

رابطه بین خاطره‌انگیزی و مشارکت اجتماعی در بازآفرینی هویت شهری، نمونه موردی: میدان شهرداری رشت*

تاریخ دریافت: ۹۲/۵/۹
تاریخ پذیرش نهایی: ۹۲/۹/۵

سید محسن حبیبی** - سیده کهربا سید برنجی***

چکیده

امروزه، هویت شهری انسان‌ها و خاطرات جمعی آن‌ها با بی‌توجهی روبه‌رو شده و انسان ارتباط خود را با مکانی که در آن زندگی می‌کند از دست داده است. فقدان هویت مکان و خاطره‌انگیزی آن در فضاهای شهری مشکلاتی در هویت فردی و جمعی شهروندان ایجاد کرده است. لذا می‌توان فضاهای شهری را طوری طراحی و برنامه‌ریزی نمود، که علاوه بر احیاء هویت و حفظ خاطرات گذشته، در شکل‌گیری خاطرات جدید نیز مؤثر باشد و بستر لازم را برای وقوع رویدادهای شهری فراهم سازد. میدان شهرداری رشت یکی از غنی‌ترین عرصه‌های عمومی شهر رشت است که با توجه به قرارگیری آن در مرکز جغرافیایی، تاریخی، تجاری و ترافیکی شهر، از ابتدای شکل‌گیری آن به عنوان محل تفریح، تفریح، تعامل و حیات اجتماعی مردمان شهر محسوب می‌شده است. اما در دهه‌های اخیر به دلیل تحولات اجتماعی و فرهنگی، افزایش جمعیت و جابه‌جایی ساکنان قدیمی و اصیل این منطقه در سطح شهر، این فضای شهری مرکزی و با هویت شهر به سوی از دست دادن ارزش‌های کالبدی و اجتماعی خود پیش می‌رود. بازیابی این مفاهیم در میدان شهرداری و گستره اطراف موضوع این پژوهش بوده و سعی بر آن است که با بازآفرینی ارزش‌های گذشته در کنار پاسخ‌گویی به ارزش‌های امروزی، از توانمندی‌های میدان شهرداری و جذب و تقویت حضور مردم سود جست و با ایجاد محیط‌های خاطره‌انگیز و حفظ و تقویت عناصر هویت بخش، مرکز شهر را باز تعریف کند. براین اساس، سه عامل هویت مکان، خاطره‌انگیزی و مشارکت اجتماعی متغیرهای اصلی تحقیق را تشکیل دادند. روش تحقیق حاضر از نوع آمیخته اکتشافی بوده و از ابزار پرسشنامه برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد، هرچند بین خاطره‌انگیزی و مشارکت اجتماعی با متغیر وابسته هویت مکان رابطه مستقیم و مثبتی وجود دارد، اما شاخص خاطره‌انگیزی در افزایش هویت مکان تاثیرگذارتر می‌باشد.

واژگان کلیدی: بازآفرینی شهری، هویت شهری، خاطره جمعی، میدان شهرداری رشت.

* این مقاله برگرفته از پایان نامه کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی شهری نویسنده دوم با عنوان «بازآفرینی فضاهای عمومی شهری با تکیه بر هویت و خاطره جمعی، نمونه موردی: میدان شهرداری رشت» است که به راهنمایی دکترسید محسن حبیبی و مشاوره دکترسید حسین بحرینی در دانشگاه آزاد اسلامی قزوین انجام شده است.

** استاد طراحی شهری و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه تهران، پردیس هنرهای زیبا، تهران، ایران و هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی قزوین، قزوین، ایران.

*** دانش‌آموخته کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی شهری، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه آزاد اسلامی قزوین، قزوین، ایران (نویسنده مسئول).

مقدمه

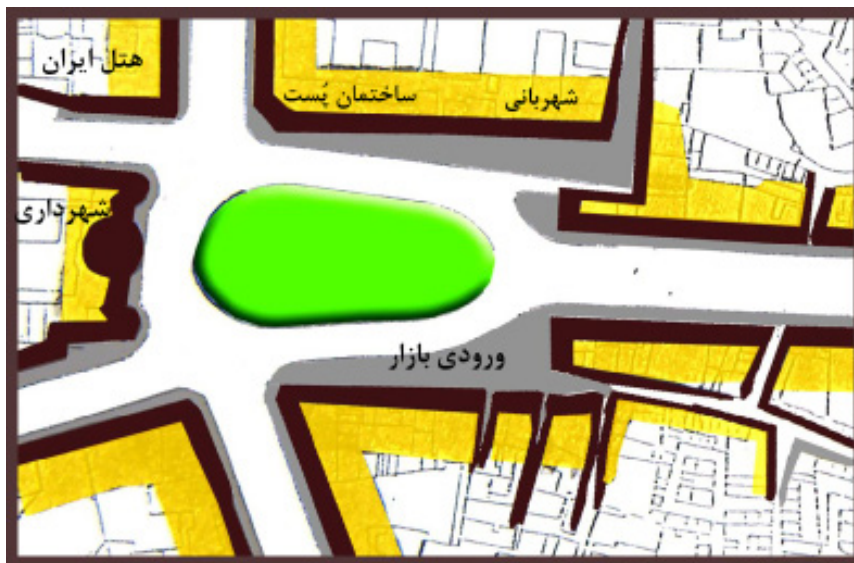
درک محیط شهری، فرآیندی ذهنی است که از طریق ارتباط انسان و فضای پیرامون او انجام می‌گیرد. انسان، پیام‌های حسی محیط را دریافت کرده و تصویری از محیط در ذهن خود به وجود می‌آورد. یکی از عوامل مؤثر در شکل‌گیری این تصویر، خاطرات فردی یا جمعی از محیط است. فضاهای خاطره‌انگیز، فضاهایی هستند که انسان قبلاً آن‌ها را تجربه کرده و با آن‌ها آشنایی دارد. یافتن فضاهای آشنا، باعث احساس امنیت و آرامش در محیط خواهد شد. در مقابل، تغییر و تبدیل یا از میان رفتن فضاهای آشنا، حس گم‌گشتگی، بی‌ریشه‌بودن و از دست دادن بخشی از زندگی را در انسان به وجود خواهد آورد. مفهوم خاطره در فضاهای شهری با حس تعلق و هویت همراه و مترادف است. انباشت خاطره در شهر، به سابقه سکونت در آن وابستگی دارد. به‌همین دلیل ساکنان شهرهای جدید به مکان زندگی خود تعلق خاطر کمتری دارند. مطالعات و تجارب صورت گرفته در زمینه نوسازی و بهسازی بافت‌های شهری، نشان‌دهنده تکامل رویکردهای متداول "نوسازی شهری" با محوریت تجدید حیات بافت‌های آسیب‌دیده در مقیاس محله و با تأکید بر مشارکت مردم است (UNDP, 2004, p. 7). همچنان که مسائل مربوط به هویت شهر در کل دنیا مورد توجه بوده و هست، تلاش در جهت ایجاد فضاهایی نمادین و هویت‌بخش (از نظر تاریخی) و در عین حال مردمی در بسیاری از کشورهای دنیا، به اشکال مختلف و به هر دو صورت کالبدی و فضایی مورد توجه قرار دارد. طرح حفاظتی میدان ترافالگار^۱ لندن، میدان کاونت‌گاردن^۲ لندن، میدان پایونیر^۳ از نمونه‌های جهانی این نوع طراحی هستند که بیشتر بر عمومی بودن میدان و استفاده همگانی از آن و باززنده‌سازی ارزش‌های آن تأکید می‌کنند.

