

بازآفرینی فرهنگی اجتماعی فضاهای شهری با هدف ارتقاء هویت محله‌ای (مطالعه موردی: محله سنگ شیر همدان)

زهرا نادریان*

تاریخ دریافت مقاله: ۹۵/۹/۱۲

تاریخ پذیرش مقاله: ۹۵/۱۱/۲۲

چکیده

عدم توجه به ویژگی‌های خاص مکانی و فرهنگی و ارزش‌های بومی و محلی در فرآیندهای توسعه شهری منجر به یکنواختی سیما و ظاهر شهرها شده است و محلات شهری به‌عنوان مکان تبلور فرهنگ جایگاه و هویت خود را از دست داده و همچنین جذابیت‌های ناشی از تمایزات مکانی و فرهنگی در این راستا کمرنگ شده است. در این راستا لزوم بازنگری در اقدامات مربوط به بازآفرینی در بافت‌های تاریخی به‌منظور استفاده از امکانات و پتانسیل‌ها و ارتقاء حس تعلق و در نتیجه هویت‌مندی محلات احساس می‌گردد. نقش محلات تاریخی در شهرهای گذشته به‌عنوان مکان تبلور فرهنگ جاری در فضا بسیار پررنگ و حائز اهمیت است.

این پژوهش به‌عنوان یکی از نخستین پژوهش‌ها در حوزه بازآفرینی فرهنگی در راستای ارتقاء هویت محله‌ای، به دنبال تحلیل عوامل مؤثر بر ارتقاء هویت محله‌ای بر مبنای شاخص‌های بازآفرینی فرهنگی است. همچنین، مبتنی بر روش مورد پژوهی، محدوده محله سنگ شیر همدان به دلیل دارا بودن هویت تاریخی غنی که امروزه در حال از دست دادن هویت محله‌ای خود است، به‌عنوان نمونه مورد مطالعه انتخاب گردیده است تا درک واقع‌بینانه‌ای از عوامل مؤثر بر ارتقاء بازآفرینی فرهنگی فراهم آید. بر اساس بازدید میدانی، گفتگوهای اولیه و مدل مفهومی پرسش‌نامه‌های هدفمندی تهیه گردیده است. جهت یافتن روابط متغیرها، برای تجزیه و تحلیل اطلاعات پرسشنامه‌ها، از تکنیک آماری SPSS استفاده شده است.

این پژوهش سعی دارد با مطالعه و شناخت جنبه‌های مثبت و موفق در حوزه بازآفرینی فرهنگی، راهکارهای این رویکرد را شناسایی کرده و کیفیت‌های محیطی و جنبه‌های فرهنگی - اجتماعی محلات شهری را در راستای ارتقاء هویت محله‌ای بررسی نماید. در پایان با تأکید بر این معیارها، محله سنگ شیر همدان که محله‌ای تاریخی و واجد هویت غنی می‌باشد، بررسی و تحلیل شده است. نتایج تحلیل نشان می‌دهد با توجه به چهار معیار اصلی بازآفرینی فرهنگی و شش معیار اصلی هویت محله‌ای و ارتباط قوی بین این معیارها با یکدیگر می‌تواند به ارتقاء هویت محله‌ای محلات تاریخی کمک نموده و از این طریق حس تعلق شهروندان را موجب گردد.

واژگان کلیدی

بازآفرینی فرهنگی، فرهنگ، هویت محله‌ای، سنگ شیر همدان.

مقدمه

بازآفرینی شهری، رویکردی برای توسعه درونزای شهری است و در حقیقت به‌کارگیری توان‌های بالقوه و بالفعل موجود در برنامه‌ریزی‌های شهری، تلاش در جهت ایجاد تعادل در نحوه توزیع کیفی و کمی جمعیت، هماهنگی میان بنیان‌های زندگی اجتماعی و گریز از فقر شهری و درنهایت استفاده از مشارکت و پویای اجتماعی مردم است (آیینی، ۱۳۸۸). حضور فرهنگ به‌عنوان عاملی که از یک سو ریشه در تاریخ دارد و از سوی دیگر با آرزوها، خواسته‌ها و باورهای انسان‌ها درهم‌آمیخته و نوعی ویژگی منحصربه‌فرد را برای هر اجتماع انسانی شکل می‌دهد، بُعدی ازلی دارد (مامفورد، ۱۳۸۵). فرهنگ و بازنمودهای فرهنگی، همواره به‌عنوان جزئی جدایی‌ناپذیر از مناسبات شهر محسوب شده و هر شهری (و دیاری) با فرهنگ و بازه‌های فرهنگی مختص به خود، شناخته می‌شده است. آسیب‌شناسی بافت قدیمی شهرها نشان می‌دهد که دلیل فرسودگی تنها به ساختار کالبدیان‌ها محدود نمی‌شود. بلکه مسئله ارتقاء اصلی این است که این‌گونه بافت‌ها در حال از دست دادن هویت اجتماعی، اقتصادی و روان‌شناختی خود هستند که سبب از بین رفتن حیات مدنی و حضور مردم در این‌گونه بافت‌ها شده است؛ بنابراین ضروری است که در هرگونه اقدام مرمتی به ابعاد اجتماعی، فرهنگی و هویتی بافت‌های کهن شهری اندیشید و ارتباطی مناسب بین این ابعاد و ابعاد کالبدی فضایی شهر برقرار کرد تا بتوان به هدف غایی ارتقاء کیفیت زندگی شهری معاصر دست‌یافت تا فضای شهری مناسب برای تعاملات اجتماعی مردم تولید شود (حبیبی و برنجی، ۱۳۹۳). در بازآفرینی فرهنگ، مبنای فعالیت‌ها و پروژه‌های توسعه فرهنگی سازگار با بافت تاریخی از یک سو و مرمت و حفاظت از میراث شهری از سوی دیگر توأم مورد تأکید قرار می‌گیرند (اسمیت، ۲۰۰۷).

