

Analysis of Cultural Resources of the Place in order to Culture-led Regeneration of the Neighborhood

Abstract

This study identified cultural factors and resources affecting the place, factors and potentials that have the ability to regenerate and revitalize neighborhoods in the cultural field and by presenting a conceptual model has shown how to use these factors in urban regeneration policies. Culture as a social event needs a context to be studied, so it is important to study the structure of urban space; Urban space is a kind of geographical space that is formed due to the interaction of natural environment features and socio-economic structure; This study aimed to improve the structure of the worn-out texture of urban neighborhoods qualitatively and the Walcott method based on the interpretive paradigm of previous studies and concluded that cultural heritage resources include natural heritage, tangible heritage, intangible heritage and art. Cultural products and activities are defined that can be used to treat the worn-out tissue of urban neighborhoods by using them in creative industries and the pattern of production and consumption.

Keywords: cultural resources of the place, worn texture, urban neighborhoods, culture-led regeneration

واکاوی منابع فرهنگی مکان در راستای تجدیدنسل فرهنگ مبنای محلات

معصومه ضیاءپور^۱ تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۷/۱۵

مصطفی بهزادفر^۲ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۶/۳

زهراسادات سعیده زرآبادی^۳

چکیده

این تحقیق با بررسی عوامل و منابع فرهنگی موثر بر مکان، عوامل و پتانسیل‌هایی که قابلیت تجدیدنسل و احیاء محلات در حوزه فرهنگی را دارند شناسایی کرد و با ارائه مدل مفهومی نحوه بهره‌گیری از این عوامل در سیاست‌های تجدیدنسل شهری را نشان داده است. فرهنگ به عنوان رویداد اجتماعی نیازمند بستری است که مورد بررسی قرار گیرد، از این رو مطالعه ساختار فضای شهری دارای اهمیت است؛ فضای شهری، نوعی فضای جغرافیایی است که در اثر تعامل ویژگی‌های محیط طبیعی و ساختار اجتماعی-اقتصادی شکل می‌گیرد؛ این پژوهش با هدف بهبود ساختار بافت فرسوده محلات شهری به صورت کیفی و روش ولکات بر مبنای پارادایم تفسیری مطالعات گذشته را مورد واکاوی قرار داده و به این نتیجه رسید که منابع فرهنگی میراثی شامل میراث طبیعی، میراث ساختمانی و ملموس، میراث ناملموس و هنر، محصولات و فعالیت‌های فرهنگی تعریف می‌شود که با بهره‌گیری از آن‌ها در صنایع خلاق و الگوی تولید و مصرف می‌تواند درمانگر بافت فرسوده محلات شهری باشد.

کلیدواژه: منابع فرهنگی مکان، بافت فرسوده، محلات شهری، تجدیدنسل فرهنگ مبنای

^۱ (گروه معماری، واحد بین‌الملل کیش، دانشگاه آزاد اسلامی، جزیره کیش، ایران)، ایمیل: m.ziapour@yahoo.com

^۲ (استاد گروه معماری و شهرسازی، واحد علم و صنعت، تهران، ایران) ایمیل: behzadfar@iust.ac.ir

^۳ (دانشیار گروه شهرسازی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران) Z.Zarabadi@srbian.ac.ir

تجدیدنسل اواخر دهه ۱۹۷۰ و اوایل ۸۰م. به ادبیات مرمت شهری وارد شده و بدنال معاصر سازی، تجدیدحیات، از نورشدکردن و بازتولید طبیعیست. تجدیدنسل در محیط‌های سنتی، معنی آنرا به محیط‌های اجتماعی و فرهنگی تغییر داده که بیش از جنبه‌های فیزیکی در تصور مردم‌اند (Ujang&Zakariya,2015). روند سریع شهرنشینی با انقلاب صنعتی از میانه قرن بیستم با عواملی چون محلات مدرن، تراکم که ماحصل آن افت حیات اجتماعی، کاهش احتمال ارتباط فرسودگی، اختلال اقتصادی، کارکردی، اجتماعی، کالبدی و زیست‌محیطی همراه بوده؛ بافت‌های فرسوده از دو منظر واجد اهمیت‌اند؛ حفاظت ابنیه و عناصر ارزشمند، همچنین تامین رفاه و آسایش ساکنین؛ بنابراین طراحان و برنامه‌ریزان شهری بدنال بازیابی اهمیت و اعتبار شهرها، خاطره‌انگیزی و مطلوبیتش هستند. مسیر مداخله، در دهه‌های اخیر، سیر تکاملی از نوسازی و بهسازی به تجدیدنسل شهری داشته که به بازیابی حیات مدنی بافت‌های کهن یاری می‌رساند. در مدل تجدیدنسل فرهنگ‌مبنا، فعالیت های فرهنگی، کاتالیزور و تسهیلگر تجدیدنسل‌اند؛ فعالیت‌ها شامل طراحی، ساخت، استفاده مجدد ساختمان، فضای عمومی، فعالیت، و معرفی برنامه جهت تجدیدحیات فرهنگی مکان (صفدری و همکاران، ۱۳۹۳) مطابق با نیاز انسان امروزیست که شامل هنرها، مراکز فرهنگی، احیاء جشنواره‌ها، بازسازی ساختار کالبدی و... است که هدف احیاء و تغییرات متناسب با نیازهای مردم با زیرساخت اقتصاددیست که با برندینگ مکان، خوشه‌های خلاق، تنوع نوآوری‌ها، رویدادها، احیای فضاهای عمومی، سنت‌ها، میراث ملموس، ناملموس، بسیج مردمی و... همراه است. مطالعه حاضر بصورت کیفی با هدف واکاوی منابع فرهنگی مکان و ارتباط آن با تجدیدنسل بر مبنای الگوهای تولید و مصرف پرداخت و با توجه به ابعاد گوناگون فرهنگ، به دسته‌بندی و شناخت اجزاء فرهنگی مکان جهت آشنایی طراحان، برنامه‌ریزان و دغدغه‌مندان شهری جهت بهره‌گیری در سیاست‌های شهری که منجر به احیاء مکان می‌شود، پرداخت و پیشنهاد کرد در صورت شناخت صحیح این ابعاد و شناسایی عمیق مکان، خلاقان شهری با معاصر سازی آن‌ها می‌توانند شهرها و محلات امروزی را تجدیدنسل کنند.

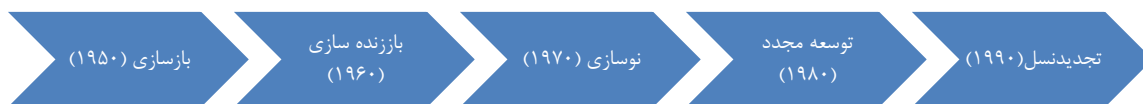
۲- روش پژوهش

این تحقیق بصورت کیفی و پارادایم تفسیری بر مبنای مرور و تحلیل ادبیات پیشین جهت دستیابی به اجزاء فرهنگی صورت پذیرفت؛ مطالعات و داده‌های بررسی شده و داده‌ها بر مبنای روش ولکات (توصیف، تحلیل و تفسیر) و پارادایم تفسیری مورد ارزیابی قرار گرفت و در این رویکرد تقلیل‌گرایی، منطقی بودن، تأکید بر گردآوری داده‌های تجربی، گرایش علت و معلول و مبتنی بر نظریه‌های پیشین حاکم است؛ نتایج در قالب مدل مفهومی در راستای پاسخگویی به سوال پژوهش مبنی بر عوامل و منابع فرهنگی مکان و چگونگی بهره‌گیری از آن در سیاست‌های تجدیدنسل ارائه شد.

