

ترجمه انگلیسی این مقاله با عنوان:

*Evaluative Image in Social Spaces by Enhancing Collective Memory and Likability in the City  
(Case Study: The Area of Quds Square to Imamzadeh Hassan in the City of Karaj)*

در همین شماره به چاپ رسیده است.

## تصویر ذهنی ارزیابانه در فضاهای اجتماع محور با رویکرد تقویت خاطره جمعی و مهرانگیزی در شهر

(مطالعه موردی: محدوده میدان قدس تا امامزاده حسن<sup>(ع)</sup> در شهر کرج)

سارا دشت گرد\*<sup>۱</sup>، مریم اکبری<sup>۲</sup>

۱. گروه معماری، دانشکده معماری و شهرسازی دانشگاه آزاد اسلامی واحد هشتگرد، هشتگرد، ایران.  
۲. دکتری معماری، گروه معماری، دانشکده معماری و شهرسازی دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرج، کرج، ایران.

### منظر شهری

### مقاله تخصصی

### چکیده:

کیفیت بصری می‌تواند تأثیرات قوی بر تجربه و رضایت‌مندی از قرارگیری در محیط ایجاد کند. تصاویر ذهنی ارزیابانه به قرارگیری علائم محیطی و ارزیابی‌هایی که به احساسات، جمع‌بندی‌ها و رفتارها شکل می‌دهد بستگی دارد. مؤلفه‌هایی چون زمان، مکان و همراهی با افراد در تقویت خاطره جمعی و یادآوری مکان مؤثر است. نقش‌های فرهنگی به تصویرهای ذهنی فرد شکل می‌دهد و می‌تواند شخصیت اجتماع ناپذیر برای مسافری، خریداران، بازدیدکنندگان و دیگر افرادی که منظر شهر را تجربه می‌کنند، ایجاد نماید. بنابراین وجود فضاهایی با کاربری فرهنگی - تاریخی در محدوده امامزاده حسن<sup>(ع)</sup> تا میدان قدس، با داشتن پتانسیل‌های ویژه ایجاد فضاهای اجتماع محور می‌تواند به تقویت مهرانگیزی مکان کمک کند.

این پژوهش به چگونگی تأثیرگذاری الگوهای نشانه‌شناختی فضاهای شهری بر تجلی خاطره جمعی و تداوم حضور می‌پردازد. به این منظور با هدف دستیابی به چارچوب هدایت‌گر ایجاد فضاهای باز شهری اجتماع محور، با بهره‌گیری از روش توصیفی-تحلیلی با انجام مطالعات میدانی به شناسایی کیفیت فضاهای رویداد و امکانات و مشخصات ضروری آن از منظر شهروندان، می‌پردازد. بنابراین، با ارائه راهکارهایی جهت بسترسازی و تولید شرایط لازم برای تقویت حس خاطره جمعی در فضاهای اجتماع محور، بازنشاسی خواهد شد.

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد برای بازنشاسی تصاویر ذهنی در خاطره جمعی در فضاهای شهری، چهار معیار رضایت‌بخش، هیجان‌انگیز، اضطراب‌آور و کسل‌کننده در ارزشیابی کیفیت فضا مؤثر است. ارزیابی ارتباط این معیارها با شاخصه‌های کالبدی محیط و تصاویر ذهنی افراد تعیین‌کننده اهمیت معیارهای روان‌شناختی و جامعه‌شناختی برای ایجاد فضاهای رویداد محور در سطح شهر خواهد بود.

تاریخ دریافت:

۱۴۰۲/۵/۱۰

تاریخ بازنگری:

۱۴۰۲/۵/۲۸

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۲/۵/۲۸

تاریخ انتشار:

۱۴۰۲/۶/۱

واژگان کلیدی:

شهر اجتماع محور،

مهرانگیزی،

خاطره جمعی،

تصویر ذهنی،

رویداد مداری.

\*

نویسنده مسئول : +989124470567 , [sara.dashtgerd@hiau.ac.ir](mailto:sara.dashtgerd@hiau.ac.ir)

## مقدمه

در صورتی که قلب تاریخی شهر کرج یکی از بهترین گزینه‌های رویدادمداری بوده که بخشی که از عمیق‌ترین خاطره‌های جمعی، سنت‌ها و جشن‌های مناسبی در آن از قدیم شکل گرفته است. به این منظور در پژوهش حاضر محدوده تاریخی کاروانسرای شاه‌عباسی تا امامزاده حسن (ع) کرج مورد بررسی قرار گرفته تا بستر مناسبی جهت بازآفرینی مهرانگیزی و خاطره جمعی ایجاد شود.

هدف از بازآفرینی مهرانگیزی و خاطره جمعی در شهر دستیابی به چارچوب هدایتگر ایجاد فضاهای باز شهری اجتماع‌محور است.

پرسش اصلی این پژوهش به چگونگی تأثیرگذاری الگوهای کالبدی فضاهای شهری بر تجلی خاطره جمعی و تداوم حضور می‌پردازد. در این راستا ابعاد ضروری شکل‌گیری و بسترسازی فضای باز شهری و فضای رویداد مورد بررسی قرار گرفته است. همچنین با روش توصیفی-تحلیلی و از طریق توزیع پرسش‌نامه و انجام مطالعات میدانی به شناسایی کیفیت فضاهای رویداد و امکانات و مشخصات ضروری آن که از منظر شهروندان کنشگر و مؤثر است، پرداخته شده است. پس از بازشناسی موضوع، راهکارهایی جهت بسترسازی و تولید شرایط لازم برای تقویت حس خاطری جمعی در فضاهای اجتماع‌محور ارائه شده است. بازشناسی شاخصه‌های رویدادمداری در فضای موجود با ایجاد هم‌پیوندی بین مراکز مهم و کاربردی هم‌جوار این بافت شهری، به افزایش حس رضایت شهروندان و تجربه‌ی زیسته‌ی آن‌ها کمک می‌کند.

## مبانی نظری

### • خاطره‌انگیزی، مکان و فضاهای شهری

ماهیت اجتماعی خاطره، ارتباط آن با فضاهای عمومی شهر را آشکار می‌کند. شکل‌گیری خاطرات، در قلمرو سکونتگاه جمعی ماهیت اجتماعی دارند؛ بستر شکل‌گیری آن‌ها نیز باید محل تعامل اجتماعی (شهر) باشد. درک محیط‌های شهری فرایندی ذهنی است. انسان پیام‌های حسی محیط را دریافت کرده و تصویری از آن می‌سازد که همان خاطرات محیط است. هر چند که یک مفهوم ذهنی انتزاعی بوده اما امکان رویداد خاطره یک واقعیت کالبدی است البته با مفهومی فراتر از یک موقعیت با خاستگاه مکان به‌عنوان ظرفی برای وقوع رویدادها به ذهن انسان در ثبت خاطرات یاری می‌رساند. یک

مکان‌سازی فضاهای عمومی با هدف حضورپذیری، یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های خاطره‌انگیزی در فضاهای اجتماع‌محور است که منجر به ارتقای سطح روابط اجتماعی، افزایش امنیت، ایجاد حس تعلق به مکان و افزایش امکان وقوع خاطره فردی و جمعی در شهر می‌شود. یکی از توجهات از طریق مفاهیم و مصادیق فضاهای باز شهری (گشوده به روی عموم)، فضاهای اجتماعی و فضای رویداد بوده که در تلاش است بستری آزاد، قابل استفاده، قابل تعریف و پذیرنده برای شهروندان و نهادهای اجتماعی ایجاد نموده و بتواند مخاطبی مؤثر، کنشگر و تعاملی و غیر منفعل را در بستر خودپذیرا باشد. این فضاها زمینه‌ی بروز رویدادهای اجتماعی، فرهنگی و الگوهای انسانی را فراهم نموده و بر شخصیت‌سازی فضایی با افزایش حس تعلق و بازتولید مکان تأکید دارند.

به این‌سان بازشناسی ساختار فضاهای اجتماع‌محور شهری با ایجاد خوانایی در سلسله‌مراتب فضایی، بر ایجاد تصویر ذهنی ارزیاپانه در میان شهروندان تأثیرگذار بوده و حس تعلق به مکان را تقویت می‌نماید.

تلاش دنیای امروز جهت افزایش تعاملات فرهنگی- اجتماعی میان شهروندان حرکتی به سمت ایجاد رویدادمداری در شهرها است. شهرهای ایران نیز با داشتن سابقه غنی تاریخی - فرهنگی می‌توانند از رویدادمداری به‌عنوان ابزاری کارا در راستای ارتقای سرزندگی شهر بهره‌گیرند.

به علل مختلف از جمله خودرو محور و عدم توجه به رویدادهای اجتماعی، بسیاری از سرمایه‌های تاریخی و فرهنگی در کلان‌شهرها مورد بی‌توجهی قرار گرفته است. این فضاها با هدف تأمین نیازهای ضروری، طراحی و اجرا می‌شوند. میزان مراجعات شهروندان برای انجام فعالیت‌های اختیاری و اجتماعی به قدری کم است که مردم این فضاها را جایی برای حضور طولانی مدت ندانسته و در نتیجه توقف‌های آنان، در فاصله‌های زمانی کوتاه و برای انجام فعالیت‌های ضروری صورت می‌گیرد.

شهر کرج هم به عنوان یکی از کلان‌شهرهای ایران درگیر چنین مسئله‌ای است و فضاهای شهری، فضاهای باز و فضاهای رویداد نقش کمی را در زندگی شهروندان ایفا می‌کند و تنها حداقل‌های زندگی روزمره را در خود می‌پذیرد.