مسئله اساسی این تحقیق چگونگی استفاده از مؤلفه‌های فرهنگی اجتماعی در بازآفرینی و نوسازی محلات برای هویت بخشی و ارتقاء سطح هویتی محلات و به‌طور خاص محله سنگ شیر همدان است. با رجوع به محلات تاریخی و با توجه به مطالعات محدود بررسی بازآفرینی فرهنگی در راستای ارتقاء هویت محله‌ای در محلات تاریخی شهرهای ایران، این پژوهش به دنبال دریافت نقش عوامل فرهنگی بر ارتقاء هویت محله‌ای مبتنی بر یک نگاه جامع بوده به‌گونه‌ای که فرد و فضا را در تعامل معیارهای کالبدی و ذهنی تحلیل می‌کند. فراهم آوردن این نگاه جامع به عوامل مؤثر بر هویت محله‌ای ضمن معرفی عمیق بازآفرینی فرهنگی در شهرهای ایران می‌تواند زمینه مناسبی جهت تدوین سیاست‌ها و راهکارهای ساماندهی و ارتقاء کیفیت محلات شهری باشد.

رویکردهای نظری و مرور ادبیات پژوهش

بازآفرینی: بازآفرینی یا معاصر سازی در طی روند مربوط به از نو فعال شدن صورت می‌پذیرد. در این اقدام، محیط فیزیکی و ساختار اجتماعی اقتصادی فضاهای شهری، از طریق توانمندسازی محیطی احیا می‌شوند. بازآفرینی خلق فضاهای جدید با حفظ ویژگی‌های اصلی فضایی قدیم (کالبدی و فعالیتی) است و هدف، حفظ ویژگی‌های ارزشی بافت قدیمی، خلق ویژگی‌های جدید و متناسب با نیاز روز و تعریف مجدد ارزش‌های گذشته برای پاسخ‌گویی به نیازهای معاصر هست (حناچی، ۱۳۸۶: ۱۵). بازآفرینی محیط‌های شهری از رکود اقتصادی، محیطی، اجتماعی و فرهنگی که در اثر زوال و تخریب کالبد فیزیکی به وجود می‌آید، جلوگیری می‌کند (رابرت^۱ و اسکایی^۲، ۲۰۰۰: ۱۴۰). به‌صورت کلی، بازآفرینی، نگرشی هماهنگ و گسترده و اقدامی است که به حل مسائل و مشکلات شهری منجر می‌شود و در پی ایجاد وضعیتی پایدار در اقتصاد، کالبد، اجتماع و محیط است. کلیه تدابیر در وهله اول از نظر سبک معماری و شهرسازی، ارزیابی و سپس به‌صورت هم‌زمان در تطابق با مؤلفه‌های فیزیکی، اجتماعی و اقتصادی و ویژگی‌های محیطی بررسی می‌شوند. در این باره، پژوهشگران پنج هدف کلان را برای بازآفرینی محیط‌های شهری در نظر گرفته‌اند که عبارت‌اند از:

- ارتباط میان شرایط فیزیکی محیط شهری و محرومیت اجتماعی؛
- نیاز به توجه؛
- به مسکن و سلامت در محیط‌های شهری؛
- جذابیت ارتباط بهبود وضعیت اجتماعی با پیشرفت اقتصادی؛
- جلوگیری از رشد بی‌رویه شهر؛ تغییر نقش و ماهیت خط‌مشی در پیش گرفته شده.

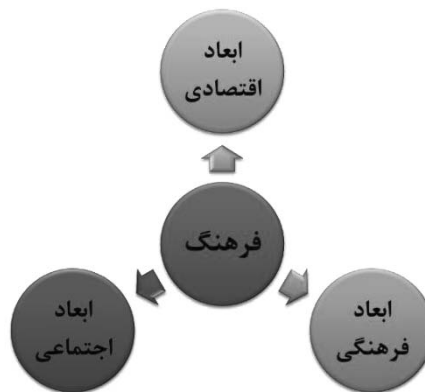
در سال‌های اخیر سیاست‌های بازآفرینی فرهنگی و کیفی به‌عنوان ابزار معاصر سازی و رویکرد برنامه‌ریزی استراتژیک در سرانه‌های تاریخی ارزیابی شده است. هدف اصلی در روند بازآفرینی، افزایش کیفیت زندگی اجتماع محلی و تضمین مشارکتان تا در این روند است (آیزاک، ۲۰۰۹: ۵). بازآفرینی کیفیت‌مدار، باید متغیرها و نمایانگرهای محیطی را هدف قرارداد و آنچه را که آفریده شده بود، بازآفرینی نمود. هسته مرکزی شهر، فضاها و مکان‌های همگانی و بیرونی برجسته‌ای هستند که با معاصر سازی کیفیات محیطی، می‌توانند نماد سامان بخشی و سرزندگی تمامیت شهر باشند. بازآفرینی مرکز تاریخی شهر به‌مثابه خانه و مأمن میلیون‌ها نفر از مردم و بازدیدکنندگان مختلف، سبب تسهیل و بهبود تعاملات عالی انسانی می‌گردد؛ زیرا مراکز تاریخی شهرها با ایجاد مؤلفه‌های کالبدی و شرایط خاص برای فعالیت‌های سرگرمی و گردشگری می‌توانند اقتصاد محلی را ارتقاء دهند (پامیر، ۱۳۸۹: ۲)؛ بنابراین بازآفرینی مرکز شهر، تلاشی است در جهت آفرینش دوباره محیطی که نشان‌دهنده زندگی شهری نمونه بوده است.

