

چیستی منظر گردشگری شهری

پروانه پرچکانی

دکتری مدیریت گردشگری، دانشگاه علم و فرهنگ ایران

p.parchekani@usc.ac.ir

سعید حسن زاده وایقان

کارشناس ارشد مدیریت گردشگری، دانشگاه علامه طباطبایی

saeed.hsnzad@gmail.com

چکیده

شهرها تصویر تفکر، نوع زندگی و تحولات فرهنگی و تاریخی ساکنان خود هستند که بعد از تحولات انقلاب صنعتی عموماً به مراکز گردشگر فرصت، تبدیل شده و پس از مدت کوتاهی نیز به دلیل زمینه‌های موجود در آن‌ها اصلی‌ترین مقصد گردشگران نام گرفته‌اند. منظر شهری، شناخت مفهوم شهر نزد شهروندانی است که در طول تاریخ در آن محیط زیسته‌اند و با کالدهای طبیعی و مصنوع محیط ارتباطی معنایی تولید کرده‌اند که در تداوم حیات معقول آن‌ها نقش اساسی دارد. موضوع اصلی منظر شهری قرائت تفسیر صحیح و درنهایت بازتولید کیفیت‌هایی است که ارزش‌های قدیم و جدید شهر را به هم پیوند می‌زند و موجب حفظ رابطه طبیعی انسان با محیط شهری خود می‌شود و فضایی قابل زیست فراهم می‌آورد. منظر گردشگری می‌تواند به عنوان جزئی از منظر شهری، حوزه نوینی در ادبیات مطالعات شهر باشد که از ادراک کالبد شهر فاصله گرفته و به برقراری ارتباط عاطفی بین شهر و دیدارکننده، تثبیت ذهنی منظر شهر و ایجاد رابطه عینی، ورود کند و درعین حال میل به زندگی ساکنان شهر به محل سکونت خود را نیز افزایش دهد. ترسیم خط ارتباطی متناسب بین نمادهای شهری با در نظر داشتن کیفیت ادراک دیدارکنندگان و آسایش ساکنان می‌تواند در ذهن مخاطب تصویری ماندگار برجای بگذارد و ارتباط عینی و ذهنی بین گردشگران و شهر را ایجاد نماید که می‌توان آن را منظر گردشگری شهری نامید. این مقاله تلاش دارد تا ضمن واکاوی چیستی منظر گردشگری شهری، اهمیت ترسیم منظر گردشگری را از حوزه منظر شهری و فرهنگی با در نظر داشتن کیفیت تجربه دیدارکنندگان و لزوم آسایش ساکنان تبیین کند. در این پژوهش؛ تهران به عنوان مورد مطالعاتی انتخاب شده و روش تحقیق مبتنی بر کشف، شهود، توصیف و تحلیل است.

واژگان کلیدی

منظر شهری، منظر گردشگری، منظر فرهنگی، تهران.

منظر گونه‌ای دیگر از مکان است که دارای ماهیت مکان و محصول تجربه انسان در فضا است. فضای منظر با فضای معماری تفاوت دارد (منصوری، ۱۳۸۹: ۳۱). کنوانسیون منظر اروپا در تعریفی گسترده منظر را مفهوم ناحیه‌ای می‌داند که توسط مردم درک شود، منطقه‌ای که ویژگی‌های آن ناشی از تعامل مولفه‌های انسانی و طبیعی بوده و طبیعت، مناطق شهری، روستایی و حومه شهری را در برمی‌گیرد. در واقع منظر گونه‌ای دیگر از مکان و محصول تعامل انسان و محیط در فضاهای بیرونی است (برک، ۱۳۸۹: ۸۲). به طور کلی طبیعت و تاریخ ترسیم‌کننده منظر است. تفکر در باب منظر شهری نباید وسیله‌ای باشد که متخصصین و صاحب‌نظران توسط آن تنها به خلق فضاهای دل‌پذیر و پسندیده برای زندگی روزمره و اوقات فراغت جامعه بپردازند؛ بلکه هدف اول در این مسیر، باید آموزش و کمک به شهروندان در زمینه تفکر و ادراک فضا باشد؛ در ابتدا فضای زندگی و در مراحل بعدی آنچه که حقیقتاً افراد در جستجوی آنند (Lacoste, 2009: 72). منظر شهری نسبت به منظر جزئی تر بوده و تلفیق سه گانه ای از: منظر عینی شهر، منظر ذهنی شهر و منظر عاطفی شهر است که مبنای رفتار قرار می‌گیرد (گلکار، ۱۳۸۵: ۳۸). تعاریف و دیدگاه‌های متفاوتی نسبت به منظر شهری وجود دارد. «گوردن کالن» (۱۳۷۷: ۲۸) معتقد است «یک ساختمان، معماری، ولی دو ساختمان منظر شهری است. زیرا به محض آن که دو ساختمان کنار هم قرار می‌گیرند منظر شهری عرضه می‌شود. فرآیندی که انسان در برخورد با منظر شهری طی می‌کند با ادراک آن و ثبت یک منظر عینی شروع شده و سپس با توجه به داده‌های موجود در ذهن، ناظر شروع به تجزیه و تحلیل آن کرده و نسبت به آن شناخت پیدا کرده و منظر ذهنی وی شکل می‌گیرد. پس از مرحله شناخت، ناظر با توجه به معیارهای موجود در ذهنش که در طول زمان شکل گرفته اقدام به ارزش‌گذاری کرده و آن را خوب یا بد ارزیابی می‌کند و بر آن اساس، واکنش از خود نشان داده و در آن محیط رفتار می‌کند. بنابراین منظر شهری دانش شناخت مفهوم شهر نزد شهروندانی است که در طول تاریخ در آن محیط زیسته‌اند و با کالبد‌های طبیعی و مصنوع محیط ارتباطی معنایی تولید کرده‌اند که در تداوم حیات معقول آن‌ها نقش اساسی دارد (منصوری، ۱۳۸۹: ۳۳). پیوستگی بین پارامترهای مختلف منظر فرهنگی و منظر شهری، کارکرد چند بعدی شهرها را آشکار می‌سازد. برای آگاهی از کیفیت‌های متفاوت فضای عمومی شهر به دلیل این که تحولات شهری ریشه در تغییرات اجتماعی بزرگی دارند، نیازمند تحلیل تاریخی - جامعه‌شناسی بوده که خارج از این مبحث است. جاذبه‌های تاریخی و یادمانی در شهرها با انگیزه‌های مختلف به وجود می‌آید و بخشی از این عناصر برای ماندگار شدن و یا به مناسبت یادآوری دوره خاص در تاریخ شهرها انجام می‌گیرد که