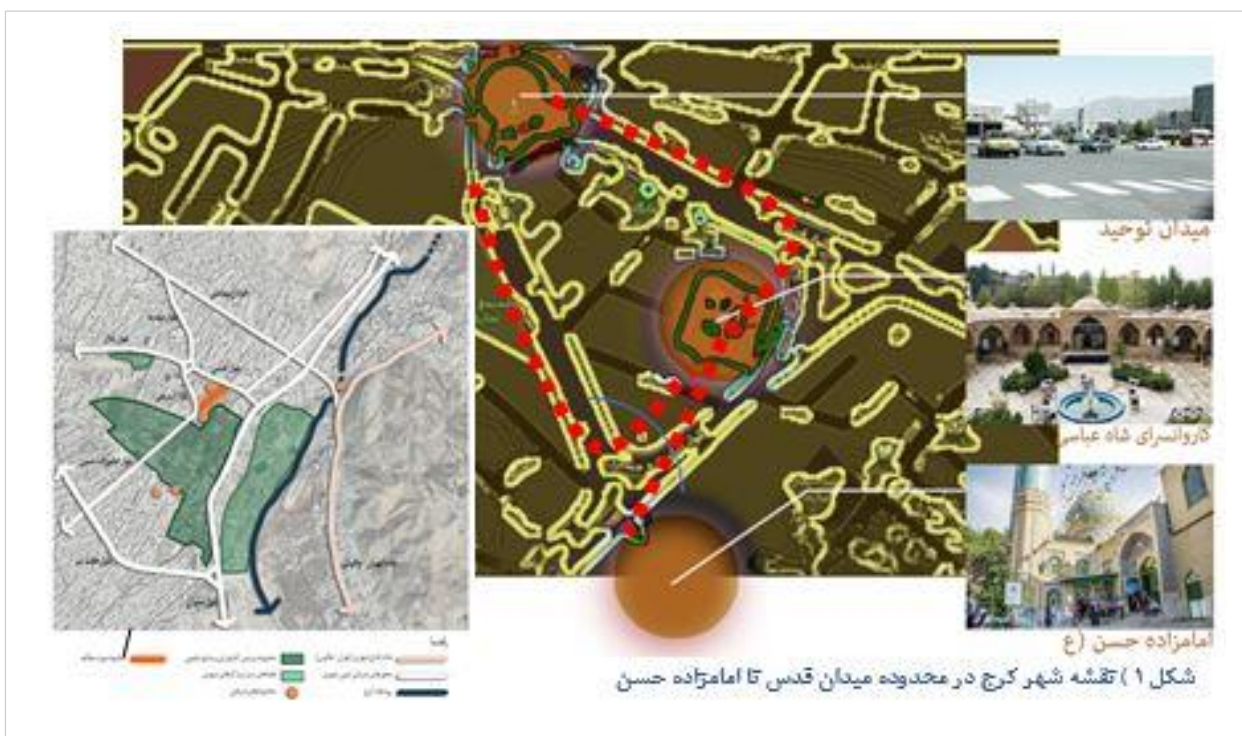
تصویر، از فرد، محیط و روابط بین آن‌ها نشات می‌گیرد. تصویر ذهنی بازنمایی ذهنی یک پدیده در غیاب آن است (Sternberg:2008:344). تصویر ذهنی مجموعه تصاویری است که از ظاهر، کارکرد و معنای یک فضا در ذهن ما شکل می‌گیرد (Trieb,1974:73). تصویر ذهنی با ویژگی‌های فرهنگی، اجتماعی، باورها و انتظارات فرد تغییر می‌کند. ناظر با توجه به این ویژگی‌ها متغیرها را ارزیابی می‌کند. از دید لینچ، تصویر ذهنی محیطی، سه قسمت هویت، ساختار و معنا را داراست. مردم نسبت به محیط اطراف خود هر دو احساس مثبت و منفی را متصور می‌شوند که این احساسات همان تصویر ذهنی ارزیابانه نام دارند (Nasar,2014:90). تصویر ذهنی یک مکان با استفاده مداوم از آن غنی و تصحیح می‌شود (Steinitz,1968). تصاویر ارزیابانه، انعکاسی از تصویرهای ذهنی مؤثر عمومی شهر هستند. در تصویر ذهنی پاسخ‌های حسی فرد موضوع مورد اهمیت است. به نظر نسر تصویر ارزیابانه ساختاری روانشناسانه دارد که شامل ارزیابی ذهنی احساسات در مورد محیط است (Nasar.1998:25). در این تحقیق نیز، با استفاده از این صفات ارزیابانه و اضافه نمودن چند صفت دیگر به ارزیابی تصویر ذهنی شهروندان در این محدوده تاریخی در شهر کرج پرداخته شده است.

خاطره به صورت واضح ما را مستقیماً به یک مکان مشخص سوق می‌دهد. انسان‌ها بعضاً با حضور در مکانی که سایرین در آن حضور دارند به تجربه‌هایی دست می‌یابند که آن‌ها را با تمام انسان‌هایی که در گذشته یا آینده چنین فرایندی را تجربه می‌کنند پیوند می‌دهد. بخش‌های پیونددهنده به فضاهای عمومی ثابت و تداوم می‌بخشد. در این فضاهاست که مردم به داشتن تجربه‌های مشترک دست می‌یابند. در حقیقت این تجربه‌ها همان خاطرات جمعی هستند (سگری و نقیبی، ۱۳۹۴).

### • خاطره جمعی در شهر

آلدو روسی معمار نوخردگرای ایتالیایی، نخستین کسی است که مفهوم خاطره جمعی هالبواکس را وارد ادبیات معماری و شهرسازی کرد. فرایندی که روسی از آن به‌عنوان معماری شهر یاد می‌کند، ضمن توصیف تاریخ شهر به «روح شهر»، آن را علامت و امضایی می‌داند که در پای دیوارهای شهرداری، به‌عنوان هویت تعریف‌شده و متمایز شهر وجود دارد (ساعده پناه و اساسی، ۱۳۹۴). می‌توان گفت که شهر خود، خاطره جمعی مردمش است و مانند خاطره در پیوند با اشیاء و مکان‌هاست. بنابراین، رابطه میان این تجلی‌گاه و شهروندی، تصور غالب شهر را ساخته و تصویر جدیدی در ذهن پدیدار می‌شود.

### • مهرانگیزی یا تصویر ذهنی ارزیابانه از شهر



میان فضای اجتماع محور و تصاویر ذهنی شهروندان وجود دارد و تعداد پژوهش های این حوزه نشان از اهمیت این موضوع دارد. به این منظور پژوهش های پیشین بر اساس موضوعات «حضور و تجربه انسان در فضا»، «فضای رویداد» و «تصاویر ذهنی ارزیابانه از شهر» دسته بندی شده است.

#### • پژوهش های مرتبط با حضور و تجربه انسان در فضا

شولتز در کتاب به سوی پدیدارشناسی معماری، از «فضا» به معنای «خالی کردن مکان ها برای سکنی گزیدن انسان» نام برده و معماری به معنای تجسم بخشیدن روح مکان و وظیفه معمار خلق مکان های معنی دار است که به واسطه آن انسان را در باشیدن یاری می سازد (Norberg Schulz, 1979). میتسوپولوس و تامسون به رابطه ضرورت های شناختی در پیش بینی کارکرد و عملکرد انسان در فضا می پردازند (Mitsopoulos & Thomson, 2020). همچنین لوفور در کتاب «درآمدی بر تولید فضا»، ضمن بیان نظریه تولید فضای خود تأکید می کند که فضا نه صرفاً ابژه ای انضمامی و مادی که همچنین ابژه ای ایدئولوژیک، زیسته و ذهنی است و از طریق مجموعی پیچیده ای از کنش های اجتماعی تولید می شود که با یکدیگر همپوشانی دارند.

#### (جدول شماره ۱)

#### • پژوهش های مرتبط با فضای رویداد

از جدیدترین پژوهش های حوزه رویداد با نگاهی متفاوت می توان به تحقیق کلی مگیور اشاره کرد، او در پژوهش خود تحت عنوان، «بررسی نقش قدرت مقامات محلی در برنامه ریزی رویدادهای اقتصادی - اجتماعی» به ارزیابی دولت ایرلند به عنوان میزبان رویدادها می پردازد و نشان می دهد رویدادها در صورت عدم برنامه ریزی دولت ها و فقدان مدیریت، خسارت اقتصادی و اجتماعی جبران ناپذیری را می تواند بر جامعه تحمیل کند (Maguire, 2019, 8). مگیور در این پژوهش به طور جامع به تأثیرات منفی و زیان آور اقتصادی و اجتماعی رویدادها بر جوامع محلی می پردازد. لاوسن در کتاب «زبان فضا» بیان می کند که مکان و رویداد بیش از فضا و زمان معنی می دهند. فضا در تصور انسان، مکان و زمان در تصور او، رویداد است. از نظر وی، از راه پیوند واکنش ها، احساسات، روحیات و حتی رفتارهای مردم را در ویژگی های کالبدی و قابل درک مکان ها و فضاها و فرمها می توان یافت (عینی فر و

#### محدوده مطالعاتی طرح (قلمرو تحقیق)

فضاهای اجتماع محور، عناصری هستند که علاوه بر ارتقا تعاملات شهری و ارتقا همبستگی اجتماعی، می توانند عامل مهمی برای تعریف هویت شهری نیز باشند. در این پژوهش، محور تاریخی شهر کرج به صورت خاص مورد توجه است که عبارت است از: محدوده میدان قدس تا امامزاده حسن (ع) (پیاده راه امامزاده حسن (ع)). (شکل شماره ۱)

در شهر کرج، محدوده میدان قدس تا امامزاده حسن (ع) به عنوان یک فضای اجتماع محور، جهت بررسی ارتباط فضاهای عمومی و رویدادمرداری انتخاب شده است. منظور از فضای عمومی اجتماع محور، فضاهای شهری نسبتاً وسیعی است که دارای محیطی باز با کارکردهای متفاوتی از ارتباطات اجتماعی، فرهنگی، تجاری یا تفریحی از دو یا چند کارکرد بوده و به طور خلاصه مکانی برای مراودات اجتماعی، حضور پذیری، تجمع شهروندان و ارتباطات متقابل بین آنهاست.

