

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 به عنوان مکان تبلور فرهنگ جایگاه و هویت خود را از دستداده و همچنین جذابیت‌های ناشی از تمایزات مکانی و فرهنگی در این راستا کمربندگ شده است. در این راستا لزوم بازنگری در اقدامات مربوط به بازآفرینی در بافت‌های تاریخی به منظور استفاده از امکانات و پتانسیل‌ها و ارتقاء حس تعلق و درنتیجه هویتمندی محلات احساس می‌گردد. نقش محلات تاریخی در شهرهای گذشته به عنوان مکان تبلور فرهنگ جاری در فضا بسیار پررنگ و حائز اهمیت است.

این پژوهش به عنوان 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 موردن پژوهشی، محدوده محله سنگ شیر همدان به دلیل دارا بودن هویت تاریخی غنی که امروزه در حال از دست دادن هویت محله‌ای خود است، به عنوان 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 شهر همدان که محله‌ای تاریخی و اجد 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 به کارگیری 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 گزینه از فقر شهری و درنهاست استفاده از مشارکت و پویش اجتماعی مردم است (آیینی، ۱۳۸۸). حضور فرهنگ به عنوان عاملی که از یک سو ریشه در تاریخ دارد و از سوی دیگر با آرزوها، خواسته‌ها و باورهای انسان‌ها درهم‌آمیخته و نوعی ویژگی منحصر به فرد را برای هر اجتماع انسانی شکل می‌دهد، بعده از اولی دارد (مامفورد، ۱۳۸۵). فرهنگ و بازنمودهای فرهنگی، همواره به عنوان جزئی جدایی‌ناپذیر از مناسبات شهر محسوب شده و هر شهری (و دیاری) با فرهنگ و بازدههای فرهنگی مختص به خود، شناخته می‌شده است. آسیب‌شناسی بافت قیمتی شهرها نشان می‌دهد که دلیل فرسودگی تنها به ساختار کالبدیان‌ها محدود نمی‌شود. بلکه مسئله ارتقاء اصلی این است که این گونه بافت‌ها در حال از دست دادن هویت اجتماعی، اقتصادی و روان‌شناختی خود مستند که سبب از بین رفتن حیات مدنی و حضور مردم در این گونه بافت‌ها شده است؛ بنابراین ضروری است که در هر گونه اقدام مردمی 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 دست یافتد 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 به طور 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 به گونه‌ای 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 مناسب با نیاز روز و تعریف مجدد ارزش‌های گذشته برای پاسخ‌گویی به نیازهای معاصر هست (حنچی، 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: ۱۴۰: ۲۰۰۰) به صورت کلی، بازآفرینی، نگرش هماهنگ و گستره و اقدامی است که به حل مسائل و مشکلات شهری منجر می‌شود و در بی ایجاد وضعیتی پایدار در اقتصاد، کالبد، اجتماع و محیط است. کلیه تدابیر در وهله اول از نظر سبک معماری و شهرسازی، ارزیابی و سپس به صورت همزمان در تطابق با مؤلفه‌های فیزیکی، اجتماعی و اقتصادی و ویژگی‌های محیطی بررسی می‌شوند. در این‌باره، 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 پیش‌گرفته شده.

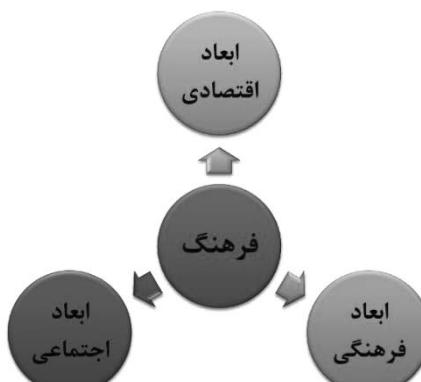
در سال‌های اخیر سیاست‌های بازآفرینی فرهنگی و کیفی به عنوان ابزار معاصر سازی و رویکرد برنامه‌ریزی استراتژیک در سرانه‌های تاریخی ارزیابی شده است. هدف اصلی در روند بازآفرینی، افزایش کیفیت زندگی اجتماع محلی و تضمین مشارکت‌نان تا در این روند است (آیزاك، ۲۰۰۹: ۵). بازآفرینی کیفیت‌مدار، باید متغیرها و نمایانگرها محيطی را هدف قرارداد و آنچه را که آفریده شده بود، بازآفرینی نمود. هسته مرکزی شهر، فضاهای مکانی و بیرونی برجسته‌ای هستند که با معاصر سازی کیفیات محيطی، می‌توانند نماد سامان بخشی و سرزندگی تمامیت شهر باشند. بازآفرینی مرکز تاریخی شهر به مثابه 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 محيطی که نشان‌دهنده زندگی شهری نمونه بوده است.