۳- چارچوب نظری

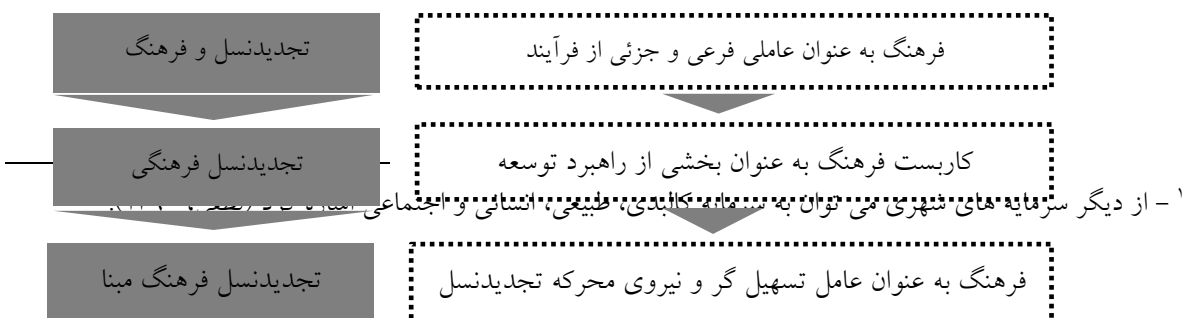
تغییر و تحولات زیادی که در دوره مدرن بر شهرها و محلات آن وارد شده، معماران، طراحان، شهرسازان و برنامه‌ریزان شهری را بر آن داشت تا با رویکردهای مختلفی نسبت به بازسازی محله‌ها، نظریات و اقدامات گوناگونی انجام دهند. استراتژی بازسازی محله، مشارکت عمومی در برنامه‌ریزی و مدیریت فرایندهای محلی؛ محدوده حساس اجتماعی و اقتصادی منطقه‌ای و استراتژی‌های توانمندسازی، و شناخت رو به رشد، نقش دارایی‌های اجتماعی و فرهنگی مبنی بر محله را داراست (Meenakshi, 2011). از این رو عدم توجه به ویژگی‌های خاص مکانی، فرهنگی، ارزش‌های بومی و محلی در فرآیندهای توسعه شهری منجر به یکنواختی سیمای شهرها شده و محلات شهری به عنوان مکان تبلور فرهنگ جایگاه خود را از دست داده (نادریان، ۱۳۹۵) و دچار بحران هویت شده‌اند، همچنین جذابیت‌های ناشی از تمایزات مکانی و فرهنگی در این راستا کم رنگ شده است. در این راستا، لزوم بازنگری در اقدامات مربوط به تجدیدنسل در بافت‌های تاریخی به منظور استفاده از امکانات و پتانسیل‌ها و ارتقاء حس تعلق به محلات احساس می‌گردد. نقش محلات تاریخی در شهرهای گذشته به عنوان مکان تبلور فرهنگ جاری در فضا بسیار پررنگ و حائز اهمیت است،

تجدیدنسل شهری بر ارتقاء محیطی، توسعه اقتصادی و اجتماعی همراه و همچنین بر مقوله مشارکت و دخالت گروه‌های ذینفع توجه دارد، لذا رویکردی مناسب و همه جانبه‌نگر جهت خلق فضاهای شهری با حفظ ویژگی‌های اصلی فضایی (کالبدی و فعالیتی) است و از مهم‌ترین دلایل، ظرفیت بالای این رویکرد در پرداختن به ابعاد متنوعی از واقعیت شهر که تحت دو زیرگروه ساختار کالبدی و اجتماعی قابل طبقه‌بندی است (دیاریان، ۱۳۹۱). شکل زیر سیر تحول و تکامل تجدیدنسل شهری و سیاست‌های بهسازی و نوسازی را در امر مرمت شهری معرفی می‌کند.



شکل ۱- سیر تحول تجدیدنسل شهر منبع: پورا احمد و همکاران، ۱۳۹۴

از جمله رویکردهایی که در دهه‌های اخیر مورد توجه قرار گرفته، رویکرد تجدیدنسل فرهنگ مبناست؛ فرهنگ به عنوان یکی از سرمایه‌های شهری^۱ نقش موثری در توسعه شهرها دارد. بسیاری از استراتژی‌های برنامه‌ریزی شهری، فرهنگ را به عنوان یک ابزار برای ایجاد فرصت‌های توسعه جدید دانسته‌اند؛ فرهنگ مبنای اصلی‌ترین رویکرد تجدیدنسل شهری در دو دهه اخیر دانست (لطفی، ۱۳۸۹). که کاربست فرهنگ به سه صورت تجدیدنسل و فرهنگ، تجدیدنسل فرهنگی و تجدیدنسل فرهنگ مبنای مورد استفاده بوده است (Sacco & Blessi, 2007) که در شکل زیر به اختصار توضیح داده شده‌اند.



شکل ۲ - سیر گذار الگوهای اثرگذاری فرهنگ بر تجدیدنسل شهری مأخذ: Sacco & Blessi, 2007, لطفی،

۱۳۸۹

۳-۱- منابع فرهنگی مکان

همیشه یک مکان از روابط انسانی پیوسته تشکیل شده که خارج از آن، فرهنگ به طور جزئی رشد می‌کند، و فرهنگ پدیده‌ای است که دارای ویژگی‌های متفاوتی است که کمک به تمایز مکان‌ها می‌کند (Scott, 1997). صاحب نظران مختلف در حوزه منابع فرهنگی مکان دیدگاه‌های مختلفی دارند که به اختصار در جدول زیر عنوان شده‌اند:

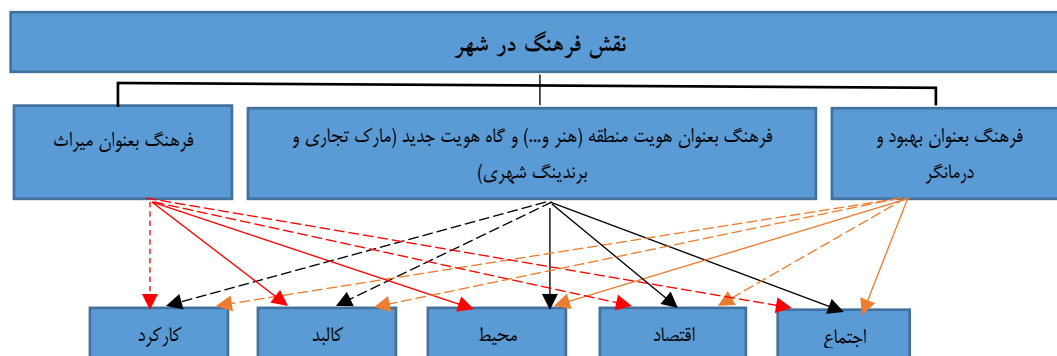
جدول ۱- دیدگاه نظریه پردازان در ارتباط با منابع فرهنگی مکان و عناصر میراثی مورد توجه آنها

