

# شناخت الگوی فضای توریستی شهر اصفهان با استفاده از سیستم GIS<sup>۱</sup>

حسین شکویی<sup>۱</sup>، علی موحد<sup>۲</sup>

۱- استاد گروه جغرافیا، دانشگاه تربیت مدرس

۲- دانشجوی دکترای جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه تربیت مدرس

## چکیده

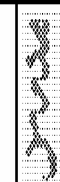
این مقاله سعی در شناخت الگوی فضایی توریسم در شهر اصفهان دارد. فضای توریسم بخشی از شهر است که مورد توجه گردشگران قرار گرفته است. هدف از این پژوهش، شناخت فضای گردشگری در ارتباط با فضای فیزیکی و اجتماعی با توجه به حرکت و رفتار گردشگران است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که فضای گردشگری اصفهان تحت تأثیر فضای تاریخی شهر قرار گرفته و بیشتر بخش مرکزی شهر را پوشش می‌دهد.

کلید واژه‌ها: توریسم، توریست، فضا، اصفهان، الگوی فضایی

## ۱- مقدمه

گردشگران شهری از تمامی بخشهای شهری استفاده نمی‌کنند، بلکه از فضایی که منابع توریستی شامل جاذبه‌ها، تأسیسات اقامتی، خدمات، واحدهای پذیرایی و... در آن واقع است بیشتر دیدن می‌کنند. قرارگیری بیشتر آثار و جاذبه‌های توریستی در محدوده مرکزی شهرهای تاریخی، گردشگران را بیشتر متمایل به آن بخش می‌کند و لذا فشار بر آن بخش از شهر بیش از سایر بخشهای شهری است. گرایش گردشگران به شهرهای تاریخی گرچه منافی چون محافظت از بافت و آثار تاریخی را به همراه دارد، اما فشار بیش از حد توریسم

۱. این مقاله بخشی از رساله دکترای نگارنده تحت عنوان بررسی و تحلیل الگوی فضایی توریسم شهری، نمونه موردی شهر اصفهان به راهنمایی آقای دکتر حسین شکویی می‌باشد.





در این شهرها، بخصوص در بخش تاریخی، آثار منفی نیز به همراه خواهد داشت. شهرهای بزرگ و توریستی با مشکلات عدیده‌ای روبه‌رو هستند و این موضوع بخصوص در شهرهای تاریخی دارای بافت سنتی که در مرکز شهر قرار گرفته‌اند، باعث می‌شود خدمات رسانی برای ساکنان شهر مشکل شود و قرارگیری مراکز توریستی در بافت سنتی و فشار توریسم، این مشکل را دوچندان می‌کند. برای کاهش و پیشگیری تأثیرات منفی توریسم لازم است نسبت به تعیین الگوی فضای توریستی شهر و ساماندهی فضاهای توریستی برای تأمین امکانات و خدمات شهری مانند هتلها و اقامتگاهها، وسایل دسترسی حمل و نقل، افزایش جذابیت‌های فرهنگی و هنری و عرضه خدمات توریستی اقدام نمود.

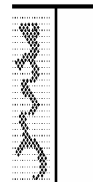
فضای توریستی، چارچوب مرجع و هدایتی برای کنشهای مربوط به توریسم است. در تولید و باز تولید این فضا (توریستی)، کنشهای گردشگران در رابطه با فضای فیزیکی و اجتماعی با توجه به حرکت و رفتار توریست مورد تأکید است. برای درک بهتر فضا، فرایندهای سازنده آن از بعد شیئی (فیزیکی) شامل تأسیسات و خدمات توریستی (هتلها، رستورانها، فروشگاهها و...)، مکانهای مورد بازدید (آثار تاریخی، تفریحی، سینما، تئاتر، موزه‌ها، مکانهای مذهبی و...) و نیز بعد اجتماعی و رفتاری (نوع حرکت، جهت حرکت، مدت اقامت، نوع خرید، نوع بازدید و...) مکانهای مورد بازدید از شاخصهای اصلی در بررسی فضای مذکور است.

از سؤالات اساسی در توریسم شهری، انگیزه و چرایی ورود گردشگران است؟ گردشگران در شهر چه کاری انجام می‌دهند؟ از کدام بخش از شهر استفاده می‌کنند؟ از کدام قسمت شهر بازدید نمی‌کنند؟ چه تأثیری در شهر دارند؟ و ...

سؤالات فوق ما را به تعریف فضایی از شهر که گردشگران استفاده می‌کنند رهنمون می‌سازد؛ فضایی از شهر که منابع توریسم در آن قرار دارند و مهمترین آن جاذبه‌ها هستند و عامل اصلی در جذب گردشگران است.

برای ساماندهی فعالیتهای مربوط به گردشگری و مدیریت گردشگری، شناخت فضای توریستی از اولویتهای مهم است. شناخت محدوده توریستی، امکان ارائه بهتر خدمات را فراهم می‌کند و استفاده از ظرفیتهای فضای شهری را ممکن می‌سازد.

مقاله حاضر با دید فضایی درصدد شناخت فضای توریستی شهر اصفهان است، موضوعی که در کشور کمتر بدان پرداخته شده و بیشتر کارهای گذشته فقط به معرفی و



توصیف مکانهای تاریخی شهرها اکتفا کرده‌اند.