فرهنگ و بازنمودهای فرهنگی، همواره به عنوان جزئی جدایی‌ناپذیر از مناسبات شهر محسوب شده، ولی آنجا که سخن از معرفی دوباره فرهنگ به عنوان عامل توسعه مطرح می‌شود، می‌باید به شرایط شهری دوران معاصر اشاره کرد (Beatriza 2004: 313). شرایطی که فرهنگ را به عنوان برابرنهاده بر جریان اقتصاد محور توسعه قرار می‌دهد. قرار دادن فرهنگ به عنوان بخشی از برنامه‌ریزی ایده ارتقاء تازه‌ای نیست برنامه‌ریزی به عنوان یک حرفة ارتقاء مدرن محصول رؤیایی‌های اواخر قرن ۱۹ و اوایل قرن ۲۰ توسط افرادی از قبیل پاتریک گدنس و لویس 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 این‌رو 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 (فاروق، ۱۳۹۱: ۲۲). تصویر ۱ ابعاد گوناگون فرهنگ در شهرسازی را بیان می‌کند.

جدول ۱- نقش فرهنگ در ابعاد گوناگون بازآفرینی

بازآفرینی شهری فرهنگ - مبنای		
اجتماعی	اقتصادی	کالبدی
سیاست‌های اصلی		
شمول اجتماعی	رشد و رقابت	توسعه پایدار
نمونه اثرات		
<ul style="list-style-type: none"> - ایجاد تغییر مثبت در ادراک ساکنان از محل - از بین بردن جرم و رفتارهای خودگذاری - 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 - سنتیز ارزش‌ها و فرصت‌های شرکت در پروژه‌های هنری 	<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 کارفرمها (تحصیل کرده) - تنوع نیروهای کار از نظر مهارتی، طبقه اجتماعی، جنس و نژاد - محدوده‌ها و خوش‌های 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"> - 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 - به کارگیری گروههای هنرمند و طراح - ارتقاء کیفیت محیطی از طریق هنر عمومی - ملاحظات فرهنگی در برنامه‌های توسعه محلی - دسترسی (امنیت و سهولت حمل و نقل عمومی) - توجه به هویت تاریخی و ویژگی‌های محلی

(Evans, 2005:971)



تصویر ۱- ابعاد متفاوت فرهنگ (فاروقی، ۱۳۹۱)

در رویکرد نویزایی و تجدید حیات شهری مقوله‌های فرهنگی و هنری، احیای اقتصادی و سرزنشگی اجتماعی بیش از پیش مورد توجه قرار گرفته و اصالت بخشی به محله‌های شهری به عنوان 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-مبا

روایت بازآفرینی	بازه تاریخی	شیوه کاربرست فرهنگ	حوزه کاربرست فرهنگ	معیار اقدام کالبدی
بازآفرینی و فرهنگ	۱۹۵۰-۱۹۷۰	صنعت فرهنگ	هسته فرهنگی	حفظات تک بنا/ ابقاء
بازآفرینی فرهنگی	۱۹۷۰-۱۹۹۰	صنایع فرهنگی	استخوان‌بندی فرهنگی	حفظات بافت/ ارتقاء
بازآفرینی فرهنگ مبا	۱۹۹۰ تا امروز	صنایع خلاق	عرضه فرهنگی همگانی	توسعه عرصه همگانی/ حفظات - احياء (طفی، ۱۳۹۰)

هویت محله‌ای: ساروجانی در دائرة المعارف علوم اجتماعی ذیل واژه هویت این چنین آورده است: کوشش فرد به منظور تحقق یکتایی خویشنده 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 گردد. متغیرهای هر یک از این مؤلفه‌ها، چنان‌چه 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 مقاومی 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 (فاث، ۲۰۰۴: ۸-۹). قاسمی شرایط هویتمندی یک محله را تعلق مکانی ساکنان، خاطره جمعی ذهن ساکنان و حس تعلق خاطره افراد به محله خود می‌داند (قاسمی، ۱۳۸۲: ۶۹-۷۰). کوهی فرد مهمندین عوامل تشکیل‌دهنده هویت محله‌های شهری شهروی 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 کارکرده با محتواهی محله می‌دانند.