عناصر مورد توجه	منابع فرهنگی مکان	نظریه پرداز
ملموس، میراث طبیعی و میراث ناملموس، هنر، مهارت و محصولات فرهنگی، تلفیقی از میراث طبیعی و فرهنگی	*سایت‌ها *میراث طبیعی و میراث فرهنگی (تلفیقی) *مناظر فرهنگی *سنت‌ها، اصطلاحات شفاهی، هنرهای نمایشی، اعمال اجتماعی، آیین‌ها، رویدادهای جشن، دانش، شیوه‌های مربوط به طبیعت، جهان و صنایع دستی سنتی	یونسکو (۱۹۸۵)
ملموس، میراث ناملموس، هنر، مهارت و محصولات فرهنگی، تلفیق محیط طبیعی و ساختمانی	*فعالیت‌های هنری، رسانه‌ای و موسسات *فرهنگ جوانان، اقلیت‌های قومی، سایر جوامع مورد علاقه *میراث ملموس و ناملموس *بانک تصویر محلی *محیط طبیعی و ساختمانی *تلفیق محیط طبیعی و نوآوری‌های فکری و علمی *محصولات، مهارت‌های محلی	بیانچینی (۱۹۹۳)

میدلتون (۱۹۹۴) (Middelton)	*تاریخ، فولکلور، مذهبی، هنری، تئاتر، موسیقی، رقص، سایر میراث ملموس، سرگرمی‌ها، موزه‌ها *رویداد خاص، جشنواره، مجالس (Van Zyl,2005) ناملموس، هنر و محصولات فرهنگی
ریچاردز (۲۰۰۸,۱۹۹۶)	*اماکن، موزه‌های باستان‌شناسی *معماری (ویرانه‌ها، ساختمان-های معروف، کل شهرها) *هنر، مجسمه‌سازی، صنایع دستی، گالری، رویدادها *موسیقی، رقص(کلاسیک، عامیانه، معاصر)، نمایش (تئاتر، فیلم، دراماتیک) *مطالعه زبان، ادبیات، تورها، اعیاد مذهبی، زیارتی *فرهنگ‌ها و خرده‌فرهنگ‌های کامل (عامیانه یا بدوی) (Richards& Palmer,2010)
اسکات (۱۹۹۷)	*هنر، ایده‌ها، سبک‌ها، روش‌های زندگی *محصولات هنری فرهنگی *کارناوال‌ها
تروسبای (Throsby, 1999)	*سرمایه ملموس *ناملموس
گیلاردیا (۲۰۰۱)	*هنر و میراث مکان *میراث محلی شامل: سنت‌ها، گویش‌ها، جشنواره‌ها، آیین‌ها، تنوع، کیفیت؛ *اوقات فراغت؛ امکانات فرهنگی، آشامیدنی، خوردن، سرگرمی؛ *فرهنگ‌های جوانان، اقلیت‌های قومی، جوامع مورد علاقه؛ *کارگاه تولید محصولات محلی، مهارت در صنایع دستی، تولید و بخش خدمات
راپاپورت، ۲۰۰۵	*فعالیت در سیستم‌های استقرار توسط عناصر ثابت، نیمه‌ثابت، غیرثابت
بلومفیلد (۲۰۰۶)	*گروه‌های حساس به محیط‌زیست * نمادها، یادگاری‌های شهری *فیلترهای سازمانی *شیوه‌های مکانی افراد و گروه‌های مختلف اجتماعی
وود، لاندری و بلوفیلد (Wood, Landry& Bloomfeild,2006)	*اشکال بیان هنری *مهارت *صنایع دستی *رسانه‌ای از ارتباطات *تاریخ شفاهی و حافظه
هرست (Hirst,2014)	*هرگونه بقایای ماقبل تاریخ یا تاریخی(مانند اماکن تاریخی و ماقبل، خانه‌ها، محله‌های تاریخی، ویژگی‌های مهندسی مانند کنار جاده، راه‌آهن، پل‌ها، میدین نبرد، مناظر تاریخی، فرهنگی، خصوصیات فرهنگی سنتی) نشانگر فعالیت‌های گذشته بشر مانند آثار باستانی، سایتها، سازه‌ها، مناظر، اشیاء ارزشمند فرهنگ یا اجتماع بدلائل علمی، سنتی، مذهبی

ازناگو و چینونسو (Ezenagu & Chinonso, 2016)	*شامل عوامل مادی فرهنگی (منابع باستان‌شناسی / تاریخی مورد استفاده انسان)، غیرمادی (منابع مردم‌شناسی)، اعتقادات مختلف مردمی، جشنواره‌ها، سنت، معماری، فن‌آوری، رقص، نمایش، لباس پوشیدن، رژیم غذایی، هنر و صنایع دستی	میراث ملموس، ناملموس، طبیعی، هنر، مهارت‌ها و محصولات فرهنگی
ریموند ویلامز	هنر، سبک زندگی، فعالیت‌های روزمره	میراث ناملموس، هنر و محصولات هنری

به نظر می‌رسد در دیدگاه جدید فرهنگی در سیاست تجدیدنسل محلات، علاوه بر نقش اجتماعی، نقش اقتصادی فرهنگ در نگاه نظریه‌پردازان پررنگ دیده می‌شود که با برندینگ یک مکان، خوشه‌های خلاق و تنوع نوآوری‌ها در عرصه‌های مختلف هنر و فرهنگ، رویدادها و احیای فضاهای عمومی، سنت‌ها و میراث ملموس و ناملموس و بسیج مردمی و ... همراه است. بنابراین توجه به فرهنگ در چند دسته قابل تقسیم‌بندی است: بهره‌گیری از فرهنگ به عنوان میراث که نقش حفاظتی منابع میراثی برای آیندگان را دارد؛ گاه با بهره‌گیری از فرهنگ (هنرهای جدید، نمایشی، رسانه و ...) می‌توان به بهبود هویت و تصویر منطقه کمک کرد و همچنین می‌توان در یک منطقه، هویتی جدید نیز به منطقه داده شود (برندینگ که جهت بازاریابی رقابتی شهری نیز عمل می‌کند) و از طرفی فرهنگ ممکن است نقش درمانی برای یک مکان داشته باشد و در احیاء شرایط مختلف اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، محیط و کارکرد اثرگذار است. شکل (۳) نقش فرهنگ در شهر و ارتباط آن با دیگر ابعاد را نشان می‌دهد.



شکل ۳- ارتباط عوامل مورد توجه فرهنگ با دیگر ابعاد

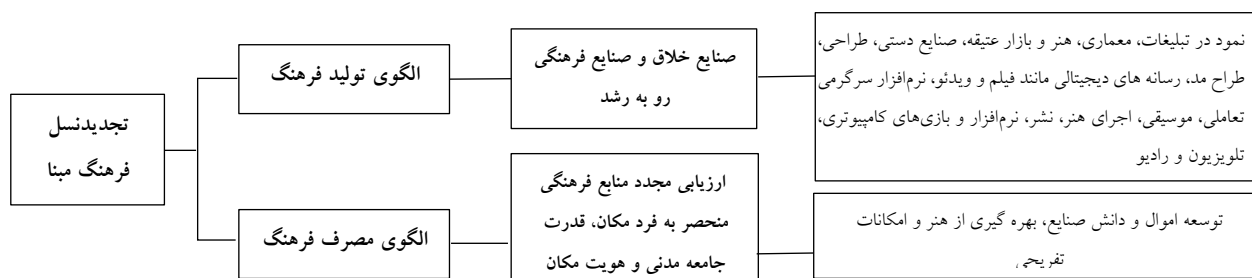
۳-۲- صنایع خلاق

شهرهای خلاقانه بر اساس یک زیرساخت اجتماعی و فرهنگی قوی ساخته می‌شوند؛ در نتیجه، آنها از میزان نسبتاً بالایی از اشتغال خلاق لذت ببرند و به دلیل امکانات و توانایی‌های هنری معتبر خود، سرمایه‌گذاری‌های داخلی را جذب کنند (Choo, 2015). استفاده از صنایع خلاق به عنوان نوآورانه‌ترین روش استفاده از فرهنگ در تجدیدنسل شهری معرفی می‌گردد. به این ترتیب است که طی سه دهه اخیر، تلاشی برای تبدیل کردن شهرهای دیروز، با محوریت فعالیت‌های

صنعتی و تولیدی، به شهرهای امروز با محوریت فعالیتهای خدماتی صورت گرفته، با تمایل بسیار برای استفاده از عامل فرهنگ به عنوان ابزار تجدیدنسل همراه بوده (لطفی، ۱۳۹۰).