شهر اصفهان از جمله شهرهای تاریخی کشور است که با آثار متعدد از شهرت جهانی برخوردار است. اکثر جاذبه‌های شهر، تاریخی‌اند و در بافت قدیمی قرار گرفته‌اند. با توجه به ویژگیهای بافت تاریخی شهر اصفهان و مشکلات مبتلا به آن، نوعی تمرکز و فشار بر برخی از آثار و بافت شهر مشاهده می‌شود. از سوی دیگر، جاذبه‌های بسیاری هستند که چندان به آنها توجه نمی‌شود. شناخت فضای گردشگری شهر اصفهان به ما امکان می‌دهد که برای ساماندهی فضاهای توریستی و استفاده از ظرفیتهای موجود و جلوگیری از فشار بر برخی از آثار، محدوده‌های فضای توریستی و جریانهای گردشگری در شهر به نحو مطلوبی بررسی گردد. در اولین قدم لازم است فضای کلی از فضای گردشگری تعریف و ترسیم گردد. با توجه به فضای کلی می‌توان میکرو فضاهای توریستی را تعریف و مورد بررسی قرار داد.

## ۲- روش تحقیق

روش تحلیل، روش کیفی است. این روش که در اکثر تحقیقات علمی وجود دارد، نوعاً کتابخانه‌ای و نظری است. محقق با جمع‌آوری اسناد و مدارک و فیش برداری که حکم داده را دارند به کمک تمثیل و تشبیه، نشانه‌یابی، تشخیص، تفاوت و تمایز و مقایسه داده‌ها مطالعه شده و ارزیابی گردیده و مجهول کشف می‌گردد.

در این پژوهش برای شناخت فضای گردشگری از روش سیستم اطلاعات جغرافیایی استفاده شده است. لذا اطلاعات توصیفی و داده‌های مکانی، پس از جمع‌آوری وارد کامپیوتر گردیده، به صورت لایه‌های مختلف در بانک اطلاعاتی GIS ذخیره گردید. پس از ذخیره، اطلاعات مکانی و غیرمکانی یا توصیفی ترکیب گردیده، اطلاعات به دست آمده از پرسشنامه به داده پایه‌ای<sup>۱</sup> تبدیل و با لایه مکانی و غیر مکانی ترکیب<sup>۲</sup> شد. تجزیه و تحلیل اطلاعات در محیط GIS با استفاده از تحلیل شبکه و تحلیل فضایی پس از ساخت مدل، مورد تحلیل و بررسی قرار می‌گیرد و فضای توریستی شهر اصفهان تعیین گردیده است. داده‌های مورد استفاده از دو بخش تشکیل می‌شود. اول داده‌های آماری که داده‌های آن



از پرسشنامه‌ای با ۲۵۰ مورد که به همین منظور تهیه و اجرا شده، استخراج می‌گردد. این داده‌ها میزان استفاده توریست‌ها از فضای شهری می‌باشد که هدف از آنها شناخت فضای توریسم شهری است. داده‌های فوق در سیستم بانک اطلاعات جغرافیایی مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرند.

داده‌های نوع دوم، اسناد، مدارک، و نقشه‌های محلات و بافت‌های تاریخی شهر و جاذبه‌های شهری است که به صورت نقشه با استفاده از سیستم اطلاعات جغرافیایی و متن آورده می‌شوند.

داده‌هایی که سیستم اطلاعات جغرافیایی را تشکیل می‌دهند، خود به دو قسمت تقسیم می‌گردند:

۱- اطلاعات مکانی، ۲- اطلاعات غیر مکانی و توصیفی.

اطلاعات مکانی خود شامل داده‌های زیر می‌باشد:

- اطلاعات رقومی موجود در مقیاس ۱/۲۰۰ و ۱/۳۰۰۰۰ شهر اصفهان.
- مشاهده میدانی که از طریق کاربری‌های مورد مطالعه از قبیل دفاتر آژانسها، هتلها و خدمات تجاری وابسته به توریسم و جاذبه‌های شهری بر روی نقشه ۱/۲۰۰ صورت گرفت.
- نقشه‌های شهری موجود که سازمان ایرانگردی و جهانگردی و شهرداری اصفهان برای گردشگران منتشر کرده‌اند.
- اطلاعات غیر مکانی و توصیفی عبارت است از:
  - سرشماری عمومی نفوس و مسکن، آمار تفصیلی سال ۱۳۷۵ شهر اصفهان.
  - آمار تعداد بازدید کنندگان از جاذبه‌های شهر اصفهان در سالهای ۱۳۷۵، ۱۳۷۹، ۱۳۸۰.
  - اطلاعات توصیفی دیگر شامل نام جاذبه‌ها، ویژگی‌های آنها و غیره.
  - اطلاعات عمومی و خصوصی گردشگران که از طریق پرسشنامه اخذ گردید.

### ۳- مبانی نظری و پیشینه تحقیق

مفهوم فضا به شکل علمی و به طور وسیع از دهه ۱۹۵۰ وارد ادبیات جغرافیایی شد، به طوری که برخی آن را به عنوان یک مفهوم پایه در جغرافیا دانستند. فضا شامل فرایندهای



طبیعی تغییر یافته به وسیله انسان، و شرایط اجتماعی تولید و تقسیم کار در یک کل منتظم است [۱، ص. ۱۱۸].