جدول ۳- شاخص‌های هویت محله‌ای

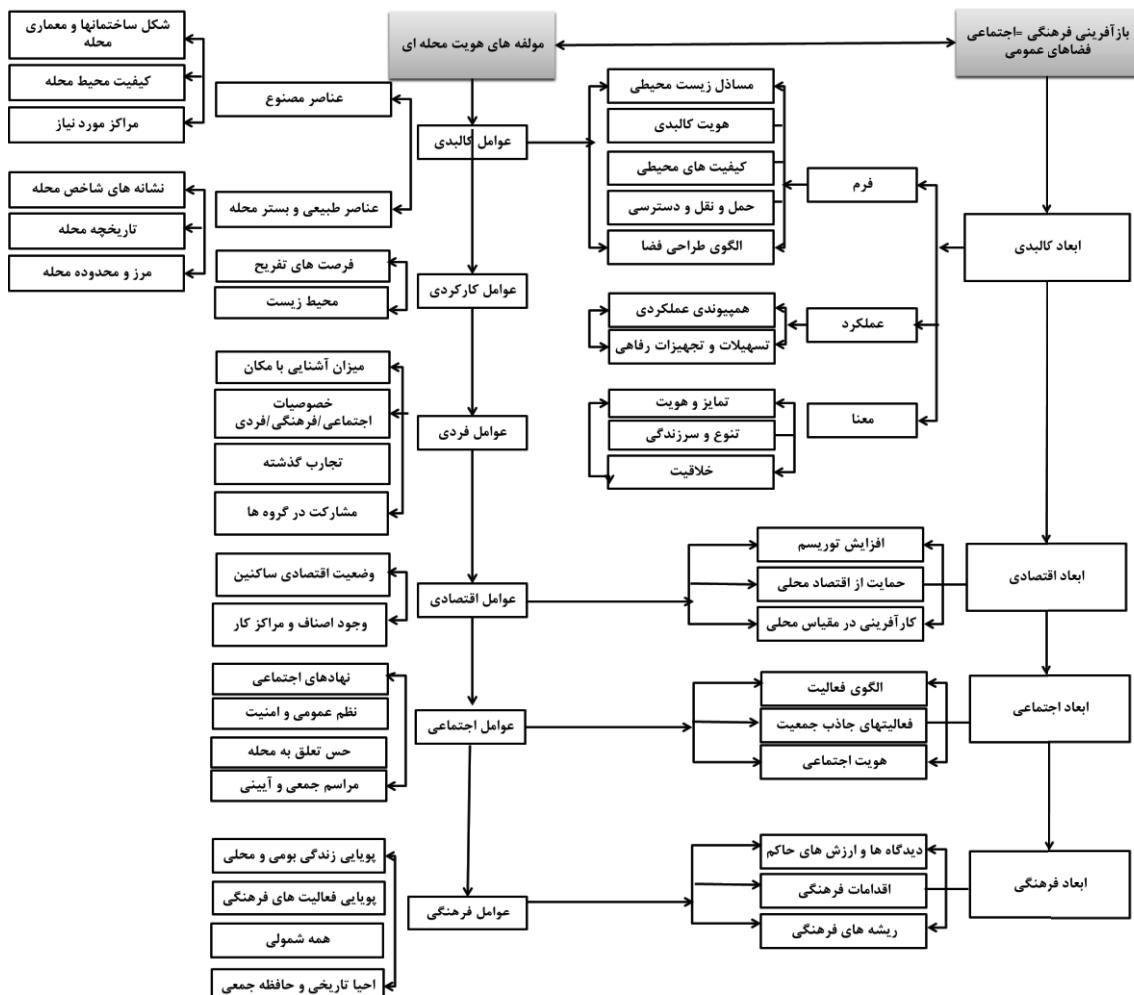
ابعاد هویت محله‌ای	شاخص
حس تعلق به مکان	- تشویق به سکونت درازمدت در محله
	- حفظ و تقویت پاتوق‌ها
	- دسترسی به تسهیلات و امکانات لازم محله
	- پاکیزگی و بهداشت محله
احساس امنیت	- بستر رفتارهای مجرمانه در محله
	- میزان نظارت ساکنین در عرصه‌های عمومی
	- افزایش شناخت متقابل ساکنان از یکدیگر

