

# برنامه ریزی فرهنگی در محلات واقع در محور شرقی - غربی بازار کرمان

میترا قربی، مجتبی رفیعیان

کارشناس ارشد شهرسازی

دانشیار گروه شهرسازی دانشگاه تربیت مدرس

E mail: mitraghorbi@gmail.com

## چکیده

عناصر شهری، همگی به صورت مستقیم یا غیرمستقیم از فرهنگ تأثیر پذیرفته و در بسیاری از موارد بر آن تأثیر می‌گذارند. سیما و منظر، فرم و کالبد، طرح و نقشه، گرچه عناصر کالبدی شهر محسوب می‌شوند، همچنین، عرصه اصلی تعاملات اجتماعی، تولید و احیا فرهنگ شهری هستند. فکر پیوند زدن برنامه ریزی با فرهنگ به عنوان شیوه ی زندگی، در ایالات متحده و استرالیا به وجود آمده است. برنامه‌ریزی فرهنگی موضوعی جدید است که در سال‌های ۱۹۶۰ تا ۱۹۷۰ به عنوان قسمتی از استراتژی‌های بازسازی شهری در اروپا، هنر را با سایر اجزای فرهنگ بومی هماهنگ کرد و همچنین وارد زندگی روزمره شهری شد. رویکرد مشترک در تمام طرح‌ها، فرهنگ، گسترش و حفظ آن است. هدف اصلی این پژوهش، شناسایی جامع و تحلیل منابع فرهنگی به عنوان ثروت و دارایی بافت قدیم کرمان، درک نیازها و خواسته‌های ساکنین محلات از میان فرآیندهای اجتماعی و فرهنگی و همچنین توسعه کالبدی فضاهایی که ضمن تولید، به احیا و بازسازی فرهنگ شهری موجود در سایت مورد نظر بپردازند، است. روش پژوهش بر پایه چهارچوب سیاست‌گذاری با رویکرد فرهنگی، مبتنی بر تهیه نقشه فرهنگی و تحلیل دو شاخص موانع توسعه فرهنگی و پتانسیل توسعه فرهنگی در پنج محله محور شرقی - غربی بازار کرمان می‌باشد. در پایان به شناسایی محلاتی که دارای پتانسیل فرهنگی زیادی هستند اما به علت داشتن رویکرد موزه ای طرح‌های جامع و تفضیلی به بافت تاریخی، به این پتانسیل‌ها و حتی نیازهای ساکنین تا کنون توجهی نشده است، پرداخته می‌شود، سپس به ارائه سیاست‌های فرهنگی برای با پتانسیل ترین محله ای که تا کنون به جنبه‌های زندگی فرهنگی در آن توجهی نشده است با هدف کم کردن فاصله بین موانع و پتانسیل‌های توسعه، افزایش حس تعلق به محله و همچنین افزایش مشارکت ساکنین در فعالیت‌های فرهنگی و جمعی بافت پرداخته می‌شود.

واژگان کلیدی: برنامه ریزی فرهنگی، نیازهای فرهنگی، منابع فرهنگی، موانع توسعه، پتانسیل‌های توسعه

## ۱. مقدمه

فرهنگ، هنوز ابزار نیرومندی برای کنترل شهرها است. فرهنگ، منبع خاطرات و تصورات و تعلقات افراد در یک مکان خاص را به صورت نمادین نشان می‌دهد و نقش تعیین کننده‌ای در استراتژی‌های شهری به خود می‌گیرد. این فرهنگ است که همواره برنامه ریزی را از طریق ایدئولوژی‌ها و زیر ساخت‌های مذهبی، آیینی و ... تحت تأثیر قرار می‌دهد. برنامه ریزی فرهنگی در بافت تاریخی با سایر برنامه ریزی‌ها متفاوت است، زیرا بر پایه هویت فرهنگی، آداب و رسوم، زندگی روزمره مردم و نیازها و خواسته‌های ساکنین شکل گرفته است. رویکرد مشترک در تمام طرح‌های فرهنگ، گسترش و حفظ آن است. امروزه، برنامه ریزی فرهنگی در پی دستیابی به مراکز مدنی است که زنان و مردان بتوانند به تمامی خواسته‌های فرهنگی خود دست یابند و مباحثه فرهنگی بین آنها در گیرد. هدف، ارتقا فرهنگ و جلب مشارکت مردم در فعالیت‌های فرهنگی است [۱۷].

بهسازی محلات بافت‌های تاریخی بدون در نظر گرفتن هویت اجتماعی، نیازهای فرهنگی و زندگی روزمره ساکنین، و تنها توجه به بناها و فضاهای خاص در برخی محلات منجر به تبدیل بافت تاریخی به فضایی بی روح و تنها یک کالبد تاریخی می‌شود، مانند آنچه که در یزد اتفاق افتاده است. توجه به زندگی روزمره و ملزومات زندگی و فرهنگ ساکنین باعث می‌شود

روح زندگی در فضا جریان داشته باشد و مردم تمایل بیشتری برای مشارکت در فعالیتهای فرهنگی و اجتماعی محله خود مانند آنچه که در گذشته شاهد آن بودیم داشته باشند.