این محور، که با وجود پتانسیل های ویژه این محدوده و به واسطه قرارگیری در بافت تاریخی شهر و پتانسیل هایی چون آستان امامزاده حسن (ع)، کاخ سلیمانیه و کاروانسرای شاه عباسی از اهمیت ویژه ای برخوردار است، فضاهای رویداد مداری است که خاطرات جمعی مشترکی را برای شهروندان به همراه داشته است. اما به دلیل عدم توجه به اهمیت وجه رویدادمرداری این فضاها به جای ارتقا کیفیت مکان و ایجاد شرایطی برای تداوم حضور شهروندان، کم کم به فضاهایی ماشین محور و عبوری تبدیل شده و خاصیت رویداد مداری و اجتماع محوری آن رو به نابودی است. شناخت این مکان ها و ارزیابی مشکلات ناشی از نادیده گرفتن وجه رویداد مداری آنها از مسائل ضروری این پژوهش است.

از طرفی بررسی جایگاه این پتانسیل ها در نقشه کلی شهر کرج نشان می دهد که فضاهای رویداد مدار مهم شهر در مسیرهای خطی شکل گرفته و ماهیت فضای شهری را به فضایی عبوری تبدیل می کند. برای ایجاد حس تعلق به شهر لازم است فضاهای که قابلیت تبدیل به پیاده راه و رویداد مدار شدن را دارد شناسایی گردد؛ به گونه ای که ارتباط میان مکانی این محور از فرم خطی به فرم شعاعی تبدیل شود.

#### پیشینه پژوهش

مروری بر پیشینه تحقیق نشان می دهد که رابطه معناداری



جدول (۱) پژوهش‌های مرتبط با حضور و تجربه انسان در فضا

پژوهشگران سال انتشار قالب پژوهش	عنوان پژوهش	موارد بررسی شده در پژوهش	یافته‌های پژوهش
NorbergSchulz 1979 Book	Towards a Phenomenology of Architecture	ارتباط میان انسان و فضا با دیدگاه پدیدارشناسی	وظیفه معمار خلق فضاهای معنی‌دار است که به‌واسطه آن انسان را در حضور داشتن یاری می‌سازد.
Lefebvre 1991 Book	The Production of Space	نظریه تولید فضا از منظر کنش‌های اجتماعی (دیالکتیک فضایی)	فضا از طریق مجموعه پیچیده‌ای از کنش‌های اجتماعی تولید می‌شود. میدان‌های نیروی متعدد و در تقابلی در کارند که بر تولید فضا اثر می‌گذارند.
نورمحمدی، ۱۳۹۰ مقاله مستخرج از رساله	جایگاه انسان در تحول معنای فضای معماری در قرن ۱۹ و ۲۰	بررسی جایگاه انسان در مفهوم فضا تأکید بر روان‌شناسی محیطی و نظریه ادراک	فضا مفهومی است که با حرکت انسان در آن تغییر می‌کند. خلق فضا بازی در حال نوسان نیروها به شمار می‌رود.
رازانی ۱۳۹۶ مقاله	از مؤلف تا کاربر، بررسی نقش کاربر در شکل‌گیری فضای معماری	بررسی ارتباط میان مخاطب و شکل‌گیری فضای معماری بررسی نظریات فوکو و بارت	کاربر می‌تواند نقش مؤثری در روند تولید معماری داشته باشد.
Soja 2008 Book	Taking space personally	بررسی چگونگی تحلیل فضا و نقش تجربه زیسته در تولید فضا	کاربران به‌واسطه روال‌های زندگی روزمره، در زمان و فضا، جهان‌های اجتماعی خود را بازتولید و متحول می‌کنند. ساختارها و روابط اجتماعی بازتولید می‌شوند و هم‌زمان به‌وسیله مردمی که آنها را می‌سازند تغییر می‌یابند. فضا پیوند نزدیکی با تجربه زیسته دارد.
رودلف آرنهیم ۱۳۹۲ کتاب	پویه شناسی صور معماری	بررسی نیروهای ادراک بصری در فضای معماری	فضا، نظامی برآمده از «اشیا»، «روابط» میان آنهاست. فضا، منظومه‌ای از اشیای مصنوعی و طبیعی و فضای خالی میان آنهاست که در ذهن پدیدآورنده و کاربر، دستگاه فضایی خود را پدید می‌آورد.
حبیبی، برزگر ۱۳۹۷ مقاله مستخرج از رساله	معیارهای ضرب‌آهنگ کاوی زندگی روزانه در تولید اجتماعی فضای شهری، باتکیه بر تجارب پژوهشی	نگاهی تحلیلی، به شیوه تولید و ساماندهی فضا و پیوند آن با زمان و مکان و ماهیت پیچیده و لایه‌های چندگانه آن	در فضای زیسته، معیارهای ضرب‌آهنگ کاوی از حضور در فضا، مناسبت‌ها، رویدادها و شکل این حضور تأثیر می‌گیرند. فضای زیسته، واجد تجربه مستقیم و زیسته افراد است.
صیاد، غریب پور سیاهکلی ۱۳۹۸ مقاله مستخرج از رساله	فضامندی و بدن آگاهی: بازخوانش مفهوم فضا در تجربه معماری	بررسی ادراک بدنی انسان به‌مثابه منبع الهامی برای بازتعریف مفهوم فضا در تجربه معماری	خوش پدیداری از تجربه ادراک از فضا به رسته‌های ادراک تام، درک پویا از فضا به‌واسطه حواس؛ فضا، واسطه‌ای بر ادراک نوستالژی جمعی؛ و فضا به‌مثابه امکان شهود و درک دیگری قابل تفکیک است.
سلطانی منصوری فرزین، ۱۳۹۱ مقاله مستخرج از رساله	تطبیق نقش الگو و مفاهیم مبتنی بر تجربه در فضای معماری	بررسی رابطه میان الگو و تجربه فضای معماری	الگوها، نیازهای مبتنی بر نگرش‌ها و رفتارهای انسان را در فضای معماری پاسخ می‌دهند. الگوها برآیند و حاصل تجربیات و خرد جمعی جامعه هستند.
صدقی بذرافکن، ۱۳۹۶ مقاله	رابطه تجربه جمعی در زندگی روزمره و اجتماع‌پذیر شدن فضا	بسط مفاهیم تجربه، خاطره جمعی، حیات اجتماعی و فضای انعطاف‌پذیر و اجتماع‌پذیر	آنچه زمینه تعاملات اجتماعی را فراهم می‌کند داشتن فضایی است که فرد بتواند آزادانه فعالیت و مشارکت کند و به‌واسطه تجربه‌های فردی، تجربه‌های جمعی را بسازد.
De Certeau 1984 Book	The practice of everyday life	بررسی تجربه مخاطب در فضای معماری	شخص می‌تواند چیزهای تازه‌ای در فضا تجربه کند، هرچند قادر به حفظ آنها نباشد. فضا، تجربه نمودن ابژه‌هاست.
Semiha 2018 Article	Towards Quantifying Human Experience in the Built Environment	بررسی ویژگی‌هایی از فضا که بر تجربه مخاطب اثرگذار است	ویژگی‌هایی نظیر باز بودن فضا، وجود پنجره‌ها، انعطاف‌پذیری در انزوا / اجتماعی شدن، سطح نور مصنوعی، تراکم فضاها و رنگ سطوح، توسط مخاطبین فضا قابل مشاهده است و موجب تغییر تجربه انسان می‌شود.

با تحلیل پرسشنامه‌های آماری به ارزشیابی شاخصه‌های کالبدی تأثیرگذار بر مؤلفه‌های روان‌شناختی و جامعه‌شناختی رسید.

تحقیق حاضر با توجه به ماهیت و قلمرو موضوعی در حوزه تحقیقات کاربردی\_توسعه‌ای جای می‌گیرد. در این پژوهش موردپژوهی از روش تحقیق توصیفی-تحلیلی استفاده می‌گردد. روش توصیفی، مجموعه روش‌هایی است که هدف آن‌ها توصیف کردن شرایط با پدیده‌های مورد بررسی است (سرمد، ۱۳۸۱، ۸۲).

پژوهش‌های مرتبط با فرایندهای ذهنی اجتماعی، تنها در قالب روش‌های ترکیب کمی-کیفی قابل مطالعه است (Steenland, et. al. 2001). در مطالعات مبانی نظری این پژوهش جهت جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات از روش‌های اسنادی و کتابخانه‌ای، استفاده شده است. پس از انجام مصاحبه‌های عمیق و نیمه ساختاریافته و تبدیل اطلاعات به نقشه تصویر ذهنی شهروندان در ارتباط با اطلاعات جمع‌آوری شده به صورت کیفی مورد تحلیل و بررسی قرار گرفت. هم‌راستا با انجام مصاحبه‌ها، با تهیه و توزیع پرسشنامه میان افرادی که تجربه حضور در محدوده مورد مطالعه را داشته اند، مؤلفه‌های تأثیرگذار بر بازشناسی خاطره جمعی و تقویت مهرانگیزی از نظر شهروندان به صورت کمی است.