میدان شهرداری رشت نیز یکی از غنی‌ترین عرصه‌های عمومی شهر رشت است که با توجه به قرارگیری آن در مرکز جغرافیایی، تاریخی، تجاری و ترافیکی شهر، از ابتدای شکل‌گیری به عنوان محل تفرج، خرید، تفریح، تعامل و زندگی، محل حیات اجتماعی مردمان شهر محسوب شده و در طول سال‌ها به سبب میراث فرهنگی و سرمایه‌های اجتماعی از هویت شاخص و امکانات فرهنگی بسیاری برخوردار بوده است. اما در دهه‌های اخیر به دلیل تحولات اجتماعی و فرهنگی، افزایش جمعیت و جابه‌جایی ساکنان قدیمی و اصیل این منطقه در سطح شهر و مشکلات اجتماعی ناشی از آن، این فضای شهری مرکزی و با هویت شهر به سوی از دست دادن ارزش‌های کالبدی و اجتماعی خود پیش رفته و موجب بی‌هویتی انسان‌های ساکن شهر و خود شهر می‌شود. در راستای مشکلات ذکر شده در بالا، هدف این مقاله، بازشناسی میدان شهرداری رشت از طریق تأکید بر خاطره جمعی، به منظور زندگی دوباره بخشیدن به میدان برای رسیدن به فضای عمومی با هویت و متناسب با شرایط زندگی امروز مردم رشت می‌باشد. برای رسیدن به این هدف، مقاله حاضر در سه بخش تنظیم شده است. بخش اول به بررسی محدوده مطالعاتی، روش تحقیق و تعیین شاخص‌های مربوطه می‌پردازد. در بخش دوم مقاله بررسی مبانی و نظریات در مورد بازآفرینی شهری و هویت مورد توجه قرار گرفته و در نهایت مقاله با تحلیل یافته‌ها، جمع‌بندی و نتیجه‌گیری و نیز ارائه پیشنهادات مشخص پایان می‌یابد.

محدوده مورد مطالعه

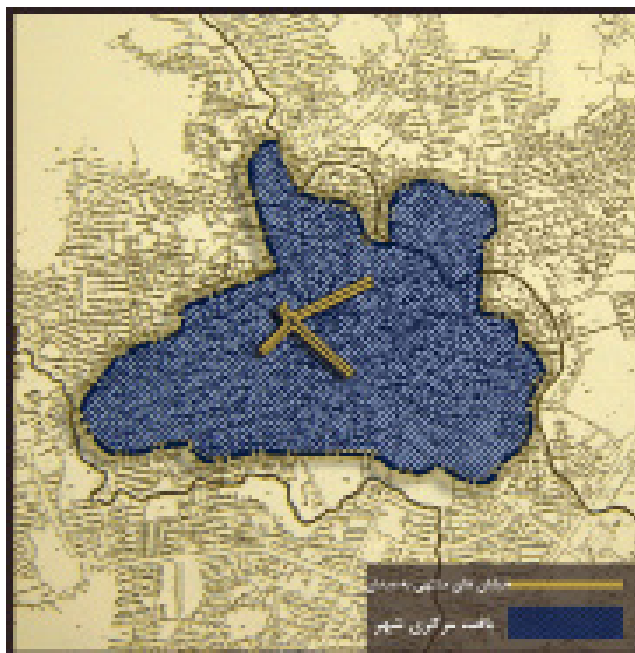
میدان شهرداری در مرکزی‌ترین نقطه شهر رشت واقع شده است (شکل ۱). این میدان به عنوان قطب مرکزی اصلی و قدیمی شهر رشت قلمداد می‌شود و با احداث خیابان‌های جدید مرکزیت آن همچنان پا بر جا مانده است. میدان مرکزی شهر رشت، در شمار میدان‌هایی است که به منظور متمرکز ساختن بخش‌های اداری-تجاری در اوایل دوره پهلوی با بهره‌گیری از عناصر معماری و شهرسازی مغرب‌زمین و تلفیق آن با معماری ایران در تهران و شهرستان‌های بزرگ ساخته شده است. در جوار میدان ساختمان‌های تجاری و اداری قرار دارند که بیشتر آن‌ها منسوب به اوایل دوره پهلوی می‌باشند. این میدان به شیوه معماری جدید خود، ظاهراً بین سال‌های ۱۳۰۱ تا ۱۳۰۴ (ه.ش) ساخته شده است. در سال ۱۳۳۰ به تدریج شکل جدید به خود گرفت و با احداث باغچه، استخر آب و فواره موسوم به میدان شهرداری شد. در نخستین دولت پهلوی و اقدامات شتابان شهرسازی مدرنیستی یکسویه و آمرانه و به هم خوردن تعادل ارگانیک کالبد شهر، با احداث اولین خیابان‌های مستقیم در رشت، با اعمال ضوابط معماری و شهرسازی نئوکلاسیک در بدنه‌سازی خیابان‌ها و میادین جدیدالاحداث، از طریق رعایت تقارن و ترکیب متوازن در نمای ساختمان‌های جدید و طرفین خیابان‌ها روبه‌رو هستیم (شکل ۲).

شکل ۱: موقعیت میدان مورد مطالعه نسبت به بافت شهر رشت



از سال ۱۳۴۲ به بعد، شکل شهر از قالب‌های قبلی کاملاً دور شده و الگوهای شیوه بین‌المللی مورد توجه قرار می‌گیرد. با افزایش اتومبیل فرم میدان تغییر و با عملکرد جدید و الویت حرکت سواره تطبیق پیدا کرده است. در سال ۱۳۴۲ میدان به صورت فرم کنونی ساخته شد. امروزه محدوده میدان تحت عنوان هسته مرکزی شهر، کاربری‌های اداری، تجاری و فرهنگی را در خود جای داده است. بازار به عنوان قلب اقتصادی شهر شامل عمده‌فروشی‌ها و خرده‌فروشی‌ها تنها به عنوان مرکز خرید عموم شهر نبوده و شهرستان‌ها، بخش‌ها و روستاهای اطراف را نیز پوشش می‌دهد. همچنین ادارات دولتی که بسیاری از آنها در سطح استان عمل می‌کنند در این ناحیه قرار گرفته‌اند.

شکل ۲: میدان در تطبیق با عملکرد جدید و اولویت حرکت سواره از سال ۱۳۴۲ به بعد



از ارزیابی محدوده عملکردی میدان و مسیرهای منتهی به آن، به عنوان هسته مرکزی شهر می‌توان به نتایج زیر در زمینه‌های کالبدی، تاریخی و ترافیکی دست یافت:

- بناهای پیرامون میدان را می‌توان به دو دسته؛ بناهایی دارای ارزش تاریخی و معماری و بناهایی بدون ارزش تاریخی و صرفاً دارای ارزش اقتصادی تقسیم بندی نمود که برخی از این بناهای تاریخی در سال‌های اخیر مورد مرمت قرار گرفته و برخی نیاز به نگهداری و مرمت دارند.
- ناهماهنگی و اغتشاش سیما و نمای بدنه‌های جنوبی پیرامون میدان.
- وجود فعالیت‌های ناسازگار در میدان مانند کاربری‌های زندان، تجاری (عمده‌فروشی) و اداری از حیث ایجاد سفرهای شهری.
- وجود مرکز تجاری- اقتصادی قوی در بازار رشت.
- تداخل مسیرهای پیاده و سواره به دلیل عدم برنامه‌ریزی صحیح ترافیکی.
- مشکلات ناشی از الگوی ارتباطی شعاعی شهر و تمرکز کاربری‌های اشتغال‌زا در مرکز شهر (Seyedberenji, 2013, pp. 97-98).

