید نسبت به یک آستانه سنجیده شود و سپس ماتریس بولین G معروف به ماتریس ناهماهنگ مؤثر تشکیل می‌دهیم؛ به طوری که اگر $D_{ki} \geq d^-$ در ماتریس یک قرار می‌گیرد و در غیر این صورت صفر می‌شود.

در قدم هشتم برای تشکیل ماتریس کلی مؤثر ماتریس F را در ماتریس G ضرب می‌کنیم و در نهایت، در ماتریس کلی مؤثر حاصل جمع ردیف‌ها شامل میزان برها و حاصل جمع ستون‌ها شامل باخت‌ها است؛ به طوری که تفاضل آن‌ها نشانگر اولویت گزینه‌ها به یکدیگر است (Bojković et al, 2010: 1181).

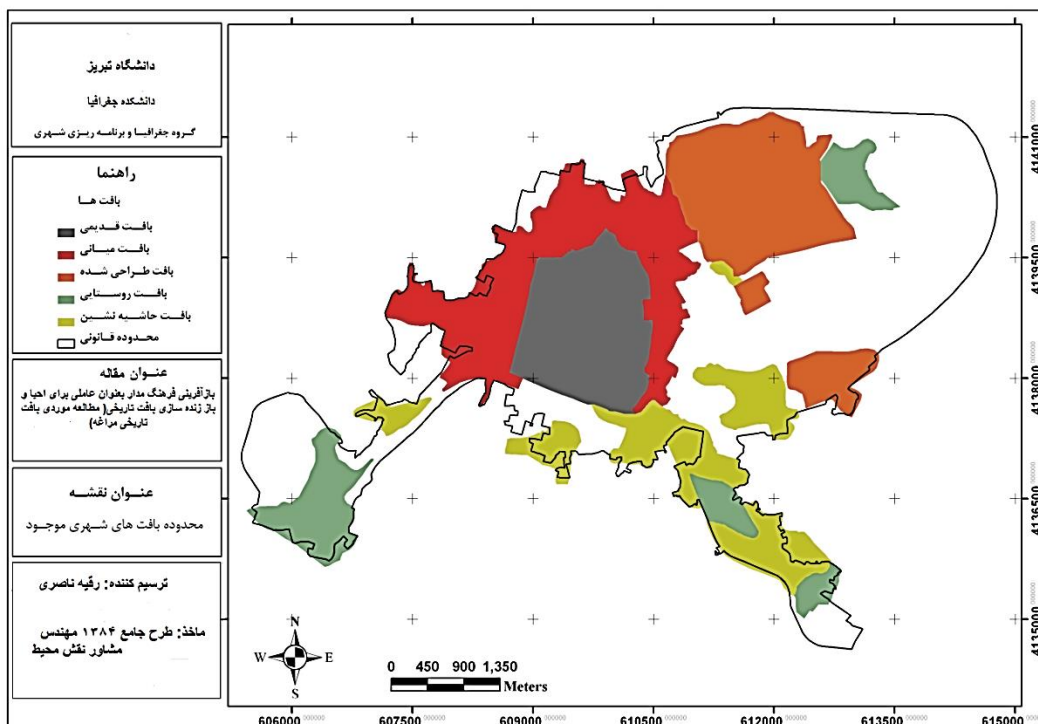
محدوده مورد مطالعه

با توجه به مباحث فوق و بررسی‌های به عمل آمده درباره شهر مراغه و همچنین مطالعات پیشین صورت گرفته، می‌توان گفت جایگاه بافت تاریخی مراغه به دلیل قرارگیری در مرکز شهر و کانون توجه روزمره اهالی، اهمیت بسیاری دارد. مفاصل مهم ارتباطی شهر، محورهای قدیمی و تاریخی، کاربری‌های مهمی مانند مسجد جامع، بازار و... در این محدوده واقع شده‌اند. قدمت این محدوده، بیانگر اصالت بالا و امتیازهای فراوان فرهنگی و اجتماعی آن است. بیشتر ارتباطات روزمره ساکنان، مراودات اجتماعی، تعاملات فرهنگی، دادوستد اقتصادی، تجمعات مذهبی و... در این محدوده صورت می‌گیرد.

بازار مراغه به عنوان اصلی‌ترین و قدیمی‌ترین مرکز اقتصادی شهر، همواره در کانون توجه اهالی و ساکنان شهر است و بیشترین حجم دادوستد روزانه را به خود اختصاص می‌دهد. از این رو، تعامل محکم و قابل توجهی میان این کاربری با ارزش و اصیل با دیگر نقاط شهر وجود دارد. در کنار آن مسجد جامع، مهم‌ترین خاستگاه مذهبی مردم نیز که در بافت تاریخی واقع شده است، بستر مناسبی جهت تجمعات مذهبی، سیاسی و ارتباطات اجتماعی محسوب می‌شود و نیز ساختار فرهنگی بافت تاریخی نیز به دلیل اصالت آن از دیگر موارد قابل بحث است.