کولکوهن (۱۹۸۹) واژه فضای شهری را به دو گونه تعریف می‌کند: فضای اجتماعی، و فضای ساخته شده و مصنوع. فضای اجتماعی تداعیهای فضایی نهادهای اجتماعی است که مورد علاقه جامعه‌شناسان و جغرافیای شهری است. این دیدگاه دیدن ویژگیهای محیط مصنوع را به عنوان فرآیندهای مد نظر قرار می‌دهد و از سوی دیگر فضای مصنوع متوجه فضای فیزیکی است که بیشتر مورد توجه معماران است [۲، صص. ۴۶-۴۷].

لفور<sup>۱</sup> فضا را محصولی اجتماعی - سیاسی و محصولی که خرید و فروش می‌شود می‌داند. دیوید هاروی نیز بر این فرایند (به شکل کالا درآمدن 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 [۳].

بنابراین تنظیمات فضایی می‌تواند مانع یا زمینه‌ساز یک سری پدیده‌های اجتماعی باشد و رفتار انسانی در این محیط متناسب با ویژگیهای اقتصادی - اجتماعی و فرهنگی تغییر کند. گیدن تمام کسانی را که به نحوی شرایط جغرافیایی یا عوامل مادی را در تبیین پدیده‌های روانی - فرهنگی و اجتماعی عمده می‌کنند در مقوله فضاگرایی جای می‌دهد [۴].

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 الگوهای فضای شهری است که به عنوان جاذبه‌ها و خدمات شهری تعریف می‌شود. ساختار فضایی محصول فرایند فضایی است که در آن، فضا به وسیله فرایندهای اجتماعی، اقتصادی و طبیعی سازمان می‌یابد. راجرز نظریه ساختار فضایی شهر را با توجه به سازماندهی مکانی فعالیتهای اجتماعی - اقتصادی در مناطق شهر تعریف می‌کند؛ با این هدف که قاعده‌مندیهایی را که در تطابق مردم با فضای شهری وجود دارند، بیابد، توضیح دهد و سرانجام پیش‌بینی کند.

بورن با انتقاد از تلاشهایی که ساختار شهری را همسنگ چیدمان فیزیکی کاربری زمین می‌گیرند، می‌کوشد آن گونه به تعاریف شکل شهر و ساختار فضایی شهری بپردازد که امکان توجه به هر دو بعد مکانی و غیر فضا‌ساختی شهر وجود داشته باشد. بورن به اتکای



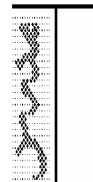
نظریه سیستمها، شکل شهر را به الگوی مکانی یا چیدمان عناصر منفرد درون یک نظام شهری تعریف می‌کند. این عناصر شامل محیط مصنوع ساختمانها و کاربریهای زمین و نیز گروههای اجتماعی، فعالیتهای اقتصادی و مؤسسات عمومی می‌شود [۲، صص. ۴۶-۴۷]. نوع تعاریف شکل شهر عمدتاً ناشی از این واقعیت است که بافت شهری، اثری فیزیکی و اجتماعی دارد [۵، ص. ۲۲۶] ابعاد اجتماعی و فیزیکی شکل شهر، رابطه پویایی با یکدیگر دارند. بافت فیزیکی با روندهای متفاوت اجتماعی تولید شده، مشخص می‌گردد. به طور کلی، ساختار فضایی شهر از عنصر اساسی و پایه‌ای تشکیل می‌شود که در توریسم نیز نقش مهمی دارد: فضای طبیعی، فضای مصنوع یا خلق شده و فضای اجتماعی. استفاده آگاهانه از محیط طبیعی در شکل‌گیری فضاهای شهری و به طور کلی فضای زندگی انسانی با توجه به هنر خلاقانه، چشم اندازه‌های به وجود آورده است که بعضاً تعجب‌آور و تحسین برانگیز است. فضای منتج شده بدو یا با گذشت زمان، زمینه و ارزش توریستی پیدا کرده است.

فضای مصنوع عبارت است از ساختمانها، خیابانها، میادین و هر آنچه فضای طبیعی را به دست انسان و یا تفکر فردی یا جمعی او تغییر داده باشد.

نسلهای گذشته بسیاری از فضاها را ساخته‌اند و پس از مدتی دوباره ساخته شده یا با تفکر جدید بازسازی شده است. هر نسلی بخشی از میراثهای گذشته را رها و بخشی دیگر را حفظ می‌کند. با این کار، اشکال متفاوت از شیوه‌های مختلف تولید اجتماعی، فرهنگی و سیاسی در شهر شکل گرفته است. بدین ترتیب است که شاید حسی از تاریخی بودن شهر داشته باشیم و هرچه تنوع تاریخی شهر متنوع و زیاد باشد از نظر جذب توریسم اهمیت پیدا می‌کند.

شهر، متنی اجتماعی و مکانی است که افراد برای استفاده یا تغییر آن با اثر متقابل واردش می‌شوند. به اعتقاد لفور، فضای اجتماعی محصول اجتماعی است. هر جامعه و هر شیوه تولید، تولید کننده فضای خاص خودش است.