۲. روش تحقیق

روش تحقیق انتخاب شده در این پژوهش روش تحقیق آمیخته اکتشافی است که با استفاده از دو مجموعه روش تحقیق کمی و کیفی به انجام می‌رسد. بدین صورت که ابتدا با استفاده از منابع مختلف داده‌های کیفی گردآوری می‌شود و از آن‌ها ابزار اندازه گیری تدوین می‌شود. با استفاده از این شناسایی اولیه، امکان صورت‌بندی فرضیه‌ای درباره رابطه میان بازآفرینی میدان شهرداری رشت با خاطره‌انگیزی فراهم می‌آید. در مرحله بعدی از طریق داده‌های کمی حاصل از پرسشنامه فرضیه مورد آزمون قرار می‌گیرد. در واقع بر اساس یافته‌های حاصل از داده‌های کیفی سعی بر گردآوری داده‌های کمی و تعمیم پذیری آن‌ها می‌شود. گام بعدی پس از انتخاب روش تحقیق آمیخته شامل تعیین گردآوری داده‌ها، تدوین سوال‌های پژوهش کمی و کیفی، گردآوری داده‌های کمی و کیفی، تنظیم داده‌ها، تحلیل داده‌ها و در پایان تهیه گزارش تحقیق می‌باشد (Bazargan, 2010, chapter 10).

این پژوهش در دو بخش عملی و نظری مطرح می‌شود. در بخش تئوری برای جمع‌آوری اطلاعات برای دستیابی به سوابق مطالعات مشابه از روش کتابخانه‌ای و در بخش عملی برای بررسی نمونه‌ها از روش میدانی استفاده می‌شود. پاسخ‌های دریافتی از پاسخگویان و روابط بین متغیرها با استفاده از روش‌های آماری آلفای کرونباخ، ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون چندگانه در بسته نرم‌افزاری SPSS مورد تحلیل قرار می‌گیرد.

۳. شاخص‌های تحقیق

لازمه تحقیق برای هر موضوع خاصی، تعیین اجزاء و عناصر تشکیل دهنده موضوع و تعیین جایگاه هر یک از عناصر در فرآیند تحقیق است. بر این اساس، برای دستیابی به هدف تحقیق لازم است که ابتدا ابعاد، معیارها و شاخص‌های تحقیق باز شناسایی شود. برای دستیابی به مؤلفه‌ها و شاخص‌های بازآفرینی هویتی فضای عمومی شهری منطقی‌ترین راه استفاده از نظریات مطرح پیرامون این موضوع و همچنین تجارب جهانی و داخلی می‌باشد. در نهایت از تلفیق مبانی نظری و تجارب جهانی و داخلی مورد بررسی برای سنجش میزان هویت- خاطره‌انگیزی و مشارکت اجتماعی در ابعاد کالبدی و ذهنی استفاده شده است که این شاخص‌ها به طور خلاصه در جدول ۱ آمده است.

جدول ۱: شاخص‌های تحقیق

مفهوم	بعد	معیار	شاخص‌های سنجش
تاثیر هویت و مشارکت اجتماعی در بازآفرینی	کالبدی	هویت	هماهنگی بناهای تاریخی با محیط پیرامون، معاصر سازی عناصر غنی گذشته
		مشارکت	ایجاد نهادهای اجتماعی، ایجاد کاربری‌های مختلط و متنوع، مشارکت اجتماعی، تقویت حضور مردم، امکان حضور گروه‌های مختلف مردم
	ذهنی	خاطره‌انگیزی	حفظ هویت مکان، خاطره‌انگیزی، ایجاد حس تعلق خاطر به مکان، سابقه شکل‌گیری وقایع، تقویت پیوستگی به زمان گذشته

(Seyedberenji, 2013, pp. 72-74)

۴. مفهوم هویت و خاطره جمعی در فضای عمومی شهری

"آنچه به شهر هویت می‌بخشد، نحوه استفاده از آن و ارتباط با این پدیده پیچیده است که از فرهنگ جامعه ناشی می‌شود. وقتی از هویت شهری صحبت می‌شود، هویت شهر و هویت شهروند هر دو مورد توجه است. شاید در بسیاری موارد با یکدیگر متفاوت باشد، اما شاخص‌های مشترکی برای شکل‌گیری این دو فرآیند وجود دارد. هویت شهر مفهومی است که در فرآیند ادراک، سهل و ممتنع است. اساساً هویت شهری توسط فرهنگ شهری و خرده فرهنگ‌های متعلق به آن بر بستر تاریخ و در دل ساختار اجتماعی وسیع‌تری که جامعه را در برمی‌گیرد و در روند تحولات اقتصادی و سیاسی آن شکل می‌گیرد و دگرگون می‌شود. بدین دلیل، نگاه ایستا به مقوله‌های شهری و از جمله هویت شهری قادر به درک آن نیست" (Rafieian & Khodaei, 2010, pp. 248-255).

خاطره نیز ممکن است جمعی یا فردی باشد. هرچه تعداد افرادی که قادر به یادآوری خاطره هستند، افزایش یابد، خاطره از قلمرو فردی خارج شده و به حوزه جمعی وارد می‌شود. "واژه خاطره جمعی^۴ که برای اولین بار توسط موریس هالبواکس^۵ در سال ۱۹۲۵ در کتاب «چارچوب اجتماعی خاطره^۶» به کار رفته است، به معنی خاطراتی است که گروهی از انسان‌ها در آن سهیم بوده، آن را به دیگران انتقال داده و در شکل‌گیری آن دخالت دارند. او بر ماهیت اجتماعی خاطره تأکید می‌کند و دلایل اجتماعی بودن خاطره را به شرح زیر اعلام می‌کند: اول، خاطره دارای محتوای اجتماعی است زیرا اغلب خاطرات یک فرد، در حضور دیگران و در محل زندگی جمعی شکل گرفته‌اند. دوم، برای به یاد آوردن و گرمی داشتن خاطرات از نقاط مرجع زمانی و مکانی استفاده می‌شود که جنبه اجتماعی دارند. سوم، انسان‌ها خاطرات را در کنار هم و باهم به یاد می‌آورند. به همین دلیل خاطره جمعی را خاطره اجتماعی^۷ نیز می‌نامند. خاطرات اجتماعی ممکن است؛ به وقایعی مربوط شوند که در طول زندگی، یا حتی قبل از تولد فرد رخ داده‌اند و به تاریخ خانواده، گروه‌های قومی، منطقه، یا جهان تعلق دارند" (Khosrokhavar, 2004, pp. 112-114). "خاطره جمعی مبتنی بر واقعه است و شهر، مکان خاطره‌های جمعی است". همچنین ماهیت اجتماعی خاطره، ارتباط آن را با فضاهای عمومی شهر، آشکار می‌کند. شکل‌گیری خاطرات، در قلمرو سکونتگاه جمعی، یعنی شهر و محله‌های آن امکان‌پذیر است. بنابراین همان‌طور که خاطرات جمعی ماهیت اجتماعی دارند، بستر شکل‌گیری آن‌ها نیز باید محل تعامل اجتماعی (یعنی شهر) باشد. از سوی دیگر، خاطرات جمعی معمولاً از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌شوند. در این صورت، سابقه سکونت در شهر، عامل تقویت خاطرات جمعی است" (Mirmoghtadaee, 2009, p. 7).