یکی از مهم‌ترین علل ایجاد تعامل میان بافت‌های تاریخی، ساختار کالبدی آن است. بیشتر بافت‌های تاریخی به دلیل موقعیت مکانی و همچنین پیوستگی کالبدی که با نقاط توسعه یافته شهر دارند، تعامل متقابل با محوطه و مناطق اطراف خود دارند.

هسته اولیه شهر در شرق رودخانه صوفی‌چای شکل گرفته و گسترش یافته است. از زمان شکل‌گیری تا سال ۱۳۲۰ شهر در داخل حصار و قلعه رشد کرده و واحدهای مسکونی، کهن‌دژ، بازار و باغ‌ها داخل حصار قرار داشتند. تمامی آثار تاریخی به‌جامانده از دوران قبلی در داخل حصار تاریخی واقع شده‌اند که قدمت آن را تأیید می‌کنند. محلات قاضی، ریحان، قم پایین، ملامحمود، شیخ تاج، شجاع‌الدوله، امین‌الشرع، هفت دربند و میرحبیب از محلات قدیمی شهر به‌شمار می‌آید که در داخل حصار تاریخی واقع شده‌اند. فشردگی بافت و کم‌عرض بودن و پیچ‌وخم زیاد کوچه‌ها و معابر محلی، نشان از قدمت زیاد این محدوده دارد (مهندسین مشاور نقش محیط، ۱۳۸۴: ۱۱۱).



شکل ۱. نقشه محدوده بافت‌های شهری موجود

منبع: نگارندگان

بحث و یافته‌ها

تحلیل و توان‌سنجی محدوده مرکزی-تاریخی مراغه

پس از معرفی و شناسایی خصوصیات اصلی محدوده مورد مطالعه، نتایج تحلیل و توان‌سنجی محدوده مرکزی مراغه و مؤلفه‌های اصلی که در چارچوب تحلیل ساختار فضایی، عملکردی و باززنده‌سازی بافت‌های تاریخی شناسایی شدند. در ادامه، تفکیک نقاط قوت و ضعف عوامل درونی، فرصت‌ها و محدودیت‌های عوامل بیرونی در جدول ۳ ارائه شده‌اند.

جدول ۳. تحلیل و بررسی امکانات و محدودیت‌های محدوده مرکزی-تاریخی مراغه به روش Swot

مؤلفه‌ها	عناصر	قوت	ضعف	فرصت	تهدید
عوامل داخلی	- صنعت گردشگری، بازار، یادمان‌های تاریخی، مشاغل سنتی، صنایع دستی، محورهای فرهنگی و تاریخی، هتل‌ها و رستوران، موزه‌ها.	- پویای اقتصادی بافت به- علت قرارگیری بازار؛ - تمایل ساکنان برای ایجاد ارتباط با بافت برای تأمین مایحتاج؛ - پویای اقتصادی به افزایش مراودات اجتماعی منجر می‌شود؛ - قرارگیری صنوف تجاری مهم با فعالیت منطقه‌ای؛ - افزایش قیمت واحدهای تجاری منطقه.	- پویایی اقتصادی مانعی در جهت نمایان شدن ارزش‌های فرهنگی، اجتماعی، تاریخی که به‌نوبه خود احتمال افزایش فرسودگی کالبدی و عملکردی بافت را در پی خواهد داشت؛ - نبود آگاهی نسبت به منافع اقتصادی حاصل از مراکز فرهنگی اجتماعی در بافت؛ - نبود آگاهی نسبت به منافع اقتصادی حضور گردشگر.	- امکان پررنگ‌تر کردن نقش مجموعه بازار از طریق برنامه‌های در دست اجرا (بلوار جام جم)؛ امکان باززنده‌سازی مشاغل و صنایع سنتی، بومی، محلی؛ امکان تقویت بنیه اقتصادی از طریق حضور گردشگران شهری و گردشگری فرهنگی.	- عملکرد نیمه‌وقت بازار و بعضی از کاربری‌های بافت تاریخی که به متروکه- کردن در شب و ایام تعطیل منجر می‌شود.
	عوامل خارجی	- حیات و هویت مدنی، فرهنگ و سنت‌های بومی، باورها و پنداشت‌های ملی، تداوم زندگی، تثبیت جمعیت، روح مکان و فضا.	- مراودات اجتماعی و تکاپوی بافت به‌واسطه قرارگیری بازار در بافت پویا است.	- فرسودگی بافت و بناهایی که کالبد بافت را تشکیل می‌دهد، ناهنجاری‌های بافت را افزایش می‌دهد؛ - محدوده تاریخی صرفاً به خاطر مراودات اقتصادی	- امکان احیای مفاصل ارتباطی بین بناهای باارزش از طریق توسعه گردشگری و از این طریق بالابردن مشارکت مردمی در راستای بهسازی بافت؛