فرهنگ و بازنمودهای فرهنگی، همواره به‌عنوان جزئی جدایی‌ناپذیر از مناسبات شهر محسوب شده، ولی آنجا که سخن از معرفی دوباره فرهنگ به‌عنوان عامل توسعه مطرح می‌شود، می‌باید به شرایط شهری دوران معاصر اشاره کرد (Beatriz 2004: 313). شرایطی که فرهنگ را به‌عنوان برابرنهاده بر جریان اقتصادمحور توسعه قرار می‌دهد. قرار دادن فرهنگ به‌عنوان بخشی از برنامه‌ریزی ایده ارتقاء تازه‌ای نیست برنامه‌ریزی به‌عنوان یک حرفه ارتقاء مدرن محصول رؤیایی‌های اواخر قرن ۱۹ و اوایل قرن ۲۰ توسط افرادی از قبیل پاتریک گدس و لوئیس مامفورد است که بعدها در نظریات جین جیکوبز نیز این ایده‌ها به چشم می‌خورد. جیکوبز توجه خود را به اکولوژی انسانی پیچیده ارتقاء شهرها جلب کرد و خواستار رویکردهای برنامه‌ریزی و طراحی ارگانیک تر و برحسب مکان شد (Authenticity, 2008) از این رو فرهنگ و توجه به اکولوژی‌های فرهنگی در ادبیات شهرسازی به مقوله‌ای تبدیل شد که در بسیاری از موارد درون‌مایه ارتقاء تحقیقات و پژوهش‌های شهری را تشکیل می‌داد بسیاری از نهادها و مؤسسات به پژوهش‌هایی با محوریت فرهنگ پرداخته و به بیان تأثیرات آن بر فضاهای شهری اشاره نمودند (فاروقی، ۱۳۹۱: ۲۲). تصویر ۱ ابعاد گوناگون فرهنگ در شهرسازی را بیان می‌کند.

جدول ۱- نقش فرهنگ در ابعاد گوناگون بازآفرینی

بازآفرینی شهری فرهنگ- مبنا		
کالبدی	اقتصادی	اجتماعی
سیاست‌های اصلی		
توسعه پایدار	رشد و رقابت	شمول اجتماعی
نمونه اثرات		
<ul style="list-style-type: none"> - استفاده مجدد از ساختمان‌های خالی برای ایجاد موزه، گالری، استودیو و... - افزایش استفاده عمومی از فضا - کاهش وندالیسم و افزایش حس امنیت - امکانات فرهنگی و کارگاه‌ها در توسعه با کاربری مختلط - تراکم بالا، کاهش اثرات محیطی مثل ترافیک، آلودگی - به‌کارگیری گروه‌های هنرمند و طراح - ارتقاء کیفیت محیطی از طریق هنر عمومی - ملاحظات فرهنگی در برنامه‌های توسعه محلی - دسترسی (امنیت و سهولت حمل‌ونقل عمومی) - توجه به هویت تاریخی و ویژگی‌های محلی 	<ul style="list-style-type: none"> - افزایش ارزش زمین و اجاره - مشارکت در بخش فرهنگی محلی - افزایش صرف هزینه‌های ساکنان و بازدیدکنندگان در بخش فعالیت‌های فرهنگی - تولید شغل و کارآفرینی - استقرار کارفرماها (تحصیل کرده) - تنوع نیروهای کار از نظر مهارتی، طبقه اجتماعی، جنس و نژاد - محدوده‌ها و خوشه‌های خلاق، زنجیره‌های تولید و اقتصاد محلی - اقتصاد مختلط (مشارکت بخش خصوصی، عمومی و داوطلبانه) - سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و دولتی 	<ul style="list-style-type: none"> - ایجاد تغییر مثبت در ادراک ساکنان از محل - از بین بردن جرم و رفتارهای ضداجتماعی از طریق فعالیت‌های فرهنگی - امکان بروز عقاید و نیازهای فردی و جمعی - افزایش فعالیت‌های داوطلبانه درسته محلی - تغییر سیما و هویت یک مکان - افزایش مشارکت بخش‌های مختلف - افزایش فرصت‌های آموزشی - ستایش ارزش‌ها و فرصت‌های شرکت در پروژه‌های هنری

(Evans, 2005:971)



تصویر ۱- ابعاد متفاوت فرهنگ (فاروقی، ۱۳۹۱)

در رویکرد نوزایی و تجدید حیات شهری مقوله‌های فرهنگی و هنری، احیای اقتصادی و سرزندگی اجتماعی بیش‌ازپیش موردتوجه قرار گرفته و اصالت بخشی به محله‌های شهری به‌عنوان یک ابزار اساسی در کانون سیاست‌های عمومی برای تجدید حیات اقتصادی و کالبدی محله‌ها و بافت‌های روبه‌زوال شهری قرار گرفت (فرهادی و میلادی ۱۳۹۰: ۲۴). برداشتی که از مفهوم «فرهنگ» و وارد کردن آن در جریان توسعه‌های شهری وجود داشته، طی چند دهه با نوعی دگرگونی و استحاله همراه بوده است (Kong, 2000:386). جدول ۱ نشانگر دگرگونی نقش فرهنگ در فرآیند توسعه شهری است.

جدول ۱- جمع بست نظری روایت‌های بازآفرینی فرهنگ-مبنا

بازه تاریخی	روایت بازآفرینی	شیوه کاربری فرهنگ	حوزه کاربری فرهنگ	معیار اقدام کالبدی
۱۹۵۰-۱۹۷۰	بازآفرینی و فرهنگ	صنعت فرهنگ	هسته فرهنگی	حفاظت تک بنا/ ابقاء
۱۹۷۰-۱۹۹۰	بازآفرینی فرهنگی	صنایع فرهنگی	استخوان‌بندی فرهنگی	حفاظت بافت/ ارتقاء
۱۹۹۰ تا امروز	بازآفرینی فرهنگ مبنا	صنایع خلاق	عرصه فرهنگی همگانی	توسعه عرصه همگانی/ حفاظت - احیاء

(لطفی، ۱۳۹۰)