به منظور بررسی مولفه‌های تأثیرگذار بر ایجاد خاطره جمعی و مهرانگیزی از پرسشنامه در قالب مقیاس لیکرت (پنج درجه‌ای از خیلی خوب تا خیلی ضعیف) استفاده شده است. گستره طرح و جامعه آماری این پژوهش از میان افرادی انتخاب گردیده که سابقه سکونت در محدوده مورد مطالعه‌ی شهر کرج را حتی در مدت محدود داشته‌اند. با توجه به اینکه رویداد مداری در شهر به ایجاد تعاملات فرهنگی در میان ساکنان می‌انجامد، جامعه هدف در این پژوهش متعلق به سه گروه سنی کودک، جوان و میانسال است. تعداد پرسشنامه توزیع شده در بین ۳۸۴ نفر به صورت تصادفی از فرمول کوکران مشخص شده است. بررسی شرایط مناسب حضور این سه گروه سنی در فضای رویداد، زمینه‌هایی را برای تداوم حضور خانواده در فضای عمومی شهر فراهم خواهد نمود. نتایج داده‌های حاصل از پرسشنامه‌های توزیع شده از طریق نرم افزار SPSS ارائه شده است. به منظور مقیاس دهی عددی به پنج درجه موجود در پرسشنامه اعداد ۱ تا ۵ پاسخ‌های کیفی را کمی

همکاران، ۱۳۹۹).

همچنین از نگاهی دیگر رویدادها باعث جمع شدن افراد کنار همدیگر و افزایش مشارکت و به دنبال آن ارتقاء هویت محلی می‌شوند (Yahan & Wis, 2019, 1).

رویدادها مرزهای زمانی واضحی دارند ولی مرزهای فضایی به نسبت مبهمی دارند، به گونه ای که با داشتن بخش‌های متمایزی، فرد و مخاطب را از جنبه های مختلف ادراکی، کنشگری، زبان و اندیشه به رویداد، متعهد و وابسته می‌کنند (Casati & Varzi, 2020). در فضای معماری، رویداد غیر از بعد فضایی ناظر به فعالیت‌ها و تجربه ذهنی مؤلف و مخاطب نیز بوده و تجربیات عوامل انسانی آن را دربرمی‌گیرد. (جدول شماره ۲)

### • پژوهش‌های مرتبط با تصاویر ذهنی از شهر

ایده تصویر ذهنی ارزیابانه از کارهای لینچ (۱۹۶۰) درباره نقشه‌های ادراکی نشأت گرفته است. وی هویت و ساختار یک شهر را در قالب «تصور پذیری یا خوانایی» جستجو می‌کند (نَسَر، ۱۳۹۲).

نَسَر در کتاب «تصویر ذهنی ارزیابانه از شهر» در پی یافتن معنا با ارزیابی افراد از محیط بصری اطرافشان است و به همین دلیل چرایی محیط بصری مهرانگیز را جستجو می‌کند تا از این طریق معنای نهفته در ذهن ناظر را کشف کند. جک نَسَر بر تصویر ارزیابانه و کیفیت محیطی تمرکز دارد و مفهوم مهرانگیزی را تشریح می‌کند و پنج متغیر طبیعی بودن، نحوه نگهداری، دل‌باز بودن، اهمیت تاریخی و نظم را در ارزیابی مهم می‌داند (Nasar, 1989: 78). مهربابیان و راسل سه بعد دلپذیری یا رضایتمندی، تحریک‌آمیزی یا برانگیختگی و تسلط را برای تشریح ارزیابی انسان از محیط کالبدی ارائه می‌دهند (Baker et al, 2014: 1). (جدول شماره ۳)

### روش پژوهش

این پژوهش با هدف ایجاد اجتماع محوری مطلوب در کلان شهر کرج، به واکاوی تصاویر ذهنی ارزیابانه در فضاهای رویداد محور و خاطره‌ساز در محدوده شهری می‌پردازد. در این راستا با انجام مطالعات میدانی با بهره‌گیری از ابزار مشاهده و مصاحبه، به پایش وضع موجود در شهر پرداخته شده است. به این منظور، پس از تحلیل وضع موجود با انجام تحلیل‌های کیفی و کمی، داده‌های احصا شده از مصاحبه‌ها،

جدول ۲) پژوهش‌های مرتبط با فضای رویداد

پژوهشگران / سال انتشار / قالب پژوهش	عنوان پژوهش	موارد بررسی شده در پژوهش	یافته‌های پژوهش
امیریان بهبهانی سلطان‌زاده ۱۳۹۶ مقاله مستخرج از رساله دکتری	شناسایی مؤلفه‌های مؤثر در شکل‌گیری رویدادهای زندگی‌بخش و چگونگی تبلور آن‌ها در فضای زیسته	بررسی آرای نظریه‌پردازان حوزه‌های مختلف در مورد رویداد و ارتباط آن با فضا، مکان، زمان و حرکت، با حضور در متن رویدادهای مختلف	رویداد، هم به‌عنوان عامل شکل‌دهنده فضا و هم به‌عنوان محصول برآمده از فضا است. مؤلفه‌های زندگی‌بخش: ۱. ویژگی‌های دربردارنده (وابستگی به روند طبیعی زندگی روزمره و آزادی فضایی آن) ۲. قابلیت‌ها (درب‌گیرندگی و هم‌افزایی، انسجام‌بخشی، رشد) ۳. فراهم‌آوردن امکان‌های حضور فعال گروه‌های اجتماعی و سنی مختلف و برقراری تعاملات اجتماعی میان آن‌ها (استفاده فعالانه از عنصر حرکت برای شکل‌دهی به فضا)
صالحی معوا، خاتمی و رنجبر ۱۴۰۱ مقاله مستخرج از رساله دکتری	تحلیل و مقایسه میزان رویدادمداری فضاهای عمومی شهری مورد مطالعه منطقه ۱۲ شهر تهران	بررسی ماهیت فضاهای عمومی شهری و عوامل سازنده آنها در شکل‌گیری رویدادها بررسی چگونگی تأثیر گونه‌های مختلف فضای عمومی بر میزان رویدادمداری	ارائه پنج معیار دسترسی، پیوستگی فضایی، تسهیلات فضایی، همه‌شمولی و امنیت که به‌عنوان تأثیرگذارترین معیارهای مؤثر بر رویدادمداری معرفی شده است.
محبوب جلالی و همکاران ۱۳۹۹ مقاله مستخرج از رساله دکتری	الگوی سلسله‌مراتبی معناپذیری مکان با برپایی رویدادها در فضاهای عمومی شهری	بررسی تجربه حضور و مواجهه مردم با فضا از طریق مصاحبه‌های عمیق، به‌منظور معنادارتر کردن فضاهای عمومی	ارائه الگوی سلسله‌مراتبی معناپذیری رویدادها برای آفرینش فضا: «بهانه حضور» حداقل زمینه معناپذیری برای آفرینش فضا است. «میزان لذت بردن از حضور» درجه بالاتر معناپذیری است. «میزان مشارکت مؤثر در رویداد» درجه معنادارتر و بالاتری از آفرینش فضا را ایجاد می‌نماید.
بذرافکن رضوی ۱۳۹۶ مقاله	تجربه هم‌کنش فضا و رویداد در باغ - موزه قصر	رابطه فضا و رویداد و نقش آن‌ها در هم‌کنش یکدیگر	در نظر گرفتن رویداد و فضا در کنار یکدیگر، نگاشت حرکت و الگوهای جاری در فضا به‌عنوان عامل شکل‌گیری فضا، انعطاف و پویایی فضا و در نهایت امکان نامحدودی از تجربه فضایی را که زمینه شکل‌گیری رویداد است، فراهم می‌آورد.
آرام و بذرافکن ۱۳۹۶ مقاله	بررسی عوامل مؤثر در رویداد پذیری فضاهای میانی	تحلیل نمونه‌های موردی موفق در زمینه تولید رویداد	عواملی چون افزایش مقیاس و دادن عملکردها به فضاهای میانی و افزایش نفوذپذیری، در نمونه‌های موفق فضاهای رویداد پذیر وجود دارد.
اسلامی و چرمچی ۱۳۹۵ مقاله	بازتاب تفکرات برنارد چومی در دو اثر پارک دلاویت و موزه آکروپولیس	تحلیل نظریه‌های برنارد چومی همچون مفهوم برنامه‌ریزی مقطعی و نا ساختاری و دیدگاه او در معماری و رویداد	مفهوم معماری در به‌عمل‌آوردن فضا، کنش و جنبش در قامت «رویداد» گرد هم می‌آید
Tschumi 1975 Article	Abstract Mediation and Strategy میانجیگری انتزاعی و راهبرد آن	بررسی نقش رویداد در فضای معماری	معماری را باید به منزله «تعامل فضا و رویدادها» دریافت کنیم. مفاهیمی چون فضا و رویداد نقشی اصلی در شکل‌گیری معماری و تجربه‌ی آن ایفا می‌کنند.
برنارد چومی ۱۳۹۹ کتاب	معماری و انفصال	بررسی فضا، رویداد، تجربه‌ی فضا و همچنین مفهوم پویایی در معماری	معماری قبل از تبدیل شدن به فرم، باید از ایده‌ها سرچشمه گیرد و نمی‌تواند از وقایع و حرکات بدن انسان‌هایی که در آن ساکن است منفک شود. با ایجاد تغییر در ترکیب فضاها، حرکات و رویدادها، می‌توان ساختارهایی را که حاوی آن‌ها هستند گسترش داد. ماهیت و جوهر فضا، ذهنی است و این معمار است که مدل غایی علت را در اختیار می‌گذارد که به‌واسطه‌ی ادراک یک بنا به وجود می‌آید.