## ۲. بیان مفاهیم و چهار چوب نظری

### ۲-۱. فرهنگ شهری

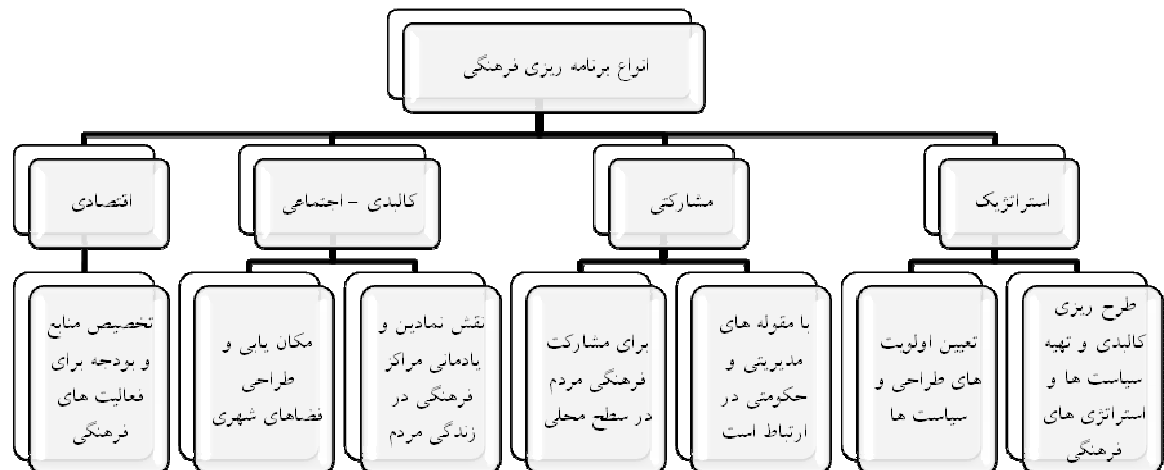
ریشه مطالعه فرهنگ شهر به قرن نوزدهم و در حقیقت اوایل دوره ی مدرن باز می‌گردد. فرهنگ شهری طیف وسیعی از مطالعات را در بر می‌گیرد. فرهنگ را به طور معمول ارزش‌های یک گروه معین (چه محدود و چه وسیع) و هنجارهایی که از آن پیروی می‌کنند و نیز کالای مادی که تولید می‌کنند تعریف کرده اند [۴].

مفهوم فرهنگ شهری نیز با دو واژه فرهنگ شهری اروپایی و فرهنگ شهرنشینی تعریف می‌گردد. در این راستا، فرهنگ شهری اروپایی با واژه‌های برنامه ریزی فرهنگی، شهر خلاق و عرصه عمومی تعریف می‌شود. این مفهوم به دنبال حمایت از فعالیتهای فرهنگی و ارتقای آنها در شهر است. همچنین از توسعه‌ی فضاهای شهری به عنوان مکان‌هایی که زندگی اجتماعی فارغ از پس زمینه‌های مختلف اجتماعی در آن اتفاق می‌افتد، حمایت می‌کند.

مفهوم دوم فرهنگ شهری که در ارتباط با نظریه‌های نظریه پردازان مکتب شیکاگو شکل گرفته است، فرهنگ شهری را قوانینی می‌داند که زندگی در شهر را تعریف کرده و شکل می‌دهد. به عبارتی شهرنشینی را روش زندگی در شهر و فرهنگ شهری را نیز معادل شهرنشینی می‌داند. این مفهوم از فرهنگ مباحث زندگی روزمره را در بر می‌گیرد [۳].

### ۲-۲. برنامه ریزی فرهنگی

برنامه ریزی فرهنگی، هنر برنامه ریزی شهری است [۱۰] و در مفهوم جامع تر آن به معنی ایجاد یکپارچگی مابین هنر و بیان فرهنگی در جامعه شهری است. برنامه ریزی فرهنگی به صورت استراتژیک از منابع فرهنگی برای یکپارچگی توسعه شهرها، مناطق و کشورها استفاده می‌کند [۱۶]. از واژه برنامه ریزی فرهنگی چنین تصور می‌شود که برنامه ریزی برای فرهنگ انجام می‌شود، اما برنامه ریزی فرهنگی بیش از هر چیز به کارگیری رویکردی فرهنگی در هر سیاست عمومی و جمعی را مد نظر قرار می‌دهد. برنامه‌ریزی شهری، اشاره به یک تغییر مثبت دارد که در عمل، یک رهیافت دستوری به فرهنگ عامه ارائه می‌دهد، که شامل توصیه‌های هنری و در نهایت مکان فرهنگ در جامعه است، لیکن این فرهنگ است که همواره، برنامه‌ریزی را از طریق ایدئولوژی، زیر ساخت مذهبی، آیین‌ها و ... تحت تاثیر قرار داده است. این نوع برنامه‌ریزی با سایر برنامه‌ریزی‌ها تفاوت دارد زیرا بر پایه ساختار نیست بلکه بر پایه هویت فرهنگی مردم، رفتارها، آداب و رسوم، ارزشها، اعتقادات و شیوه زندگی سالم تر و پایدارتر برای مردم استوار است. برنامه‌ریزی فرهنگی در حقیقت به دست آوردن کیفیت مناسب زندگی برای هر فرد در جامعه است [۵]. به طور کلی می‌توان چند نوع فعالیت که معمولاً به عنوان برنامه‌ریزی برای فرهنگ شناخته می‌شوند را از هم تفکیک کرد که در نمودار ۱ نشان داده شده اند. [۱۱]



نمودار ۱: انواع مختلف برنامه ریزی فرهنگی

## ۲-۳. منابع فرهنگی

برنامه ریزی فرهنگی، برنامه ریزی استراتژیک و جدایی ناپذیر برای استفاده از منابع فرهنگی در شهرها و توسعه جوامع است و به سه صورت بر شکل و هویت شهرتاثیر می‌گذارد:

۱. تعیین ارزش میراث فرهنگی ۲. استحکام بخشی به تولیدات فرهنگی بومی ۳. توسعه توریسم فرهنگی [۱۲]  
 منابع فرهنگی که به فرهنگ یک مکان خاص یا قشری از مردم مربوط می‌شود که شاید قابل لمس باشد مانند ساختمانی تاریخی و یا غیر قابل لمس مانند حس مکان باشد. منابع فرهنگی در واقع، حوزه‌های سیاست گذاری فرهنگی را نمایان می‌سازند که در بر گیرنده‌ی حوزه‌های اقتصادی، هنری، تاریخی، اجتماعی، آموزشی، محیطی، سیاسی و نمادین است. [۶]

## ۲-۴. شهر خلاق

ایده شهر خلاق به چارلز لاندی، کسی که برای اولین بار، این مفهوم را ارائه کرد، باز می‌گردد. از دهه ۱۹۸۰، برنامه توسعه فرهنگی، محور اصلی برنامه‌ها و سیاست‌های توسعه شهری را به خود اختصاص داده است. برنامه‌های توسعه فرهنگی به دنبال هماهنگ کردن سیاست‌های توسعه شهر و فرهنگ و به کار گیری فرهنگ در توسعه شهری هستند. برنامه ریزی فرهنگی و شهر خلاق هر دو، رویکرد یکسانی به برنامه ریزی شهری و توسعه فرهنگی دارند و هر دو به دنبال تصویرسازی دوباره از برنامه‌ریزی شهری به کمک فرهنگ هستند [۱۱].