چیستی منظر گردشگری شهری

منظر یک کل است که می‌توان آن را به طبیعت، فرهنگ، تاریخ، شهر، روستا و هر پدیده عینی دیگر تعمیم داد و پدیده‌ای عینی، ذهنی، پویا و نسبی است که محصول تعامل انسان با طبیعت و جامعه با تاریخ است. با پذیرش این مبنا چیستی منظر گردشگری و نقش آن در ترسیم ذهنیت گردشگران شهری مورد سؤال قرار می‌گیرد. این که منظر گردشگری چیست و ماهیت اصلی آن از کدام مفهوم برگرفته شده سؤال اصلی این پژوهش است که نیاز به واکاوی عمیق دارد. ماهیت اصلی منظر گردشگری برگرفته از منظر است. در واقع منظر از مکان به عنوان وجود واحدی یاد می‌کند که دو بخش بیرونی (ماده) و درونی (ذهنی) آن قابل تفکیک نیست (منصوری، ۱۳۹۲: ۵۶). منظر مفهومی فراتر از «منظره تماشایی» دارد و ترکیبی از تجربه‌های گوناگون بوده و بیش از یک تجربه صرف بصری است. جامعه‌شناسی، انسان‌شناسی، جغرافیا و بسیاری از علوم دیگر که به مطالعه محیط پرداخته‌اند، توضیح می‌دهد که منظر چگونه و از چه طریق مسئله ارتباط بشر با جهان و طبیعت را برعهده می‌گیرد (پی‌یروسان، ۱۳۹۱: ۱۷). کل می‌تواند زیرمجموعه‌های متعددی داشته باشد به گونه‌ای که هر یک از زیرمجموعه‌ها نیز می‌تواند برای سایر اجزا، خود یک کل فرض شده و اجزای جزئی تری داشته باشد. منظر نسبت به منظر شهری، کلی است و منظر شهری نسبت به منظر، جز به کل اطلاق می‌شود. منظر فرهنگی نیز نسبت به منظر شهری یک جز نسبت به کل است که با این تفاسیر منظر گردشگری نیز می‌تواند نسبت به منظر فرهنگی یک جز نسبت به کل تلقی شود (شکل ۱).



شکل ۱. منظر گردشگری، مأخذ: نگارنده.

ارتباط با گذشته را در ذهن بیننده تداعی می‌کند و از ارزش‌های حفاظتی و نگه‌داری نیز برخوردار است را می‌توان منظر میراثی شهر نامید که در بستر اصلی فرهنگی شهر جای گرفته‌است. بخش فرهنگی شهر، برگرفته از خاستگاه تاریخی-جغرافیایی و آیین جمعی مردم شهر است که ادراکات متفاوتی در بینندگان شهر ایجاد می‌کند. اگر منظر فرهنگی یک کل در نظر گرفته شود که حاصل کار مشترک انسان، طبیعت و تاریخ است، منظر میراثی و منظر گردشگری جزئی از این منظر محسوب می‌شود و شامل آن قسمتی می‌شود که جلوه‌های فرهنگی (هنر، معماری و...) با رویدادهای تاریخی یا معماری درآمیخته‌اند و تصویری از یک سرگذشت تاریخی را در قالب یک مجموعه ارائه می‌دهد و یا فضایی برای گذران اوقات، فراهم می‌کند و ارزش آن به اندازه‌ای است که انسان برای دیدن آن یا بودن در آن فضا سفر کند که اگر این امر با معماری منظر همراه شود تصویر کم‌ظنیر و منحصر به فردی از شهرها در ذهن دیدارکنندگان خلق می‌شود و پایه اصلی شهرت شهر پی‌ریزی می‌شود.