"بنابراین، شهر فقط یک کالبد و یا یک مکان نیست. شهر، یک خاطره است، تأثیر و تأثیری، از زمان‌های متفاوت. ایجاد فضاهای شهری، پاسخ‌گویی به نیاز برقراری روابط اجتماعی است. چنین فضاهایی به سبب خصوصیات کالبدی نمادین خود و واقعه و حادثه‌های جاری در آن، هویت بخش بوده و موجب خاطرات فردی و جمعی در اذهان افراد و جامعه می‌شوند. امری که سبب حس تعلق به مکان و زمان و هویت یافتن فرد در شهر می‌شود. فضاهای شهری به سبب حادثه‌ها و واقعه‌ها از یک سو و عناصر کالبدی خود از سوی دیگر، خاطره‌انگیز می‌شوند" (Habibi, 2000, pp. 23-24).

۵. مفهوم هویت - مکان و هویت اجتماعی از دیدگاه رلف و شولتز

از نظر رلف، مکان، یک مفهوم انتزاعی و ذهنی نیست، بلکه اولین قرارگاه ارتباط مستقیم با جهان و محل زندگی انسان است. به همین دلیل سرشار از معنا، واقعیت‌های کالبدی و تجربه‌های انسانی بوده و رابطه عاطفی عمیقی با انسان برقرار می‌کند (Relph, 2007, p. 120). تبدیل یک فضا به سبب روی دادن خاطره‌ای جمعی به مکان. روح مکان علی‌رغم تغییرات اساسی همچنان اصرار بر بودن دارد. کما اینکه بسیاری از شهرها و کشورها هویت خود را در برابر تغییرات اجتماعی، فرهنگی و فناوری حفظ کرده‌اند. برای رلف باقی‌ماندن روح مکان از خلال تغییرات، مفهومی دقیق و ظریف و در عین حال نامعلوم است که اصلاً به سادگی قابل تجزیه کردن به اصطلاحات فرمال و معناگرا نیست ولی در عین حال کاملاً واضح و قابل فهم است (Carmona, 2006, pp. 96-97).

شولتز با اشاره به ویژگی همگانی بودن فضا، مسأله هویت مشترک و هویت اجتماعی را مطرح می‌سازد و ارتباط آن با مکان و شهر را بررسی می‌کند: مکان اختصاصی هر فرد بخشی از هویت او را تشکیل داده و از آن‌جا که هر مکان به گونه‌ای کلی تعلق می‌پذیرد، افراد نیز به هویت‌های عمومی دست می‌یابند (Norberg-schulz, 2002, p. 14). شولتز با تأکید بر ارتباط دو جانبه هویت فردی و عضویت اجتماعی معتقد است که شهر باید ویژگی‌هایی داشته باشد که هر دو جنبه را تعالی بخشد (Norberg-schulz, 2002, pp. 77-78). شولتز مکان را فضای احساس و درک‌شده و با خاطره عجین شده تلقی می‌کند، ولی بخشی از معنای مکان را در تجربه‌ها و حالات روحی انسان جست‌وجو می‌نماید. برای او مکان همان فضای زنده است (Norberg-schulz, 2003, p. 73).

در ارتباط با مطالب بیان شده می‌توان گفت که بین هویت شهری و خاطره جمعی که دارای ماهیت اجتماعی‌اند و فضاهای شهری که همواره بستر تعاملات اجتماعی مردم شهر بوده است روابطی متقابل وجود دارد. این فضاها با ایجاد واقعه‌ای خاص یا حادث شدن تجربه شهری و تحت تأثیر دوره زمانی، هویت یافته و علاوه بر حیات عادی و اجتماعی خود، در

ذهن ساکنان آن شهر نقش می‌بندد و خاطراتی منحصر به فرد در دل و ذهن ساکنان قدیمی و جدید شهر باقی می‌گذارد که حتی با گذشت سال‌ها از آن واقعه این خاطرات از نسلی به نسل دیگر انتقال یافته و موجب تقویت هویت و خاطرات جمعی در شهر می‌شود. بنابراین نباید از سهمی که این فضاهای شهری با ارزش در احیاء هویت شهری و ارتقاء سرزندگی و حس تعلق خاطر شهروندان در شهر دارند، غافل شد.

۶. بازآفرینی هویتی شهر و فرآیند و اصول آن

بازآفرینی شهری به مفهوم احیاء، تجدید حیات و نوزایی شهری و به عبارتی دوباره زنده شدن شهر است. این رویکرد پس از چالش‌های فراوان در راستای رویایی با معضل فرسودگی شهرها به عنوان رویکردی یکپارچه و در برگیرنده ابعاد مختلف اجتماعی، اقتصادی، کالبدی مطرح شده است (Roberts, 1998). بافت‌های قدیمی و مرکزی هر شهر بیانگر فرهنگ، هویت و روابط اجتماعی نسل‌های گذشته آن است. اما در پی تحول شیوه‌های زندگی و در پی تغییر نیاز به خدمات گوناگون، محله‌های کهن و قدیمی شهر دست‌خوش فرسودگی شده‌اند. با این حال مشکلات در بافت قدیمی شهرها تنها به دلیل فرسودگی و نامقاوم بودن بافت آن نیست، بلکه مسأله اصلی، از دست دادن هویت اجتماعی و کالبدی این است که این‌گونه بافت‌ها در حال از دست دادن هویت اجتماعی و کالبدی خود هستند، که به طبع باعث از بین رفتن زندگی جمعی و حضور مردم در این‌گونه بافت‌ها شده است.

بازآفرینی از طریق بهبود حیات محیطی، اقتصادی و اجتماعی شهر به دست می‌آید و طیف وسیعی از فعالیت‌هایی را توصیف می‌کند که زندگی جدیدی به مناطق فرسوده و کهنه اعطاء می‌کند. بدین لحاظ باعث تجدید حیات ساختمان‌ها، زیرساخت‌ها و تأسیسات شهری و محیط ساخته شده می‌شود و منجر به توسعه مجدد ساختارهایی می‌شود که پایان عمر مفیدشان فرا رسیده باشد (Falamaki, 2009, p. 85). با توجه به تجربه ابتکارات صورت گرفته در سال‌های گذشته، می‌توان هفت اصل پایه برای اصلاح و بازآفرینی موفق در مقیاس‌های شهری، منطقه ای و ملی را مشتمل بر اصول جدول ۲ شمرد.

جدول ۲: اصول فرآیند بازآفرینی شهری

اصول	فرآیند
بهبود تنوع کاربری (استفاده)	ایجاد گستره وسیعی از اختلاط کاربری‌های مختلف برای ایجاد یک محیط تجاری و تفریحی سرزنده و متنوع، فراهم آوردن بهانه‌های متنوع برای مردم جهت بازدید و ماندن در قلب شهر در طول روز.
تشویق فشردگی	فشردگی در محدوده مرکزی شهر باید فشرده بوده و فراهم نمودن حجم بالایی از فعالیت‌ها با قابلیت دسترسی آسان پیاده.
ایجاد تراکم توسعه	ساخت و ساز پروژه‌های بزرگ مقیاس با توجه به حفظ سرمایه‌های موجود و نداشتن تأثیرات منفی بر ویژگی‌های مطلوب مرکز شهر.
اطمینان حاصل نمودن از توازن فعالیت‌ها	وجود توازن فعالیت‌های در طول روز و عصر در مرکز شهر و برقرار بودن سرزندگی حوزه مرکزی در طول روز.
بالا بردن سهولت دسترسی	فراهم نمودن یک الگوی حرکتی تعریف‌شده متشکل از محیطی پاسخ‌دهنده برای نیازهای کیفی عابران پیاده، دسترسی موثر با خودروی شخصی و دسترسی به حمل و نقل همگانی، تشویق به پیاده روی با قائل شدن حق تقدم عابران پیاده و زندگی بخشیدن به مرکز شهر.
آفرینش پیوندهای عملکردی	امکان تردد پیاده مردم بین مراکز فعالیت‌های از طریق مسیرهای ارتباطی مستقیم، جذاب و راحت به صورت شبکه‌ای یکپارچه و از طریق طراحی منحصر به فرد منظر خیابان، فضاها و کاربری‌های فعال سطح خیابان.
ساختن یک سامانه هویتی مثبت	ایجاد مراکز خرید و فروش، فعالیت‌های فرهنگی، تفریحی و ورزشی و برنامه‌های برگزاری مراسم خاص برای ایجاد تصویر ذهنی مطلوبی از شهر و برای خلق مکانی جذاب و دلپذیر برای تعامل اجتماعی مردم.