مفهوم محیط خلاق نیز همانند مفهوم برنامه ریزی فرهنگی، به تازگی با مفاهیم شبکه ای فرا فوردیسم پیوند خورده است. محیط خلاق، ضرورت سخت افزاری و نرم افزاری برنامه ریزی فرهنگی است. در حقیقت در یک چنین عرصه‌ای، نرم افزار را سامانه شبکه‌های اجتماعی و تعاملات انسانی که در واقع جریان اندیشه و عقاید را برقرار می‌سازند، شکل می‌دهد و سخت افزار را، برنامه فرهنگی. [۱۸]

به عقیده پیترهال، انواع توسعه‌های شهری از باز زنده سازی مراکز تاریخی تا ساخت نوشهرها، نمونه‌هایی از ایده شهر خلاق را در خود دارند [۱۴]. لاندی، در این باره اشاره می‌کند، مسأله این است که مطالعات شهری که شامل باززنده سازی از طریق فعالیت‌های فرهنگی است، تمامی منابع را به فعالیت‌های فرهنگی اختصاص می‌دهند که وابسته به بناها هستند و در حقیقت از ساخت محل تولید صنایع حمایت می‌کنند تا از فعالیت‌های فرهنگی. [۱۵]

### ۳. لزوم برنامه ریزی و توسعه فرهنگی در محلات بافت تاریخی کرمان

با مطالعه سایر متون و طرح‌های تفضیلی و جامعی که برای بافت تاریخی کرمان تهیه شده مشخص می‌گردد که این طرح‌ها نیز رویکردی موزه ای به بافت تاریخی و حفظ تعدادی بنای خاص یا مجموعه داشته اند و محلات و فضاهای شهری بافت، فاقد روح زندگی، طراوت و نشاط هستند. به عنوان مثال، طرح تفضیلی جهاد دانشگاهی که در سال ۶۸ تهیه شده و هنوز در پاره ای از قسمت‌ها از آن استفاده می‌شود، با نیازهای امروز ساکنان بافت، هم‌خوانی ندارد. این طرح، بافت تاریخی را جدا از مجموعه اطراف در نظر می‌گیرد و باعث جدایی کالبدی، ساختاری و فرهنگی این قسمت شهر (بافت تاریخی) از کرمان شده است. بنابراین لزوم برنامه ریزی فرهنگی برای بافت تاریخی کرمان و توجه به نیازهای فرهنگی بافت احساس می‌شود.

#### ۳-۱. روش تحقیق، شاخص‌ها و معیارهای مورد بررسی

روش پژوهش، مبتنی بر چهارچوب سیاست‌گذاری با رویکرد فرهنگی است. از رویکرد برنامه ریزی فرهنگی استراتژیک که به تهیه سیاست‌ها و استراتژی‌های فرهنگی می‌پردازد و برنامه ریزی فرهنگی با تکیه بیشتر بر طراحی فضاهای شهری و زندگی اجتماعی مردم در این پژوهش استفاده شده است. معیارها در دو گروه موانع توسعه فرهنگی و پتانسل‌های توسعه فرهنگی بررسی می‌شوند. موانع توسعه، شامل عدم دسترسی پذیری و یا دسترسی نمادین، عدم نفوذ پذیری، عدم مشارکت ساکنین محلات در فعالیت‌های فرهنگی، فرسودگی ابنیه و زمین‌های خالی و رها شده و ظرفیت توسعه شامل: میزان رضایت از محله و دارا بودن منابع فرهنگی می‌باشد.

بررسی معیار رضایت از محله و عدم مشارکت ساکنین محلات در فعالیت‌های فرهنگی با کمک پرسشنامه انجام شد. برای سنجش روایی پرسش‌نامه از روش روایی محتوا و برای محاسبه میزان روایی از روش سیگما شمارشی استفاده گردید و روایی پرسشنامه نود و دو درصد محاسبه گردید. برای سنجش پایایی پایان نامه از روش دو بار آزمایی استفاده شد. با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون مقدار همبستگی در دو مرحله پاسخگویی محاسبه گردید و مقدار هشتاد و هشت به دست آمد که در سطح پنج درصد معنی دار بود.

#### ۳-۲. جامعه آماری، حجم نمونه و روش اندازه گیری

جامعه آماری، کلیه افراد ساکن در پنج محله محور شرقی - غربی بازار کرمان و حجم نمونه صد نفر از افراد ساکن پنج محله است (بیست نفر از هر محله). روش نمونه گیری به این ترتیب بود که محقق در محله حضور یافته و از افراد رهگذر یا ساکنین خانه‌ها سؤال شده که ساکن این محله هستید اگر جواب مثبت بود پرسش‌نامه به آن‌ها تحویل داده می‌شد تا تکمیل نمایند. پاسخ به سوالات به صورت ارزشی از یک (کمترین ارزش) تا پنج (بیشترین ارزش) می‌باشد.

#### ۳-۳. تجزیه و تحلیل محلات محور شرقی - غربی بازار با توجه به شاخص موانع توسعه فرهنگی در راستای

#### چهار چوب فرهنگی

##### ۳-۳-۱. عدم دسترسی پذیری و یا دسترسی نمادین

بنا به تعریف کار، سه نوع دسترسی پذیری به بناها داریم. ۱. دسترسی بصری: اگر مردم بتوانند داخل فضا را قبل از اینکه وارد آن شوند ببینند، می‌توانند در مورد راحتی، و ایمنی آن قضاوت کنند. ۲. دسترسی نمادین: نشانه‌ها می‌توانند محرک یا غیرمحرک باشند. افراد یا گروه‌ها می‌توانند تهدید کننده یا دعوت کنندگی و راحتی را درک کنند، برای مثال، نوع خاصی از مغازه‌ها، افراد خاصی را نیز به خود جلب می‌کنند. ۳. دسترسی کالبدی: مربوط می‌شود به اینکه آیا فضا به صورت کالبدی در دسترس عموم قرار دارد یا خیر؟ محدودیت کالبدی، ناتوانی در رسیدن و یا استفاده از یک محیط، فارغ از اینکه آیا می‌توان آنرا دید یا نه می‌باشد [۷]. نمادین بودن دسترسی به بنا، یک امتیاز منفی است، زیرا مانع از حضور همه اقشار در آن فضای

فرهنگی می‌شود و فضا برای قشر و گروهی خاص مورد استفاده خواهد بود. در تکیه عزاخانه (محلہ مظفری) دسترسی نمادین دیده می‌شود که حس دعوت کنندگی فضا و یا بنا را از بیننده و بازدید کننده می‌گیرد.