بعاد هويت محله‌اي	شاخص
تعاملات اجتماعي	- افزایش شناخت متقابل ساکنان از یکدیگر
تعاملات اجتماعي	- برقراری ارتباط ساکنین محله با فضاهای فرهنگی، مذهبی، تفریحی موجود در بافت
	- وجود اتصالات قوی درون محله

(وحیدا، نگینی، ۱۳۸۳، ۵۰، قاسمی، ۱۳۹۱، پهزاد فر، ۱۳۸۶، دوران، ۱۳۸۲، رفیع زاده، ۱۳۸۰، پاکزاد، ۱۳۸۴، هودستنی، ۱۳۴۴، عمار، ۱۳۸۷)

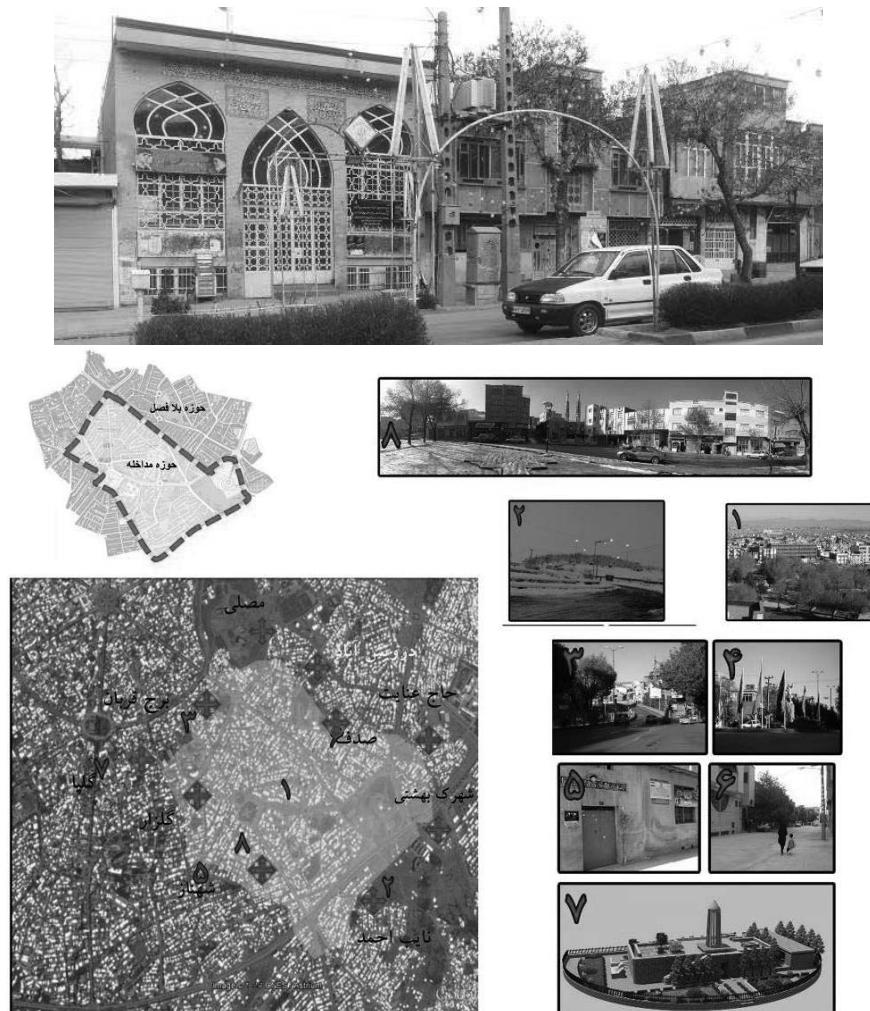
روش پژوهش

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. به گونه‌ای که در این پژوهش هر دو شاخص اصلی در راستای یکدیگر موردنطالعه قرار گرفته‌اند.



تصویر ۱- شاخص های تیسیز کننده بازآفرینی، فرهنگ، درستای، ارتقاء هویت محله‌ای

جهت بررسی مفهوم بازآفرینی فرهنگی در راستای ارتقاء هویت محله‌ای در این پژوهش محدوده محله سنگ شیر شهر همدان به عنوان 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 به مرور ارزش و هویت محله کمتر نگ شده است و حس تعلق ساکنان به محله کمتر نگ شده است. بر این مبنای توان گفت محلات تاریخی شهرها می‌توانند برمبنای شاخص‌های بازآفرینی فرهنگی هویت خود را بازیابند. جهت روایی 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.