شهرها به عنوان مراکز مذهبی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی از دیرباز مقصد مسافران بوده‌است و گردشگران را با بناهای ماندگار تحت تأثیر قرار داده‌اند. به عنوان مثال در رم باستان تمام امکانات و فضاهای بزرگ با گردشگری مدرن در ارتباط است؛ جاده آپیان^۱ که به بازدیدکنندگان اجازه می‌دهد که به میداین (مراکز خرید، مرکز اجتماعی یا گذرگاه‌های شهر) دسترسی داشته باشند؛ پانتئون^۲، کلیسیوم^۳، سرکو^۴، ماسیمو^۵، حمام آگریپا^۶، ستون تروجان^۷ و خلوت‌نشین‌های تابستانی به دور از گرما و سروصدای شهر مانند حمام هاردیان در نزدیکی تیولی^۸ که همگی جاذبه‌های گردشگری به جا مانده از گزند تور عصر رنسانس هستند (کلیلند^۹، ۲۰۰۰، مکدونالد، ۲۰۰۰، a). در مورد بچینگ^{۱۰}، کیوتو، آنکورجایاوارمن^{۱۱}، بنارس^{۱۲}، مکه، استانبول، لندن، تئوتیاکان^{۱۳}، مکزیکو سیتی، لیما^{۱۴} و سایر شهرهای عمده و سایت‌های زیارتی در سراسر دنیا نیز می‌توان داستان‌های مشابهی نقل کرد. با این وجود باید گفت؛ مطالعات گردشگری معمولاً «تمایل به نادیده گرفتن منظر شهری دارند» و در عین حال «مطالعات شهری نیز از اهمیت کارکرد گردشگری غافل بوده‌اند». اگرچه این حوزه در حال رشد است اما هنوز از نظر تطبیقی مطالعه نشده باقی مانده است.

شهرها به طور فزاینده‌ای نسبت به روابط متقابل میان جوامع مختلفی که خدمات را استفاده می‌کنند و نیاز به تعادل میان هزینه‌ها و منافع در بین گروه‌های مختلف، آگاهی می‌یابند و انتظار می‌رود که تسهیلاتی را مهیا کنند که به طور هم‌زمان دیدارکنندگان و ساکنان را راضی نگه دارند. ترسیم منظر گردشگری شهر با استفاده از جاذبه‌های سایر منظرها می‌تواند در میزان رضایت گروه‌های مختلف نقش مهمی ایفا کند. به دیگر

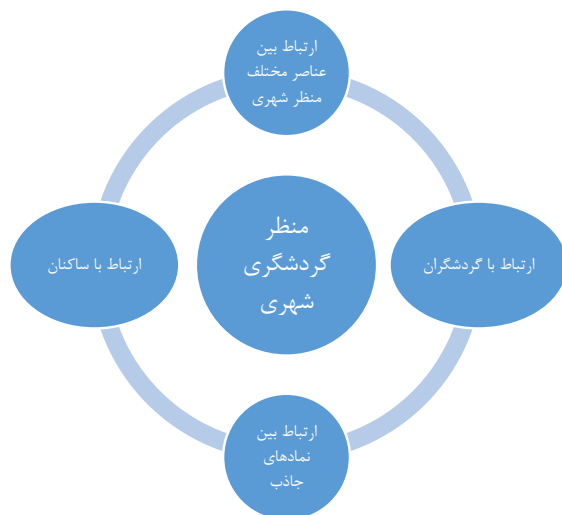
منظر فرهنگی شهر را شکل می‌دهد اما مجموعه اقداماتی که با هدف هویت شهری در شهرها انجام می‌گیرد، تابع مولفه‌های متعددی است و منظر شهری را شکل می‌دهد. مصادیقی مانند کلیت شکل شهر، ساختار شهر، فضاها و ساخت و ساز عمومی، کاخ‌ها و محله‌ها از جمله عناصر تشکیل دهنده هویت تاریخی شهرهاست. «چارلز والدیم» در سال ۱۹۹۶ شهرسازی منظر را به عنوان یک توصیف از یک مدل در حال ظهور برای تجربه حرفه‌ای معماری منظر و طراحی شهری مطرح کرد. منظر در این دیدگاه تأکید مرکزی توسعه شهری به حساب می‌آید. مطابق با این رویکرد ساختمان‌ها و بقیه زیرساخت‌های اصلی شهر باید در ارتباط با منظر طراحی شوند که این دیدگاه می‌تواند در ترسیم منظر گردشگری شهر نیز به کار گرفته شود و در ارتباط با سایر منظرها طراحی شود.

منظر شهری نسبت به منظر فرهنگی کل به شمار می‌آید و از منظر فرهنگی، منظر تاریخی، منظر میراثی، منظر مصنوع، منظر آیینی، منظر طبیعی و منظر گردشگری در یک شهر تشکیل یافته‌است. عبارت «منظر فرهنگی» حدود یک سده است که به کار برده می‌شود ولی شاید حدود بیست سال است که مفهومی کاربردی و حرفه‌ای یافته‌است. منظر فرهنگی نخستین بار در دهه ۱۹۲۰ به مفهوم چشم‌انداز جغرافیایی محصول مشترک انسان و طبیعت به کار برده شد. نخستین تعریف از منظر فرهنگی توسط جغرافی‌دانان بیان شده‌است و منظر فرهنگی، یک منظر طبیعی تلقی شده که به وسیله گروهی انسانی شکل گرفته که در آن فرهنگ نقش عامل و طبیعت نقش واسطه را ایفا می‌کند (ساور، ۱۹۲۵). پس از این تعریف منظر فرهنگی به عنوان مفهوم کاربردی مشترک بین جغرافی‌دانان، معماران منظر، تاریخ‌دانان و... مورد استفاده قرار گرفت.