### ۳-۳-۲. عدم مشارکت ساکنین محلات در فعالیت‌های فرهنگی

حضور ساکنین در محله‌شان زمانی پررنگ‌تر می‌شود که آن‌ها عرصه‌های عمومی محله را ادامه عرصه خصوصی خود بدانند. نخستین نشانه‌ی از بین رفتن بسترهای زندگی جمعی عدم حضور مردم، کودکان، سالخوردگان و ... در فعالیت‌های محله‌ای است. [۱] برای هر نوع توسعه فرهنگی، نیازهای اجتماعی و خواسته‌های ساکنین مطرح می‌شود. برای اینکه یک فضا بتواند از نظر فرهنگی رشد و توسعه پیدا کند نیازمند حضور مردم و جنبه‌های اجتماعی است [۸]. بنابراین برای توسعه هر فضای فرهنگی باید آن فضا را دلخواه مردم آن جامعه شکل داد و موانعی را که باعث می‌شود مردم در آن فضای فرهنگی یا شهری حضور پیدا نکنند مانند عدم احساس آسایش، عدم امنیت، عدم جذابیت فضا، کمبود امکانات برای حضور خانواده‌ها در اوقات فراغت و ... را کاهش داد. این معیار از طریق تکمیل پرسش‌نامه توسط ساکنین محلات بررسی شده و در نهایت مشخص شد محله گنجعلیخان بیشترین مشارکت فرهنگی را دارد و سپس محله مظفری، وکیل، سردار و ارگ قرار دارند.

### ۳-۳-۳. میزان نفوذ پذیری بناهای شاخص مرکز محله در محله

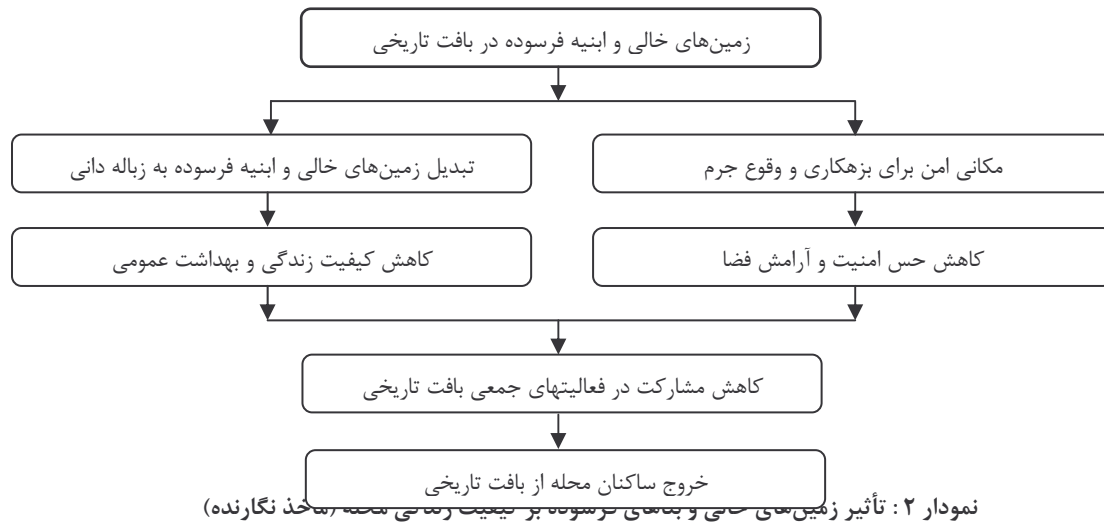
چیلاردی عدم نفوذ پذیری مناسب فضاها و بناهای فرهنگی در محیط اطراف خود را به علت این که حس دعوت کنندگی آن فضا یا بنا را کم و حتی آگاهی مردم نسبت به وجود آن بنا یا فضای شهری را محدود می‌کند، یکی از موانع توسعه فرهنگی می‌داند [۱۱]. میزان نفوذ هر بنا تا شعاع پانصد متری مرکز محله اطراف آن در نقشه ۱ مشخص شده است. وجود بن بست‌ها و نبود راه سواره یا پیاده میزان نفوذ پذیری بناها را در مسیرهای اطرافشان کمتر کرده است. با محاسبه میانگین نفوذ پذیری در هر محله مشخص شد که محله مظفری، با میانگین نفوذ پذیری ۲۸۴/۵ بیشترین نفوذ پذیری را دارد و سپس محلات ارگ با نفوذ پذیری ۲۰۷/۸، وکیل ۱۹۲، گنجعلیخان ۱۸۵ و سردار ۷۳ بعد از محله مظفری بیشترین میزان نفوذ پذیری را دارند.



نقشه ۱: میزان نفوذ پذیری عناصر شاخص مرکز محله (مأخذ: نگارنده)

۳-۳-۴. فرسودگی ابنیه و زمین‌های خالی و رها شده

فرسودگی ابنیه و زمین‌های خالی و رها شده در محلات بافت تاریخی کرمان یکی دیگر از موانع توسعه فرهنگی می‌تواند باشد زیرا علاوه بر پایین آوردن کیفیت زندگی، امنیت فضاهای فرهنگی واقع در محور بازار را کاهش می‌دهد. در نمودار ۲ دلیل اهمیت رسیدگی به این موضوع و اینکه چرا این عوامل می‌توانند تبدیل به یکی از موانع توسعه شوند نشان داده شده است.



در جدول ۱ درصد مساحت زمین خالی در محلات مورد بررسی مشخص شده است. بیشترین درصد مساحت زمین خالی را محلات ارگ و وکیل و کمترین مقدار را محلات گنجعلیخان و مظفری دارند.

جدول ۱: درصد مساحت زمین‌های خالی (مأخذ نگارنده)

مظفری	وکیل	سردار	گنجعلیخان	ارگ	محله
(زیر ۱٪)	(۶٪ تا ۹٪)	(۳٪ تا ۶٪)	(زیر ۱٪)	(۶٪ تا ۹٪)	درصد مساحت زمین خالی

۳-۳-۵. جمع بندی شاخص موانع توسعه فرهنگی

در جدول ۲ ارزشی که هر کدام از معیارها در محله گرفته اند و رتبه ای که محلات با توجه به شاخص موانع توسعه فرهنگی آورده اند، نشان داده شده است. رتبه بندی محلات با میانگین هندسی<sup>۱</sup> انجام شده است. بیشترین موانع توسعه را محله سردار و سپس محلات ارگ، وکیل، گنجعلیخان و مظفری داشتند. محله مظفری کمترین موانع توسعه فرهنگی را داراست.