اشکال مختلف اجتماعی با فرهنگ و آداب و رسوم متفاوت، جاذبه‌های مهمی را به وجود می‌آورند که انگیزه شناخت و دیدن آنها انسان را به محیطهای اجتماعی بکر و جدید می‌کشاند. هرچه فضای اجتماعی شکل گرفته، اصیل و از فرهنگ و آداب و رسوم قدیمی برخوردار باشد، جاذبه بیشتری را برای گردشگران به وجود می‌آورد. یکی از موارد مورد



توجه گردشگران، فضاهای تاریخی در شهرهاست، فضایی که با توجه به بافت آن به عنوان یک چالش بزرگ در جهت توسعه شهری از آن نام برده می‌شود و اغلب برنامه‌ریزان شهری در حفظ، بازسازی و احیا و یا توسعه آن با مشکل مواجه بوده‌اند.

فضای توریسم شهری<sup>۱</sup>، فضایی است که منابع توریسم در آن وجود دارد و الگوی رفتاری گردشگران تابعی از منابع گردشگری مانند جاذبه‌ها، محل اقامت، امکانات و خدمات است که تبلور آن فضای توریسم را شکل می‌دهد.

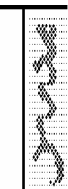
منابع توریسم شهری<sup>۲</sup> از سه بخش عمده تشکیل می‌گردد. عناصر اولیه توریسم که در واقع عامل اصلی جذب توریسم به شمار می‌آید، شامل مکانهای قابل بازدید، مانند آثار تاریخی، خیابانهای تاریخی، پارک و فضای سبز و مکانهایی که برای فعالیتهای توریستی ساخته شده‌اند، مانند سینما، تئاتر، موزه، گالریهای هنری و غیره می‌شود.

بخش دوم، عناصر ثانویه توریسم شامل تأسیسات اقامتی و فروشگاهها و غیره است. بخش سوم عناصر دیگری هستند که کار راهنمایی و خدمات توریستی را انجام می‌دهند، مانند اداره راهنمایی توریسم و غیره الگوی رفتاری در محیط شهری، متناسب با ویژگیهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و به طور کلی تابعی از فضای شهری است و برحسب پدیده‌های اجتماعی تغییر می‌کند. فضای شکل گرفته گردشگران نیز برحسب الگوی رفتاری آنان می‌تواند تغییر کند. بنابراین عدم تغییر پدیده‌های شهری در ارتباط با توریسم می‌تواند ثبات نسبی الگوی رفتاری را به همراه داشته باشد. حرکت گردشگران در محیط شهری یکی از نکات قابل بحث در فضای توریسم شهری است چرا که «برخوردی که بین میزبان و میهمان به وجود می‌آید اختلاف فرهنگی استفاده از فضای شهری است» [۶، صص. ۱۳۶-۱۳۷].

اولین و مهمترین عامل در الگوی رفتاری و نتیجتاً در فضای توریستی رفت و آمد یا مسیرهای گردش گردشگران برای بازدید از جاذبه‌های شهری است، زیرا عامل اصلی در جذب توریست به شهرها جاذبه‌های آن شهر است.

دومین عامل را می‌توان محل اقامت گردشگران محسوب کرد که مرکز ثقل حرکتی گردشگران در شهر است.

سومین عامل، خرید و تهیه سوغات در شهر است. عوامل فوق به همراه عوامل دیگری چون دید و بازدید اقوام، فضای توریسم شهر را شکل می‌بخشند.



1. Urban Tourism Space  
1. Urban Tourism Resources



اگر ساختار فضایی توریسم شهری را از نظر چیدمان فیزیکی کاربری زمین یا بعد مکانی بررسی نمایم، عامل اول و دوم ذکر شده در بالا مهمترین عناصر ساختاری هستند؛ زیرا قرارگیری جاذبه‌ها در فضای شهری کوچکی یا گسترده‌گی فضای توریسم را تعیین می‌کنند و همچنین تأسیسات اقامتی در ابعاد این فضا مؤثر است. البته بعد اجتماعی شهرهایی که دارای فرهنگ و آداب و رسوم خاص هستند و به عنوان یکی از جاذبه‌های شهری مطرح می‌گردند نباید فراموش گردد.

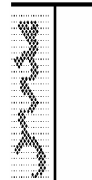
تا دهه ۱۹۹۰، مطالب اندکی در مورد نقش توریسم در اقتصاد و فرهنگ شهرها نوشته شده بود. در تمامی کتابهایی که در مورد شهرهایی که میلیونها بازدیدکننده را جذب می‌کردند نوشته شده است، بندرت به نقش توریسم اشاره گردیده است. نویسندگان بیشتر متوجه اهمیت تجارت و عملکردهای حکومتی در اقتصاد و تغییرات سیاسی دولتها بودند و به نقش توریسم توجه نداشتند و یا از آن در برنامه‌ریزیها بخصوص برنامه‌ریزی شهری استفاده نمی‌کردند [۷].