(Paumier, 2010, pp. 22-25)

در نتیجه بازآفرینی شهری فراتر از اهداف، آرمان‌ها و دستاوردهای نوسازی شهری عمل می‌کند و بر این مسأله تأکید دارند که هر رویکردی در مقابل با مسائل موجود در شهرها باید در مدتی طولانی و به صورت راهبردی، به ساخت اهدافی همچون تحول بافت شهری، چشم‌اندازها، کارکردها، تصویر و زیبایی شهر بپردازد. در ادامه خلاصه‌ای از نظریه‌های برخی نظریه‌پردازان درباره نقش هویت و خاطره در بازآفرینی شهری از کتاب مرمت شهری، تحلیل و بررسی شده‌است (جدول ۳).

جدول ۳: تحلیل و جمع بندی نظریات پیرامون بازآفرینی فضاهای شهری و هویت و خاطره

نظریه پرداز	مفاهیم کلیدی
کامیلوسیت	خواستار ساماندهی فضاهای شهری بود و اعتقاد داشت که در آرایش فضاهای شهری باید از هنر بهره جست و بر این اساس بود که در صدد زنده کردن فضاها و بافت‌های کهن شهری برآمد و راه‌حل‌های هنری را مطرح نمود. چهار نظریه عمده مرمتی سیت شامل: جستجوی القای شهرسازی کهن به منظور کار بست در شهرسازی جدید. ارزش بناهای تاریخی در ارتباط و هماهنگی فضایی موجود بین بنا و محیط اطراف نظریه تداوم شهرسازی نظریه هویت تاریخی شهرها، در حقیقت هویت شهر به مجموعه‌های تاریخی در آن است که تنها در یک بنا خلاصه نمی‌شود، بلکه در کل شهر معنی می‌یابد (Habibi & Maghsoudi, 2011, pp. 39-40).
کوبین لینچ	به امر حفاظت بسیار توجه داشت و حفاظت را امری آیینی و دائمی می‌دانست. اصول مورد نظر لینچ شامل موارد زیر است: در زمان بودن گفت‌وگوی خلاق بین گذشته، حال و آینده میان شهروند و فضای شهری ادراک فضا خوانایی حفظ عناصر غنی گذشته تأکید بر حفظ ارزش‌های لمس ناشدنی (Rajabi & Mozaffary, 2011, p. 40).
آلدو راسی	علت فرسودگی بافت‌های شهری را تحولات سریع انقلاب صنعتی و ورود اتومبیل به داخل بافت‌های موجود در شهرها می‌داند. نظریه‌های وی در مورد بافت‌های کهن شامل موارد زیر می‌باشد: مرمت نیازمند زمان است. بناهای تاریخی دربرگیرنده‌ی خاطرات، افکار و آثار نسل‌های متعدد در گذشته است. بناهای تاریخی نقش اساسی در خلق هویت شهرها دارند (Habibi & Maghsoudi, 2011, p. 46).

(Seyedberenji, 2013, pp. 45-48)

با توجه به جدول ۳، در نظریه‌های مرمتی، نظریه‌پردازان بر تحول و تداوم و در زمان بودن در بازآفرینی شهری تأکید می‌کنند. همچنین بناهای کهن را سرشار از خاطره و هویت می‌دانند که باید با احترام و مدنظر داشتن گذشته مناسب با نیازهای امروز، معاصر سازی شوند. با توجه به نظریه‌های مرمتی بیان شده در بالا تقویت و احیاء مجدد هویت و خاطره در بافت‌های کهن شهری حائز اهمیت است. همان‌طور که بیان شد؛ خاطره انگیز بودن یک بافت شهری نشان از هویت دار بودن آن بافت دارد و با توجه به این که ارزش‌های پنهان در بافت‌های قدیمی عوامل اصلی هویت دهنده به این بافت‌ها هستند، بازآفرینی آن‌ها مستلزم شناخت کامل ارزش‌ها و نحوه‌ی هویت بخشی آن‌ها به بافت می‌باشد.

۷. یافته‌های توصیفی تحقیق

این قسمت بر اساس شناسایی وضعیت جامعه آماری ($N=600$) تنظیم شده و نتایج این بخش بیشتر به صورت درصد، فراوانی و میانگین آمده است. جامعه آماری مورد مطالعه را ساکنان و شاغلان میدان شهرداری رشت تشکیل می‌دهند. به منظور سنجش مدل نظری، نمونه‌ای معادل ($n=361$) نفر برگزیده و پرسشنامه‌های طراحی شده تکمیل شده اند. بر اساس داده‌های جمع آوری شده از کل نمونه آماری، ۴۸/۲ درصد پاسخگویان را مردان و ۵۱/۸ درصد را زنان تشکیل می‌دهند. از نظر توزیع سنی، ۲۳ درصد پاسخگویان در رده سنی ۱۸ تا ۲۴ سال و ۴۹ درصد در رده سنی ۲۵ تا ۳۴ سال ۲۵/۸ درصد در رده سنی ۳۵ تا ۶۴ سال و بقیه یعنی حدود ۲/۲ درصد در رده سنی ۶۵ و به بالا قرار دارند. از بین ۹۳/۸ درصدی که به وضعیت اشتغال خود را اعلام داشتند ۹۰ درصد شاغل، ۳/۴ درصد بیکار و ۴/۴ درصد را بازنشستگان تشکیل می‌دهند. ۳۹/۱ درصد پاسخگویان را شاغلین در میدان شهرداری، ۵۳/۲ درصد را استفاده کنندگان و عابریان از میدان شهرداری تشکیل می‌دهند و ۷/۸ درصد از پرسش شونده‌ها شامل مسئولین می‌باشند. ۸/۸ درصد پاسخگویان کمتر از ۱۰ سال در شهر رشت سکونت دارند و ۹۱/۲ درصد آنها بیش از ۱۰ سال در این شهر سکونت دارند.

۸. بررسی پایایی تحقیق

قبل از پرداختن به یافته‌های تحلیلی تحقیق به منظور پایایی پرسشنامه، از روش آماری آلفای کرونباخ استفاده شد. با توجه به جمعیت محدوده مورد مطالعه تعداد نمونه‌های مورد بررسی با استفاده از فرمول کوکران تخمین زده می‌شود. در این مطالعه برای محاسبه جمعیت نمونه میزان خطای مجاز ۰/۰۵ در نظر گرفته شده که با توجه به رابطه ۱ حجم نمونه برابر ۳۶۱ خواهد بود. همانطور که گفته شد برای بررسی پایایی سؤالات پرسشنامه از آزمون آلفا کرونباخ استفاده شده است. میزان آلفا کرونباخ برابر ۰/۸۳۶ می باشد که بالای ۰/۷ می باشد و نشان دهنده پایایی مناسب پرسشنامه است.