ادامه جدول (۲) پژوهش‌های مرتبط با فضای رویداد

پژوهشگران / سال انتشار / قالب پژوهش	عنوان پژوهش	موارد بررسی شده در پژوهش	یافته‌های پژوهش
آرام بذرافکن مقاله ۱۳۹۷	نسبت ضرورت و آزادی برنامه در تبیین دستگاه رفتار - فضا	بررسی ارتباط فضای معماری و رفتار مخاطب و رویداد	راهبردهایی سه‌گانه برای طراحی فضاهای بینابین: ۱. هم‌جواری فضاهای بینابین باز با فضاهایی با تراکم رفتاری زیاد ۲. افزایش مقیاس فضایی و میدان دید در طراحی فضاهای بینابین بسته ۳. رویداد پذیر کردن فضاهای جانبی.
Tschumi 1977 Article	The Pleasure of Architecture	بررسی ارتباط میان فضا، رویداد و تجربه مخاطب	کالبد انسانی می‌بایست همچون محور و مرکز مسائل فضا دیده شود. تجربه‌ی کالبد متحرک در فضا، معماری را از هنر تمیز می‌دهد.
وجدی متین مقاله ۱۳۹۷	واکاوی شاخصه‌های تعاملات اجتماعی در خلق فضای رویداد و تجربه شهر	بررسی تعاملات اجتماعی، فضاسازی، تجربه و خاطره جمعی و رویداد و بیان آرای فلاسفه و معماران در این حوزه	آشکار کردن وابستگی بین محیط ساخته‌شده و زندگی و وابستگی بین زیرساخت‌های فیزیکی و اجتماعی، ایجاد فضایی با تاریخ و خاطرات و احیاکننده‌ی تعاملات اجتماعی، ایجاد ساختار فضایی که تعدد انتخاب را برای الگوهای رفتاری کاربران دارد، در جهت خلق فضای رویداد و تجربه شهر مؤثر است.
الهیان و شریف‌زاده مقاله ۱۳۹۷	بازتعریف تجربه فضای عمومی شهری به‌مثابه تولید گفتمان رویدادها	بیان مفاهیم رویداد و تجربه و رابطه بین آن‌ها	خلق فضای شهری رویدادمندی که بین استفاده‌کنندگان آن تجربه مشترکی به وجود می‌آید، نیازمند فضایی کاملاً انعطاف‌پذیر است که بتواند در مواقع و مناسبت‌های مختلف، دربرگیرنده رویدادهای مختلف فضا باشد
افتخاری، بذرافکن و ایرانی بهبهانی مقاله ۱۴۰۲	تبیین نسبت نظام فضایی و نشان‌های در رویدادپذیری فضاهای بزرگ‌مقیاس (مطالعه موردی نرسانه سبزه‌میدان و بازار مسگرها در بازار بزرگ تهران)	بررسی چگونگی روند ثبت روایت و برساختن رویداد از طریق نظام نشان‌های و فضایی اثر معماری	نظام‌های فضایی و نشان‌های، اثرگذاری متفاوتی در حافظه فعال و رویدادپذیری فضا دارند. نظام فضایی به‌صورت درون‌زا، مستقیم، بی‌واسطه و از طریق ادراک و تجربه فضایی، زمینه رویدادپذیری را پیش می‌برد؛ و نظام نشان‌های از طریق ثبت و بازخوانی، به‌صورت غیرمستقیم و باواسطه، تشخیص اجزای فضایی با اثرگذاری در حافظه بخشی انسان را فراهم می‌کند.
جاسسی و همکاران ۱۴۰۱ مقاله	مطالعه خوانش بینامتنی بافت لاله‌زار بر پایه مفهوم «فضا - رویداد» در راستای ارتقای کیفی فضا	مطالعه، بررسی و توجه به زوایای پنهان تأثیر مولفه‌های «فضا - رویداد» بر کیفیت فضا توسط خوانش بینامتنی در بافت‌های بالرزش	سه موضوع «ادراک فضا»، «وابسته بودن به روند طبیعی زندگی» و «شکل‌دهی به فضا» به‌عنوان تأثیرگذارترین و پرتکرارترین مولفه‌های فضا - رویداد مطرح گردیدند که توجه به آنها در حین طراحی باعث خلق فضاهایی متناسب با نیازهای انسان معاصر در بافت‌های بالارزش تاریخی خواهد شد.
ترکمان و همکاران ۱۳۹۶ مقاله	پاتوق، فضای جمعی شهری و معماری و محل تعاملات اجتماعی و فرهنگی (نمونه موردی شهر برازجان)	بررسی میزان تأثیرگذاری آیتم‌های اجتماع‌پذیری، امنیت، پیاده‌مداری، تنوع، سرزندگی، نفوذپذیری، نور و سایه بر فضاهای رویداد اجتماع‌محور	عوامل محیطی، اجتماعی و کالبدی از تأثیرگذاری خوبی بر فضای پاتوق برخوردار هستند که توجه به این فاکتورها و آیتم‌های آنها در طراحی پاتوق باعث افزایش کیفیت این فضا می‌گردد. عوامل اقلیمی که بر فضای پاتوق تأثیرگذار است، به دلیل عدم توجه کافی به آن باعث کاهش امتیاز این عامل شده است که با ارائه تدابیر لازم می‌توان باعث افزایش کیفیت آسایش در فضای پاتوق شد.

بررسی تحلیلی یافته‌های پژوهش

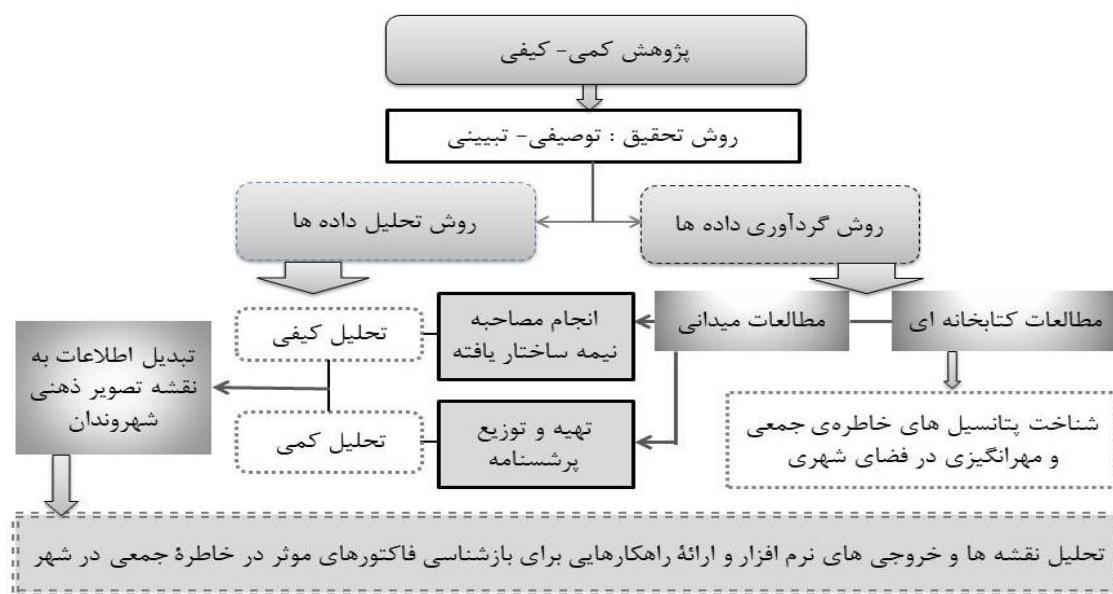
تصویر ذهنی ارزیابانه از شهر یک ساختار روان‌شناسانه‌ای را ارائه می‌دهد که شامل سنجش‌های ذهنی در محیط است. ارزشیابی این تصویر ذهنی شامل دو بعد است؛ جنبه‌های عینی

نموده تا معیاری برای سنجش داده‌ها باشد. سپس با ترکیب و تلفیق با نقشه ذهنی شهروندان، به بازشناسی معیارهای مؤثر بر ارزشیابی کیفیت فضا به منظور تقویت مهرانگیزی در خاطره جمعی رسیده است. (شکل شماره ۲)