ادامه جدول ۳. تحلیل و بررسی امکانات و محدودیت‌های محدوده مرکزی-تاریخی مراغه به روش Swot

مؤلفه‌ها	عناصر	قوت	ضعف	فرصت	تهدید
کارکردی	- اختلاط کاربری‌ها، - تمرکززدایی فعالیتی، - مراکزهای فرامنتقه ای، - پهنه‌های گردشگری، - بازار، - انبار و بارانداز، - کارگاه‌ها و تولیدی‌ها.	- به‌لحاظ کاربری قرارگیری بازار طراوت خاصی به بافت بخشیده؛ - بازار فرش فروشان، بازار سراج‌ها، همگی از مهم‌ترین مراکز تجاری بافت هستند؛ - بازار مراغه به‌عنوان قلب تپنده شهر می‌تواند در جذب گردشگری شهری نیز مؤثر واقع شود.	- وجود نداشتن فعالیت در شب؛ - کاهش درآمد برخی مشاغل و حرفه‌ها به-علت به فراموشی سپردن نوع حرفه آن‌ها.	- امکان بالا بردن سرمایه‌گذاری در بافت از طریق بالا بردن میزان مشارکت مردمی.	- زمین‌های ریزه‌کاری و فرسودگی و مردم‌گریزی را در بافت محیا می‌کند.
	- خیابان‌های تاریخی، - بناهای ارزشمند قدیمی، - مراکز محله‌ها، - دروازه‌های ورودی، - میدان‌های اصلی، - نشانه‌های بصری، - نما.	- وجود بازار، - وجود عمارت‌های مهم و بارز تاریخ فرهنگی.	- اصول ساختاری در شکل‌گیری عناصر الحاقی؛ - تطابق نداشتن بین عناصر نوساز و سبک معماری قدیمی؛ - بدون استفاده‌ماندن برخی از فضاها که قابلیت بالایی در احیای بافت از طریق تغییر کاربری دارند؛ - رعایت نکردن خط آسمان یکنواخت بافت در مجتمع‌های که در داخل بافت در حال اجرا هستند؛ - اعمال کاربری‌های ناهمگون در فضاهای باز بافت تاریخی.	- امکان افزایش ارزش و مقبولیت جاذبه‌های گردشگری از طریق تغییر کاربری آن به کاربری فرهنگی؛ - امکان رونق دادن فعالیت‌ها در ساعات شب.	- امکان تبدیل بافت به مناطق متروکه در صورت وجود نگرش حفاظتی صرف، که تنها کارکرد بافت موزه ائینه است. کارکردی که هیچ سختیت با اهداف عالی طرح ندارد. - امکان تداخل عملکرد کاربری‌هایی با رویکرد شهری منطقه‌ای با واحدهای مسکونی بافت.
	- سلسله‌مراتب راه‌ها، - پیاده‌روهای مجهز، - کفپوش، - روشنایی، - کاربری‌های جاذب، - ایمنی و امنیت، - محدودیت حجم تردد سواره، - محدودیت سرعت، - محدودیت زمان تردد.	- وجود خطوط اتوبوس‌رانی گسترده در محدوده؛ - بالاترین امکان دسترسی از دیگر نقاط شهر، به‌علت موقعیت کانونی محدوده و شعاعی بودن شبکه راه‌ها.	- دسترسی‌ها پیاده و سواره جویگوی سیل جمعیتی وارد شده به بافت نیستند؛ - تفکیک نکردن مسیر سواره و پیاده؛ - پیش‌بینی نکردن بارانداز یا پارکینگ در خیابان؛ - کمبود ضوابط و مقررات حمل‌ونقل در محدوده.	- امکان افزایش حضور دائمی مردم در بافت از طریق تقویت پیاده‌روهای بافت؛ - تقویت حمل‌ونقل عمومی کارآمد.	- مشکلات ترددی در مواقع اضطراری (آمبولانس، آتش‌نشانی)؛ - امکان ایجاد سد معبر و معضلات ترافیک سواره و پیاده به‌علت بازار و ازدیاد کاربری تجاری در حاشیه آن.

منبع: مهندسین مشاور منظرسازان، ۱۳۹۰

از جدول فوق نتیجه می‌گیریم که ناآگاهی نسبت به منافع اقتصادی حاصل از مراکز فرهنگی اجتماعی در بافت، فرسودگی، فعالیت نداشتن در شب، اعمال کاربری‌های ناهمگون در فضاهای باز بافت تاریخی، بدون استفاده‌ماندن برخی

از فضاها که قابلیت بالایی در احیای بافت از طریق تغییر کاربری دارند، تفکیک‌نکردن مسیر سواره و پیاده، پیش‌بینی-نکردن بارانداز یا پارکینگ در خیابان، کمبود ضوابط و مقررات حمل‌ونقل در محدوده، به‌عنوان مهم‌ترین عوامل تضعیف‌کننده بافت در راستای بازآفرینی است.