آشورث<sup>۱</sup> خاطر نشان می‌کند که حدود ۶۰ سال توریسم در مدل‌های فضای شهری، نادیده انگاشته شده است [۷؛ ۸، ص. ۱۲]. بیشتر پژوهشهای گذشته قبول دارند که تحلیل مربوط به پخش و جریانهای سطوح بین‌المللی، ملی و منطقه‌ای را داشته‌اند، اما کوشش کمی برای تحلیل گردش‌گردشگران درون شهری انجام داده‌اند [۸، ص. ۱۴].

کوچک نیز به مانند پاتمور علی‌رغم رشد تحقیقات جغرافیایی در مورد توریسم، به نادیده گرفته شدن مسائل شهری اشاره و اعلام داشته که جغرافیدانان گذشته 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 به‌طور یکسان از موضوع مهم عملکرد توریستی شهرها غافل بوده‌اند [۸، صص. ۱۲-۱۴].

در سالهای اخیر، جغرافیدانان از فعالیت ویژه‌ای در زمینه بررسی توریسم برخوردار



1. Shworth, 1989



شده‌اند و با عاریه گرفتن نظرات دیگران و تلفیق آنها با دیدگاه فضایی خود به صورت فعالانه به دنبال بررسی و تشریح مشکلات مختلف در رابطه با سفر و توریسم هستند. جغرافیدانان مانند بیشتر پژوهشگران اجتماعی، جذب آثار اقتصادی، اجتماعی و محیطی توریسم در زمینه‌های گوناگون شده‌اند. آنها توجه زیادی به کاربری استفاده از زمین در مناطق میزبان به منظور به حداکثر رساندن بازدهی اقتصادی و به حداقل رساندن عوامل منفی محیطی - فرهنگی کرده‌اند [۹].

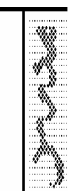
به هر حال « قسمت عمده ادبیات جغرافیایی توریسم در ارتباط با دینامیک تحول در مناطق مقصد می‌باشد» و شهرها یکی از مقاصد مهم گردشگران است که می‌تواند بیشتر مورد توجه قرار گیرد.

بحث رفتاری از موضوعات جالب توجه در توریسم شهری است. عنصر فضا در تحقیقات رفتاری از نکات مهم و مورد توجه جغرافیدانان است. آنها بیش از همه از تحقیق لینچ<sup>۱</sup> الهام گرفتند. تحقیق لینچ از افراد خوانده شده به پژوهش خواسته بود تا نقشه‌هایی از شهر خود بکشند. لینچ با ساده کردن نقشه‌ها تصاویری از شهر به دست آورد و متوجه عناصر مشترک بسیاری در این نقشه‌های ذهنی شد. این عناصر عبارت بودند از راهها، سرحدها، محدوده‌ها، گره‌ها و نشانه‌ها [۹].

گرچه عناصر لینچ موجب سردرگمی می‌شود، اما به محققین کمک می‌کند تا بفهمند افراد چگونه محیط خود را درک می‌کنند. بر همین اساس تحقیقاتی با زمینه توریسم شکل گرفت. از آن جمله والمسکی و لوئیس در یک تحقیق، تصویری ذهنی و طیفی از علایق گردشگران ترسیم کردند و نشان دادند که نقشه ذهنی توریسم ممکن است به شناخت توریسم از محیط کمک کند.

استابل نیز در تحقیق و بررسی در این زمینه مفهوم گروههای فرصت را برای وضعیتی که دانش فرد یا خانواده با فرصتهای توریستی شکل گرفته است مشکل آشنایی و یا عدم آشنایی با محل یک مسأله اساسی مطرح می‌کند.

پیرس<sup>۲</sup> نیز به عنوان یکی از پیشگامان نقشه‌های ذهنی بروی گردشگران، مطالعه‌ای بر روی گردشگرانی که از شهر آکسفورد بازدید داشته‌اند، صورت داد. او به بررسی نقش نشانه‌ها، راهها و محدوده‌ها پرداخت و نتیجه گرفت که بازدیدکنندگان شهر آکسفورد در



1. Lynch, 1960  
2. Pearce, 1977



تکمیل نقشه‌های ذهنی بسیار سریع بوده‌اند. نکته جالب توجه در این مطالعه حکایت از روند یادگیری محیطی دارد [۱۰].

در تحقیق دیگری که پیرس در سال ۱۹۸۱ در مورد چگونگی رسیدن به آگاهی گردشگران درباره جاده‌ای در کوئیزلند شمالی انجام داد روشن شد که متغیرهای تجربی تأثیر عمده‌ای بر نقشه‌های ذهنی دارند.

از دیگر مطالعات بحث رفتاری با موضوع نقشه‌های ذهنی می‌توان به کارهای والامسی و جنکیس ۱۹۹۲، و جنکیس و والامسی ۱۹۹۳ اشاره کرد. همچنین در موضوع شناخت محیطی کارهای آلدسکوژیوس ۱۹۷۷ جالب توجه است [۸، صص. ۱۲-۱۴].