جدول ۳) پژوهش‌های مرتبط با تصاویر ذهنی ارزیابانه از شهر

پژوهشگران / سال انتشار / قالب پژوهش	عنوان پژوهش	موارد بررسی شده در پژوهش	یافته‌های پژوهش
دیده‌بان و همکاران ۱۳۹۹ مقاله	بررسی تصاویر ذهنی ارزیابانه شهروندان در کناره رود کارون (نمونه: حدفاصل پل سفید و پل طبیعت)	بررسی صفات ارزیابانه‌ای مؤثر در شهر. چون: آرامش‌بخشی، ایمنی، رضایت‌بخشی، تحریک‌کنندگی، هیجان‌انگیزی محیط و موردعلاقه بودن	تصویر ذهنی شهروندان اهوازی باتوجه‌به صفات ارزیابانه نسبت به محیط به‌گونه‌ای است که فضاهای با عملکردهای متفاوت و با کیفیت‌های محیطی بالا، تصاویر ذهنی مثبت قوی و فضاهای باکیفیت محیطی پایین، تصاویر ذهنی ارزیابانه مثبت ضعیفی را در ذهن شهروندان ایجاد می‌کنند.
هنرمند و همکاران ۱۴۰۰ مقاله	تأثیر نقش معنای مکان در شکل‌گیری تصویر ذهنی گردشگران (مطالعه موردی محله جنت شهرستان مشهد)	توسعه گردشگری مقصدها در جهان به تصویر ذهنی	بیشترین نقش مؤلفه معنای مکان در شکل‌گیری تصاویر ذهنی گردشگران از نظر عوامل محیطی، شامل خوانایی نشانه‌های شهری، برآورده شدن انتظارات جامعه و وجود کیفیت و تناسب محیطی برای درک راحت‌تر و از نظر عوامل انسانی، شامل ایجاد ارتباط بصری قوی، حواس و تجربه شخصی در تصویر ذهنی گردشگر است.
مرادی و همکاران ۱۳۹۸ مقاله	ارزیابی تکنیک‌های برندسازی در شکل‌گیری تصویر ذهنی شهر بوشهر با تأکید بر سه گروه گردشگران، شهروندان و کارشناسان شهری	سنجش ادراک ذهنی مخاطبین کارشناسان، شهروندان و گردشگران از شهر بوشهر و ارزیابی ابزارهای مختلف برندسازی در شکل‌گیری آن	چهار مؤلفه کالبدی، ویژگی‌های اجتماعی-فرهنگی، امکانات و زیرساخت‌ها، و تبلیغات همراه با زیرمجموعه آن‌ها ابزارهای برند سازی و شکل‌دهنده تصویر شهر شناسایی شده‌اند.
باصولی و همکاران ۱۳۹۹ مقاله	نگاشت معنایی تصویر ذهنی گردشگران شهر	بررسی عوامل مؤثر بر تصویر ذهنی باهدف رونق گردشگری با استفاده از روش نگاشت شناختی معنایی و ارائه مدل‌های کیفی	ارائه مدل مفهومی از ابعاد و مؤلفه‌های تصویر ذهنی با استفاده از پیشران‌های عملکردی، اجتماعی، عاطفی، معرفتی و شرطی، به‌منظور و درک بهتر و عمیق‌تر مفهوم نگاشت شناختی به سیاست‌گذاران



شکل ۲) معرفی روش و ابزارهای تحقیق

میان افرادی توزیع گردیده که تجربه حضور در منطقه را حتی در مدت محدود داشته‌اند. (شکل های شماره ۵ تا ۸)

سؤالات پرسشنامه بر اساس مؤلفه‌های مؤثر در بازنگاری تصاویر ذهنی ارزیابانه از شهر از دیدگاه جک نَسَر طراحی گردیده است. این پرسش‌ها به ارزیابی ارتباط مؤلفه‌های رضایتمندی، اضطراب، کسل‌کنندگی و هیجان‌انگیزی با شاخصه‌های کالبدی می‌پردازد. پاسخ به چگونگی ارتباط این مؤلفه‌ها با تصاویر ذهنی افراد، تعیین‌کننده کیفیت فضا از منظر شهروندان بوده است. با تحلیل روابط درونی پاسخ‌ها نقشه روابط ذهنی از محدوده مورد مطالعه ترسیم گردیده است.

مکان‌یابی و طراحی نقاط مکث در مسیرهای شهری و محدوده‌های اجتماع‌محور به افزایش تعاملات اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی کمک نموده و به تقویت حس مهرانگیزی، صمیمیت، سرزندگی در شهر منجر خواهد شد. همچنین با بازطراحی نقاط عطف در سلسله‌مراتب دسترسی شهری سطح تنش در میان شهروندان کاهش خواهد یافت.

تحلیل‌های کمی- کیفی برگرفته از مطالعات میدانی با ارائه نمودارهای ماتریسی، نمایش هم‌فراخوانی ذهن و عین در مواجهه با فضاهای شهر کرج در زمان حال است که به پیش بینی و ایجاد شرایط مطلوب در چشم انداز آینده شهر می‌پردازد. (شکل های شماره ۹ تا ۱۵)

مطالعات میدانی انجام شده بر روی مؤلفه‌های مؤثر بر تقویت مهرانگیزی و خاطره‌انگیزی، در محدوده مورد مطالعه نشان داد که واکای مؤلفه‌های رضایت بخشی، هیجان‌انگیزی،

فضای شهری و تصاویر ذهنی فرد. بررسی‌ها نشان می‌دهد، یک مکان در صورتی دارای تصویر ذهنی مطبوع است که افراد عادی و مردمانی که حضور در فضا را به دفعات تجربه کرده‌اند، مورد تأیید قرار گیرند.

به منظور توصیف و تجزیه تحلیل اطلاعات، پس از گردآوری مطالعات میدانی با کمی کردن اطلاعات به تحلیل کیفی مفاهیم کمی پرداخته شده است. در این راستا با بررسی داده‌های به دست آمده از مصاحبه‌ها و کمی نمودن اطلاعات کیفی با تهیه و توزیع پرسشنامه‌هایی در جامعه هدف، دیگرام‌های و چارت‌هایی کمی مستخرج از مطالعات میدانی ترسیم شده که به‌عنوان ابزاری برای بالا بردن دقت ارزشیابی‌ها و تحلیل کیفی محتوای داده‌ها مورد استفاده قرار گرفته است.

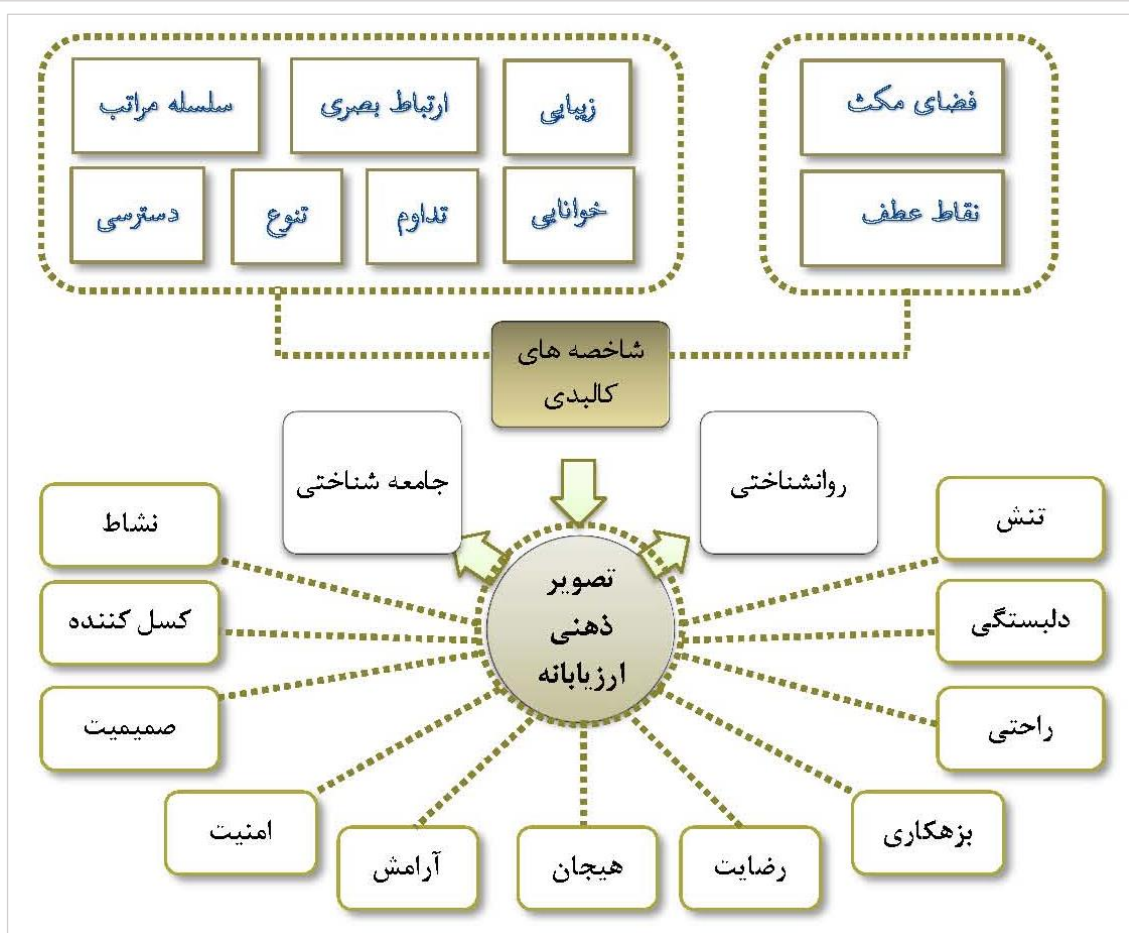
بررسی تحلیلی یافته‌های پژوهش بر اساس سه موضع روان‌شناختی، جامعه‌شناختی و کالبدشناسی شکل گرفته که به‌صورت خاص به بررسی ارتباط؛ تصاویر ذهنی ارزیابانه افراد، به‌عنوان متغیر وابسته با شاخصه‌های کالبدی شهری به‌عنوان متغیرهای مستقل می‌پردازد. (شکل شماره ۳)

عدم شکل‌گیری اصولی فضاهای اجتماع‌محور و همچنین ضعف مؤلفه خوانایی در محدوده مورد مطالعه باعث گردیده که خوانش ذهنیت افراد، در گردآوری یافته‌ها و مصاحبه با شهروندان، مسیر دستیابی به تئوری اشباع نظری را طولانی‌تر نماید. در این راستا از میان ۴۳ مورد مصاحبه با جامعه مذکور با رسیدن به کدهای تکرار شونده و دستیابی به تئوری اشباع نظری به منظور بررسی نتایج مصاحبه‌ها ارتباط درونی مولفه‌های کیفی از نظر کیفی در قالب دیگرام (شکل شماره ۴) بیان گردید. برای ترسیم این دیگرام از روش تحلیل کیفی از داده‌های کیفی استفاده شده و امکان کمی‌سازی در آن مطرح نبوده تنها می‌توان ارتباط دورنی مولفه‌ها را به کمک آن ارزیابی نمود. برای رسیدن به ضرایب کمی و میزان تأثیرگذاری مولفه‌ها بر یکدیگر از پرسشنامه‌هایی استفاده گردید.