تدوین اهداف و ارائه راهبردها و سیاست‌های احیای بافت با رویکرد بازآفرینی فرهنگ‌مبنا

با توجه به جدول ۳ و اهمیت بازآفرینی فرهنگ‌مبنا در احیای بافت تاریخی، به‌عنوان اساسی‌ترین رویکرد احیای بافت تاریخی، اهداف و راهبردهای احیای بافت به تفکیک مؤلفه‌های مؤثر در زمینه احیای بافت تاریخی در جدول ۴ ارائه شده است.

جدول ۴. اهداف، راهبردها و سیاست‌های باززنده‌سازی محدوده مرکزی مراغه، با محوریت بازآفرینی فرهنگ‌مبنا

مؤلفه	اهداف کلان	اهداف خرد	راهبرد
اقتصادی	- ارتقای موقعیت اقتصادی محدوده به‌عنوان مهم‌ترین مرکز تجاری گردشگری شهر.	- تقویت بنیه اقتصادی بافت با جذب گردشگر؛ - فعال کردن بازارچه‌ها و مراکز تولید صنایع‌دستی و محلی.	- فروش محصولات ویژه فرهنگی و صنایع‌دستی در بافت؛ - اشتغال‌زایی از طریق جذب گردشگر بیشتر به بافت.
اجتماعی فرهنگی	- تداوم و ارتقای حیات مدنی در بافت تاریخی	- تقویت فعالیت‌های اجتماعی فرهنگی بافت از طریق تغییر کاربری ابنیه قدیمی به موزه، نمایشگاه، آموزش صنایع‌دست؛ - بازگرداندن هویت اصیل و محلی به بافت؛ - جذب گردشگر فرهنگی به بافت و نگهداشتن آن؛ - احیای سنت‌های قدیم آداب‌ورسوم فرهنگ؛ - بالابردن فرهنگ جامعه میزبان در برخورد با گردشگران.	- ساماندهی فضاهای جرم‌خیز و بی‌دفاع؛ - افزایش حس خودشناسی و تعلق خاطر بین ساکنان با استفاده از احیای فرهنگ و سنت‌های بومی و یادمان‌ها و یادگارهای تاریخی؛ - تقویت مراکز محلی و بسترسازی برای افزایش تعامل‌های اجتماعی؛ - افزایش نسبی جمعیت ساکن و بازگرداندن ساکنان اصیل و قدیمی از طریق بالابردن کیفیت زندگی در محله‌ها و تقویت حس تعلق مردم.
کارکردی	- پالایش کارکردی فعالیت‌های ناسازگار و مغایر با شأن و اعتبار محدوده و تقویت فعالیت‌های متناسب با هویت بافت تاریخی	- بالابردن سرانه کاربری جهانگردی، اقامتی، هتل؛ - افزایش امکانات و خدمات رفاهی گردشگری به‌منظور جذب و ماندگاری بیشتر گردشگر؛ - استفاده از الگوی کاربری اراضی مختلط؛ - زدودن کاربری‌های ناسازگار.	- تغییر ترکیب فعالیتی محدوده و جایگزینی فعالیت‌های گردشگری و پذیرایی؛ - جابه‌جایی و انتقال فعالیت‌های ناسازگار و مزاحم بافت تاریخی به خارج از محدوده؛ - تبدیل بناهای تاریخی به مکان‌های مورد استفاده گردشگران (هتل، رستوران و موزه)؛ - ساماندهی فعالیتی بازار و بازسازی بازارچه‌ها؛ - تبدیل فضاهای بر خیابان به نمایشگاه آثار هنری و صنایع‌دستی و محلی.
کالبدی	- ارتقای کیفی سازمان فضایی و ساختار کالبدی محدوده بافت تاریخی	- مرمت راسته‌ها، محورها و گذرهای بافت تاریخی مانند گذشته و جلوگیری از دخل تصرف تا حد امکان؛ - ارتقای کیفیت سیما و منظر شهری بافت تاریخی با مرمت و بهسازی؛ - وضع ضوابط برای ساخت‌وسازهای جدید.	- تعریف محور توریستی در بافت تاریخی مراغه از راسته‌بازار سنگی تا حمام خواجه نصیر راسته شمالی جنوبی و امتداد آن در جهت غرب تا جلوخان مسجد شیخ معزالدین؛ - ارائه طرح‌هایی جهت مرمت بهسازی حمام‌ها سراها و بدنه‌های با آرش و لزوم پیوند عملکرد جدید با ساختار موجود (خصوصاً در محدوده بازار).
محیط زیست	- تأمین دسترسی مناسب به بافت تاریخی	- ایجاد پیاده راه‌های گردشگری؛ - در نظر گرفتن پارکینگ برای فضاهای تجاری فرهنگی؛ - افزایش ضریب نفوذپذیری پیاده‌ها بدون بافت و برعکس از طریق طراحی و ایجاد گرها و ورودی جدید؛ - توسعه حمل‌ونقل عمومی.	- ساماندهی و تجهیز پیاده‌روهای حاشیه خیابان‌ها؛ - توسعه پیاده راه‌ها با عملکرد گردشگری؛ - آرام‌سازی حرکت سواره در محدوده؛ - توسعه خطوط اتوبوس‌رانی و مترو؛ - ایجاد فضاهای پشتیبان شبکه حمل‌ونقل (پایانه‌ها، پارکینگ‌ها و مبدل‌ها).