تصویر ۳- محدوده مورد مطالعه

جهت دستیابی به تحلیلی جامع از مؤلفه‌های و شاخصه‌های تدوین شده در مدل مفهومی از ترکیب روش‌های پژوهش پیمایشی و تحلیل محتوا استفاده شده است. در برداشت اطلاعات بر اساس پرسشنامه، بازدید میدانی و چکلیست ارزیابی استفاده شده است. ابعاد مختلف تحلیل در موارد زیر قابل بررسی است:

تحلیل معیارهای کالبدی: عده‌ای از نظریه‌پردازان با استفاده از روش‌هایی از قبیل مشاهده، مصاحبه با متخصصان، بازدید سایت و برداشت میدانی، مصاحبه ساختارمند با سؤالات باز به استخراج الگوی مناسب برای عمومی مردم مهم پنداشتند (بتنی و دیگران، ۱۳۸۹). عده‌ای از نظریه‌پردازان در ابتدا مسئله‌ای را برای تحلیل فضاهای شهری بیان داشتند و بعد از آن از طریق روش‌هایی مانند تحلیل گرافیکی از طریق عکس‌برداری، مشاهده و سایت‌آنالیز به اثبات و تفسیر که فرضیه موردنظر خود پرداختند و الگوهای رفتاری متفاوتی را که استفاده کنندگان از فضا در ساعات مختلف روز از خود بروز دادند بررسی کرده و برای سنجش معیارهای کالبدی هویتمندی محلات پیشنهاد می‌دهند (جیکوبز، ۱۳۸۸).

تحلیل معیارهای فرهنگی: یان گل در کتاب فضاهای عمومی وزندگی جمعی روش مشاهده، برداشت میدانی مستندسازی و تحلیل الگوی رفتاری را جهت سنجش معیارهای فرهنگی در فضاهای شهری و محلات پیشنهاد می‌دهد. یافته‌های وی نشانگر رسیدن به ویژگی‌های موفق هویت هر محله بر مبنای این روش است.

تحلیل داده‌ها بر مبنای روش SPSS: جهت سنجش داده‌های جمع‌آوری شده از پرسشنامه‌ها از آزمون آماری رگرسیون جهت سنجش عوامل مؤثر بر بازآفرینی فرهنگی و هویت محله‌ای، آزمون همبستگی پیرسون جهت سنجش ارتباط بین مؤلفه‌های هویت

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

بحث و تحلیل یافته‌های پژوهش

سنجدش 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 تعديل شده، می‌پردازد.

جدول -۲ Model Summary

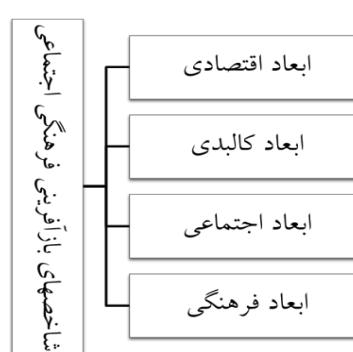
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
۱	.۶۴۰	.۴۰۹	.۳۹۷	.۹۴۲

نتایج حاصله از جدول بالا حاکی از این است که مقدار ضریب همبستگی (R) بین متغیرها .۶۴۰ است که نشان می‌دهد بین مجموعه متغیرهای مستقل و متغیر وابسته تحقیق همبستگی بسیار قوی وجود دارد و از سوی مقدار ضریب تعديل شده (R Square) برابر است با .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 برآنده‌گی مدل را موردنبررسی قرار می‌دهد. با توجه به معنی‌داری مقدار آزمون F در سطح خطای کوچک‌تر از ۰۰۰۲ 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	Coefficients ^a			t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
constant	.۷۹۱	.۲۶۲		۳.۰۲۴	.۰۰۰
ابعاد کالبدی	.۰۰۵۱	.۰۰۶۱	.۰۰۴۷	.۸۲۷	.۰۰۰
ابعاد اقتصادی	.۰۴۸۳	.۰۰۵۸	.۰۴۹۶	۸.۳۰۵	.۰۰۰
ابعاد اجتماعی	.۰۰۹۹	.۰۰۶۳	.۰۰۹۱	۱.۵۷۶	.۰۰۱
ابعاد فرهنگی	.۰۲۲۶	.۰۰۶۲	.۰۲۲۵	۳.۶۴۴	.۰۰۰