هویت محله‌ای: ساروجانی در دائره‌المعارف علوم اجتماعی ذیل واژه هویت این‌چنین آورده است: کوشش فرد به‌منظور تحقق یکتایی خویشتن است (ساروخانی، به نقل از گافمن، ۱۳۷۰: ۴۲۳). مؤلفه‌های شخصیت یک شهر، همانند مؤلفه‌های شخصیتی انسان دارای دو بعد عینی یا کالبدی و ذهنی یا روحی است که می‌تواند از طریق سه محیط طبیعی، مصنوع و انسانی از همدیگر تفکیک گردند. متغیرهای هر یک از این مؤلفه‌ها، چنان چه دارای صفات اختصاصی و برجسته باشند نقش شاخص و معرف هویتی را ایفا می‌کنند (بهزاد فر ۱۳۸۷: ۳۷-۳۸). تقویت هویت یک مکان به معنای تقویت مفاهیمی چون احساس تعلق و این‌همانی با محیط، خاطر انگیزی، حس مکان، احساس امنیت و خوانایی است (میر مقتدایی و طالب، ۱۳۸۵). هویت محله‌ای را احساس تعلق به یک محله مسکونی تعریف می‌کنند (فات، ۲۰۰۴: ۹-۸). قاسمی شرایط هویت‌مندی یک محله را تعلق مکانی ساکنان، خاطره جمعی ذهن ساکنان و حس تعلق خاطره افراد به محله خود می‌داند (قاسمی، ۱۳۸۳: ۶۹-۷۰). کوهی فرد مهم‌ترین عوامل تشکیل‌دهنده هویت محله‌های شهری را شاخص تعاملات انسانی، حافظه تاریخی، رفتارها و هنجارها، فرهنگ و هنر و سلیقه می‌داند (کوهی فرد، ۱۳۹۲). دولت‌آباد و دیگران نیز در پژوهشی که در سال ۱۳۹۲ انجام داده‌اند شاخص‌های هویت محله یا را شامل عناصر کالبدی یا سیمای محله و عناصر کارکردی با محتوای محله می‌دانند.

جدول ۳- شاخص‌های هویت محله‌ای

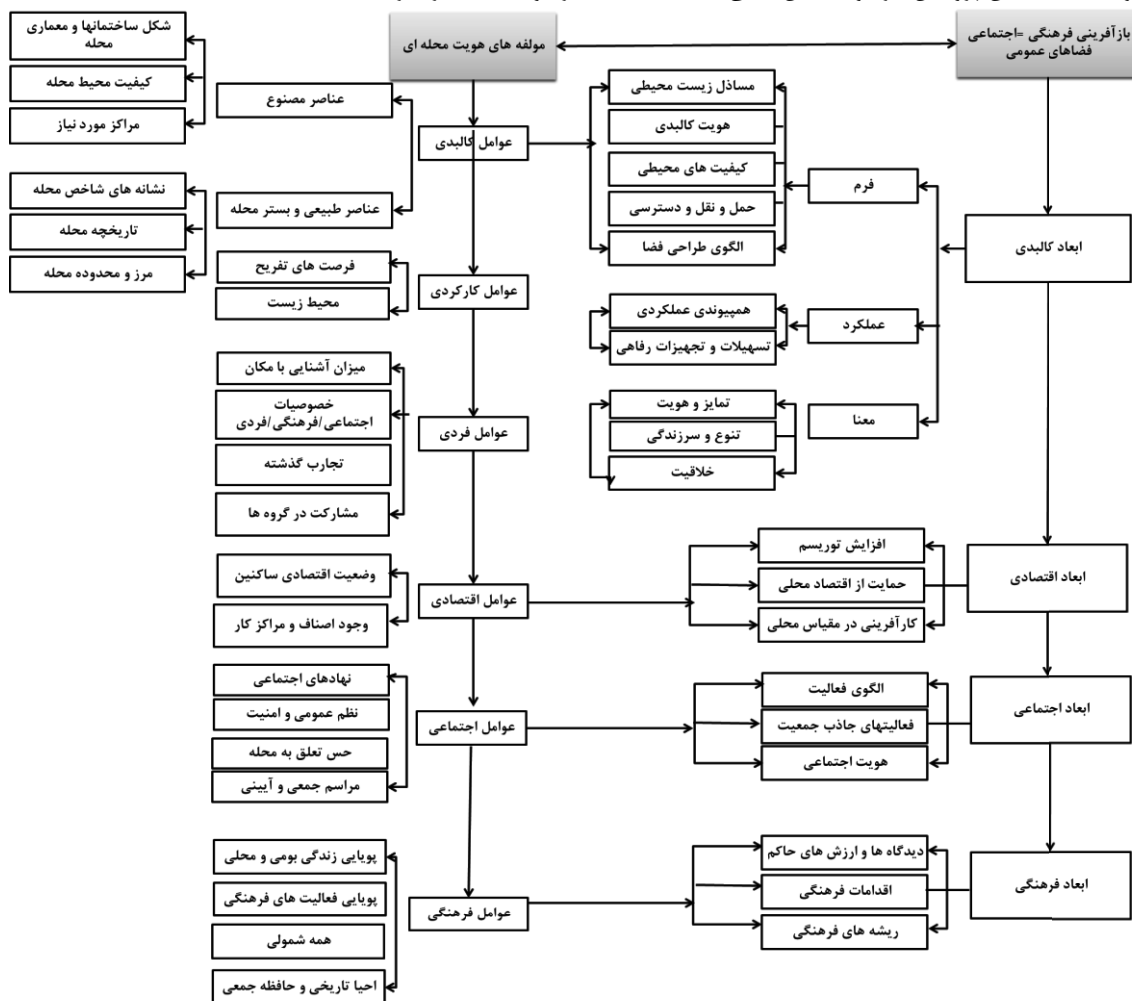
ابعاد هویت محله‌ای	شاخص
حس تعلق به مکان	- تشویق به سکونت درازمدت در محله
	- حفظ و تقویت پاتوق‌ها
	- دسترسی به تسهیلات و امکانات لازم محله
	- پاکیزگی و بهداشت محله
احساس امنیت	- بستر رفتارهای مجرمانه در محله
	- میزان نظارت ساکنین در عرصه‌های عمومی
	- افزایش شناخت متقابل ساکنان از یکدیگر