منظر فرهنگی روش‌های منحصر به فرد استفاده پایدار از زمین، خصوصیات ناشی از محدودیت‌های طبیعی و همچنین تعامل ذهنی با طبیعت را منعکس می‌کند (یونسکو، ۲۰۰۹). درباره منظر فرهنگی، محققان و اندیشمندان هنوز به تعریف جامعی نرسیده‌اند و روی تعریف واحدی توافق نکرده‌اند ولی اصطلاح منظر فرهنگی برای معناداری به شیوه‌ای از دیدن منظر به کار می‌رود که بر تعامل انسان و طبیعت در طول زمان تأکید می‌کند (اینگرسون، ۲۰۰۹: ۸۸). منظر فرهنگی به دلیل وسعت مفهومی توسط افراد و گروه‌های مختلف به گونه‌های متفاوتی تقسیم شده است و در این دسته‌بندی‌ها عموماً منظر میراثی در دل منظر فرهنگی نهفته است.

تاریخ با مفهوم رایج آن، جزء جدایی‌ناپذیر تمام شهر است و در عناصر شهر جاری است و تفکیک منظر تاریخی از منظر شهری و منظر فرهنگی امری دشوار است. بخشی از بناها، عناصر و نمادهای گسترده شده در منظر فرهنگی و تاریخی شهر که از نظر روانی

زمانی، مکانی، طبیعی، تمدنی و تاریخی شهر در ارتباط کامل با منظر فرهنگی به لحاظ عینی و ذهنی است که با ترسیم خط ارتباطی متناسب بین نمادهای جاذب و زندگی روزمره مردم شهر از سویی و همچنین در نظر داشتن ارتباط بین نمادها و کیفیت ادراک دیدارکنندگان و گردشگران از سوی دیگر حاصل می‌شود. منظرگردشگری شهری می‌تواند با شهرت شهر سبب احیای غرور ساکنان شده و تصویری ارزشمند در ذهن مخاطب (برند) ایجاد کند. گردشگری شهری بدون در نظر گرفتن روح حاکم بر منظر، تنها جنبه عینی داشته و قادر به برقراری ارتباط مناسب با سایر عناصر نیست. منظرگردشگری شهری در گرو ارتباط چهارگانه بین عناصر مختلف، گردشگران، ساکنان و نمادهای جاذب است (نمودار ۲) که در نهایت منجر به پیوستگی و پایایی منظر



نمودار ۲. منظر گردشگری شهری در ارتباط با عناصر چهارگانه، مأخذ: نگارنده.

گردشگری می‌شود.

با این همه ترسیم منظر گردشگری شهرها با نگرانی‌هایی نیز همراه است. از جمله نگرانی از ایجاد فضاهای مصنوع جاذب که دیدارکننده را از تجربیات روزمره خود دور کرده و مفهوم «یک تجربه جدا شده از زندگی روزمره» و «سرگرم ساختن» ساکنان را تقویت کند که در این صورت مقصود نهایی حاصل نخواهد شد. همچنین بیم آن می‌رود که «حباب‌های گردشگری» منظر شهری و منظر فرهنگی شهر را مورد تهاجم قرار داده و به بافت‌های تاریخی و فرهنگی آسیب برساند که در این صورت عدالت اجتماعی و رفاه ساکنین دستخوش تغییرات ناخوشایند قرار خواهد گرفت. به نظر می‌رسد این نگرانی‌ها ریشه در روش‌شناسی منظر گردشگری از سویی و مدیریت و برنامه‌ریزی این فرآیند از سوی دیگر دارد. مطالعات منظر گردشگری شهری به طور قابل توجهی از لحاظ نظریه پردازی ضعیف است و هنوز به خوبی مفهوم‌سازی نشده که شایسته است در این خصوص پژوهشگران متخصص منظر اقدامات

سخن، منظرگردشگری تولید تصویر جدید شهر است که نه تنها یکپارچگی منظر شهری و فرهنگی را در نظر دارد بلکه نیازمند مذاکره با پویایی‌شناسی عصر پست مدرن است.

منظرگردشگری شهرها محل تلاقی منابع تاریخی، جغرافیایی و فرهنگ حاکم بر آن شهر است که تفاوت بسیار با ساخت فضاهای نشانه‌گذاری شده و محصور گردشگری که می‌توانند جنبه‌های ناخوشایند و نامرتب زندگی شهری محلی را بپوشانند، دارد. برخی مطالعات موردی پیرامون شهرها، بر ساخت یک فضای گردشگری به عنوان ابزاری برای اصلاح مرکز شهر تمرکز می‌کند (برای مثال ایندیانا پلیس^{۱۵}، بالتیمور، دنور^{۱۶}، مکزیکوسیتی و نیواورلینز). این مثال‌ها از آن‌هایی که بر کیفیت زندگی و فرهنگ تأکید می‌کنند، متمایزند (مانند سانتیاگو، سان‌دیگو، تیخوانا، بیرمنگام، مونترال، ونکوور، آمستردام، روتردام و لیبسون). قطبی‌سازی فضایی ضمن دور بودن از عدالت توزیعی، از اهداف ترسیم منظر گردشگری شهری نیز دور است. رویکرد عدالت توزیعی گردشگری شهری، سبب ازدحام، آلودگی و فشار کلی بر زیرساخت‌ها و خدمات، افزایش جریانات، افزایش جرم (به دلیل ورود گردشگران) و تغییرات سریع در ویژگی‌های مکان می‌شود، در حالی که به طور هم‌زمان، منافعی برای برخی ذینفعان از جمله اداره‌کنندگان شهر، وام‌دهندگان، توسعه‌دهندگان، تاجران، سهام‌داران و برخی ساکنین مختلف به همراه دارد (بکی و ایلاندرز^{۱۷}، ۱۹۹۵؛ دیالوبوکوروکو^{۱۸} و مک ایلروی^{۱۹}، ۱۹۹۹؛ رایان، ۱۹۹۳).