<sup>۱</sup> ریشه n حاصل ضرب ارزش n معیار

جدول ۲: رتبه بندی محلات با توجه به شاخص موانع توسعه در محلات (ماخذ: نگارنده)

رتبه بندی	میانگین	نفوذ پذیری	درصد زمین‌های خالی	مشارکت شهروندان در فعالیتهای فرهنگی	محله
۱	۵	۵	۵	۵	محله مظفری
۲	۴/۴	۳	۵	۵	محله گنجعلیخان
۳	۳/۱۳	۳	۲	۴	محله وکیل
۴	۲/۳۷	۴	۲	۱	محله ارگ
۵	۱/۸۶	۱	۳	۲	محله سردار

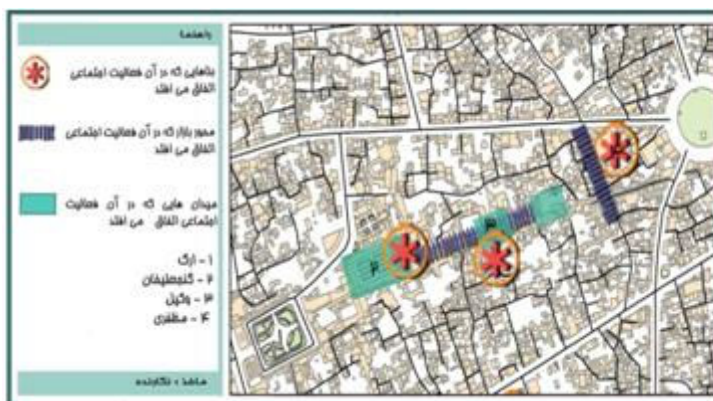
### ۳-۴. تجزیه و تحلیل محلات محور شرقی - غربی بازار با توجه به شاخص پتانسیل توسعه فرهنگی در راستای

#### چهار چوب فرهنگی

##### ۳-۴-۱. فعالیت اجتماعی

همان طور که گیل اشاره می‌کند: تنوع فعالیتهایی که مردم در فضاهای شهری دارند از جمله عواملی است که باعث توسعه فرهنگی و اجتماعی و همچنین افزایش برخوردهای رودر رو می‌شود. بنا به تقسیم بندی گیل، فعالیت‌ها در یک فضا شامل فعالیت‌های ضروری که اغلب اجباری هستند مانند رفتن به مدرسه و کار، خرید، منتظر اتوبوس ماندن، فعالیت‌های اختیاری که به صورت داوطلبانه انجام می‌شوند و فعالیت‌های اجتماعی که وابسته به حضور دیگران در فضای جمعی است مانند: صحبت، سلام و احوال‌پرسی کردن، فعالیت‌های جمعی، و حتی فعالیت‌های منفعل مانند تماشای مردم و گوش دادن به صحبت‌های دیگران می‌باشد. این اتفاقات زمانی صورت می‌گیرند که مردم در اطراف حرکت کنند و در یک فضا هم‌زمان حضور یابند. و این بدین معنی است که فعالیت‌های اجتماعی زمانی اتفاق می‌افتند که فعالیت‌های ضروری و اختیاری در یک شرایط محیطی بهتر اتفاق افتاده باشند. [۱۳]

با توجه به مشاهدات میدانی در ساعات مختلف روز، مشخص شد، گروه‌های مختلف مردمی، بازاریان، توریست‌ها و دانش‌آموزان (ساعات دوازده تا چهارده) در میدان گنجعلیخان به فعالیت اجتماعی می‌پردازند، همچنین در راسته بازارهای گنجعلیخان (تصویر ۱)، وکیل، مظفری و مساجد اصلی بافت تاریخی مانند مسجد جامع و مسجد وکیل که بیشترین استفاده کننده را دارند، امکان وقوع فعالیت اجتماعی وجود دارد. در نقشه ۲، مکان فعالیت‌های اجتماعی انجام شده در بافت تاریخی نشان داده شده است.