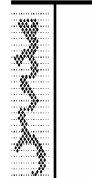
رفتار فضایی توریست‌ها از موضوعات مورد علاقه جغرافیدانان در بحث جغرافیای رفتاری است. در این زمینه می‌توان به کارهای کارلسون (۱۹۷۸)، کوپر (۱۹۸۱) و دبگ (۱۹۹۱) اشاره کرد. همچنین موضوع رفتار توریست نیز در بعد روانشناسی اجتماعی از موضوعات جالب توجه است و در این باره، کارهای مورفی و رسن بلود (۱۹۷۴)، پیرس (۱۹۸۸) قابل اعتناست.

از کارهای مرتبط با تحقیق حاضر می‌توان به کار آشورث (۱۹۸۹، ۱۹۹۲)، لائو (۱۹۹۲)، ۱۹۹۳ و ۱۹۹۶، هنگ (۱۹۹۶) و مورفی (۱۹۹۷) اشاره کرد که در زمینه توریسم شهری انجام داده‌اند.

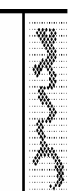
همچنین کار لئو در سال ۱۹۸۷ درباره جاذبه‌های توریستی و مطالعه کلیسکی و کیرسلی در سال ۱۹۹۳ در زمینه سیستم اطلاعات جغرافیایی درخور ذکر است.

#### ۴- تجزیه و تحلیل یافته‌ها

اصفهان از نخستین شهرهایی است که آریاییها آن را در سرزمین ایران بنا نهادند و در طی تاریخ چند هزارساله کشور از شهرهای مهم و بزرگ کشور محسوب شده است. قرارگیری این شهر در مرکز کشور و وجود راههای ارتباطی و سوق الجیشی در دوره‌های مختلف از مواردی است که بر اهمیت اصفهان افزوده است. شهر اصفهان از دو واحد مجزا، یعنی جی (شهرستان) و یهودیه تشکیل می‌شده است. مرکز حکومتی در دوره‌های پیش از صفویه از مراکز جمعیتی (نقاط مسکونی) جدا بوده است و دلیل اصلی این امر را باید در نظام کاستی حاکم و وجود حصار و جدا گزینی جستجو کرد [۱۱].



در دوره صفویه با انتخاب اصفهان به عنوان پایتخت، شهر مجدداً رونق و اعتبار خود را باز یافت و پیشرفت و رشد معماری و شهرسازی به حد اعلای خود رسید و این شهر به عنوان یکی از ثروتمندترین و باشکوه‌ترین شهرهای دنیا مطرح گردید. در این دوره علاوه بر مهمترین اقدامات شهرسازی که صورت پذیرفت، استخوانبندی اصلی شهر در تمامی دوره‌های بعدی تا حال حاضر پایه‌گذاری شد. احداث مجموعه میدان نقش جهان (شامل کاخ عالی قاپو، مسجد شیخ لطف‌الله، مسجد جامع، بازار قیصریه)، مجموعه کاخ‌های صفویه، پلها (شامل پل الله‌وردی‌خان یا سی‌وسه‌پل، پل خواجه، پل چوبی، پل شهرستان) و خانه‌های بزرگ و تاریخی، و مادیها، میدین و خیابانها چون چهارباغ به وجود آمد. ساخت این بناها و آثار در آن دوره، پایه اصلی جاذبه‌های گردشگری شهر اصفهان شد (شکل ۱).





شکل فضایی توریسم در شهر اصفهان بر دو محور طبیعی و مصنوعی شهر استوار است. محور اول بر پایه رودخانه زاینده‌رود استوار است و دارای جاذبه‌های، سی وسه پل، پل خواجه، پل شهرستان، پل مارنان، پل چوبی، باغ پرندگان، باغ گلها و پارک‌هایی است که در دو طرف حاشیه زاینده‌رود قرار دارند، مانند پارک مشتاق، زاینده رود، ملت، کودک، آبشار سوم و ... . محور دوم، حول خیابان چهارباغ است که خود از فضاهای مهم محسوب می‌شود و شامل جاذبه‌های کاخ هشت بهشت، پارک رجایی، پاساژهای تجاری و تأسیسات اقامتی و خدماتی می‌شود.

همان طور که شکل ۱ توزیع فضایی جاذبه‌های توریستی را نشان می‌دهد، جاذبه‌های مطرح شهر اصفهان که بیشتر بازدیدکنندگان را نیز دارند مانند مجموعه میدان نقش جهان (بازار قیصریه، مسجد امام، مسجد شیخ لطف الله، عالی قاپو)، کاخ چهلستون، موزه هنرهای معاصر، تزیینی و تاریخ طبیعی از مرکزیت فضای توریسم شهری اصفهان محسوب می‌گردد، در مرکز شهر و بافت قدیم شهر قرار دارد. جاذبه‌های فوق از مراکز و بناهای دولتی دوره صفوی محسوب می‌شوند.

تأسیسات اقامتی و پذیرایی و خدماتی شهر غالباً در مرکز شهر و در بافت تاریخی قرار گرفته‌اند. همان‌طور که شکل ۲ نشان می‌دهد، خدمات فوق بیشتر در حول محور خیابان چهارباغ قرار دارند. به‌طوری که هتل‌های عباسی، پیروزی، عالی قاپو، آزادی، امیرکبیر، ایران، جمشید، نقش جهان و ... در طول این خیابان قرار گرفته‌اند.