در بسیاری از برنامه‌های اتحادیه اروپا و ایالتی برای ایجاد همبستگی اجتماعی و مبارزه با فقر، بیکاری و محرومیت، ایجاد مشارکت‌های محلی در سال‌های اخیر اهمیت فزاینده‌ای به دست آورده است. هدف چنین توافق‌هایی برای استفاده از انرژی، مهارت‌ها و منابع بازیگران کلیدی است. واقعیت این است که اغلب این مشکلات نیز از لحاظ جغرافیایی متمرکز می‌شوند و در محله‌های خاص، مناطق شهری و روستایی، به تأکید بیشتر بر ابعاد محلی در پاسخ‌های سیاسی منجر شده است. از ویژگی‌های چنین سیاست‌هایی، فراخوانی است که شهروندان و ساکنان تحت تأثیر مشکلات در توسعه و اجرای راه‌حل‌ها به خود جلب کند.

بنابراین نقش فرهنگ در تولید، مصرف و بصورت مشارکتی است، تولید فرهنگ، واکاوی آن بعنوان دارایی با هدف توسعه (نمود در صنایع خلاق و روبه‌رشد مانند تبلیغات، معماری، هنر، بازار عتیقه، صنایع دستی، طراحی، مد، رسانه‌های دیجیتالی مانند فیلم، ویدئو، نرم‌افزار سرگرمی تعاملی، موسیقی، اجرای هنر، نشر، نرم‌افزار و بازی‌های کامپیوتری، تلویزیون، رادیو)، مصرف فرهنگ، هنر وسیله‌ای برای افزایش مصرف (ارزیابی مجدد منابع فرهنگی منحصر به فرد مکان، قدرت جامعه مدنی و هویت مکان با توسعه اموال، دانش صنایع، بهره‌گیری از هنر و امکانات تفریحی)، (Grodach, 2017)، و راهبردهای مشارکتی شامل برنامه‌های مشارکتی جامعه هنری و ساکنین، با ایجاد محیط خلاق، و تعلق خاطر به مکان می‌باشد (ایزدی و همکاران، ۱۳۹۵). همیشه یک مکان از روابط انسانی پیوسته تشکیل شده که خارج از آن، فرهنگ به طور جزئی رشد می‌کند، و فرهنگ پدیده‌ای است که دارای ویژگی‌های متفاوتی است که کمک به تمایز مکان‌ها می‌کند؛ شکل (۴) ارتباط تجدیدنسل فرهنگ محور بر مبنای الگوی تولید و مصرف را بیان می‌کند:

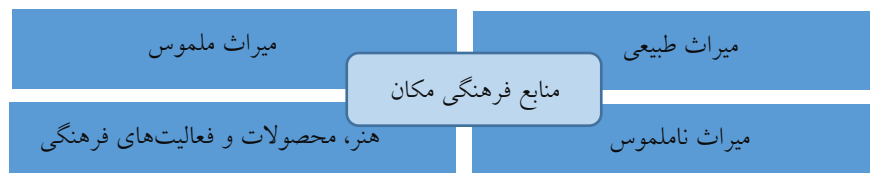


شکل ۴- تجدیدنسل فرهنگ محور بر مبنای الگوی تولید و مصرف

از این رو در راستای تجدیدنسل یا معاصرسازی طراحی، باید با شناخت سرمایه‌های شهری و بررسی مولفه‌های کالبدی، اقتصادی، اجتماعی، کارکردی، اجتماعی، فرهنگی و محیطی در راستای ایجاد حس تعلق به مکان و ارزشمند کردن مکان و بالا بردن شرایط اقتصادی- اجتماعی موجبات تعلق خاطر به محله را فراهم سازیم و فرهنگ به عنوان محرکی در این راستا از آن بهره بگیریم.

۴- یافته‌ها

آنچه که از دسته‌بندی منابع فرهنگی (جدول ۱) مشخص است، منابع فرهنگی مکان در چهار دسته تقسیم شدند: میراث طبیعی بعنوان عاملی که ماحصل جغرافیا و شرایط منطقه است، شامل توپوگرافی خاص، دریا، سایت‌های ویژه، محیط‌زیست، پوشش گیاهی خاص، عوامل زمین‌شناختی، مناظر خاص، شرایط خاص منطقه و... در صورتیکه این عوامل بر زندگی، شغل، رفتار، دانش، مهارت و زیست انسان‌ها اثر گذاشته و باعث تغییر متقابل انسان و محیط شوند، زیرا فرهنگ عاملیست که با انسان معنا می‌یابد؛ میراث ملموس دومین منبع فرهنگی مکان است که با تفکر ناب انسان‌ها شکل یافته مانند آثار معماری، مجسمه، نقاشی یادبود، عناصر یا سازه‌هایی از طبیعت باستان‌شناسی، کتیبه‌ها، سکونت‌گاه‌ها، فضاهای باز، کوچه‌ها، بازارها، ساختمان‌ها، کافه‌ها و هر آنچه ساخته بشر است؛ هنر، محصولات و فعالیت‌های فرهنگی شامل ایده‌ها، ارزش‌ها، مهارت‌های محلی‌ها و فعالیت‌های رسانه‌ای در بخش صنایع دستی، تولید و خدمات است؛ بخش چهارم میراث ناملموس است که شامل سنت، اعتقادات، حافظه جمعی، تاریخ شفاهی، آداب و رسوم، ادبیات، فیلم، موسیقی، قصه‌ها، افسانه‌ها، اسطوره‌ها، آیین‌ها، مراسمات، جشنواره‌ها، بازی‌ها، سرگرمی‌های مردم، غذا و... می‌باشد؛ همه این عوامل، مجموع فعالیت‌ها و شیوه زندگی افراد را شکل می‌دهند (شکل ۲).



شکل ۵- دسته‌بندی منابع فرهنگی قابل دریافت از مکان

از اینرو در راستای تجدیدنسل یا معاصرسازی طراحی، باید با شناخت سرمایه‌های شهری و بررسی مولفه‌های فرهنگی در راستای ایجاد حس تعلق به مکان و ارزشمند کردن مکان و بالا بردن شرایط اقتصادی-اجتماعی موجبات تعلق خاطر به محله را فراهم سازیم و فرهنگ بعنوان محرکی در این راستا از آن بهره گیریم.