۹. یافته‌های تحلیلی تحقیق

در این قسمت از مقاله، برای کمی سازی گویه های کیفی (۵ گزینه ای طیف لیکرت) پرسشنامه از روش مقیاس سازی استفاده شد (جدول های ۴، ۵، ۶). توزیع پاسخگویان را بر حسب مؤلفه‌های مربوط به متغیر هویت مکان، خاطره‌انگیزی و مشارکت اجتماعی نشان می دهد. با توجه به یافته‌های حاصل از پاسخ مردم در ارتباط با متغیر هویت مکان، چنین می توان نتیجه گرفت که میدان شهرداری برای مردم شهر رشت واجد هویت و معنی می باشد و چون بستر شکل گیری وقایع خاص بوده یادآور خاطرات است و به همین دلیل مردم به این نقطه از شهر، حس وابستگی و تعلق دارند.

جدول ۴: توزیع پاسخگویان بر حسب متغیر هویت مکان

فراوانی (درصد)						هویت مکان
درصد	خیلی زیاد	زیاد	کم	خیلی کم	اصلا	
۱۰۰	۱۸	۴۳/۷	۲۰	۱۲/۶	۵/۷	میزان زنده شدن خاطرات خاص و هویت شهری در میدان
۱۰۰	۱۱/۶	۵۰/۴	۲۳	۱۲/۷	۲/۲	میزان وجود سابقه شکل گیری وقایع و رویدادهای تاریخی در میدان شهرداری

(Seyedberenji, 2013, p. 114)

با توجه به پاسخ‌های داده شده در جدول ۵، می توان به این نتیجه رسید که به دلیل کمبود یا نبود رونق فعالیت‌های شبانه، متنوع و منعطف و عدم سهولت دسترسی از میدان شهرداری به دیگر نقاط به خصوص برای اقشار خاص حضور مردم در این میدان کم و مقطعی بوده و مشارکت شهروندان را در بر نمی گیرد.

جدول ۵. توزیع پاسخگویان بر حسب متغیر مشارکت اجتماعی

فراوانی (درصد)						مشارکت اجتماعی
درصد	خیلی زیاد	زیاد	کم	خیلی کم	اصلا	
۱۰۰	۱/۱	۱۰/۴	۱۸/۸	۳۴/۵	۳۵/۳	کافی بودن دسترسی برای تمام اقشار
۱۰۰	۳/۹	۴۶/۵	۳۰/۸	۱۴/۳	۴/۵	سهولت دسترسی به فضاهای عمومی و خدمات و... در میدان شهرداری
۱۰۰	۱۸/۱	۴۴/۷	۲۳/۸	۱۲/۳	۱/۱	امکان حضور گروه‌های مختلف اجتماعی (مردم) میدان شهرداری
۱۰۰	۱۱/۹	۱۸/۷	۴۰/۲	۲۵/۸	۳/۴	میزان تقویت حس مشارکت به وسیله نمادها و خصوصیات موجود در میدان شهرداری
۱۰۰	۵/۳	۳۱/۶	۴۳/۸	۱۷/۲	۲/۲	وجود نهادهای اجتماعی مانند کتابخانه های محلی فضاهای تجمع و غیره
۱۰۰	۲/۲	۹/۴	۳۲/۷	۲۹/۴	۲۶/۳	وجود مکانی که بتوان از آن برای منظوره‌های متنوعی استفاده کرد
۱۰۰	۳۲/۴	۴۱/۶	۱۷/۲	۴/۴	۴/۴	میزان تمایل برای حضور در میدان شهرداری در صورت رونق فعالیت‌های شبانه

(Seyedberenji, 2013, p. 116)

نتایج حاصل از جدول ۶ نشان می‌دهد، با توجه به میزان معنادار تعلق خاطر مردم به میدان شهرداری باید توجه ویژه‌ای به بعد تاریخی این میدان داشت و چون این میدان محل خاطرات مردم و حیات جمعی آن‌ها می‌باشد باید در زنده نگهداشتن آن توسط حفظ و نگهداری آثار قدیمی موجود در میدان هرچه بیشتر کوشید.

جدول ۶: توزیع پاسخگویان بر حسب متغیر خاطره‌انگیزی

فراوانی (درصد)						خاطره انگیزی
درصد	خیلی زیاد	زیاد	کم	خیلی کم	اصلا	
۱۰۰	۲۲/۷	۳۶/۸	۲۸/۳	۱۱/۱	۱/۱	میزان تقویت پیوستگی با گذشته توسط نمادها و خصوصیات موجود
۱۰۰	۲۱/۹	۳۴/۳	۱۷/۵	۱۷/۵	۸/۹	وجود تعلق خاطر یا علاقه مندی خاصی نسبت به میدان شهرداری
۱۰۰	۱۸	۴۳/۷	۲۰	۱۲/۶	۵/۷	میزان زنده شدن خاطرات خاص و هویت شهری در میدان
۱۰۰	۱۵/۷	۴۰/۳	۲۴/۹	۱۲/۳	۶/۷	میزان یادآوری خاطرات، مناسبت‌ها و رویدادهای خاص با دیدن میدان شهرداری
۱۰۰	۱۱/۶	۵۰/۴	۲۳	۱۲/۷	۲/۲	وجود سابقه شکل‌گیری وقایع و رویدادهای تاریخی در میدان
۱۰۰	۱۲/۷	۴۳/۵	۱۸/۸	۱۸/۳	۶/۶	امکان تقویت و ثبت خاطرات جمعی توسط سینماها و مراکز فرهنگی موجود در میدان

(Seyedberenji, 2013, p. 119)

در نهایت برای بررسی درستی و نادرستی فرضیه تحقیق و برآورد میزان ارتباط بین متغیرهای تحقیق به ترتیب از آزمون‌های آماری T، همبستگی پیرسون استفاده شد.

۱۰. کمی سازی میزان شاخص خاطره انگیزی، هویت مکان و مشارکت اجتماعی در میدان شهرداری

بعد از تعیین عامل‌های برتر سنجش هویت، برای به دست آوردن میزان کیفیت مؤلفه‌های میدان شهرداری درک شده از طرف پاسخگویان از آزمون T تک نمونه‌ای استفاده شد. جهت کمی سازی آن‌ها از روش مقیاس سازی استفاده شد. از آنجایی که سؤالات پرسشنامه به صورت طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت (از خیلی کم تا خیلی زیاد) تنظیم شده بودند، با دادن کدهای ۱ تا ۵ میزان نمره هر شاخص به دست آمد. در پایان برای محاسبه نمره کلی، از میانگین ساده نمرات عامل‌ها استفاده شده و با میانه نظری تحقیق (عدد ۳) مقایسه شد. نتایج نشان داد که میانگین هویت مکان در میدان شهرداری برابر ۳/۵۸۶، شاخص خاطره‌انگیزی برابر ۳/۵۲۳ و میزان شاخص مشارکت اجتماعی برابر ۳/۰۳۵ می‌باشد (جدول ۷). با توجه به مندرجات جدول ۷ مشاهده می‌شود که مؤلفه‌های خاطره‌انگیزی، هویت مکان، مشارکت اجتماعی دارای میانگین بالای ۳ هستند و از سطح مطلوبی برخوردارند. به عبارت دیگر بطور میانگین درمیدان شهرداری از مؤلفه‌های کیفیت میدان رضایت متوسطی وجود دارد.