منبع: مهندسین مشاور منظرسازان، ۱۳۹۰

در این قسمت از تحقیق، تأکید بر مدیریت راهبردی است؛ بنابراین، نیاز است تا درون‌مایه مدیریت راهبردی روشن

شود. مدیریت راهبردی مدیریتی است که هنر و علم تدوین، اجرا و ارزیابی تصمیمات، وظیفه‌ای چندگانه که سازمان را قادر می‌سازد به هدف‌های بلندمدت خود دست یابد. مدیریت راهبردی، ۱. زمینه قابل استفاده سازمان را تعریف می‌کند؛ ۲. نمای کلی اهداف و مقاصد بلندمدت را تعیین می‌کند؛ ۳. نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها را آشکار می‌سازد؛ ۴. یک برنامه از فعالیت‌های فرصت‌طلب را توسعه می‌دهد (رهنما، ۱۳۹۱: ۱۷۹).

یکی از حوزه‌های راهبردی مدیریت شهری، بافت‌های فرسوده است. براساس مدل جامع برنامه راهبردی شهری، یکی از مهم‌ترین گام‌های مدیریت راهبردی، شناخت و ارزیابی محیط داخلی و خارجی شهر است؛ بنابراین، طراح راهبردها باید تمامی اجزا و عناصر محیطی را به صورت دقیق بررسی کند تا قوت‌ها و ضعف‌های داخلی و فرصت‌ها و تهدیدهای خارجی را معلوم کرده و در برنامه‌ریزی لحاظ کنند. گام بعدی از فرایند عبارت‌اند از: شناخت و اولویت‌بندی مسائل راهبردی در سطح شهر و حوزه‌های راهبردی در سطح شهرداری و در نهایت، انتخاب تعداد از آن‌ها که این امر در صورت توجه مناسب به آن‌ها می‌تواند چشم‌انداز مطلوبی را برای شهر و شهرداری ترسیم کند (مالکی و دیگران، ۱۳۸۹: ۷۱).

براساس نتایج به دست آمده از پرسشنامه، تعیین اوزان معیارها که میان مدیران شهری و متخصصان توزیع شده است و در نهایت، براساس روش ahp امتیاز هر یک از شاخص‌ها به شرح جدول زیر به دست آمد.

جدول ۵. اوزان شاخص‌ها

اوزان	شاخص‌ها
۱۴/۴۴	سازگاری با اهداف سازمان
۹/۸۰	حل مسائل فرعی‌تر
۱۴/۲۱	سود ذیعنفان
۱۴/۱۵	مشارکت شهروندان
۱۵/۲۷	بازگشت سرمایه و سودآوری
۱۰/۸۴	هزینه‌های اجرایی
۹/۵۳	تداوم دسترسی به منابع
۱۱/۷۶	فراهم‌بودن زیرساخت‌ها و ساختارها
۱۰۰	جمع

منبع: نگارندگان

اولویت‌بندی مسئله تصمیم از طریق تکنیک الکترون فرامی‌شود. همان‌گونه که در الگوریتم این روش اشاره شد، ابتدا ماتریس تصمیم‌گیری را تشکیل می‌دهیم.

طبق توضیحات الگوریتم، مراحل زیر را برای رتبه‌بندی نهایی انجام می‌دهیم:

۱. محاسبه ماتریس تصمیم نرمال (ماتریس بی‌مقیاس)؛

۲. محاسبه ماتریس تصمیم نرمال موزون؛

۳. مشخص کردن مجموعه‌های هماهنگ و ناهماهنگ؛

۴. محاسبه ماتریس هماهنگی؛

۵. محاسبه ماتریس ناهماهنگی؛

۶. تعیین ماتریس هماهنگ مؤثر؛

۷. تعیین ماتریس ناهماهنگ مؤثر؛

۸. محاسبه ماتریس کلی مؤثر صورت‌پذیرفت.

با طی کردن مراحل فوق، ماتریس کلی مؤثر مطابق با مندرجات جدول ۷ به دست آمد.