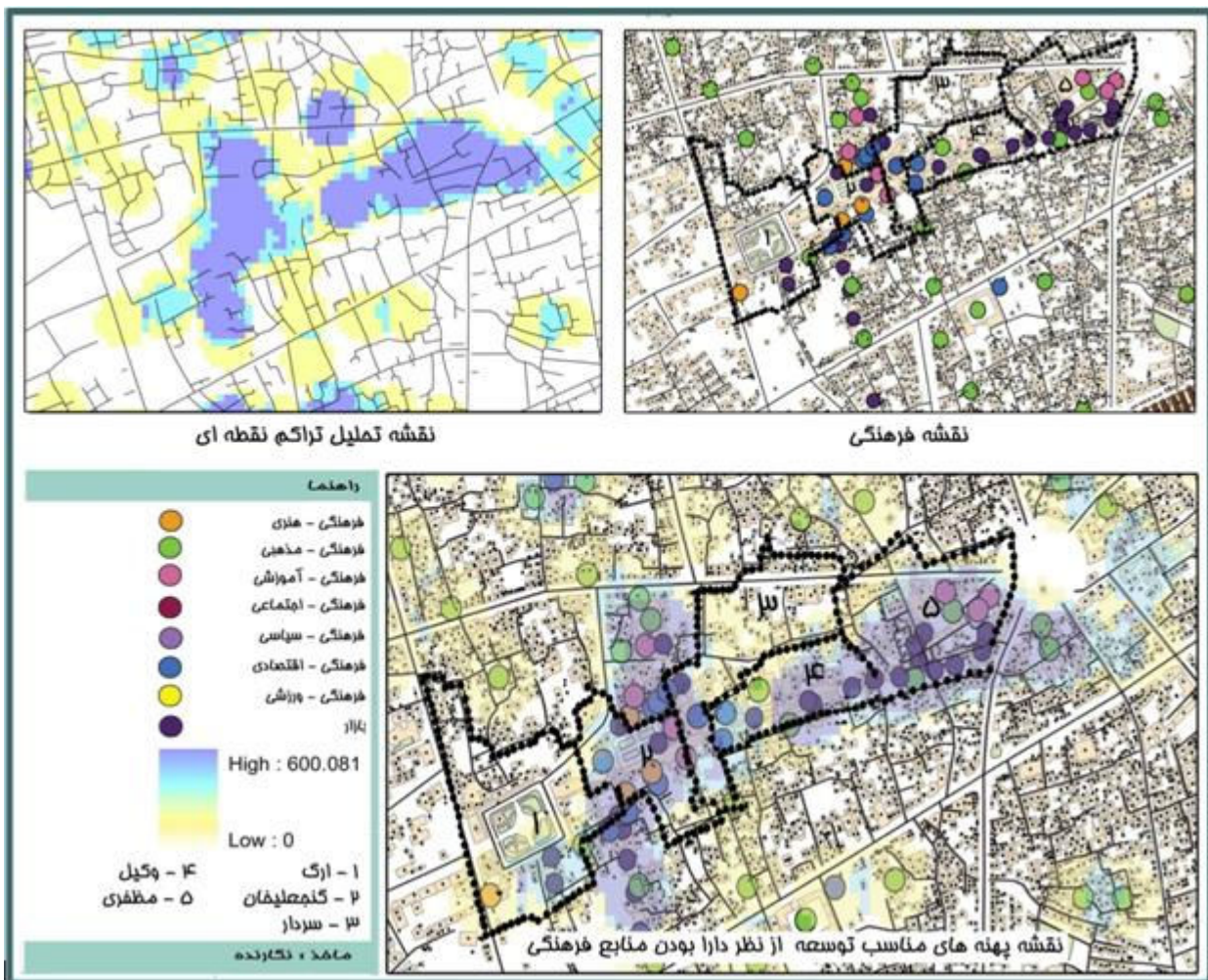


تصویر ۱: بازار مکانی برای تبادل اندیشه، اعتلاف، شایعه! نقشه ۲: مکان‌هایی که در آنها بیشترین فعالیت اجتماعی اتفاق می‌افتد

### ۳-۴-۲. منابع فرهنگی

برای برنامه ریزی و توسعه فرهنگی یکی از ابتدایی‌ترین و اصلی‌ترین کارها، شناسایی منابع فرهنگی و تهیه نقشه فرهنگی از مکان است. همان‌گونه که کم‌دیبا بیان کرده است این منابع فرهنگی هستند که حوزه‌های سیاست‌گذاری فرهنگی را نمایان می‌کنند، بر هویت و ساختار شهر تأثیر می‌گذارند و زمینه‌های توسعه در آینده را فراهم می‌آورند [۶].

پس از تجزیه و تحلیل منابع فرهنگی و مشخص کردن حوزه آن‌ها و همچنین ارزش‌گذاری بناها و فضاهای شهری می‌توان به نقشه فرهنگی بافت تاریخی کرمان دست یافت. نقشه فرهنگی در واقع تصویرسازی منابع مهم توسعه، فضاهای جمعی و فرهنگی و بناهای مهم و شاخص می‌باشد. در نقشه تحلیل تراکم نقطه‌ای، میزان شدت استقرار منابع در محلات محور شرقی و غربی بازار کرمان مشخص شده است و اینکه کدام محله بیشترین منابع را برای توسعه فرهنگی دارد. از روی هم‌گذاری نقشه تحلیل تراکم نقطه‌ای و نقشه فرهنگی، نقشه محلات مناسب برای توسعه فرهنگی (با توجه به معیار دارا بودن منبع فرهنگی) تولید می‌شود. (نقشه ۳)



نقشه ۳: نقشه‌های تحلیلی محلات از نظر دارا بودن منابع فرهنگی (ماخذ: نگارنده)

### ۳-۴-۳. رضایت از محله

با توجه به نظریات کارمونا، میزان رضایت از فضای شهری یکی از مهم‌ترین معیارها برای توسعه فرهنگی فضا است، به عبارتی، وقتی نگرانی‌ها و ترس‌های ناشی از هرج و مرج‌های روزمره در محله کاهش یابد و فضاهای محله امنیت، احساس آرامش و راحتی و جذابیت داشته باشند، مردم را برای حضور در فضا تشویق می‌کند [۹]. میزان رضایت از محله با تکمیل پرسش‌نامه از



ساکنین محله مشخص گردیده است. ساکنین به معیارها، ارزش داده و محقق در پایان با تلفیق و ترکیب ارزش‌های داده شده توسط ساکنین، یک ارزش نهایی به معیارها داده است. سپس با استفاده از میانگین هندسی، میزان رضایت محله ای در محلات محور بازار کرمان مشخص شد که در جدول ۳ آمده است. بیشترین میزان رضایت محله ای را محله مظفری و گنجعلیخان و کمترین میزان را محله ارگ دارد.

جدول ۳: رتبه بندی محلات بر اساس معیار رضایت محله ای (ماخذ: نگارنده)

رتبه رضایت محله	میانگین	احساس امنیت در محله	احساس آسایش در فضا	جذابیت فضاهای شهری و بناها در محله	فردت پاسخگویی محله به نیازهای روزمره ساکنین	محله
۱	۴/۴۷	۵	۴	۴	۵	محله مظفری
۱	۴/۴۷	۵	۵	۴	۴	محله گنجعلیخان
۲	۳/۴۶	۴	۴	۳	۳	محله وکیل
۳	۳/۱۳	۴	۴	۲	۳	محله سردار
۴	۱/۴۱	۲	۱	۱	۲	محله ارگ

۳ - ۴ - ۴ . جمع بندی شاخص پتانسیل توسعه فرهنگی

در جدول ۴ ارزشی را که هر محله با توجه به معیار ارزیابی شده به دست آورده مشخص شده است و سپس با میانگین هندسی، محلات با توجه به شاخص پتانسیل توسعه فرهنگی رده بندی شده اند. در این شاخص محله گنجعلیخان بیشترین امتیاز و سپس محله‌های مظفری، وکیل سردار و در نهایت محله ارگ کمترین امتیاز را به خود اختصاص داده است.