۵- بحث

یافته‌ها نشان داد مبنای کهن‌الگوها و منابع فرهنگی مکان شامل میراث طبیعی، ملموس، ناملموس و همچنین هنرها، محصولات و فعالیت‌های فرهنگی محلی است؛ در زیر هر یک به تفصیل شرح داده شده‌اند:

۱-۵- میراث طبیعی

میراث طبیعی، پتانسیل‌های متمایز طبیعی مکانند؛ آنچه از میراث طبیعی بعنوان میراث فرهنگی مکان یاد می‌شود، سازندها و ارتباطات است که طبیعت با انسان‌ها دارد، تاثیراتی که بر انسان، رفتار، معیشت و نحوه زندگی‌اش می‌گذارد؛ مثلا دریا بعنوان جاذبه فرهنگی طبیعی شامل ارتباط دریا بر انسان و بالعکس، عواملی مانند وابستگی شغلی، معیشت، تفریحات (شنا و... از جنس تفریحات دریایی)، مشتاها، قایق‌ها، کشتی‌ها، الگوی قرارگیری خانه‌ها و ساخت‌شان، آداب و رسوم، افسانه‌ها، باورها، اسطوره‌ها، آیین‌های دریایی و موضوعاتی که نتیجه تاثیر و حضور انسان در این محیط ویژه و بالعکس است، بنابراین این دو وابسته یکدیگر و شکل‌دهنده کلیت مکان‌اند، که بر شکل مکان و نحوه زیست انسان‌ها اثرگذارند، از اینرو میراث طبیعی مکان، جدای از میراث فرهنگی آن نیست، زیرا بر رفتار، خلق و خو، نحوه زندگی و... اثرگذار است. بنابراین میراث ماندگار طبیعت، حاصل سالها موجودیت در زیست‌بوم کره‌خاک‌یست، میراثی که از نسل‌های قبل به ارث برده‌ایم، و برای آیندگانمان باید حفاظت شوند؛ بنابراین گردشگران طبیعی باید از جنسی باشند که دوستدار طبیعت بوده و بدون آسیب یا با حداقل آسیب محیطی انجام شود، و نیازمند حساسیت و مدیریت ویژه می‌باشد.

یونسکو (۱۹۹۲) سه نوع مناظر فرهنگی را متمایز می‌شناسد: (۱) مناظر آگاهانه که توسط مردم شکل گرفته، مانند باغ‌ها و پارک‌ها (۲) مناظر میراثی که همزمان توسط مردم محلی و محیط زندگی‌شان شکل گرفته (۳) مناظر ویژه مذهبی، هنری، یا جنبه‌های فرهنگی مربوط به بخش طبیعی آنها. از طرفی به گفته ونزیل (Van Zyl, 2005) محیط طبیعی، فرهنگ انسان را شکل می‌دهد و از نزدیک با میراث مردم مرتبطند؛ ازنگاوو و چینونسو (Ezanagu & Chinonso, 2016) در تعریف میراث فرهنگی طبیعی تاکید دارد که منابع طبیعی مکان آن اقدامات است که توسط انسان برای اهداف خاص جدای از استفاده طبیعی آن است، آنچه که نشان‌دهنده تجربه بشر و گروه‌های خاص می‌باشد. به بیان راپاپورت (۲۰۰۵)، اگر محیط‌ها نقش آموزشی داشته و تبدیل به شیوه‌ای ذهنی برای رفتار صحیح انسان‌ها شود، دارای ارزش فرهنگی‌اند. بیانچینی نیز بر ترکیب محیط طبیعی و ساختمانی بعنوان منبع فرهنگی مکان اشاره دارد و آنرا شامل فضاهای عمومی و باز می‌داند (Bianchini & Ghilardia, 2007). همچنین به گفته ساندست (Sundseth, 2019)، با دیدگاه سنتی، طبیعت جایگاه فرهنگ پایان می‌یابد آغاز می‌شود، که از این دیدگاه، طبیعت چیز است که بطور طبیعی وجود دارد، در حالیکه فرهنگ توسط انسان خلق شده؛ اما آنچه اخیرا رسمیت یافته، اینست که میراث، مفهوم پیچیده‌تری دارد و میراث طبیعی ما که میراث فرهنگی در آن قرار دارد، بطور جدایی‌ناپذیری بهم پیوسته‌اند و چشم‌انداز ما میراث زنده است؛ ارزش میراث طبیعی و فرهنگی در اروپا هر دو افزایش یافته، نه فقط برای ارزش ذاتی خود، بلکه برای نقش مهم آن در جامعه مدرن و ساختن اقتصاد پایدارتر، عادلانه و سبز. کونسا (Konsa, 2016) نیز بیان می‌کند باید پذیرفت بیشتر آنچه طبیعی تلقی می‌شود از فرهنگ نشات می‌گیرد زیرا فعالیت‌های انسانی کل زمین را شکل داده؛ هم محیط طبیعی و هم "طبیعت" توسط انسان در حال تغییر مداوم‌اند؛ اشیا طبیعی حفاظت شده از دو طریق می‌توانند با میراث فرهنگی مرتبط باشند؛ در مرحله اول، اشیا ساخته شده توسط بشر، مانند پارک‌ها، درختستان‌ها، مناطق سبز و غیره و ثانيا، همچنین اشیا طبیعی که دارای ارزش‌های مشخصه میراث فرهنگی‌اند بعنوان ارزش‌های تاریخی، فرهنگی و زیبایی‌شناختی شناخته می‌شوند.

میراث ملموس، عناصر فیزیکی، اشیا قابل لمس و قابل رویت‌اند که حاصل نبوغ، فعالیت و تفکر انسان‌هاست، این عامل می‌تواند ساختمان یا یک عنصر مانند مبلمان شهری، ورودی‌ها، پیش‌رودی‌ها، پیش‌آمدگی‌ها، چاپنا، سکوها، یادمان، مجسمه، تک بنا، گروه ساختمان‌ها، فضاهای باز و جداره‌های آن، میدان، کافه‌ها، رستوران‌ها، بازارهای خیابانی و پاتوق‌های اجتماعی که شکل‌دهنده الگوها و رفتار انسانی و تقویت‌کننده آداب اجتماعی با توجه به ویژگی‌های خاصی از جنبه تاریخی، علمی، زیبایی‌شناسی، هنری، فرمی از دیدگاه مردم و متخصصان واجد ارزش شناخته می‌شوند. این عوامل شامل ساختمان‌های تاریخیست و هم می‌تواند شاهکار قرن حاضر و میراثی برای آیندگان باشد که باید از آن حفاظت شود؛ از آنجاکه فعالیت‌های انسانی، رفتار و نحوه معیشت او بر ساختمان‌ها نیز اثرگذار است، میراث ساختمانی آئینه تمام‌نمای فرهنگی مکان می‌باشد. در سال ۲۰۰۱، علاوه بر دسته‌بندی میراث سنتی، (مانند مکان‌های باستانی و بناهای تاریخی)، حفاظت از ساختمان‌ها، سایت‌ها و محله‌های جنبش مدرن ثبت یونسکو شد (Abu Baker et.al, 2011) زیرا قابل نگهداری و انتقال به نسل‌های آینده بدلائل هویت فرهنگی و مرتبط با جنبه‌های تداوم و تغییراند. به گفته لرنزو (Lorenco, 2013)، جوامع مدرن، میراث فرهنگی ساخته شده را بعنوان نقطه عطفی از فرهنگ و تنوع درک می‌کنند که باید برای همیشه ماندگار باشند. همچنین طبق تعریف یونسکو (۱۹۸۹) میراث ساختمانی شامل بناها، گروه ساختمان‌ها و سایت‌ها می‌شود که واجد ارزش از جنبه تاریخی، هنر و علم می‌باشند و ساخته دست بشر و یا ترکیبی از طبیعت و انسان باشند (Rouhi, 2017). مونتگومری (Montgomery, 2003) نیز به اهمیت فرم و راپاپورت (۲۰۰۵) نیز از معماری بعنوان بخشی از عناصر ثابت میراث فرهنگی یاد می‌کند؛ از میراث ملموس می‌توان بعنوان محرک‌ها در بافت بهره‌گرفت، چنانچه با احیا فضای عمومی، بازار قدیمی، ساختمان، تقویت پاتوق‌های جمعی، تغییر کاربری پروژه‌ها و تبدیل آن به مکان‌های فرهنگی، کارگاهی و... باعث رونق و احیاء مکان‌ها و ایجاد پاتوقی برای هنرمندان، هنردوستان در رده‌های مختلف سنی شد؛ اهمیت و حفظ چنین مکان‌هایی بعنوان کهن الگوهای صحیح ارزش‌ها را ماندگار می‌کند.