جدول ۶. ماتریس تصمیم

معیارها	راهبردها	سازگاری با اهداف سازمان	حل مسائل فرعی‌تر	سود ذیعنوان	مشارکت شهروندان	سودآوری بازگشت سرمایه و	هزینه‌های اجرایی	تداوم دسترسی به منابع	فراهم بودن زیرساخت‌ها و ساختارها
۱	۱	۳/۱۴	۲/۳۲	۱/۸۵	۱/۹۷	۲/۹۰	۲/۲۶	۲/۹۸	۲/۴۹
۲	۲	۲/۳۲	۱/۵۸	۲/۵۹	۲/۶۳	۳/۶۷	۲/۷۸	۲/۷۰	۲/۵۶
۳	۳	۱/۷۴	۳/۶۶	۱/۹۷	۱/۷۶	۱/۵۸	۱/۷۴	۱/۸۹	۱/۸۳
۴	۴	۲/۹۴	۲/۶۱	۳/۶۴	۴/۰۵	۳/۰۳	۳/۵۶	۳/۴۲	۳/۱۷
۵	۵	۲/۹۱	۲/۲۰	۳/۰۶	۲/۸۶	۲/۱۲	۲/۴۰	۲/۵۰	۲/۵۰
۶	۶	۲/۵۰	۳/۸۱	۲/۷۶	۲/۹۳	۱/۹۳	۱/۸۲	۱/۸۸	۱/۹۵
۷	۷	۴/۱۳	۳/۵۴	۴/۰۶	۳/۴۸	۴/۰۱	۳/۳۲	۳/۳۲	۳/۴۶
۸	۸	۴/۱۲	۳/۳۲	۴/۰۴	۳/۲۸	۳/۴۲	۳/۵۴	۳/۳۴	۳/۶۴
۹	۹	۴/۰۳	۳/۴۶	۳/۵۹	۴/۱۷	۴/۵۷	۳/۸۱	۳/۳۸	۳/۲۲
۱۰	۱۰	۲/۶۳	۲/۷۰	۳/۶۳	۳/۶۰	۴/۰۸	۲/۹۳	۳/۰۱	۲/۷۰
۱۱	۱۱	۳/۰۳	۲/۶۷	۲/۹۶	۲/۹۳	۳/۱۸	۲/۵۹	۲/۳۵	۲/۲۶
۱۲	۱۲	۳/۱۰	۲/۸۶	۳/۲۷	۲/۸۶	۲/۴۵	۲/۱۱	۲/۱۹	۲/۴۵
۱۳	۱۳	۳/۲۷	۲/۵۶	۳/۱۴	۳/۱۶	۳/۵۶	۲/۵۲	۲/۴۲	۲/۴۵
۱۴	۱۴	۳/۵۲	۲/۴۹	۳/۲۳	۳/۲۷	۳/۰۷	۲/۶۷	۲/۷۰	۳/۰۲
۱۵	۱۵	۲/۵۶	۲/۵۲	۲/۳۲	۲/۴۲	۲/۲۳	۲/۳۲	۲/۸۱	۲/۹۳
۱۶	۱۶	۲/۵۹	۲/۴۹	۳/۰۲	۲/۸۱	۲/۵۵	۲/۰۲	۲/۱۷	۱/۸۹
۱۷	۱۷	۳/۰۵	۱/۵۸	۲/۶۵	۲/۳۱	۲/۱۷	۲/۱۱	۱/۹۷	۱/۹۱

منبع: نگارندگان

جدول ۷. ماتریس کلی مؤثر

معیارها	راهبرد	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶	۱۷	بردها	
۱	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱
۲	۲	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۸
۳	۳	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱۶
۴	۴	۱	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱۱
۵	۵	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۳
۶	۶	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱
۷	۷	۱	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱۴
۸	۸	۱	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱۲
۹	۹	۱	۱	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱۵
۱۰	۱۰	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱۳
۱۱	۱۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۷
۱۲	۱۲	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۶
۱۳	۱۳	۱	۱	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱۰
۱۴	۱۴	۱	۱	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۹
۱۵	۱۵	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۲
۱۶	۱۶	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۲
۱۷	۱۷	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱
باختها	۸	۱۳	۱۱	۱۰	۶	۵	۱۰	۸	۳	۱	۳	۱	۱۳	۱۰	۳	۱۶	۷	۱۱	۱۱	۸