گردشگری شهری نتیجه تصمیمات درهم تنیده پیچیده توسط ذینفعانی هم‌چون آژانس‌ها، دولت‌ها در انواع مختلفی از سطوح، جوامع محلی و گردشگران است و واقعیت این است که در این نوع گردشگری برخی سود و برخی زیان می‌کنند. درحالی که با ترسیم منظر گردشگری شهری، سایر منظرها مورد توجه بیش‌تر قرار می‌گیرد، ماهیت اصلی منظر گردشگری را شکل می‌دهند و بر همین مبنا حفاظت و ساماندهی می‌شود. در این حالت منظر گردشگری شهرها می‌تواند مانند اهرمی دوجانبه عمل نموده و به عنوان عنصر کششی، گردشگران را از سایر نقاط جذب نماید و هم‌زمان برای ساکنان نیز زندگی با کیفیت‌تری فراهم آورد.

منظر همواره در بازی نیروهای طبیعی، اقتصادی و اجتماعی که آن را شکوفا می‌کنند، در دگرگونی است (منصوری، ۱۳۹۲). منظر از ترکیب زمینه محیطی، معماری، فرهنگی و تاریخی به وجود می‌آید و منظر گردشگری همان گردشگری شهری نیست بلکه می‌تواند آمیخته فضاهای فرهنگی، معماری، تاریخی و محیطی با در نظر گرفتن جنبه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و محیط‌زیستی ساکنان و دیدارکنندگان باشد که عموماً به منظور دیدار «دیگران» مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرد و بدون دیدارکننده، منظر گردشگری شهر مفهومی پایدار نیست. بر این اساس منظر گردشگری شهری در برگزیده ابعاد فضایی،

و انسان ساخت یا مصنوع است. تهران به عنوان پایتخت ایران، از یک سو نسبت به دیگر شهرهای تاریخی کشور، شهری نوین‌پاد است و از سوی دیگر، به دلیل قدمت اسکان و زیست و معیشت در آن، از دوره پیش از پایتختی، شهری تاریخی به شمار می‌آید. تهران علاوه بر برخورداری از جاذبه‌های طبیعی و تاریخی، شمار زیادی از مراکز تفریحی و گردشگری، موزه‌ها، پارک‌های بازی، مراکز مجلل اقامتی، سالن‌های ورزشی مدرن و ... را در خود جای داده است. جاذبه‌های گردشگری تهران در سه سطح محلی، ملی و بین‌المللی در منظرهای فرهنگی، میراثی، طبیعی و مصنوع پراکنده شده‌اند که می‌توان ترکیب آن‌ها را منظر گردشگری تهران توصیف کرد. از مجموع جاذبه‌ها یا نمادهای گردشگری تهران، ۴۶/۳۴ درصد از نظر گونه‌شناختی در گروه جاذبه‌های انسان‌ساخت یا مصنوع، ۳۷/۸ درصد در گروه جاذبه‌های فرهنگی و ۱۵/۸۵ درصد در گروه جاذبه‌های طبیعی دسته‌بندی می‌شوند (ضرغامی، ۱۳۹۲) که این ترکیب آمیخته منظر فرهنگی، تاریخی، طبیعی و مصنوع تهران است.

گردشگری شهری که به تعبیری می‌توان آن را شهرگردی نیز نامید، گردش و گشت و گذارهایی است که گردشگران در حوزه شهرها برای بازدید از جاذبه‌های شهری انجام می‌دهند و نیاز به ضوابط معینی ندارد. شاید تنها ضابطه آن قلمرو جغرافیایی شهر است که امروزه از آن به عنوان حریم شهر نام برده می‌شود (رهنمایی، ۱۳۹۰: ۴۶). گردشگری شهری، کنش متقابل گردشگران- میزبان و تولید فضای گردشگری پیرامون سفر به مناطق شهری با انگیزه‌های متفاوت و بازدید از جاذبه‌ها و استفاده از تسهیلات و خدمات مربوط به گردشگری است که آثار متفاوتی را در فضای شهری برجای می‌نهد (پاپلی و سقایی، ۱۳۸۵: ۹۳). عناصر موجود در منظر فرهنگی، تاریخی، طبیعی یا مصنوع تهران مهم‌ترین جاذبه‌های شهری به شمار می‌آید که ماده اولیه ترسیم منظر گردشگری تهران را تشکیل می‌دهد.