جدول ۷: میزان وجود مؤلفه‌های کیفیت در میدان شهرداری

مؤلفه‌ها	میانگین مؤلفه در میدان شهرداری $۱ < \text{میانگین} < ۵$	انحراف معیار	خطای میانگین استاندارد	میزان مناسب بودن وجود مؤلفه در میدان شهرداری (میان = ۳)
خاطره انگیزی	۳/۵۳۲	۰/۷۶۲	۰/۰۴۱	مناسب
هویت مکان	۳/۵۸۶	۰/۸۲۶	۰/۰۴۴	مناسب
مشارکت اجتماعی	۳/۰۳۵	۰/۴۵۹	۰/۰۲۵	مناسب

(Seyedberenji, 2013, p. 135)

۱۱. تحلیل آماری رابطه همبستگی بین متغیرها

در این بخش به چگونگی رابطه بین متغیرهای مستقل با متغیر وابسته پرداخته می‌شود. معمولاً در تحلیل آماری رابطه بین متغیرها، اصل بر این است که افراد یک جامعه که از لحاظ یک یا چند صفت خاص با هم متفاوت هستند، سنجیده شوند. لذا سعی بر آن است تا این گونه تفاوت‌های بین افراد جامعه، تبیین و توضیح داده شده که این امر از طریق بررسی رابطه هم‌تغییری بین صفات یا متغیرهای گوناگون میسر خواهد بود. ابتدا نرمال بودن توزیع داده‌ها در میدان بررسی شد. بدین منظور از آزمون تک نمونه ای کولموگروف-اسمیرنوف استفاده شد. بر اساس نتایج این آزمون توزیع داده‌ها نرمال است ($P < 0/05$). برای بررسی همبستگی داده‌های نرمال از آزمون پیرسون استفاده می‌شود (جدول ۸). با توجه به جدول ۸ مشاهده می‌شود که تمامی متغیرهای مستقل با متغیر وابسته هویت مکان همبستگی دارند و همگی در سطح $\alpha = 0/01$ معنادار می‌باشند.

جدول ۸: بررسی همبستگی متغیر وابسته هویت مکان با متغیرهای مستقل تعریف شده در میدان شهرداری

مؤلفه‌ها	خاطره انگیزی	خاطره انگیزی	مشارکت اجتماعی
هویت مکان	ضریب پیرسون	۰/۸۸۳**	۰/۳۲۲**
	معناداری دوطرفه	۰/۰۰۰	۰/۰۰۱
	تعداد	۳۶۱	۳۶۱

(Seydberenji, 2013, p. 136)

خاطره انگیزی - هویت مکان: میزان همبستگی بین این دو متغیر در میدان شهرداری برابر ۰/۸۸۳ است که همبستگی تقریباً بالایی را نشان می‌دهد و این امر بدان خاطر است که این دو متغیر با همدیگر، هم‌تغییری نسبتاً بالایی داشته و میزان بالایی از تغییرات یکدیگر را تبیین می‌کنند. از طرف دیگر این دو متغیر دارای رابطه مستقیمی با همدیگر هستند به همین خاطر هرگاه شاخص خاطره انگیزی میدان بیشتر باشد، به طور زیادی هویت مکان نیز افزایش پیدا می‌کند. این همبستگی بالا البته، در سطح $\alpha = 0/01$ معنادار بوده و رابطه بین دو متغیر از این لحاظ قابل تعمیم به جامعه آماری می‌باشد.

مشارکت اجتماعی - هویت مکان: میزان همبستگی بین این دو متغیر در میدان شهرداری برابر ۰/۳۲۲ است که همبستگی تقریباً متوسطی را نشان می‌دهد و این امر بدان خاطر است که این دو متغیر با همدیگر، هم‌تغییری در حد متوسط داشته و در حد متوسطی از تغییرات یکدیگر را تبیین می‌کنند. از طرف دیگر این دو متغیر دارای رابطه مستقیمی با همدیگر هستند به همین خاطر هر گاه میزان مشارکت اجتماعی افزایش یابد، به طور متوسط بر هویت مکان افزایش می‌یابد. این همبستگی متوسط البته در سطح $\alpha = 0/01$ معنادار بوده و رابطه بین دو متغیر از این لحاظ قابل تعمیم به جامعه آماری است.

۱۲. بررسی فرضیه تحقیق

فرضیه تحقیق "به نظر می‌رسد با توجه به ارتباط دوجانبه مشارکت اجتماعی و هویت، می‌توان میدان شهرداری را که به دلیل خاطره‌انگیزی و برانگیختن احساسات واجد معنی بوده، با حضور و مشارکت اجتماعی به یک فضای شهری با هویت تبدیل کرد." برای اثبات و رد این فرضیه با توجه به آزمون‌ها و یافته‌های حاصل از آزمون T و همبستگی می‌توان چنین نتیجه گرفت که مؤلفه‌های خاطره‌انگیزی، مشارکت اجتماعی و هویت مکان در میدان شهرداری دارای میانگین بالای ۳ هستند و از سطح مطلوب و رضایت‌بخشی برخوردارند و اما در ارتباط با چگونگی ارتباط دو متغیر خاطره‌انگیزی و مشارکت اجتماعی با متغیر وابسته هویت مکان از آزمون پیرسون استفاده شده است که بر این اساس می‌توان گفت این مؤلفه‌ها با متغیر هویت مکان همبستگی و رابطه مستقیم دارند و در نتیجه فرضیه اثبات می‌شود، اما با توجه به این همبستگی و وضعیت نسبتاً مطلوب این متغیرها در میدان، شاخص خاطره‌انگیزی نسبت به مشارکت اجتماعی با متغیر وابسته هویت مکان، هم‌تغییری نسبتاً بالاتری داشته و افزایش آن تأثیر بیشتری در افزایش هویت مکان میدان می‌گذارد.

۱۳. نتیجه‌گیری

در این مقاله برای بررسی فرضیه تحقیق از معیار هویت و مشارکت در میدان شهرداری استفاده شده است. این تحقیق بر آن است که ارتباط این عوامل را در بازآفرینی هویت شهری نشان دهد. در ادامه برای بررسی کیفیت هویت مکان در میدان شهرداری از خاطره‌انگیزی و مشارکت اجتماعی استفاده شد. بعد از تعیین شاخص‌های تأثیرگذار و تبدیل آن‌ها به

گوبه‌های مناسب در طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت (از خیلی زیاد تا خیلی کم) بر اساس روش پیمایش، پرسشنامه‌هایی در میدان شهرداری پر شد. نتایج تحلیل داده‌های پرسشنامه نشان داد که:

۱. بر اساس آزمون T، میزان شاخص هویت مکان، خاطره‌انگیزی و مشارکت اجتماعی بیشتر از میانه نظری می‌باشد. به عبارت دیگر به طور میانگین در میدان شهرداری از این مؤلفه‌های کیفیت میدان رضایت نسبتاً مطلوبی وجود دارد.
۲. بر اساس آزمون همبستگی، بین خاطره‌انگیزی و مشارکت اجتماعی با متغیر وابسته هویت مکان رابطه معنادار مثبت و مستقیم وجود دارد. در حقیقت متغیر مستقل خاطره‌انگیزی با متغیر وابسته هویت مکان همبستگی تقریباً بالایی داشته و میزان بالایی از تغییرات یکدیگر را تبیین می‌کنند و هرگاه شاخص خاطره‌انگیزی میدان بیشتر باشد، به طور زیادی هویت مکان نیز افزایش پیدا می‌یابد. همچنین متغیر مستقل مشارکت اجتماعی و متغیر وابسته هویت مکان نیز هم‌تغییری در حد متوسط داشته و در حد متوسطی از تغییرات یکدیگر را تبیین می‌کنند. این دو متغیر نیز دارای رابطه مستقیمی با همدیگر هستند به همین خاطر هر گاه میزان مشارکت اجتماعی افزایش یابد، به طور متوسط بر هویت مکان افزایش می‌یابد.