منبع: نگارندگان

جدول ۸. اولویت‌بندی نهایی راهبردها

نمره نهایی	راهبردها
۱۴	تبدیل بناهای تاریخی به مکان‌های مورد استفاده گردشگران (هتل، رستوران و موزه)
۱۳	تغییر ترکیب فعالیتی محدوده و جایگزینی فعالیت‌های گردشگری و پذیرایی
۱۰	ساماندهی فعالیتی بازار و بازسازی بازارچه‌ها
۹	جابه‌جایی و انتقال فعالیت‌های ناسازگار و مزاحم بافت تاریخی به خارج از محدوده
۸	افزایش حس خودشناسی و تعلق خاطر بین ساکنان با استفاده از احیای فرهنگ و سنت‌های بومی و یادمان‌ها و یادگارهای تاریخی
۵	ارائه طرح‌هایی جهت مرمت بهسازی حمام‌ها، سراها و بدنه‌های با آرش و لزوم پیوند عملکرد جدید با ساختار موجود (خصوصاً در محدوده بازار)
۳	ساماندهی و تجهیز پیاده‌روهای حاشیه خیابان‌ها
۱	اشتغال‌زایی از طریق جذب گردشگر بیشتر به بافت
۰	ساماندهی فضاهای جرم‌خیز و بی‌دفاع
-۱	تبدیل فضاهای بر خیابان به نمایشگاه آثار هنری و صنایع‌دستی و محلی
-۴	تعریف محور توریستی در بافت تاریخی مراغه از راسته‌بازار سنگی تا حمام خواجه نصیر راسته شمالی جنوبی و امتداد آن در جهت غرب تا جلوخان مسجد شیخ معزالدین
-۷	تقویت مراکز محلی و بسترسازی برای افزایش تعامل‌های اجتماعی
-۸	آرام‌سازی حرکت سواره در محدوده
-۹	توسعه خطوط اتوبوس‌رانی و مترو
-۱۰	فروش محصولات ویژه فرهنگی و صنایع‌دستی در بافت
-۱۲	افزایش نسبی جمعیت ساکن و بازگرداندن ساکنان اصیل و قدیمی از طریق بالابردن کیفیت زندگی در محله‌ها و تقویت حس تعلق مردم
-۱۲	ایجاد فضاهای پشتیبان شبکه حمل‌ونقل (پایانه‌ها، پارکینگ‌ها و مبدل‌ها)

منبع: نگارندگان

نتیجه‌گیری

در سیر تحول مرمت شهری در دهه‌های اخیر، سرانجام این جریان را به سازماندهی و تجمیع اقدامات خود در چارچوب بازآفرینی شهری رسانده است. آنچه با اطمینان به نتایج فرآیند بازآفرینی، بهره‌جستن از رهیافت فرهنگی و ویژگی‌های مثبت آن در بافت‌های درونی و هسته‌های مرکزی شهرها را پیشنهاد می‌کند، این است که این رهیافت یکی از راهکار برون‌رفت از مشکلات و احیای بافت‌های تاریخی ارزشمند است. علاوه بر محتوا و کارکردیکه ارائه می‌دهد روستا ساخت آن جریان فرهنگی و اجتماعی، و زیرساخت آن، سازوکاری کاملاً اقتصادی و پربازده است؛ بنابراین، ۳ راهبردی که در قالب همین دیدگاه در نتیجه تحقیق، بالاترین اولویت را برای احیای بافت تاریخی مراغه دارد عبارت‌اند از: ۱. تبدیل بناهای تاریخی به مکان‌های مورد استفاده گردشگران (هتل، رستوران و موزه)؛ ۲. تغییر ترکیب فعالیتی محدوده و جایگزینی فعالیت‌های گردشگری و پذیرایی؛ ۳. ساماندهی فعالیتی بازار و بازسازی بازارچه‌ها، بالاترین اولویت برای احیای بافت تاریخی با رویکرد بازآفرینی فرهنگ‌مبنا را دارند.

منابع

۱. ابراهیمی نژاد، مهدی، ۱۳۷۹، مدیریت استراتژیک در بازرگانی و صنایع، چاپ اول، سمت، تهران.
۲. امین‌زاده، بهناز و راحله دادرس، ۱۳۹۱، بازآفرینی فرهنگ‌مبنا در بافت تاریخی شهر قزوین با تأکید بر گردشگری شهری، مطالعات معماری ایران، دوره ۱، شماره ۲، صص ۹۹-۱۰۸.
۳. بحرینی، حسین، ایزدی، محمد سعید و مهرانوش مفیدی، ۱۳۹۲، رویکردها و سیاست‌های نوسازی شهری (از بازسازی تا بازآفرینی شهری پایدار). فصلنامه مطالعات شهری، دوره ۳، شماره ۹، صص ۱۷-۳۰.