منظر طبیعی تهران متأثر از جغرافیا و تاریخ این منطقه و منظر فرهنگی آن متأثر از تاریخ و سبک زندگی مردم در این منطقه است. تهران در دامنه‌های جنوبی البرز و در شمال کویر، با اقلیمی مدیترانه‌ای در حوزه آبریز دریاچه نمک، زیرحوزه رودخانه‌های کرج و جاجرود قرار گرفته است. وجود رودخانه‌های دائمی مانند: کرج، جاجرود، لار، حبله‌رود، رودشور یا ابهرود و طالقان‌رود و انشعاب جویبارهای متعدد از این رودخانه‌ها و همچنین سدهای متعدد روی این رودها که شکل‌دهنده دریاچه‌های اطراف تهران است، دلیل اصلی توسعه باغ‌ها و آبادانی طبیعی شهر تهران بوده است. منظر طبیعی تهران را بیلافت دریند، درکه، توجال، دارآباد و ... در شمال، دریاچه‌های لار، لتیان، امیرکبیر در شرق و غرب، چشمه علی، چشمه اعلا، چشمه آبعلی هراز و ... که عمدتاً در اطراف شمال شرق تهران واقع شده‌اند و همچنین آبشارهای

علمی بیش‌تری انجام دهند. دانش منظر با درک سه محور، جایگاه محیط زیست و طبیعت، رابطه آن با انسان و توجه به زیبایی‌شناختی هنری، به سازماندهی منظرها پرداخته و به خوبی می‌تواند ارتباط بین منظرهای مختلف را با در نظر داشتن کیفیت زندگی ساکنان و تجربه دیدارکنندگان شهر ترسیم کند که موفقیت این امر بستگی به نوع خوانش و درک منظر گردشگری از سوی متخصصان امر دارد.

تبیین منظر گردشگری تهران

منظر گردشگری شهری، از عناصر مختلف و بهره‌مندی از سایر منظرها تشکیل یافته است و منظر شهر، ادراک شهروندان از شهر است که از خلال نمادهای آن به دست می‌آید (منصوری، ۱۳۸۹: ۳۲). ترسیم منظر گردشگری شهری علاوه بر ایجاد زمینه‌شناسی گردشگران با تاریخ، فرهنگ، معماری و تصویر میزبان، به دلیل تجربه محیطی و متفاوت، تصاویری در ذهن مخاطب ثبت می‌کند که مجموعه‌ای از عوامل انسانی، محیطی، فرهنگی و تاریخی در شکل‌گیری آن دخیل هستند.

چهره گردشگری شهر تهران، ترکیبی از میراث فرهنگی- تاریخی شهر در کنار میراث مصنوع و انسان ساخت در منظر طبیعی تهران است که نیازمند معماری منظرهای مختلف به منظور استخراج منظر گردشگری از دل آن است؛ به گونه‌ای که هم در ذهن مخاطب تأثیر لازم را داشته و هم به زندگی ساکنان لطمه نزنند و اصول عدالت توزیعی را نیز در نظر داشته باشد.

توجه کافی به رفاه ساکنان، ذائقه‌های گردشگران و درک مفاهیم مهمی چون منظر گردشگری در شهرها و برقراری ارتباط مناسب بین انواع منظر میراثی، طبیعی، مصنوع و ... نیازمند خوانش منحصر به فردی از منظر است. در منظر گردشگری، نسخه مینیاتوری فضا با درک کلی و توأمان تاریخ و جغرافیای مکان به منظور خلق فضای زیست‌بهنه برای میزبانان و کمک به درک هویت عینی- ذهنی منظر و حفظ و ساماندهی بصری منظرهای مختلف برای ارائه به افرادی غیر از ساکنان اصلی مدنظر است که این امر بدون برقراری ارتباط بین منظرهای مختلف شهر امکان‌پذیر نخواهد بود. منظر اگرچه در ابتدا با رویکرد تزیینی پدید آمد، اما در ادامه تحولات خود توانست مکانیسم ادراک انسان از مکان را تثویز کند. در واقع منظر از مکان به عنوان وجود واحدی یاد می‌کند که دو بخش بیرونی (ماده) و درونی (ذهنی) آن قابل تفکیک نیستند (منصوری، ۱۳۹۲: ۵۶). پوسته و هسته اصلی منظر گردشگری شهری متفاوت بوده و کالبد فیزیکی مناطق گردشگری به مثابه فضایی ثابت برای نمایش تاریخ، جغرافیا، معماری، طبیعت و ... همراه با فرهنگ، هویت و نوع‌زیست مردمان ناحیه از یکدیگر تفکیک‌ناپذیرند.

منظر گردشگری تهران ترکیبی از منظر فرهنگی، تاریخی، طبیعی

دارای توان بالقوه در ترسیم منظر گردشگری تهران هستند. مقبره شاه‌عبدالعظیم در جنوب تهران، امامزاده داوود در شمال غرب، امامزاده زید در بازار تهران، امامزاده صالح در تجریش، امامزاده عبدالله و امامزاده عینعلی و زینعلی در غرب، مقبره آقا، مرقد امام خمینی (ره) به همراه مسجد امام خمینی (ره)، مدرسه دارالفنون، مدرسه مروی، مسجد جامع رجبعلی، مسجد سپهسالار، مسجد سید عزیزالله، مسجد شیخ عبدالحسین و... عناصر فرهنگی مهم دیگری هستند که منظر فرهنگی - میراثی تهران را تکمیل کرده و سطح عملکردی اغلب آن‌ها ملی برآورد می‌شود.