میراث ناملموس

توجه به جغرافیای مکان از قرن بیستم مورد توجه قرار گرفت، اگرچه قبلاً از مفهوم تجربه استفاده، اما زمینه مقصد گردشگری نادیده گرفته می‌شد (Chen et.al, 2020). بطور ویژه، از نیمه دوم قرن بیستم، مطالعات جدیدی با تمرکز بر هویت و میراث فرهنگی، ماهیت میراث فرهنگی را زیر سوال برد و طی تحقیقات ۵۰ سال گذشته، میراث شفاهی و ناملموس بشریت به فهرست میراث فرهنگی افزوده شد که شامل سنت‌ها، اصطلاحات شفاهی، هنرهای نمایشی، اعمال اجتماعی، آیین‌ها، آداب، رویدادها، دانش، شیوه‌های مرتبط با طبیعت و جهان، صنایع دستی سنتی، رقص، موسیقی، هنر، آهنگ، تئاتر، بازی، قصه، افسانه‌ها، غذا و اعیاد را نیز دربرمی‌گیرد (DeSoucey et.al, 2018). بطور کلی روزمرگی‌های جامعه یا مکان که در یک کلیت با یکدیگر زندگی می‌کنند و دارای وجوه مشترکند. یونسکو تأکید می‌کند که این عوامل بطور مداوم توسط رفتارهای جامعه فرهنگی در پاسخگویی به محیط تجدیدنسل و تکامل می‌یابند، بنابراین بعد زمان در میراث ناملموس، مهم

بشمار می‌رود که یونسکو چهار ویژگی کلی آن شامل سنتی و معاصر، فراگیر و مداوم، بیانگر و نماینده و بشر و مبتنی بر جامعه بیان کرده است (Abu Baker et.al, 2011). در رویکرد میراث فرهنگی، جنبه‌های ملموس و ناملموس تفکیک-ناپذیرند (Masoud et.al, 2018). مفهوم میراث فرهنگی توسط سازمان بین‌المللی کمیسیون اروپا در سه بعد اصلی مواد (مصنوعات، آثار تاریخی)، ناملموس (زبان، تاریخ) و سیاسی (بیان ارزش‌ها و اصول سیاسی) در در یک سند رسمی در کنوانسیون فرهنگی اروپا ۱۹۵۴ ارائه شد (Petti et.al, 2019). برای حفظ میراث ناملموس، نقش جامعه محلی و پیوست مکان با مشارکت جامعه متصل است، بنابراین صداها و میراث ناملموس، نقش جامعه محلی باید مطالعه شود تا درک شود چه چیزی و چگونه می‌توان ناملموس را حفظ کرد (Tan et.al, 2018)؛ که بر مبنای تعریف جدیدی از اصالت و توانایی ما در شناخت زیبایی‌شناختی، تاریخی، علمی، اجتماعی می‌باشد (Vecco.2010). این موضوع نیازمند سیستم مدیریت یکپارچه صحیح است زیرا جوامع همیشه در حال بازسازی مکان در زمینه پاسخگویی به محیط‌اند و باید شامل یک چرخه ثابت برنامه‌ریزی باشند: پیاده‌سازی، نظارت، ارزیابی و بازخورد، مشارکت فعال و ذینفعان در فرآیند برنامه دارای اهمیتند؛ دانش، ارزشها، خاطرات، اعتقادات، معانی شهروندان به مکان، بخصوص میراث فرهنگی در جامعه، باید برای به دست آوردن یاد گرفته، درک، قدردانی، و حمایت و مشارکت آنها حفظ شود.

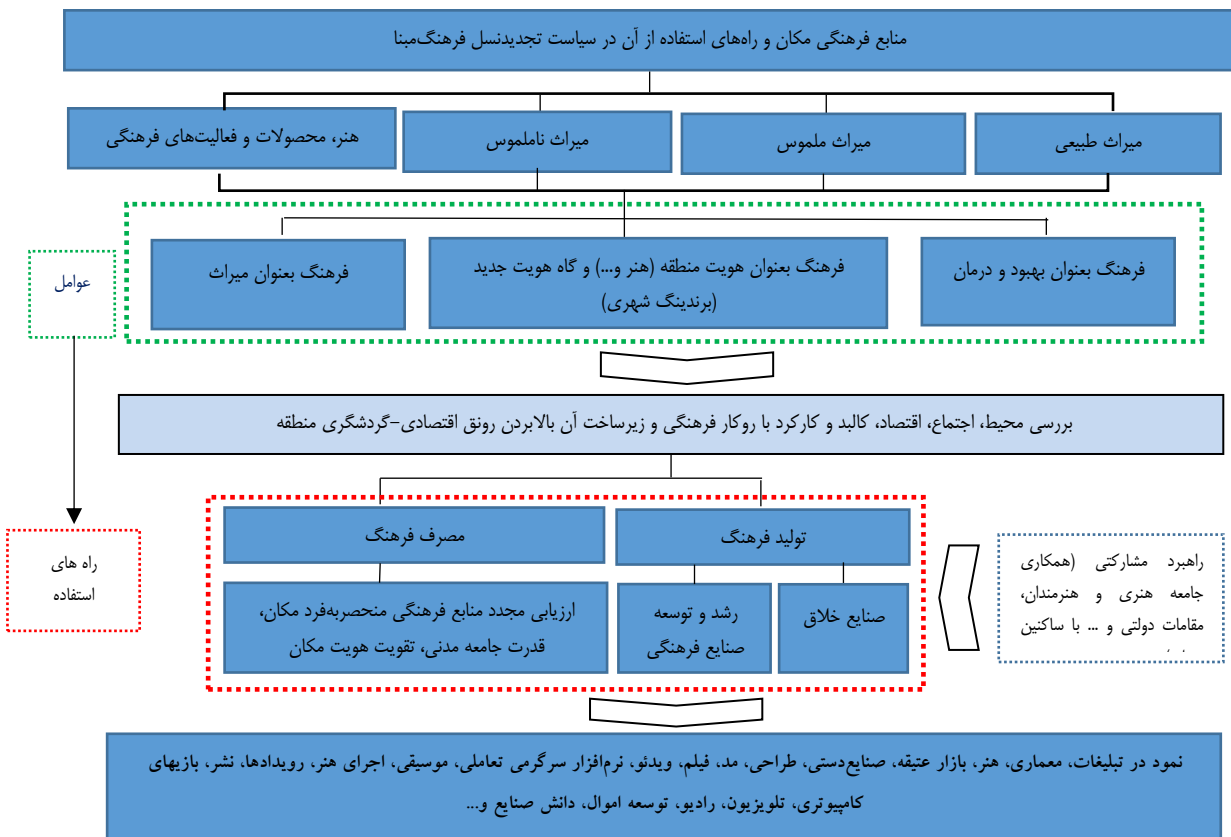
۵-۴- هنرها، محصولات، و فعالیت‌های فرهنگی