۴. رهنما، محمدرحیم، خاکپور، برات‌علی و مجتبی صادقی، ۱۳۹۱، تحلیل مدیریت استراتژیک در کلان‌شهر مشهد با مدل SWOT، نشریه علمی پژوهشی جغرافیا و برنامه‌ریزی، دوره ۱۶، شماره ۴۲، صص ۱۷۳-۱۹۸.
۵. شبانی، امیرحسین و محمد سعید ایزدی، ۱۳۹۳، رویکردی نوین به بازآفرینی شهر خلاق، نقش جهان-مطالعات نظری و فناوری‌های نوین معماری و شهرسازی، دوره ۴، شماره ۲، صص ۵۴-۶۳.
۶. صفدری، سیماء، پورجعفر، محمدرضا و احسان جعفری، ۱۳۹۳، بازآفرینی فرهنگ‌مبنا زمینه‌ساز ارتقای تعاملات فرهنگی (نمونه موردی: بافت تاریخی شهر مشهد)، نشریه هفت، دوره ۴، شماره ۴۷ و ۴۸، صص ۲۵-۳۹.
۷. فرجی ملائی، امین، ۱۳۸۹، انواع روش‌های مداخله در بهسازی و نوسازی شهری، محورهای اصلی بهسازی نوسازی بافت فرسوده، دوره ۱، شماره ۵۵، صص ۱۰-۱۷.
۸. کزازی، ابوالفضل، امیری، مقصود و فاطمه رهبر یعقوبی، ۱۳۹۰، ارزیابی و اولویت‌بندی استراتژی‌ها با استفاده از تکنیک الکترو ۳ در محیط فازی (مطالعه موردی: شرکت تماد)، فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات مدیریت صنعتی، دوره ۸، شماره ۲۰، صص ۴۹-۸۰.
۹. لطفی، سهند، ۱۳۹۰، بازآفرینی شهری فرهنگ‌مبنا: تأملی بر بن‌مایه‌های فرهنگی و گنش بازآفرینی، نشریه هنرهای زیبا-معماری و شهرسازی، دوره ۳، شماره ۴۵، صص ۴۹-۶۲.
۱۰. مالکی، جواد، محمدمهدی، مزده و سرور رحیم، ۱۳۸۹، مدل یکپارچه برنامه‌ریزی استراتژیک شهرها و شهرداری‌های ایران (با تأکید بر شهر و شهرداری تهران)، فصلنامه علمی پژوهشی انجمن جغرافیا ایران، دوره ۸، شماره ۲۶، صص ۶۱-۸۱.
۱۱. مهندسین مشاور منظرسازان، ۱۳۹۰، سند تدوین برنامه راهبردی حفظ، احیا و باززنده‌سازی بافت تاریخی شهر مراغه.
۱۲. مهندسین مشاور نقش محیط، ۱۳۸۴، طرح جامعه شهر مراغه.
13. Amin, A., Massey, D., and Thrift, N., 2000, **Cities for the Many not the Few**, Bristol: The Policy Press.
14. Amin, A., and Thrift, N., 2002, **Cities: Re-imagining the Urban**, Cambridge: The Polity Press.
15. Binns, L., 2005, **Capitalising on Culture: an Evaluation of Culture-Led Urban Regeneration Policy**, Dublin: Institute of Technology Futures Academy.
16. Bojković, N., Anić, I., and Pejčić-Tarle, S., 2010, **One Solution for Cross-Country Transport-Sustainability Evaluation Using a Modified ELECTRE Method**. Ecological Economics, vol. 69, No. 5, PP. 1176-1186.
17. Comunian, R. and Mould, O., 2014, **The Weakest Link: Creative Industries, Flagship Cultural Projects and Regeneration**. City, Culture and Society, vol. 5, No. 2, PP. 65-74.
18. Crawford, L., 2001, **Bilboa Thrives from the 'Guggenheim Effect**, 2nd Edition, Bilboa: Financial Times Weekend.
19. DCMS., 2004, **Culture at the Heart of Regeneration**, London: Department of Culture, Media and Sport/ Stationery Office.
20. Evans, G., 2001, **Cultural Planning: An Urban Renaissance**, London: Londo Routledge.
21. Evans, G. and Shaw, Ph., 2004, **The Contribution of Culture to Regeneration in the UK: (A report to the DCMS)**, 4th Edition, London: London Metropolitan University.
22. Keating, M. and Frantz, M., 2004, **Culture-led Strategies for Urban Regeneration: a Comparative Perspective on Bilbao**. International Journal of Iberian Studies, vol. 16, No. 3, PP.187-194.
23. Lazarević, E., Koružnjak, A. and Devetaković, M., 2016, **Culture Design-led Regeneration as a Tool Used to Regenerate Deprived Areas Belgrade—The Savamala**

- quarter**; Reflections on an Unplanned Cultural Zone, Energy and Buildings, vol. 1, No. 115, PP. 3-10.
24. Lorange, P. and Richard F, V., 1977, **Strategic Planning Systems**, Englewood Cliffs New Jersey: NJ Prentice-Hall.
25. Middleton, Ch. and Freestone, Ph., 2008, **The Impact of Culture-Led Regeneration on Regional Identity in North East England**, Prague: In Paper Prepared for the Regional Studies Association International Conference.
26. Naylor, T. and Thomas, C., 1984, **Optimization Models For Strategic Planning**, North Holland: Elsevire Science.
27. Roberts, P., 2000, **The Evalution, Definition and Purpose of Urban Regeneration**, 2nd Edition, London: Urban Regeneration Handbook.
28. Rumelt, R., Dan, S. and David, J., 1991, **Strategic Management and Economics**, Strategic Management Journal, vol. 12, No. 2, PP. 5-29.
29. Vickery, J., 2007, **The Emergence of Culture-led Regeneration: A Policy Concept and its Discontents**centre for Cultural Policy, Coventry: University of Warwick.