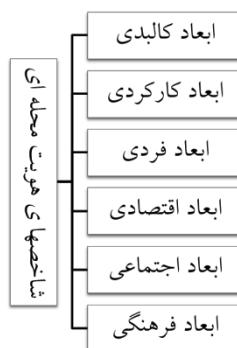
متغیر وابسته: میزان وجود شاخص‌های بازآفرینی فرهنگی در محله در جدول بالا در صورتی که سطح معناداری کمتر از ۰.۰۵ باشد ($p < 0.05$), نشانگر وجود رابطه بین متغیرهاست. عدد beta نیز نوع و شدت رابطه را مشخص می‌کند یافته‌های جدول بالا حاکی از این است که براساس ستون sig تمامی متغیرهای ستون مدل، دارای ارتباط معنادار با شاخص بازآفرینی فرهنگی-اجتماعی فضاهای عمومی می‌باشند، عدد بنا 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 سنگ‌شیر

برمبانی جدول Model Summary که مقدار ضریب همبستگی (R) بین متغیرها 0.644 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 0.414 درصد که نشان دهنده این می‌باشد که 41% 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 بنا نیز نوع و شدت این رابطه را نشان می‌دهد (منفی رابطه معکوس، مثبت رابطه مستقیم).



مودار ۲- شاخص‌های هویت محله‌ای در محله سنگ‌شیر

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 همیستگی پیسون برای پرسی رابطه بین شاخص‌های بازآفرینی فرهنگی و هویت محله‌ای در محله سنگ شیر همدان

شاخص فرهنگی	شاخص اجتماعی	شاخص اقتصادی	شاخص فردی	شاخص کالبدی	شاخص کارکردی	شاخص اجتماعی	شاخص فرهنگی در راستای ارتقاء هویت محله‌ای
***+/۳۱۹	*/۳۱۳	***+/۴۵۸	*/۰.۲۲۲	*/۰.۶۱۵	۱		شاخص کالبدی
*/۰.۳۱۵	***/۰.۴۶۷	۱	***+/۳۳۸	*/۰.۲۵۳	***+/۴۵۸		شاخص اقتصادی
*/۰.۴۱۵	۱	***+/۳۳۸	***+/۷۳۸	***+/۵۱۱	*/۰.۳۱۳		شاخص اجتماعی
۱	*/۰.۴۱۵	*/۰.۳۱۵	***+/۴۷۴	***+/۵۰۶	***+/۰.۱۹		شاخص فرهنگی

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

با توجه به جدول ۸ مشاهده می شود که بین مؤلفه های بازآفرینی فرهنگی و هویت محله ای رابطه ارتقاء بالا برقرار می باشد، ازین رو جهت ارتقاء هویت محله ای با تغییر هریک از این شاخص ها می توان به بازآفرینی فرهنگی - اجتماعی در محله دست یافت.

اولویت‌بندی شاخص‌های بازآفرینی فرهنگی در راستای ارتقاء هویت محله‌ای بر مبنای آزمون فریدمن: به منظور 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 حاصل در سطح سنجش ترتیبی باشد. آزمون فریدمن برای از طریق رتبه‌بندی و همچنین مقایسه میانگین رتبه‌بندی گروه‌های مختلف به کار می‌رود (حیب پور، صفری، ۱۳۹۴: ۶۹۴). نتایج نشان‌دهنده اختلاف معنادار بین مؤلفه‌ها می‌باشد. نتایج جدول نشانگر اولویت مؤلفه کیفیت محیطی، هویت اجتماعی، و عناصر مصنوعی در محله است.