جدول ۴: رتبه بندی محلات با توجه به شاخص پتانسیل توسعه در محلات (ماخذ: نگارنده)

رتبه	میانگین	فعالیت اجتماعی	تعداد بناهای تاریخی - فرهنگی	تعداد بناهای هنری - فرهنگی	تعداد بناهای آموزشی - فرهنگی	رضایت محله	محله
۴	۱/۴۳	۱	۳	۲	۱	۱	محله ارگ
۱	۴/۷۸	۵	۴	۵	۵	۵	محله گنجعلیخان
۵	۱/۲۴	۱	۱	۱	۱	۳	محله سردار
۳	۳/۳۱	۴	۵	۱	۵	۴	محله وکیل
۲	۳/۸۹	۴	۳	۳	۵	۵	محله مظفری

#### ۴. برنامه ریزی و توسعه فرهنگی محلات محور شرقی - غربی بازار کرمان

برنامه ریزی و توسعه فرهنگی در محلات با هدف ارتقاء فضاهای فرهنگی محدوده، کم کردن موانع و افزایش پتانسیل‌های توسعه فرهنگی برای رساندن محله به شرایط دلخواه ساکنین، توجه به زندگی روزمره و افزایش کیفیت زندگی مردم در برنامه‌های توسعه فرهنگی و کالبدی و همچنین ایجاد رضایت عمومی و افزایش حس تعلق به محله و افزایش مشارکت آنها در فعالیت‌های فرهنگی و جمعی بافت است. از تلفیق دو شاخص، موانع توسعه و پتانسیل‌های توسعه فرهنگی، محلات مناسب برای توسعه فرهنگی شناسایی شده اند. از میانگین پتانسیل‌های توسعه فرهنگی و میانگین موانع توسعه فرهنگی، میانگین هندسی می‌گیریم و محلات را رتبه می‌کنیم.

جدول ۵: رتبه بندی محلات برای توسعه فرهنگی (مأخذ: نگارنده)

رتبه نهایی	میانگین کلی	محله
۱	۴/۵۸	محله گنجعلیخان
۲	۴/۴۱	محله مظفری
۳	۳/۲۲	محله وکیل
۴	۱/۸۴	محله ارگ
۵	۱/۵۲	محله سردار

#### ۴-۱. استراتژی و سیاست گذاری در محله مظفری

با توجه به نتایج به دست آمده، اگر چه محله گنجعلیخان با پتانسیل ترین محله برای توسعه فرهنگی شناخته شد، اما این محله با توجه به رویکرد موزه‌ای طرح‌های جامع و تفصیلی، همیشه از توسعه کالبدی بهره برده که این امر تا حدودی شرایط بهتری راحتی از نظر فرهنگی برای محله بوجود آورده است، اما تا کنون در هیچ یک از طرح‌ها به محله مظفری به طور خاص توجهی نشده است. بنابراین خروجی نهایی ارائه ی سیاست‌هایی برای توسعه فرهنگی محله مظفری با توجه به نیازهای بافت و خواسته‌های ساکنین است.

استراتژی ۱. یکپارچه کردن هنر عمومی در فضاهای شهری و توجه به زندگی روزمره مردم.

سیاست ۱-۱. استفاده از زمین خالی محله برای یک فضای فرهنگی یا فضای شهری که وظیفه آن نمایش شکلی از هنر باشد مانند فضایی برای تئاترهای خیابانی، بر پایی نمایشگاه‌های صنایع دستی و ...

سیاست ۱-۲. سامان‌دهی فضا برای حضور همه اقشار جامعه با توجه به امکانات فرهنگی و هنری (در نظر گرفتن جنسیت و گروه‌های سنی مختلف برای طراحی فضاهای شهری و استفاده از هنر عمومی می‌تواند باعث حضور و مشارکت بیشتر خانواده‌ها در محله شود).

استراتژی ۲. بکارگیری مناسب توده و فضا در جهت تأثیر بهتر بر ادراک مردم از فضا و ساختار محله ای.

سیاست ۲-۱. اتصال عناصر مهم و فرهنگی در نقاط گره ای.

سیاست ۲-۲. تبدیل فضاهای شهری به مکان‌هایی که شهروندان و بازدیدکنندگان با اشکال گوناگونی از هنرهای بصری به عنوان بخشی از تجارب روزانه شان رو به رو شوند.

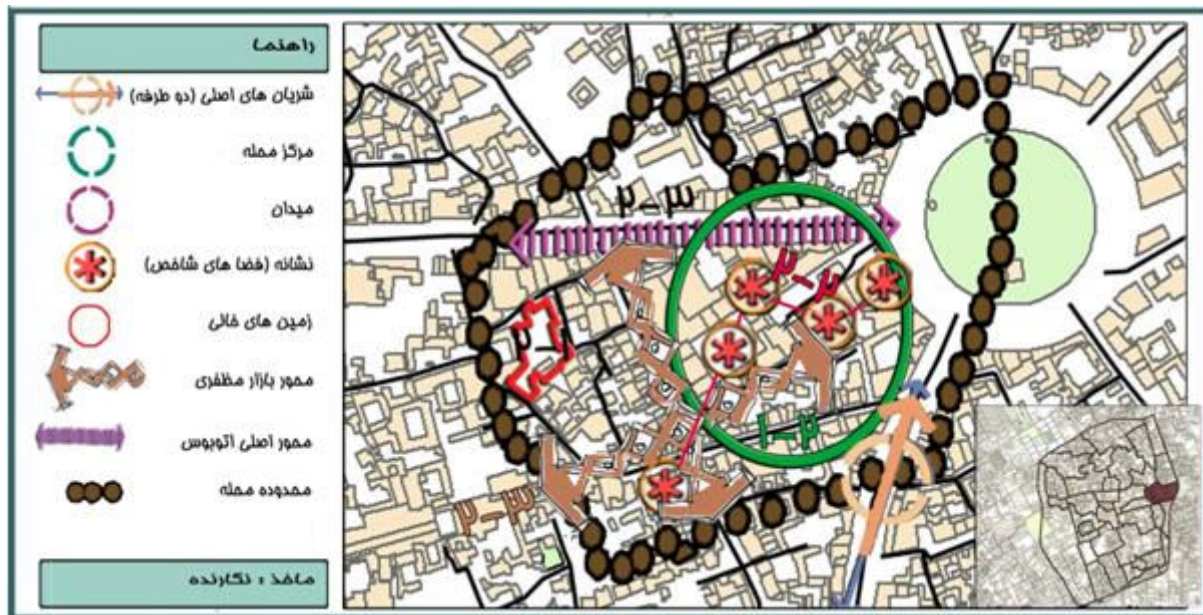
سیاست ۲-۳. فراهم کردن امکان دید به فضاهای شهری و عمومی از خارج و داخل فضاهای فرهنگی و تاریخی محله ای.