ابعاد هویت محله‌ای	شاخص
تعاملات اجتماعی	- افزایش شناخت متقابل ساکنان از یکدیگر
	- برقراری ارتباط ساکنین محله با فضاهای فرهنگی، مذهبی، تفریحی موجود در بافت
	- وجود اتصالات قوی درون محله

(وحید، نگینی، ۵۰:۱۳۹۱، قاسمی، ۱۳۸۳، بهزاد فر، ۱۳۸۶، دوران، ۱۳۸۲، رفیع زاده، ۱۳۸۰، پاکزاد، ۱۳۸۴، هودسنی، ۱۳۴۴، معمار، ۱۳۸۷)

روش پژوهش

بر اساس نگاه جامع به ادبیات موضوع و تجارب جهانی مدل مفهومی زیر را می‌توان در تحلیل بازآفرینی فرهنگی و ارتقاء هویت محله‌ای ارائه داد. نکته مهم در تدوین مدل مفهومی نگاه جامع به متغیرهای اثرگذار بر بازآفرینی فرهنگی و هویت محله‌ای است. به‌گونه‌ای که در این پژوهش هر دو شاخص اصلی در راستای یکدیگر مورد مطالعه قرار گرفته‌اند.



تصویر ۱- شاخص‌های تبیین‌کننده بازآفرینی فرهنگی در راستای ارتقاء هویت محله‌ای

جهت بررسی مفهوم بازآفرینی فرهنگی در راستای ارتقاء هویت محله‌ای در این پژوهش محدوده محله سنگ شیر شهر همدان به‌عنوان نمونه مورد مطالعه انتخاب شده است. علت انتخاب این محدوده در بررسی مفهوم بازآفرینی فرهنگی و هویت محله‌ای بر این منطق استوار است که محلات تاریخی شهرها واجد هویت بالایی بوده‌اند که به علت شهرسازی معاصر به‌مرور ارزش و هویت محله کم‌رنگ شده است و حس تعلق ساکنان به محله کم‌رنگ شده است. بر این مبنا می‌توان گفت محلات تاریخی شهرها می‌توانند بر مبنای شاخص‌های بازآفرینی فرهنگی هویت خود را بازیابند. جهت رویایی مدل مفهومی پژوهش در نمونه مورد مطالعه، بازدیدهای میدانی و گفتگوهای اولیه با شهروندان صورت گرفته است. نتایج بازدیدهای میدانی نشان می‌دهد که تمامی شاخص‌ها و زیرشاخص‌های پژوهش قابلیت تحلیل در محدوده مورد مطالعه را دارا می‌باشند.

محله‌ای و بازآفرینی فرهنگی و از آزمون فریدمن به منظور اولویت‌بندی هر شاخص و میانگین رتبه شاخص‌ها از دیدگاه شهروندان استفاده شده است.

بحث و تحلیل یافته‌های پژوهش

سنجش تأثیر مؤلفه‌های بازآفرینی فرهنگی در محله سنگ شیر همدان: یکی از جداولی خروجی آزمون رگرسیون چند متغیر، جدول ۴ است که این جدول به بررسی ضریب همبستگی بین متغیرها و ضریب تعیین تعدیل‌شده، می‌پردازد.

جدول ۲- Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
۱	۰.۶۴۰	۰.۴۰۹	۰.۳۹۷	۰.۹۴۲

نتایج حاصله از جدول بالا حاکی از این است که مقدار ضریب همبستگی (R) بین متغیرها ۰.۶۴۰ است که نشان می‌دهد بین مجموعه متغیرهای مستقل و متغیر وابسته تحقیق همبستگی بسیار قوی وجود دارد و از سوی مقدار ضریب تعدیل‌شده (R Square) برابر است با ۰.۶۴۰ درصد که نشان‌دهنده این است که ۶۴/۲ درصد از کل تغییرات شاخص بازآفرینی فرهنگی به چهار متغیر کالبدی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی ذکر شده در این معادله می‌باشد. جدول بعدی این آزمون مربوط به جدول ANOVA است که برازندگی مدل را مورد بررسی قرار می‌دهد. با توجه به معنی‌داری مقدار آزمون F در سطح خطای کوچک‌تر از ۰.۰۰۲ می‌توان نتیجه گرفت که مدل رگرسیونی تحقیق مرکب از ۴ متغیر مستقل و یک متغیر وابسته مدل خوبی بوده و مجموعه متغیرهای مستقل قادرند میزان بازآفرینی فرهنگی اجتماعی در فضای عمومی را تبیین کنند. خروجی بعدی، جدول coefficients است که این جدول میزان تأثیر هر متغیر در مدل را نشان می‌دهد.

جدول ۵- Coefficients

مدل	ضرایب غیراستاندارد		ضرایب استاندارد شده		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
constant	۰.۷۹۱	۰.۲۶۲			۳.۰۲۴	۰.۰۰۰
ابعاد کالبدی	۰.۰۵۱	۰.۰۶۱	۰.۰۴۷		۰.۸۲۷	۰.۰۰۴
ابعاد اقتصادی	۰.۴۸۳	۰.۰۵۸	۰.۴۹۶		۸.۳۰۵	۰.۰۰۴
ابعاد اجتماعی	۰.۰۹۹	۰.۰۶۳	۰.۰۹۱		۱.۵۷۶	۰.۰۱
ابعاد فرهنگی	۰.۲۲۶	۰.۰۶۲	۰.۲۲۵		۳.۶۴۴	۰.۰۰۰