جدول ۴- میانگین رتبه شاخص‌های موردنرسی

شاخص بازآفرینی فرهنگی اجتماعی فضاهای عمومی	Chi-Square ٨٩.٥٩٢	Asymp. Sig .٠٠٠	شاخص‌های هویت محله‌ای	Chi-Square ٥٥.٩٥٩	Asymp. Sig .٠٠٠
مسائل زیست‌محیطی	١٤.١٨		عناصر مصنوع	١٦.٩٥	
هویت کالبدی	١٦.١٣		عناصر طبیعی و بستر محله	١١.٢٨	
کیفیت محیطی	١٧.٠٨		فرصت‌های تفریح	١٤.٤٠	
حمل و نقل و دسترسی	١٦.٦٠		محیط‌بست	١٥.٦٠	
الگوی طراحی فضا	١١.٩٣		میزان آشنازی با مکان	١١.٤٥	
هم پیوندی عملکردی	١٤.٨٨		خصوصیات اجتماعی فرد	١٠.٤٥	
تسهیلات و تجهیزات رفاهی	١٦.١٠		خصوصیات فرهنگی فرد	١٢.٦٨	
تمایز و هویت	١٤.٦٠		خصوصیات فردی	١١.٨٥	
تنوع و سرزندگی	٩.٠٣		تجارب گذشته	٨.٨٠	
خلاقیت	١٠.٢٨		مشارکت در گروه‌ها	١٣.٠٥	
افراش توریسم	١١.٥٥		وضعيت اقتصادی ساکنین	٩.٢٨	
حمایت از اقتصاد محلی	١٣.٢٨		وجود اصناف و مراکز کار	١١.٧٥	
کارآفرینی در مقیاس محلی	١٢.٤٨		نهادهای اجتماعی	١٣.٢٠	
الگوی فعالیت	١٢.٨٠		نظم عمومی و امنیت	١١.٨٨	
فعالیت‌های جاذب جمعیت	١١.٢٥		حس تعلق به محله	١٣.٩٨	
هویت اجتماعی	١٦.٨٠		مراسم جمیع و آیینی	١٠.٨٨	
دیدگاه‌ها و ارزش‌های حاکم	٧.١٨		پویایی زندگی بومی و محلی	١١.٥٥	
اقدامات فرهنگی	١٢.٢٨		پویایی فعالیت‌های فرهنگی	١٤.٢٣	
ریشه‌های فرهنگی	٨.١٠		همه‌شمولی	١٠.٣٠	
	١١.٢٠		احیا تاریخی و حافظه جمیعی	١٣.٠٥	

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 مناسب 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 موردمطالعه 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 روش شناسی این پژوهش تحلیل‌های جانبی می‌تواند به تقویت و استحکام نتایج مدل کمک کند. باید خاطرنشان 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 برگرفته از هویت محله‌ای است. نتایج تحلیل مدل نشان می‌دهند:

- 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 محیط‌بست 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 بازارآفرینی 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 موردنرسی 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، سؤالات 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 بازارآفرینی فرهنگی اجتماعی محله هستند.
- طبق برداشت‌های میدانی و پرسشنامه‌های بررسی شده عوامل فرهنگی و زمینه‌ها در محدوده وجود دارد؛ اما زمینه حضور پذیری افراد و کیفیت این فضاهای نامناسب است که نیاز است تا با ارتقاء وضعیت این گونه امکن بتوان شاخص فرهنگی و رویداد پذیری را ارتقاء داد. نتایج فراهم شده ضمن ارائه چگونگی اثرگذاری عوامل مختلف بر بازارآفرینی 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 بازارآفرینی فرهنگی و هویت محله‌ای در این پژوهش از یکسو چارچوب لازم چهت بررسی علمی و منطقی هویت محله‌ای موجود در محلات تاریخی را فراهم آورده و از سوی دیگر زمینه اقدامات آینده در راستای بازارآفرینی فرهنگی محلات را فراهم آورد. بدیهی است در ارتباط با دیگر محلات تاریخی شهرهای امروزی ایران، انجام فرایند بازارآفرینی 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 سرزنش. ترجمه: مصطفی بهزادفر. 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، ۸۱-۱۱۱
- 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). دائرةالمعارف علوم اجتماعی. تهران: انتشارات کیوان.
- فاروقی، ف. (۱۳۹۱). تدوین معیارهای طراحی شهری با رویکرد بازارآفرینی مبتنی بر فرهنگ برای ارتقاء گردشگری فرهنگی در بافت قدیم، نمونه موردی: بخشی از بافت تاریخی سنتدج. پایان نامه 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 شکل دهی 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 بازارآفرینی شهری از بازسازی تا نو زایی. تهران: آذرخش.
- لطفی، س. (۱۳۹۰). بازارآفرینی شهری فرهنگ مبنای تاملی بر بنایه‌های فرهنگی و کش بازارآفرینی. نشریه هنرهای زیبا، ۴۵-۴۹، ۵۸-۳۵.
- وحید، ف، و نگینی، س. (۱۳۹۱). ساخت و اعتبار یابی مقیاس هویت محله‌ای. مطالعات شهری، ۲، ۲، ۱۳۶-۱۱۳.
- 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.