با توجه به نتایج به‌دست آمده و در راستای هدف اصلی تحقیق: "بازشناسی میدان از طریق تأکید بر هویت و تعلقات مکانی، به منظور زندگی دوباره بخشیدن به میدان برای رسیدن به فضای عمومی با هویت در جهت ارتقاء تعاملات اجتماعی و حضور شهروندان و افزایش دل‌بستگی آنان به محیط میدان و مطابق با اوضاع و احوال جدید زندگی شهری"، راهکارهای مناسبی در جهت افزایش شاخص خاطره‌انگیزی برای بازآفرینی فضای عمومی میدان شهرداری پیشنهاد می‌شود (جدول ۹).

جدول ۹: ارائه راهبرد، سیاست و اقدامات اجرایی برای افزایش خاطره‌انگیزی در میدان شهرداری

هدف	راهبرد	سیاست	برنامه	اقدامات		
افزایش هویت مکان افزایش خاطره‌انگیزی	حس تعلق به مکان	تقویت نقاط تاریخی	تاکید بر عناصر تاریخی شاخص موجود	گسترش نقش فضای شهری میدان شهرداری		
			همخوانی عناصر جدید با عناصر تاریخی	تناسب‌شناسی کالبدی بناهای قدیمی و تاریخی میدان در ساخت و سازهای جدید استفاده از گونه‌شناسی و معماری ساختمان‌های قدیمی در طراحی ساختمان‌های جدید		
			پرهیز از یکنواختی	ایجاد تمایز در کالبدهای مشابه	استفاده از تمایزات کالبدی برای بازشناسی نمودن فضاهای شهری از یکدیگر	
	هویت بخشی	طراحی ویژه بناهای قدیم و جدید	رعایت ارتفاع بناهای مجاور با عناصر شاخص و توجه به جزئیات نما	پرهیز از ساخت و ساز بلند مرتبه کیفیت علائم و نشانه‌ها مانند تابلوی مغازه‌ها و تبلیغات تجاری از طریق کارهای هنری و طرح‌های چراغ‌ها و نورپردازی		
				مرمت و احیاء ساختمان‌های آسیب‌دیده و قدیمی	برنامه‌ریزی کالبدی در جهت مرمت بناهای قدیمی	ترمیم و تعمیر برخی نماهای آسیب دیده در میدان
	تاثیر مهم و گیرا	توجه به بناهای شاخص میدان	برانگیختن خاطرات ساکنین شهر و شاغلین و استفاده‌کنندگان از میدان	برنامه‌ریزی فعالیت‌ها	احیاء مجدد ساختمان‌های قدیمی میدان از طریق تزریق فعالیت‌هایی مانند مراکز فرهنگی و هویت‌بخش به آنها	
				هماهنگی خطوط آسمان	همگونی در ارتفاع ساختمان‌ها	تاکید و توجه به فضاهای شاخص و با هویت میدان و ایجاد کردن ذهنیت برای عابران و استفاده‌کنندگان از میدان
	آسایش و تصویر ذهنی	مدیریت شهری	تبعیت از معماری سنتی	غالب بودن معماری سنتی و بومی میدان	استفاده از معماری سنتی و بومی رشت و میدان و همچنین مطابق با فرهنگ مردم و رعایت قوانین منظر شهری رشت در طراحی نمای این محدوده	
				هماهنگی در طراحی نما	نظارت سازمان‌های مربوط بر استفاده از نماهای همگون و یکپارچه برای جلوگیری از هرج و مرج در نمای بدنه‌های میدان	
				تبعیت از معماری سنتی	همخوانی بین نماهای بافت قدیم و جدید	استفاده از مصالح مشابه بافت سنتی در طراحی نمای ساختمان‌های جدید

(Seyedberenji, 2013, p. 151)

در نهایت می‌توان گفت، بازآفرینی به عنوان شیوه‌ای در بازسازی بافت‌های قدیمی مستلزم احیاء اجتماعی در کنار احیاء کالبدی است. در حقیقت مساله اصلی این‌گونه بافت‌ها، به دور ماندن آن‌ها از حیات اجتماعی است که در گذشته در آن‌ها جریان داشته و اکنون با کم‌رنگ شدن آن، موجب ترک ساکنان اصیل و قدیمی و سکونت افشار جدید بیگانه با این بافت‌ها شده است. این عامل موجب کاهش حس تعلق مردم به یکدیگر و به بافت شهر، کم شدن سرزندگی و حیات مدنی و همچنین ملاقات‌های چهره به چهره مردم و به دنبال آن بروز بحران‌های اجتماعی می‌شود. شناسایی ارزش‌های گذشته و در نظر داشتن آن‌ها و برقرار کردن دوباره حیات اجتماعی در این بافت‌ها، باعث می‌شود بافت نوسازی شده در واقع معاصرسازی همان بافت قدیم شود که هم تداعی گر هویت و ارزش‌های گذشته ساکنان و هم جواب‌گوی نیازهای امروزین شهروندان است.

پی‌نوشت

1. Trafalgar Square
2. Covent Garden
3. Pioneer Square
4. Collective Memory
5. Maurice Halbwachs
6. Social Frameworks of Memory
7. Social Memory

References

- Bazargan, A. (2010). *Sociology of Information Society*. Tehran: Didar Press.
- Carmona, M. (2006). *Public Places, Urban Spaces*. Architectural Press. Elsevier, Oxford.
- Falamaki, M. (2009). *Urban Improvement and Renewal*. Tehran: Samt Press.
- Habibi, S.M. & Maghsoudi, M. (2011). *Urban Renovation*. (5th Ed.). University of Tehran Press.
- Habibi, S.M. (2000). Civil Society and Urban Life. *HONAR-HA-YE-ZIBA*, 7.
- Khosrokhavar, F. (2004). Cities and Collective Memory. *Building and Architecture Quarterly*, 3.
- Mirmoghtadaee, M. (2009). Possibility Measurement Factors for Formation, Record and Transfer of Collective Memories in City. *HONAR-HA-YE-ZIBA*, 37.
- Norberg-schulz, Ch. (2003). *Architecture: Meaning and Place*. (V. Norouz Borazjani, Trans.). Jaane Jahaan Press (Original Work Published in 1988).
- Norberg-schulz, Ch. (2002). *Presence, Language, Place Architecture*. (A. Seyyed Ahmadian, Trans.), Tehran: Memar Nashr Institute (Original Work Published in 2000).
- Paumier, C. (2010). *Creating a Vibrant City Center: Urban Design and Regeneration Principles*. (M. Behzadfar & A. Shakibamanesh, Trans.). (1st Ed.). Iran University of Science & Technology Press (Original Work Published in 2004).
- Rafieian, M. & Khodaei, Z. (2010). Citizens and Urban Public Spaces: Analysis of Indexes and Factors Affecting Citizens Satisfaction of Urban Public Spaces. *Research Assistance of Islamic Azad University of Qazvin*. Tehran.
- Rajabi, M. & Mozaffary, A. (2011). *Theoretical Principals of Buildings and Historical Textures Repair*. (1st Ed.). Jamal Honar Publishing Institute.
- Relph, E. (2007). *Prospects for Places*, In: *The Urban Design Reader*. Michael Larice and Elizabeth Macdonald Ed. Routledge.
- Roberts, M. (1998). *Urban Design and Regeneration*. Introducing Urban Design, Longman.
- Seyed Berenji, S.K. (2013). *Regeneration of Urban Public places, Emphasizing Identity and Collective Memory*. Thesis of M.Sa. Degree in Urban Planning & Design. Azad University of Qazvin.
- UNDP. (2004). *Guidelines for Urban Regeneration in the Mediterranean Region*. Priority Actions Program Regional Activity Center.