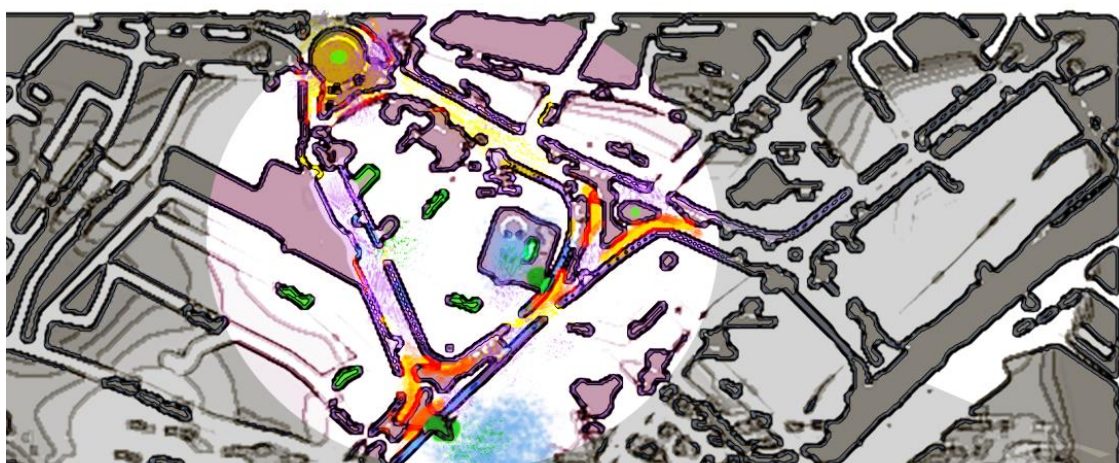
در جدول شماره ۴ نتایج آزمون تی تک درباره سنجش میزان پارامترهای مورد نظر در محدوده مورد مطالعه قابل مشاهده است. این آزمون با آلفای کرونباخ ۰/۸۳۷ بوده که پایایی آزمون را تصدیق می‌کند. در محدوده مورد مطالعه ۳۸۴ پرسشنامه به جامعه آماری توزیع شده که از این میان ۲۵۴ پرسشنامه میان شهروندان بومی این محله و ۱۴۰ پرسشنامه

جدول ۴) نتایج آزمون تی تک، سنجش مؤلفه‌های کیفیت اجتماعی در محدوده مورد مطالعه

تعداد متغیرها=۹	متغیرها	میانگین	انحراف معیار	مقدار مقایسه=۳		
				اختلاف میانگین	t	درجه آزادی
تعداد متغیرها=۹	تداوم	۳,۰۵	۰,۷۴	۰,۰۵	۰,۸۶	۳۸۳
	تنوع	۲,۷۹	۰,۷۵	-۰,۳۱	-۴,۰۵	۳۸۳
	سلسله مراتب	۲,۹۵	۰,۸	-۰,۰۵	-۰,۸۸	۳۸۳
آلفای کرونباخ=۰,۸۳۷	ارتباط بصری	۳,۸۹	۰,۸	۰,۸۹	۱۵,۵۸	۳۸۳
	دسترسی	۳,۷۴	۰,۸۴	۰,۷۴	۱۲,۵۴	۳۸۳
	فضای مکث	۳,۰۶	۰,۶۶	۰,۰۶	۱,۲۸	۳۸۳
	زیبایی	۲,۷	۰,۶۳	-۰,۰۳	-۶,۷	۳۸۳
	خوانایی	۳,۶	۰,۸	۰,۶	۱۰,۶۸	۳۸۳
	نقاط عطف	۲,۸۵	۰,۶۷	-۰,۱۵	-۳,۲۵	۳۸۳
	سطح معناداری	۰,۰۲	۰,۰۰	۰,۰۳	۰,۰۳	۰,۰۳



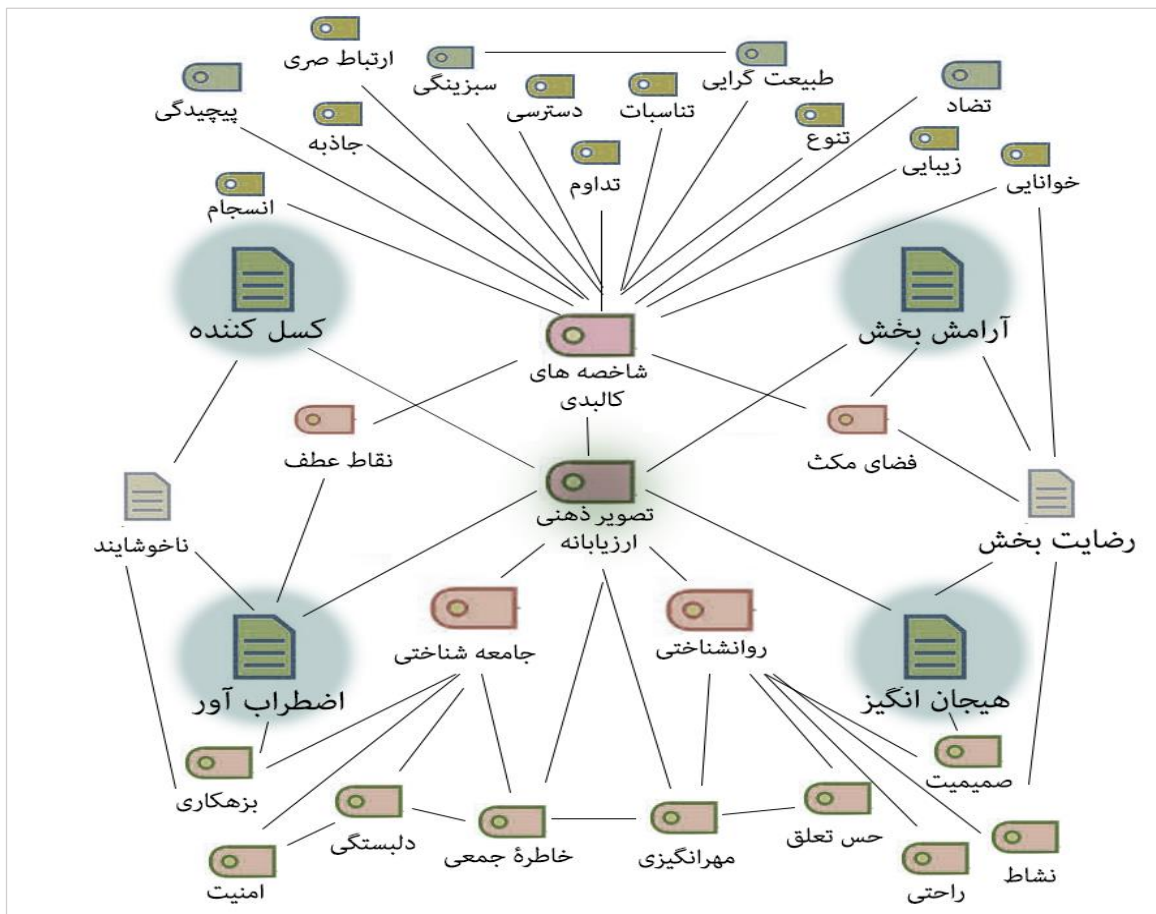
شکل ۳) دیاگرام ارتباط متغیرهای پژوهش بر تصویر ذهنی ارزیابانه با مهرانگیزی