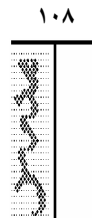
تأسیسات اقامتی و پذیرایی شهر اصفهان شامل هتلها، مهمانخانه‌ها و رستورانهایی است که در درجات مختلف از هتل‌های پنج ستاره تا مهمانخانه‌های درجه سه. از مهمترین هتل‌های موجود می‌توان به هتل عباسی (پنج ستاره) و هتل‌های کوثر، عالی قاپو، پیروزی (چهار ستاره) اشاره کرد که بیشترین تعداد مسافر را پذیرش و خدمات‌رسانی می‌کنند.

در بررسی یک دوره نه ساله ۱۳۷۰-۱۳۷۹ هتل‌های فوق تعداد ۸۹۵۵۳۲ مسافر داخلی و خارجی را پذیرا بوده‌اند که نسبت به کل مسافرین اقامت کرده در هتل‌های شهر (۱۹۵۸۱۸۳) ۴۵/۷ درصد است [۱۲].

الگوی مسافرت درون شهری گردشگران برای بازدید از جاذبه‌های گردشگری با استفاده از سیستم تحلیل شبکه GIS انجام گرفت که شکل ۳ آن را نشان می‌دهد.



حسین شکویی، علی موحد



۱۰۸

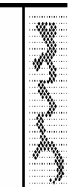
دوره ۶، شماره ۴، زمستان ۱۳۸۱

البته الگوی به دست آمده بدون در نظر گرفتن مبادی ورودی است، اما بر اساس پرسشنامه تنظیم شده و مورد تحلیل قرار گرفته، مبادی خیابانهای کاوه، دروازه تهران، دروازه شیراز، فرودگاه، آتشگاه، زینبیه و نایین به ترتیب مهمترین مبادی ورودی گردشگران به شهر است. بر اساس شکل مذکور، شبکه رفت و آمد گردشگران بر پایه جاذبه‌های گردشگری شهر بیشتر در مرکز شهر و در بافت تاریخی شهر است، به طوری که مناطق سه و یک شهری را به طور کامل پوشش می‌دهد. بر اساس الگوی به دست آمده، خیابانهای چهارباغ عباسی، استانداری، سپاه، فردوسی، کمال اسماعیل، آتشگاه، مطهری، بلوار آیینه‌خانه، ملت و جلفا از مسیرهای گردشگران هستند و در این میان، خیابان چهارباغ از نقش محوری برخوردار است و از پرتراکمترین و شلوغترین خیابانهای شهر است که علاوه بر گردشگران، مورد استفاده ساکنان شهری نیز می‌باشد.

بر پایه الگوی رفت و آمد گردشگران در شهر و بر اساس قرارگیری جاذبه‌های شهری، الگوی فضایی توریسم شهری با استفاده از الحاقیه Animal movement در محیط GIS به دست آمد. الگوی فوق که در شکل ۴ نشان داده شده است، قسمت مرکزی فضای شهر اصفهان را در بر می‌گیرد. الگوی فوق فقط بخش درونی شهر را مورد تأکید قرار داده و برای نمایش بهتر از مبادی ورودی و خروجی شهر صرف نظر گردیده است.

فضای مشخص شده دارای محیطی برابر با ۳۴۲۷۳ متر و مساحتی حدود ۳۶۸۴ هکتار می‌باشد که از «مساحت بافت و فضای تاریخی شهر اصفهان که ۱۳۰۰ هکتار است و عمدتاً بخش مرکزی شهر را شکل می‌بخشد»، بیشتر است [۱۳].

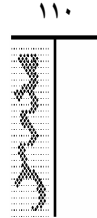
فضای فوق، فضاهای مسکونی، تجاری و اداری را در بر می‌گیرد و لذا فضای به دست آمده فضای خالص توریستی شهر که گردشگران آن را مورد استفاده قرار می‌دهند، نیست. اکثر امکانات توریستی شهر در این فضا قرار گرفته و فقط چند مورد استثنا وجود دارد که خارج از این الگوست. در بخش تأسیسات اقامتی فقط هتل‌های پایانه‌های کاوه و صفه و از جاذبه‌ها فقط امامزاده زینبیه و کوه صفه خارج از این فضا است و سایر جاذبه‌ها، امکانات و خدمات را در بر می‌گیرد. همانطور که شکل ۴ نمایان است، فضای به دست آمده بخش مرکزی شهر را که بر محور چهارباغ و زاینده رود استوار است، پوشش می‌دهد. بر اساس آمارهای موجود، تعداد بازدیدکنندگان از جاذبه‌های شهر و داده‌های استخراج شده از پرسشنامه، نشان می‌دهد جاذبه‌هایی که در مرکز فضای گردشگری قرار دارند از تقاضای





حسین شکویی، علی موحد

بیشتری برخوردارند، مانند مجموعه میدان امام، چهلستون، سی و سه پل، هشت بهشت و...