از زمان رنسانس، جنبه‌های هنری (در کنار معماری) اهمیت ویژه‌ای یافت. از آنجا که هنر مستقیماً بر ضمیر ناخوابگاه انسان اثرگذار و مخاطب آن هر قشری می‌تواند باشد. هنر می‌تواند یک نقاشی دیواری ساده تا رویدادی عظیم در دوردست‌ترین نقاط باشد. هر چند تعریف هنر و زیبایی در طول تاریخ دچار تغییر بوده، بطور مثال مبنای زیبایی‌شناسی مدرن با کلاسیک متفاوت و گاه متضاد دیده شده، اما امروزه هر آنچه از جنبه زیبایی‌شناسی موضوعیتی داشته و با نبوغ، خلاقیت، دانش، مهارت، و زیبایی در ارتباط باشد، اثر هنری شناخته می‌شود. صنایع دستی می‌تواند خاص یک منطقه باشد که محلی‌ها در ساخت آن مهارت ویژه دارند، فرآیند تولید آن می‌تواند تکی یا گروهی باشد، و ماحصل نبوغ شخص یا گروهی خاص که دارای ذوق، سلیقه، مهارت و هنر انسانی‌اند و در معرفی شدن مکان اثرگذارند، این عوامل گاه در برخی مکان‌ها تبدیل به برند و مارک تجاری شده که باعث تحریک اقتصادی محل بوده است. صنایع دستی و هنری غالباً مورد توجه ساکنان و گردشگران می‌باشد؛ زیرا دیدن آن چشم‌نواز و هم با خرید آن بعنوان سوغات و یادگاری مکان ارزشمند است. بعنوان مثال در بافت تاریخی یزد علاوه بر ساختمان‌ها و بافت تاریخی، غرفه‌های صنایع دستی، کارگاه‌های قالی‌بافی، گلیم‌بافی، نمایشگاه هنرمند (تولید، نمایش و فروش)، غرفه‌های زبیتی و... باعث شده‌اند که آن مکان حال و هوای کاملاً هنری و گردشگری گرفته و کاربران به غرفه‌ها همانند بناها اشتیاق نشان دهند. بنابراین هنر، محصولات و صنایع دستی، میراث ماندگاری است که غالباً از گذشتگانمان به ارث برده‌ایم، مهارتش را کسب و در حال حاضر نیز تداوم دارد. تامسون (Thompson, 1995) صنایع دستی را بعنوان یک مهارت تعریف می‌کند که بطور خاص شامل هنرهای عملی است (چگونگی تولید محصول؛ دست‌ساز مقابل ماشینی، ویژگی‌های ساده مقابل هنری). به بیان بیانچینی، صنایع دستی محصولات دست‌سازند که بر اساس

مواد، طرح و کارشان جاذبه هنری و فرهنگی دارند (Bianchini & Ghilardia, 2007)؛ همچنین به گفته راجرسون محصولات صنایع دستی باید هشتاد درصد (۸۰٪) با دست ساخته شود که ممکن است شامل مواد اولیه مختلف مانند الیاف طبیعی، منسوجات، خاک رس دانه ها و مواد قابل بازیافت باشد. از اینرو صنایع دستی، کالاهاییست که صنعتگران کاملاً با دست، ابزار دستی یا وسایل مکانیکی تولید می کنند. ماهیت خاص محصولات صنعتگر از ویژگی های متمایز آنها ناشی می شود که می تواند منفعت طلبانه، زیبایی شناسانه، خلاقانه، وابسته به فرهنگ، تزئینی، عملکردی، سنتی، مذهبی، اجتماعی، نمادین و قابل توجه باشد.

۶- نتیجه‌گیری

یافته‌ها نشان داد منابع فرهنگی را می‌توان در چهار دسته کلی جای داد که بهره‌گیری از آنها در سیاست‌های تجدیدنسل مطابق با نیاز انسان امروزی به توسعه شهر کمک می‌کند، از آنجا که فرهنگ با انسان معنی می‌یابد، ماحصل قرن‌ها تجربه و روزمرگی است، و عمیق‌ترین ارتباطات با روان انسان برقرار می‌کند، از اینرو توجه به آن در مسائل شهری پاسخگوی نیازهای انسانی است و توجه به آن درمانگر مسائل شهری باشد، مدل مفهومی زیر (شکل ۶) ارتباط بهره‌گیری از فرهنگ در سیاست تجدیدنسل محلات برای طراحان، برنامه‌ریزان، شهرسازان، هنرمندان و خلاقان شهری می‌داند.



واکاوی منابع فرهنگی مکان در راستای تجدیدنسل فرهنگ‌منا محلات

شکل ۶- راه‌های بهره‌گیری از فرهنگ در سیاست تجدیدنسل (معاصرسازی) فرهنگ‌منا محلات

۶- فهرست منابع

الف- فارسی

- ۱- ایزدی پگاه، هادیانی زهره، حاجی نژاد علی، قادری جعفر (۱۳۹۵)، «بازآفرینی شهری با تاکید بر شناسایی و تحلیل خوشه های خلاق فرهنگی (مطالعه موردی: بافت تاریخی- فرهنگی شیراز)»، نشریه اقتصاد و مدیریت شهری، دوره ۵، شماره ۲، پیاپی ۱۸، بهار ۱۳۹۶، صص ۲۱- ۴۰
- ۲- پوراحمد احمد، حبیبی کیومرث، کشاورز مهناز (۱۳۸۹)، «سیر تحول مفهوم شناسی شهری به عنوان رویکردی نو در بافت های فرسوده شهری»، فصل نامه علمی - پژوهشی مطالعات شهر ایرانی - اسلامی، شماره اول: ۷۳- ۹۳
- ۳- راپاپورت آموس (۱۳۹۱). فرهنگ، معماری و طراحی، ترجمه مجید یوسف نیا پاشا و ماریا برزگر، ساری: انتشارات شلفین، چاپ اول
- ۴- دیاریان نیره، ۱۳۹۱ «تدوین راهبرد بازآفرینی شهری با تاکید بر مفهوم محله فرهنگی نمونه موردی: بافت درونی شهر همدان»، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته شهرسازی گرایش برنامه ریزی شهری، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه وزارت علوم، تحقیقات و فناوری شیراز، استاد راهنما: دکتر سهند لطفی، استاد مشاور: محمدسعید ایزدی و مهسا شعله
- ۵- صفدری سیما، پور جعفر محمدرضا، رنجبر احسان، (۱۳۹۳)، «بازآفرینی فرهنگ‌مبنا زمینه‌ساز ارتقاء تعاملات فرهنگی (نمونه موردی: بافت تاریخی شهر مشهد)» نشریه شهرسازی و معماری هفت شهر، دوره ۴، شماره ۴۷ و ۴۸، زمستان ۱۳۹۳، صص ۲۵-۳۹
- ۶- لطفی سهند (۱۳۹۰)، «بازآفرینی شهری فرهنگ مبنا، تأملی بر بن مایه های فرهنگی و کنش بازآفرینی»، نشریه علمی - پژوهشی هنرهای زیبا، معماری و شهرسازی، شماره ۴۵: ۴۷ - ۶۰
- ۷- نادریان زهرا (۱۳۹۵)، «بازآفرینی فرهنگی اجتماعی فضاهای شهری با هدف ارتقاء هویت محله‌ای (مطالعه موردی: محله سنگ شیر همدان)»، نشریه مطالعات محیطی هفت حصار، سال ششم، شماره نوزدهم: ۸۷-۹۶