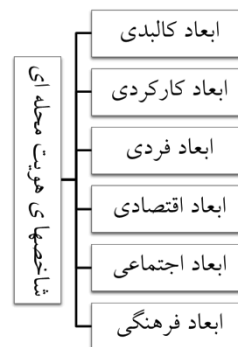
متغیر وابسته: میزان وجود شاخص‌های بازآفرینی فرهنگی در محله در جدول بالا در صورتی که سطح معناداری کمتر از ۰.۰۵ باشد ($p < 0.05$)، نشانگر وجود رابطه بین متغیرهاست. عدد beta نیز نوع و شدت رابطه را مشخص می‌کند یافته‌های جدول بالا حاکی از این است که براساس ستون Sig تمامی متغیرهای ستون مدل، دارای ارتباط معنادار با شاخص بازآفرینی فرهنگی-اجتماعی فضاهای عمومی می‌باشند، عدد بتا نیز نوع و شدت این رابطه را نشان می‌دهد (منفی رابطه معکوس، مثبت رابطه مستقیم)؛ بنابراین نیاز به ارتقاء کیفیت هر چهار عامل در محله از دیدگاه شهروندان احساس می‌شود.



تصویر ۴- تأثیر ویژگی شاخص‌های بازآفرینی فرهنگی-اجتماعی در فضاهای عمومی

بررسی شاخص‌های هویت محله‌ای در محله سنگ شیر

بر مبنای جدول Model Summary که مقدار ضریب همبستگی (R) بین متغیرها ۰.۶۴۴ می‌باشد که نشان می‌دهد بین مجموعه متغیرهای مستقل و متغیر وابسته تحقیق همبستگی بسیار قوی وجود دارد و از سوی مقدار ضریب تعدیل شده (R Square) برابر است با ۰.۴۱۴ درصد که نشان‌دهنده این می‌باشد که ۴۱/۴ درصد از کل تغییرات شاخص هویت محله‌ای به شش متغیر کالبدی، کارکردی، فردی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی ذکر شده در این معادله است. خروجی بعدی، جدول coefficients است که این جدول میزان تأثیر هر متغیر در مدل را نشان می‌دهد. یافته‌های جدول حاکی از این است که بر اساس ستون sig تمامی متغیرهای ستون مدل، دارای ارتباط معنادار با شاخص هویت محله‌ای می‌باشند، عدد بتا نیز نوع و شدت این رابطه را نشان می‌دهد (منفی رابطه معکوس، مثبت رابطه مستقیم).



نمودار ۲- شاخص‌های هویت محله‌ای در محله سنگ شیر

بررسی رابطه بین مؤلفه‌های بازآفرینی فرهنگی و مؤلفه‌های هویت محله‌ای در محله سنگ شیر همدان: به منظور سنجش رابطه بین مؤلفه‌های کیفیت سازنده بازآفرینی فرهنگی و هویت محله‌ای از ضریب همبستگی پیرسون استفاده می‌شود. ضریب همبستگی (Correlation Coefficient) ابزاری آماری برای تعیین نوع و درجه رابطه‌ی یک متغیر کمی با متغیر کمی دیگر است. ضریب همبستگی شدت رابطه و همچنین نوع رابطه (مستقیم یا معکوس) را نشان می‌دهد. این ضریب عددی بین ۱ تا -۱ است و در عدم وجود رابطه بین دو متغیر، برابر صفر است.

جدول ۳- ضریب همبستگی پیرسون برای بررسی رابطه بین شاخص‌های بازآفرینی فرهنگی و هویت محله‌ای در محله سنگ شیر همدان

شاخص فرهنگی	شاخص اجتماعی	شاخص اقتصادی	شاخص فردی	شاخص کارکردی	شاخص کالبدی	شاخص‌های بازآفرینی فرهنگی در راستای ارتقاء هویت محله‌ای
**۰/۳۱۹	*۰/۳۱۳	**۰/۴۵۸	*۰.۲۲۲	*۰/۶۱۵	۱	شاخص کالبدی
*۰/۳۱۵	**۰/۴۶۷	۱	**۰/۳۳۸	*۰/۲۵۳	**۰/۴۵۸	شاخص اقتصادی
*۰/۴۱۵	۱	**۰/۳۳۸	**۰/۷۳۸	**۰/۵۱۱	*۰/۳۱۳	شاخص اجتماعی
۱	*۰/۴۱۵	*۰/۳۱۵	**۰/۴۷۴	**۰/۵۰۶	**۰/۳۱۹	شاخص فرهنگی

* $p < 0.05$ و ** $p < 0.01$

با توجه به جدول ۸ مشاهده می‌شود که بین مؤلفه‌های بازآفرینی فرهنگی و هویت محله‌ای رابطه ارتقاء بالا برقرار می‌باشد، از این رو جهت ارتقاء هویت محله‌ای با تغییر هریک از این شاخص‌ها می‌توان به بازآفرینی فرهنگی-اجتماعی در محله دست‌یافت.

اولویت‌بندی شاخص‌های بازآفرینی فرهنگی در راستای ارتقاء هویت محله‌ای بر مبنای آزمون فریدمن: به‌منظور

سنجش آرای افراد و رتبه‌بندی میزان هریک از شاخص‌های هویت محله‌ای و بازآفرینی فرهنگی اجتماعی، از آزمون فریدمن- واریانس دوطرفه (برای داده‌های ناپارامتری) استفاده شده است. این آزمون زمانی به کار می‌رود که مقیاس اندازه‌گیری حداقل در سطح سنجش ترتیبی باشد. آزمون فریدمن برای از طریق رتبه‌بندی و همچنین مقایسه میانگین رتبه‌بندی گروه‌های مختلف به کار می‌رود (حبیب پور، صفری، ۱۳۹۱: ۶۹۴). نتایج نشان‌دهنده اختلاف معنادار بین مؤلفه‌ها می‌باشد. نتایج جدول نشانگر اولویت مؤلفه کیفیت محیطی، هویت اجتماعی و عناصر مصنوع در محله است.