دوره ۶، شماره ۴، زمستان ۱۳۸۱

۱۱۰



در نتیجه محدوده مرکزی فضای توریستی شهر از فشار بیشتر گردشگران برخوردار است. شکل ۵ مناطق حاشیه‌ای هر جاذبه را نشان می‌دهد که بر اساس حجم بازدید گردشگران در محیط GIS تهیه شده است. بر اساس طرح جامع حمل و نقل و ترافیک شهر اصفهان که در سال ۱۳۶۷ انجام یافته است بیشترین ترافیک شهر در فضای توریستی قرار دارد. در آمارگیری طرح با هدف سفرهای تفریحی، نواحی میدان انقلاب، دروازه دولت، چهارراه نظر، پل فلزی، خواجه و دروازه شیراز ۶۰ درصد سفرهای تفریحی را جذب می‌کند [۱۴].

محدوده مذکور تماماً در فضای به دست آمده قرار دارد. الگوی فوق به ما امکان می‌دهد که علاوه بر شناخت و استفاده از تمامی فضاهای الگوی فوق بر ساماندهی امکانات و خدمات





در این فضا برای آسایش و تسهیل در رفت‌وآمد و بازدید جاذبه‌ها توسط گردشگران بهره برد.

## ۵- نتیجه‌گیری

شهر اصفهان از جمله شهرهای تاریخی کشور است که از آثار و بناهای تاریخی متعددی برخوردار است. علاوه بر ویژگی فوق، بافت تاریخی شهر هنوز تغییر نیافته و خود مجموعه‌ای موزه‌ای است. در بررسی الگوی فضایی شبکه رفت‌وآمد گردشگران که بر اساس جاذبه‌های شهری و با استفاده از سیستم اطلاعات جغرافیایی صورت گرفت، مشخص شد بیشترین استفاده گردشگران از فضای شهر اصفهان مربوط به بخش مرکزی است و قسمت تاریخی شهر را پوشش می‌دهد.

الگوی فضای گردشگری شهر اصفهان بیشتر متکی بر بافت تاریخی شهر و بخش مرکزی شهر است، زیرا بیشتر جاذبه‌ها، تاریخی هستند، هرچند کوششهایی در جهت افزایش جاذبه‌های جدید، مانند باغ پرندگان، باغ گلها، باغ غدیر، پارکها و غیره صورت گرفته است و این می‌تواند تنوع بیشتری را در تعداد و نوع جاذبه‌ها ایجاد نماید.

از بحث فوق می‌توان نتیجه‌گیری کرد ارتباط متقابلی بین ساختار فضایی شهر و توریسم شهری وجود دارد. ساختار فضایی توریسم شهری اصفهان از فضای شهر بیشترین بهره را برده است و فضای تاریخی شهر بیشترین نقش را بر عهده گرفته است. با توجه به سابقه



تاریخی کشور، در اغلب شهرهایی که مانند شهر اصفهان از بافت و جاذبه‌های تاریخی برخوردارند، فضای توریستی شهر بیشتر تحت تأثیر فضای تاریخی شهر است و با بررسی فضای تاریخی شهر می‌توان به شناخت فضای توریستی کمک کرد.

## ۶- منابع

- [۱] شکویی، حسین، اندیشه‌های نو در فلسفه جغرافیا، جلد اول، انتشارات گیتی شناسی، ۱۳۷۵.
- [۲] مدنی‌پور، علی، طراحی فضاهای شهری، ترجمه فرهاد مرتضایی، نشر شرکت پردازش و برنامه‌ریزی شهرداری تهران، ۱۳۷۹.
- [۳] افروغ، عماد، فضا و نابرابری اجتماعی: ارائه الگویی برای جدایی‌گزینی فضایی و پیامدهای آن، انتشارات دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ۱۳۷۷.
- [4] Giddens, Anthony, *Society Action & Space*, London, Routledge published, 1993.
- [5] David Harvay, *The Urbanization of Capital*, Oxford University Press, 1985.
- [6] Orbasll, Aylin, *Tourists in Historic Towns, Urban Conservation and Heritage Management*, London, E & Spon, 2000.
- [7] Law, Christopher m., *Urban Tourism Attraction Visitors to large Cities*, Mansell, London, Publishing Limited, 1996.
- [8] Hall C.M and Page, S.J., *The Geography of Tourism and Recreation, Environment, Place and Space*, Routledge, 2001.
- [9] Pearce, Douglas, G., "An Intergrative Framework for Urban Tourism Research", *Annals of Tourism Research*, Vol. 28, No. 4, 2001.
- [10] Page, S.J. and Thorn. K., *Towards Sustainable Tourism Planning in New Zealand: Public Sector Planning Responses*, *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 5, No. 1, 1997.
- [۱۱] سجادی نائینی، سید مهدی، راهنمای جدید شهر اصفهان، چاپ سازمان ایرانگردی و جهانگردی استان اصفهان، ۱۳۸۰.
- [۱۲] سازمان ایرانگردی و جهانگردی، دفتر آمار و اطلاعات، آمار گردشگران مراکز اقامتی



استان اصفهان، ۱۳۸۰.

[۱۳] وارثی، حمیدرضا، «تحلیلی بر ویژگیهای مسکن در شهر اصفهان»، رساله دکترای،

دانشگاه اصفهان، ۱۳۷۹.

[۱۴] سازمان حمل و نقل و ترافیک اصفهان، «مطالعات جامع حمل و نقل شهری اصفهان»،

خلاصه گزارش نهایی نتایج آمارگیری مبدأ - مقصد، گزارش شماره ۱۰۱، ۱۳۶۷.