ب- انگلیسی

- 8- Abu Bakar A, Mohamed OM, Bachok S, Ibrahim M, Zin MM (2015). Modelling economic wellbeing and social wellbeing for sustainability: a theoretical concept. *Procedia Science Environment*. (28):286 – 296. Available from <https://doi.org/10.1016/j.proenv.2015.07.037>
- 9- Bianchini F, Ghilardi L (2007). Thinking culturally about place. *Place Branding and Public Diplomacy*. 3(4): 1-9. Available from [10.1057/palgrave.pb.6000077](https://doi.org/10.1057/palgrave.pb.6000077)
- 10- Chen Z, Suintikul W, King B (2020). Constructing an intangible cultural heritage experiencescape: The case of the Feast of the Drunken Dragon (Macau). *Tourism Management Perspectives*. (34):1-11. Available from <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100659>
- 11- DeSoucey M, Elliott MA, Schmutz V (2018). Rationalized authenticity and the transnational spread of intangible cultural heritage. *Poetics*. (75):1-13. Available from <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2018.11.001>
- 12- Ezenagu N, Chinonso CI (2016). The Role of Cultural Resources in Tourism Development in Awka. *Hospitality, Tourism and Leisure*: 5(2): 1-12. Available from <http://www.ajhtl.com>
- 13- Garcia B (2004). Cultural policy and urban regeneration in Western European cities: Lessons from experience, prospects for the future. *Local Economy*. 19(4): 312-326. Available from <https://doi.org/10.1080/0269094042000286828>
- 14- Grodach C (2017). Urban cultural policy and creative city making. *Cities*. (68):82–91. Available from <http://doi.org/10.1016/j.cities.2017.05.015>
- 15- Hirst KK (2014). Cultural resources management: A process. Electronic document accessed. Available from http://archaeology.about.com/od/culturalresource/qt/crm_definition.html
- 16- Konsa K (2016). Natural and Cultural Heritage Framing Meanings and Practices. *Social Sustainability in Economics, Social and Cultural Context*. 12 (4): 9-18. Available from <http://doi.org/10.18848/2325-1115/CGP/v12i04/9-18>
- 17- Lourenco PB (2013). Conservation of cultural heritage buildings: Methodology and application to case studies. *Revista ALCONPAT*. 3(2): 98-110. Available from <http://doi.org/10.21041/ra.v3i2.46>
- 18- Masoud H, Mortazavi M, Torabi FN (2018). A Study on Tourists' Tendency Towards Intangible Cultural Heritage as an Attraction (Case Study: Isfahan, Iran). *City, Culture and Society*. 17: 54-60. Available from <https://doi.org/10.1016/j.ccs.2018.11.001>
- 19- Meenakshi, 2011, Neighborhood Unit and its Conceptualization in the Contemporary Urban Context, Institute of Town Planners, India Journal 8 - 3, pp: 81 – 87
- 20- Montgomery J (2003). Cultural quarters as mechanisms for urban regeneration. Part I: Conceptualizing cultural quarters. *Planning, Practice & Research*. 18(4): 293–306. Available from <https://doi.org/10.1080/1561426042000215614>
- 21- Petti L, Trillo C, Makore C (2019). Towards a shared understanding of the concept of heritage in the European Context. *Heritage*. 2: 2531–2544. Available from <http://doi.org/10.3390/heritage2030155>
- 22- Richards G, Palmer R (2010). Eventful Cities: Cultural Management and Urban Revitalisation. *Financial Stability*. 1:1-38. Available from <https://doi.org/10.4324/9780080940960>
- 23- Rogerson CM (2010). The Enterprise of Craft: Constraints and Policy Challenges in South Africa. *Acta Acad*. 42(3): 115–144. Available from

http://scholar.ufs.ac.za:8080/xmlui/bitstream/handle/11660/2783/academ_v42_n3_a5.pdf?isAllowed=y&sequence=1

- 24-** Rouhi J (2017). Definition of cultural heritage properties and their values by the past. *Asian Journal of Science and Technology* 08(12):7109-7114. Available from <https://www.researchgate.net/publication/322224022>
- 25-** Sacco Pier Luigi, Blessi Giorgio Tavano, 2007, *Urban Regeneration, Culture and Happiness. Bridging Communities through Cultural Policies: A Theoretical Framework*, Siena, June 6 – 15, <https://www.researchgate.net/publication/228426007>, 2018.07.10: 02:08 a.m
- 26-** Scott AJ (1997). *The Cultural Economy of Cities. Urban and Regional Research*. 21(2):323-339. Available from <http://10.1111/1468-2427.00075>
- 27-** Sullivan CW, Kuo EF, Depooter FS (2004). The Fruit of urban nature vital neighborhood spaces. *Environment and Behavior*. 36(5): 678-700. Available from <https://doi.org/10.1177/0193841X04264945>
- 28-** Sundseth K (2019). *Natural and cultural heritage in Europe: Working together within the Natura 2000 network. Working Paper. 1st Edition. Luxembourg: European Union Publications Office.* Available from <https://openarchive.icomos.org/id/eprint/2325>
- 29-** Tan SK, Tan SH, Kok YS, Choon SW (2018). Sense of place and sustainability of intangible cultural heritage- The case of George Town and Melaka. *Tourism Management*. 67: 376-387
- 30-** Thompson S (1995). *The craft of functional programming. 1st Edition. Boston: Addison-Wesley Longman Publications.* Available at <https://www.amazon.com/Miranda-Functional-Programming-International-1995-07-21/dp/B01FKUUAXQ>
- 31-** Throsby D (2001). *Economic and culture. 1st Edition. Cambridge: Cambridge University Publications.* Available from <https://doi.org/10.1017/CBO9781107590106>
- 32-** UNESCO (1989). *Draft medium Term Plan, 1990-1995. Paris: The United Nation Educational, Scientific and Cultural Organization Publications.* Available from <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000082539>
- 33-** Ujang N, Zakariya K (2015). The Notion of Place, Place Meaning and Identity in Urban Regeneration. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. (170): 709 –717. Available from <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.073>
- 34-** Van Zyl CJ (2005). *The role of tourism in the conservation of cultural heritage with particular relevance for South Africa. Department of History. Doctor of Philosophy in the university of Stellenbosch. Supervisor: Dr.M.Burden. Advisor: Prof. AM Grundlingh.* Available from <https://core.ac.uk/download/pdf/37318992.pdf>
- 35-** Vecco M (2010). A definition of cultural heritage: From the tangible to the intangible. *Cultural Heritage*. 11: 321–324. Available from <https://doi.org/10.1016/j.culher.2010.01.006>
- 36-** Wood P, Landry C, Bloomfield J (2006). *Cultural diversity in Britain, A toolkit for cross-cultural co-operation. 1st Edition. Britain: Joseph Rowntree Foundation.* Available from www.jrf.org.uk