جدول ۴- میانگین رتبه شاخص‌های موردبررسی

Chi-Square	۵۵.۹۵۹	شاخص‌های هویت محله‌ای	Chi-Square	۸۹.۵۹۲	شاخص بازآفرینی فرهنگی-اجتماعی فضاهای عمومی
Asymp. Sig	۰.۰۰۰		Asymp. Sig	۰.۰۰۰	
۱۶.۹۵		عناصر مصنوع	۱۴.۱۸		مسائل زیست‌محیطی
۱۱.۲۸		عناصر طبیعی و بستر محله	۱۶.۱۳		هویت کالبدی
۱۴.۴۰		فرصت‌های تفریح	۱۷.۰۸		کیفیت محیطی
۱۵.۶۰		محیط‌زیست	۱۶.۶۰		حمل‌ونقل و دسترسی
۱۱.۴۵		میزان آشنایی با مکان	۱۱.۹۳		الگوی طراحی فضا
۱۰.۴۵		خصوصیات اجتماعی فرد	۱۴.۸۸		هم‌پیوندی عملکردی
۱۲.۶۸		خصوصیت فرهنگی فرد	۱۶.۱۰		تسهیلات و تجهیزات رفاهی
۱۱.۸۵		خصوصیات فردی	۱۴.۶۰		تمایز و هویت
۸.۸۰		تجارب گذشته	۹.۰۳		تنوع و سرزندگی
۱۳.۰۵		مشارکت در گروه‌ها	۱۰.۲۸		خلاقیت
۹.۲۸		وضعیت اقتصادی ساکنین	۱۱.۵۵		افزایش توریسم
۱۱.۷۵		وجود اصناف و مراکز کار	۱۳.۲۸		حمایت از اقتصاد محلی
۱۳.۲۰		نهادهای اجتماعی	۱۲.۴۸		کارآفرینی در مقیاس محلی
۱۱.۸۸		نظم عمومی و امنیت	۱۲.۸۰		الگوی فعالیت
۱۳.۹۸		حس تعلق به محله	۱۱.۲۵		فعالیت‌های جاذب جمعیت
۱۰.۸۸		مراسم جمعی و آیینی	۱۶.۸۰		هویت اجتماعی
۱۱.۵۵		پویایی زندگی بومی و محلی	۷.۱۸		دیدگاه‌ها و ارزش‌های حاکم
۱۴.۲۳		پویایی فعالیت‌های فرهنگی	۱۲.۲۸		اقدامات فرهنگی
۱۰.۳۰		همه‌شمولی	۸.۱۰		ریشه‌های فرهنگی
۱۳.۰۵		احیا تاریخی و حافظه جمعی	۱۱.۲۰		

نتیجه‌گیری

مجموع بررسی‌ها در این پژوهش حکایت از تلفیق عوامل بازآفرینی فرهنگی در اثرگذاری بر هویت محله‌ای محلات تاریخی است. همچنین این اثرگذاری در بستر عمومی شهر متناسب با ویژگی‌های فرهنگی و هویت اجتماعی و کیفیت محیطی صورت می‌پذیرد. مبتنی بر دستاوردهای این پژوهش نحوه اثرگذاری هر کدام از این عوامل و میزان اثرگذاری می‌تواند متفاوت باشد. تطبیق مدل مفهومی مستخرج از ادبیات و تجارب جهانی در ترکیب با ماهیت محلات تاریخی مورد مطالعه در شهر همدان و استفاده تجربی از این مدل گویای کارایی مدل در ارزیابی نقش شاخص‌های بازآفرینی فرهنگی در ارتقاء هویت محلات تاریخی است. مبتنی بر روش‌شناسی این پژوهش تحلیل‌های جانبی می‌تواند به تقویت و استحکام نتایج مدل کمک کند. باید خاطر نشان کرد متناسب با ماهیت و شکل محلات شهری این مدل ممکن است تغییرات جزئی پیدا کند. نتایج حاصل از تحلیل‌ها نمایانگر آن است که اساساً ارتقاء کیفیت محیطی و ارتقاء هویت اجتماعی این محدوده عامل اولیه و پایه در ارتقاء بازآفرینی فرهنگی بر مبنای هویت محله‌ای است. نتایج تحلیل مدل نشان می‌دهد:

- شاخص کالبدی می‌تواند نقش عمده‌ای در ارتقاء بازآفرینی فرهنگی-اجتماعی در محله ایفا کند. هویت کالبدی اولویت بالایی در ارتقاء هویت محله‌ای دارا است. این شاخص در دو بعد طبیعی و مصنوع تحلیل می‌شود.
- پتانسیل‌های فضای مصنوع و محیط‌زیست در محله وجود دارد اما نیازمند ارتقاء وضعیت و برنامه‌ریزی جهت رویداد پذیری است تا بتوان از طریق فعالیت‌های فرهنگی و اجتماعی و جشن‌ها همبستگی مردم را در این محله ارتقاء داد و از این طریق هویت محله‌ای در محله را با پتانسیل‌های موجود افزایش داد.
- تحلیل دسترسی‌ها نشان می‌دهد که وضعیت ترافیکی مسیر نیازمند ارتقاء است و مسیرها صرفاً با توجه به اولویت سواره طراحی شده است که نیازمند طراحی معابر پیاده و دوچرخه جهت ارتقاء هویت محله‌ای دیده می‌شود.
- شاخص فرهنگی در سه بعد ارزش‌های حاکم، اقدامات و ریشه‌های فرهنگی تحلیل شده است که نشان از اهمیت این ابعاد در بازآفرینی محله دارد.