به طور کلی بناهای تاریخی و فرهنگی، موزه‌ها، گالری‌ها، مساجد، مراکز تاریخی و... چهره میراثی تهران را شکل می‌دهند و پارک‌های جنگلی چیتگر، لویزان، وردآورد، پیست‌های اسکی توچال، دربند، شمشک، دریاچه مصنوعی چیتگر، پارک‌ها و بوستان‌های متعدد شهر تهران، برج میلاد، برج و میدان آزادی، مراکز خرید مدرن، مراکز تفریحی، سالن‌های ورزشی، نمایشگاه‌های عمومی و تخصصی، محل جشنواره‌ها و رویدادهای مختلف نیز منظر مصنوع این شهر را تشکیل می‌دهند.

بر این اساس با وجود کارکرد محلی، ملی و بین‌المللی عناصر مختلف در منظرهای طبیعی، فرهنگی، میراثی شهر تهران، ترسیم منظر گردشگری شهری با در نظر گرفتن حساسیت‌های لازم می‌تواند منجر به توسعه گردشگری پایدار، ماندگاری و رفاه ساکنین و ایجاد تصویر ذهنی و عینی مثبت از تهران شود.

به نظر می‌رسد عدم توجه به عدالت توزیعی گردشگری شهری در تهران، نبود رویکرد منظرین به جاذبه‌های گردشگری شهری تهران و همچنین نبود برنامه‌ریزی لازم برای هم‌افزایی عناصر مختلف منظرهای تهران، دلیل اصلی عدم کارایی لازم گردشگری در این شهر است.

رویکرد تک بعدی و غیرتخصصی به مباحث منظر و عدم توجه کافی به معماری منظر گردشگری در شهرها به طور عام و در تهران به طور خاص سبب شده شاهد شکاف گسترده‌ای در منظرهای مختلف شهری از جمله منظر تاریخی، منظر طبیعی، منظر مصنوع و منظر فرهنگی تهران بود که این امر سبب شده نه تنها دیدارکنندگان تهران بلکه حتی ساکنان این شهر نیز تصویری از منظر گردشگری شهر تهران نداشته باشند و شهر تهران در ذهن گردشگران و ساکنان از هویت و شخصیت خاصی برخوردار نباشد

دوقلو، سوتک، اسون، پسنگ، منظریه و... در شمال تهران شکل می‌دهد. بستر طبیعی تهران با داشتن عناصری چون کوه، دشت، چشمه، رودخانه، دریاچه، آبشار قاعدتاً باید بتواند نقش مهمی در منظر گردشگری تهران ایفا کند که البته در عمل این گونه نیست. جاذبه‌های طبیعی تهران با ۱۵/۸۵ درصد کم‌ترین میزان جاذبه‌ها را به خود اختصاص داده که بیش تر مورد بهره‌برداری گردشگران یک روزه است و سطح عملکردی آن‌ها در سطح محلی دسته‌بندی می‌شود (ضرغامی، ۱۳۹۲) و بیش تر مورد استفاده ساکنان شهر قرار می‌گیرد. درحالی که وجود این عناصر طبیعی به شرط لحاظ شدن رویکرد منظرین و ارتباطات انسانی (اعم از گردشگر و ساکنین) می‌تواند در ترسیم منظر گردشگری شهر بسیار موثر باشد.

منظر میراثی تهران نیز از اهمیت بالایی در بستر منظر گردشگری شهری برخوردار است. موزه‌های تهران بخش مهمی از تاریخ و فرهنگ ایران را در بر گرفته است که موزه ملی، گلستان، سعدآباد و نیاوران از مهم‌ترین‌ها است و همچنین موزه ایران باستان که معماری آن متأثر از بناهای دوران ساسانی است از موزه‌های شاخص تهران و ایران محسوب می‌شود و تاریخ سرزمین ایران را از هزاره هفتم پیش از میلاد تا دوره اسلامی در قالب اشیای گوناگون به تصویر می‌کشد.

کاخ موزه گلستان که از ارگ تاریخی تهران به جای مانده است بیش از ۲۰۰ سال قدمت دارد و قدمت اولیه ارگ تهران به دوران صفویه باز می‌گردد که امروزه به جز کاخ گلستان اثری از دیگر بناهای ارگ برجای نمانده است. مجموعه کاخ موزه سعدآباد و نیاوران، موزه ملک، هنرهای معاصر، فرش، زمین‌شناسی و... همراه با مساجد و خانه‌های تاریخی تهران مهم‌ترین عناصر منظر فرهنگی شهر تهران را تشکیل می‌دهند که عموماً در شمال، مرکز و بخش تهران قدیم واقع شده و بدون برنامه‌ریزی و ارتباط خاصی با سایر منظرها وجود دارد.

گردشگران زیادی با انگیزه آشنایی بیشتر با تاریخ و فرهنگ، پرکردن اوقات فراغت و یا شهرگردی به دیدار این موزه‌ها می‌روند ولی تهران از نظر گردشگران و ساکنین هیچ‌گاه تصویر یک شهر تاریخی یا طبیعی یا مدرن را نداشته است.

به دلیل ریشه مذهبی و تاریخی مردم تهران، منظر فرهنگی این شهر نیز از عناصر مذهبی قابل توجهی برخوردار است که هریک

و برندسازی این شهر با مشکل جدی مواجه شود.