استراتژی ۳. افزایش راحتی افراد پیاده ، امنیت ، دسترسی پذیری و نفوذ پذیری در محلات.

سیاست ۳-۱. تفکیک فضاهای خرید - عبور - مکث در محله و محور بازار به منظور تسهیل رفت و آمد.

سیاست ۳-۲. استفاده از وسایل نقلیه عمومی در بافت و همچنین طراحی محورهای پیاده متناسب با فضا در محورهای خرید و بازار در محله مظفری.

سیاست ۳-۳. تجهیز فضاهای شهری با عناصر مختلف نظیر فضای سبز، مکانی برای نشستن، سایبان، کف‌سازی مناسب و مبلمان شهری مناسب که فضا را برای پیاده‌ها غنی، مطلوب و جذاب می‌گرداند.



نقشه ۴: سیاست گذاری در محله مظفری (ماخذ: نگارنده)

## ۵. نتیجه گیری

در برنامه ریزی و توسعه فرهنگی محلات، محور شرقی - غربی بازار کرمان همواره این خطر وجود دارد که به جای در نظر گرفتن تصویر ذهنی کاملی از بافت تاریخی و ارتباط آن با کل شهر، در دام نوستالژی بیفیتیم و تنها تصویری را که از گذشته در ذهن داریم ملاک ارزیابی و مبنای توسعه فرهنگی قرار دهیم. توسعه فرهنگی محلات بیش از آنکه معطوف به گذشته باشد به واسطه ارتباط با توقعات افراد، حال را در بر می گیرد و حتی باید بتواند تا آینده امتداد یابد. البته منظور این نیست که به تعلقات خاطر ساکنین محله ای بی تفاوت بود زیرا یکی از مهم ترین عوامل توسعه فرهنگی نقش خاطره ها و تولید خاطره جدید در زندگی مردم ساکن در محله می باشد.

سامان دهی فرهنگی و کالبدی با در نظر گرفتن ویژگی های رفتاری و نیازهای ذهنی ساکنین در راستای پاسخگویی به مؤلفه های مدل مکان پایدار و روند زیستی موجود در بافت تاریخی کرمان، بافت را به سوی پایداری و حتی جذب توریست سوق خواهد داد. سامان دهی فرهنگی و کالبدی محلات محور شرقی - غربی بازار شاید بتواند تا حدودی جوابگوی نیازهای مردم ساکن در بافت تاریخی کرمان باشد و مانع مهاجرت آنها به سایر نقاط شهر کرمان برای دستیابی به امکانات فرهنگی یا خدمات بهتر زندگی شود.

اگر برنامه ریزی فرهنگی در محلات بافت تاریخی با توجه به معیارهای انتخابی درست بر پایه نیازهای فرهنگی و اجتماعی بافت انجام شود می توان بافت تاریخی را به معیارهای شهر خلاق نزدیک کرد، زیرا برنامه ریزی فرهنگی و شهر خلاق هر دو رویکرد یکسانی به برنامه ریزی و توسعه فرهنگی دارند. هر دو به دنبال تصویر سازی دوباره از برنامه ریزی شهری به کمک فرهنگ هستند. همان طور که لاندی می گوید: «از نظر تاریخی خلاقیت و نوآوری همواره جریان بخش زندگی در شهرها بوده اند. عرصه فرهنگی، عرصه جدال فرداست که پیروزی یا شکست قطعی در این عرصه تعیین خواهد شد.» [۱۵]

## منابع و مآخذ

۱. بحرینی، سید محسن؛ «مدیریت شهری و فضای یادمانی»، مجله شهرداری ها، سازمان شهرداری کشور، شماره ۹، ۱۳۷۸.
۲. پور احمد، احمد؛ «جغرافیا و کارکردهای بازار کرمان»، انتشارات مرکز کرمان شناسی، ۱۳۷۶.
۳. پیران، پرویز؛ «فرهنگ شهری»، فصل نامه مدیریت شهری، موضوع ویژه فرهنگ شهری، شماره ۸، زمستان ۱۳۸۰.

۴. گیدنز، آنتونی؛ «جامه شناسی»، ترجمه منوچهر صبری، نشر نی، تهران، ۱۳۷۳.

5. Catlin, Marion, "A Cultural Planning methodology", (2008), < [marioncatlin@norwich.gov.uk](mailto:marioncatlin@norwich.gov.uk) >
6. Comodia, " London world city: The position of culture", London planning advisory committee, London, (1991)
7. Carr, S. Francis, Rivlin, L.G. & Stone, A.M. "Public Space", Cambridge, Cambridge, University Press, (1992)
8. Clark, I., Sutherland, J., & Young, G. "Mapping Culture: A Guide for Cultural and Economic Development in Communities.Canberra", (1995), AGPS
9. Carmona, Matthew. Heath, Tim. Oc, Taner. Tiesdell, Steve. "Public Places, Urban Spaces",Oxford, Architectural Press, (2003).
10. DMU, "Course Prospectus for MA European Cultural Planning", De Montfort University, (1995)
11. Evans, Graeme, "cultural planning, an urban renaissance", Rout ledge, London, (2001)
12. Fisher, c "the urban Experience, Harcourt Brace Jovanovaitch, San Diego, ca, (1984)
13. Gehl, J, "Life between Building: Using Public Space", Arkitektens Forlag: Skive, (1996)
14. Hall, Peter, "Cities in Civilization: Culture, Technology, and Urban Order", London, Weidenfeld & Nicolson, 1998; New York, Pantheon Books, (1998)
15. Landry, Charles, Comedia. "The Creative City and the Art of City-making", (2006)
16. Stevenson, D, "cities and urban culture", McGraw hill education, Open University press, Berkshire, (2003)
17. Munro. T " The Art and Their Interrelations (2<sup>nd</sup> Ed)", Cleveland: Western Reserve University Press, (1967)
18. The Creative City Network of Canada's Centre of Expertise on Culture and Communities has developed an extensive bibliography on cultural planning: <[www.creativecity.ca/cecc](http://www.creativecity.ca/cecc)>