- شاخص اقتصادی یکی از معیارهای اصلی بازآفرینی فرهنگی در محله است، این معیار که بالاترین بتا (۰.۴۹۴) را در بین سایر شاخص‌های اقتصادی به خود اختصاص داده است، نیازمند افزایش فعالیت‌های توریسمی و کارآفرینی در محله است که در طراحی مدنظر قرار می‌گیرد و مسیرها و مکان‌هایی جهت ارتقاء این شاخص در محله در نظر گرفته شود.
- عوامل فردی نیز در ابعاد مختلف از مردم پرسش شده است تا میزان ادراک ذهنی مردم از هویت محله و نقش شاخص‌های فردی در هویت محله موردبررسی قرار گیرد.
- شاخص کارکردی در دو بعد عوامل تفریح و محیطزیست بررسی شده است که نشانگر کم بودن این شاخص‌ها در محله و لزوم طراحی فضاهای برای تفریح گروه‌های سنی مختلف دیده می‌شود.
- میزان عوامل اجتماعی در قالب برداشت‌های میدانی، سوالات پرسشنامه و مصاحبه با مردم بررسی شده است که نشان از بالا بودن حس تعلق به محله دارد. امنیت نیز در سطح مناسبی است، نهادهای اجتماعی و پاتوق‌هایی بین گروه‌های سنی مختلف وجود دارد اما نیازمند ارتقاء عوامل اجتماعی و پاتوق‌های جمعی در اینجا دیده می‌شود.
- شاخص اجتماعی در سه بعد الگوی فعالیت، فعالیت‌های جاذب و هویت اجتماعی از مردم پرسش شده است که هر سه دارای ارتباط معنادار با شاخص بازآفرینی فرهنگی اجتماعی محله هستند.
- طبق برداشت‌های میدانی و پرسشنامه‌های بررسی شده عوامل فرهنگی و زمینه‌ها در محدوده وجود دارد؛ اما زمینه حضورپذیری افراد و کیفیت این فضاها نامناسب است که نیاز است تا با ارتقاء وضعیت این گونه‌ها امکان بتوان شاخص فرهنگی و رویداد پذیری را ارتقاء داد. نتایج فراهم‌شده ضمن ارائه چگونگی اثرگذاری عوامل مختلف بر بازآفرینی فرهنگی در راستای ارتقاء هویت محله‌ای زمینه لازم برای مدیریت ارتقاء کیفیت محلات تاریخی بر مبنای هویت محله‌ای را فراهم می‌آورد. به نظر می‌رسد نتایج حاصل از فرآیند سنجش بازآفرینی فرهنگی و هویت محله‌ای در این پژوهش از یک سو چارچوب لازم جهت بررسی علمی و منطقی هویت محله‌ای موجود در محلات تاریخی را فراهم آورده و از سوی دیگر زمینه اقدامات آینده در راستای بازآفرینی فرهنگی محلات را فراهم آورد. بدیهی است در ارتباط با دیگر محلات تاریخی شهرهای امروزی ایران، انجام فرایند بازآفرینی فرهنگی می‌تواند سبب ارتقاء هویت محله‌ای در زندگی شهری و به دنبال آن ارتقاء کیفیت شهری و هویت در سطح کشور را فراهم آورد.

منابع

- بهزادفر، م. (۱۳۸۶). هویت شهر، نگاهی به هویت شهر تهران. تهران: نشر شهر.
- پامیر، س. (۱۳۸۹). آفرینش مرکز شهری سرزنده. ترجمه: مصطفی بهزادفر. تهران: انتشارات دانشگاه علم و صنعت.
- دوران، ب. و محسنی، م. (۱۳۸۲). هویت، رویکردها و نظریه‌ها. مجله علوم تربیتی و روانشناسی، ویژه‌نامه هویت دانشگاه فردوسی مشهد، ۱۱۱-۸۱.
- رفیع زاده، ن. (۱۳۸۳). بررسی میزان تعلق اجتماعی در گروه‌های سنی ساکن در محلات تهران. مرکز مطالعات فرهنگی شهر تهران، همایش توسعه پایدار شهری، ۱۵-۱.
- ساروخانی، ب. (۱۳۷۰). دایره‌المعارف علوم اجتماعی. تهران: انتشارات کیوان.
- فاروقی، ف. (۱۳۹۱). تدوین معیارهای طراحی شهری با رویکرد بازآفرینی مبتنی بر فرهنگ برای ارتقاء گردشگری فرهنگی در بافت قدیم، نمونه موردی: بخشی از بافت تاریخی سنندج. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس.
- قاسمی، و. و نگینی، س. (۱۳۸۹). بررسی تأثیر بافت محلات بر هویت اجتماعی، با تأکید بر هویت محله‌ای در شهر اصفهان. مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای، ۲، ۷، ۱۳۶-۱۱۳.
- کوهی فرد، ا. (۱۳۹۲). بررسی نظری مفهوم محله و تأثیر هویت بر شکل‌دهی آن در معماری. همایش ملی معماری، شهرسازی و توسعه پایدار با محوریت از معماری بومی تا شهر پایدار. مشهد: موسسه آموزش عالی خاوران.
- لطفی، س. (۱۳۹۰). تبارشناسی بازآفرینی شهری از بازسازی تا نوزایی. تهران: آذرخش.
- لطفی، س. (۱۳۹۰). بازآفرینی شهری فرهنگ مینا: تأملی بر بن‌مایه‌های فرهنگی و کنش بازآفرینی. نشریه هنرهای زیبا، ۴۵، ۴۹-۶۲.
- وحید، ف. و نگینی، س. (۱۳۹۱). ساخت و اعتبار یابی مقیاس هویت محله‌ای. مطالعات شهری، ۲، ۲، ۵۸-۳۵.
- Authenticity. (2008). Creative city planning framework a supporting document to the agenda for prosperity: prospectus for a great city, prepared for the city of Toronto.
- Beatriz, G. (2004). Cultural Policy and Urban Regeneration in Western European Cities: Lessons from Experience, Prospects for the Future. Routledge, 19,4, 312-326.
- Smith, M. (2003). Issues in Cultural Tourism Studies. London.