نتیجه گیری

فضایی و ویژگی‌های خاص به دلیل قدمت و سابقه تاریخی، وجود عناصر با ارزش و منحصر به فرد تاریخی، جذابیت‌های فرهنگی، جنبه‌های مذهبی، طبیعی یا... پاسخگوی نیازهای متعدد گردشگران است: ولی عدم مدیریت و برنامه ریزی شهری با رویکرد منظرین، برندسازی این شهر را در حوزه گردشگری با چالش‌های جدی مواجه کرده است. رویکرد منظرین در چارچوب مدیریت یکپارچه و هم پیوند با هدف ترسیم منظر گردشگری تهران می تواند شهر را برای ساکنان و گردشگران جذاب و ماندگار کرده و تصویر ذهنی مطلوب را در ذهن مخاطب خلق نماید ترسیم این منظر در گرو توجه کافی به روابط بین منظر فرهنگی، طبیعی، تاریخی و پیوستگی هویتی آن‌ها از یک سو و معماری

منظر گردشگری نیازمند خوانش جدیدی از منظر است که چنانچه در ارتباط با عوامل چهارگانه: ساکنان، گردشگران، عناصر سایر منظرها و نمادهای جاذب شکل بگیرد قادر به ترسیم تصویر ذهنی و ارائه مفهومی منظر خواهد بود. معماری منظر به عنوان زمینه‌ای بسیار مهم در مدیریت و برنامه ریزی گردشگری قادر به ایجاد فضای بهتری برای زیست ساکنان، ترسیم منظر گردشگری شهری و ثبت خاطرات ذهنی و عینی در ذهن مخاطبان و شهرت بالفعل و بالقوه شهر بوده و نقش موثرتری در زندگی شهروندان شهرها از جمله تهران ایفا خواهد کرد. به طور کلی منظر گردشگری شهر تهران از نظر پراکنش مکانی-

پی نوشت

۱. Appian Way
۲. Pantheon
۳. Coliseum
۴. Circo
۵. Massimo
۶. Agrippa
۷. Trojan's Column
۸. Tivoli
۹. Clelland
۱۰. Beijing
۱۱. Angkor Jayavarman
۱۲. Varanasi
۱۳. Teotihuacan
۱۴. Lima
۱۵. Indiana Polis
۱۶. Denver
۱۷. Beke&Elands
۱۸. De Albuquerque
۱۹. Elroy

برند گردشگری شهر تهران از سوی دیگر است.

فهرست منابع

- Ashworth, G.J. and Dietvorst, A.G.J. (Eds.) (1995). *Tourism and Spatial Transformations: Implications for Policy and Planning*. Wallingford: CAB International.
- Ingerson, Alice E. (2000). *What Are Cultural Landscapes?*, Institute for Cultural Landscape Studies, <http://www.icls.harvard.edu/language/whatare.htm>.
- Lacoste, Y. (2009), « À quoi sert le paysage ? Qu'est-ce qu'un beau paysage ? », *La Théorie du paysage en France (1974-1994)*, Seyssel : Éditions Champ Vallon.
- Sauer, C. O. (1925). The Morphology of Landscape, In: J. Leighly (ed.), *Land and life: A selection from the writings of Carl Ortwin Sauer*, California: University of California Press.
- UNESCO World Heritage Center. (2009). *Cultural Landscape*, <http://whc.unesco.org/en/cultural-landscape#1>.
- برک، اگوستن. (۱۳۸۷). منظر، مکان، تاریخ، ترجمه: مریم‌السادات منصوری، *فصلنامه باغ نظر*، ۹: ۸۱-۹۰.
- پاپلی یزدی، محمد حسین و سقایی. (۱۳۸۵). گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، چاپ اول، تهران: انتشارات سمت.
- پی‌یرونسان، ترجمه: فرنوش پورصفوی. (۱۳۹۱). طبیعت‌گرایی، یافته‌های امروزین سیاست‌های شهری؛ مقایسه چهار رویکرد در مدیریت منظر شهری، *مجله منظر*، ۲۱.
- رهنمایی، محمدتقی. (۱۳۹۰). گردشگری شهری، تهران: انتشارات سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌ها.
- ضرغامی، حمید. (۱۳۹۲). طرح جامع گردشگری شهر تهران.
- کالن، گوردن. (۱۳۷۷). *گزیده منظر شهری*، ترجمه: منوچهر طبیعیان، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- گلکار، کوروش. (۱۳۸۵). مفهوم منظر شهری، *فصلنامه آبادی*، ۱۸ (۵۳): ۳۸-۴۸.
- لینچ، کوین. (۱۳۷۶). *تئوری خوب شهر*، ترجمه: حسین بحرینی، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- محمودی، امیرسعید. (۱۳۸۵). *منظرشهری: مروری بر چند نظریه*، *فصلنامه آبادی*، ۵۳: ۵۴-۶۱.
- منصوری، سید امیر. (۱۳۸۹). چيستی منظر شهری، بررسی تاریخی تحولات مفهومی منظر شهری در ایران، *مجله منظر*، ۹: ۳۰-۳۳.
- منصوری، سیدامیر. (۱۳۹۲). فرهنگ منظرین ایران، *مجله منظر*، ۲۳: ۵۶-۵۷.