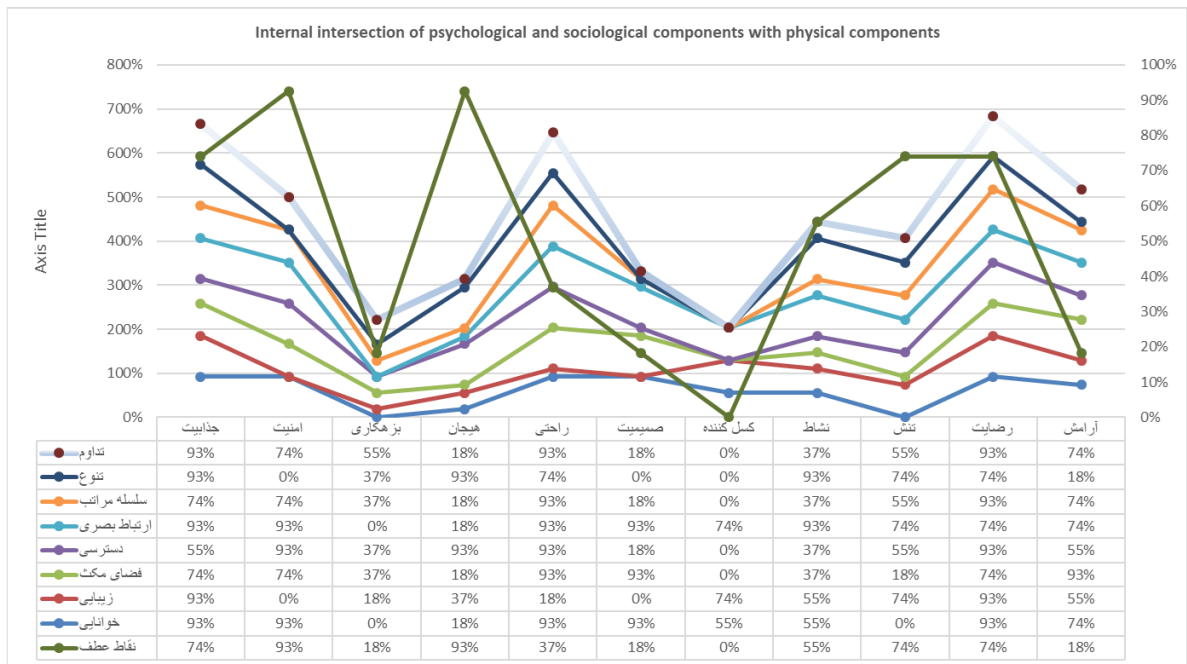
● فضای دوست‌داشتی   ● فضای ایمن   ● فضای استرس‌زا   ● فضای غیردوست‌داشتی   ● فضای نسبتاً دوست‌داشتی

شکل ۴) نقشه ارزیابانه از محدوده میدان قدس تا امامزاده حسن (ع) کرج

تصویر ذهنی ارزیابانه در فضاهای اجتماع محور با رویکرد تقویت خاطر جمع و مهرانگیزی در شهر



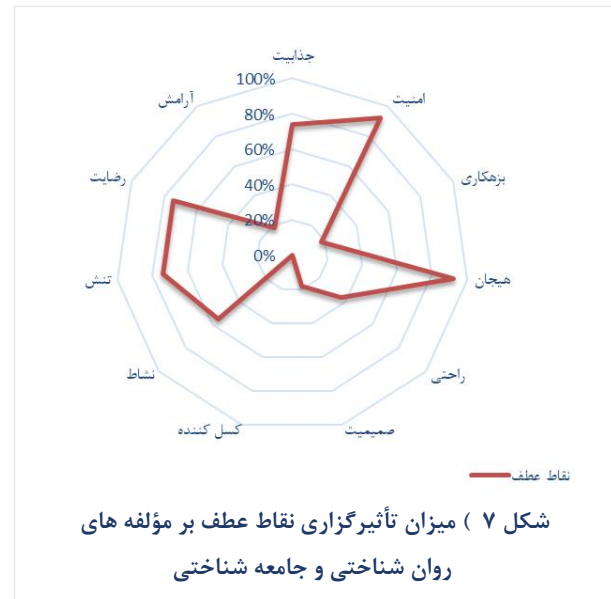
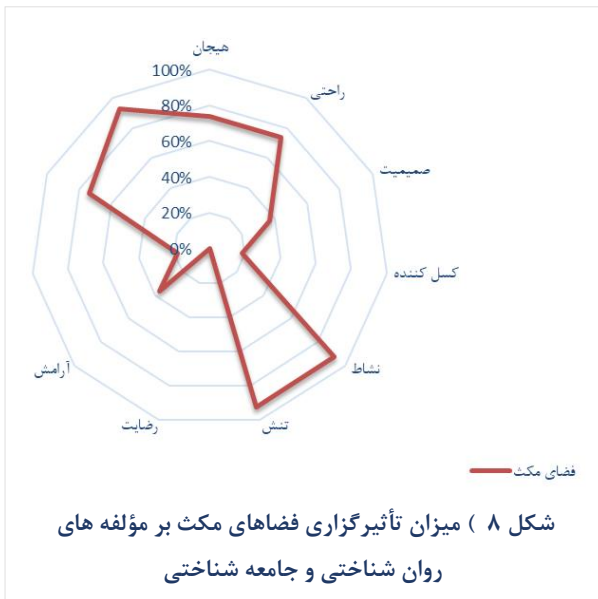
شکل ۵) دیگرام روابط درونی مؤلفه های روان شناختی، جامعه شناختی با شاخصه های کالبدی



شکل ۶) تقاطع درونی مؤلفه های روان شناختی و جامعه شناختی با شاخصه های کالبدی

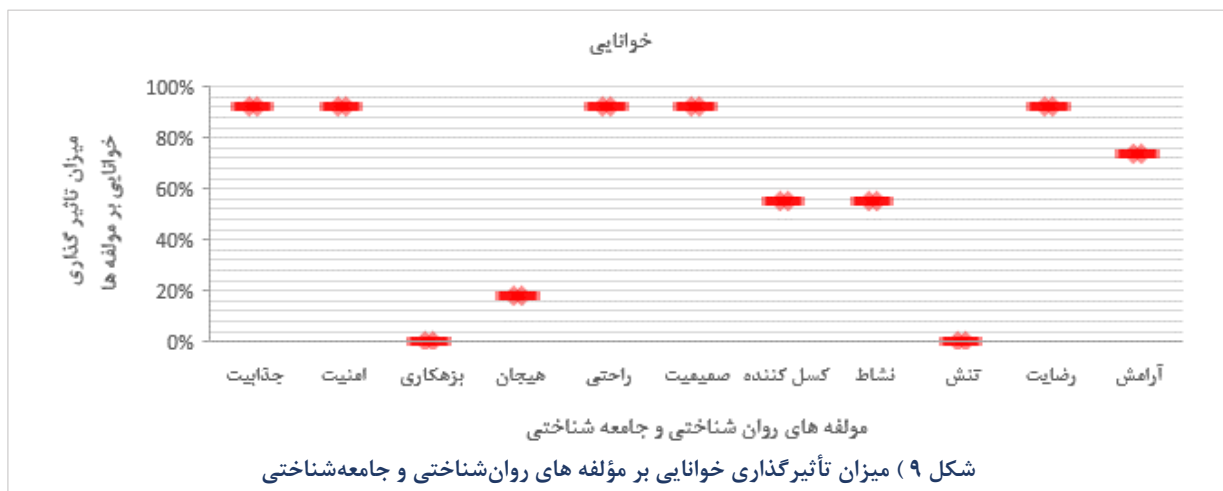
تصویر ذهنی ارزیابانه در فضاهای اجتماع محور با رویکرد تقویت خاطره جمعی و مهرانگیزی در شهر



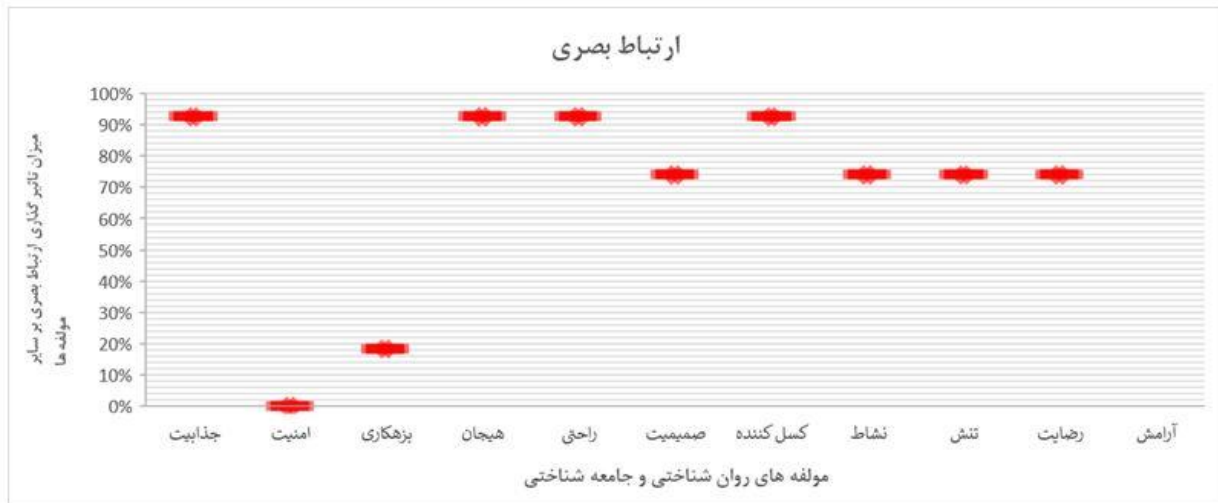


اصلی به فرعی، ارتباط پیاده راه با فضای سواره)  
 ○ طراحی و مکان یابی «نقاط مکث» در سلسله مراتب دسترسی  
 ○ ایجاد بستری مناسب برای رویدادهای شهری  
 ○ تعریف محور ارتباطی فضاهای باز شهری با قابلیت تبدیل به میدانگاه های پیاده روی مدار  
 ○ تبدیل فرم خطی به فرم شعاعی در فضاهای اجتماع محور  
 ○ افزایش تعاملات اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، سیاسی  
 ○ تعریف میداين تاریخی به عنوان مقصد  
 ○ غلبه تردد عابران پیاده بر خودروها در میدان  
 ○ انتقال حرکت سواره به زیرگذرها در میداين و تقویت حمل و نقل عمومی و ایجاد آرامش در تردد شهروندان.

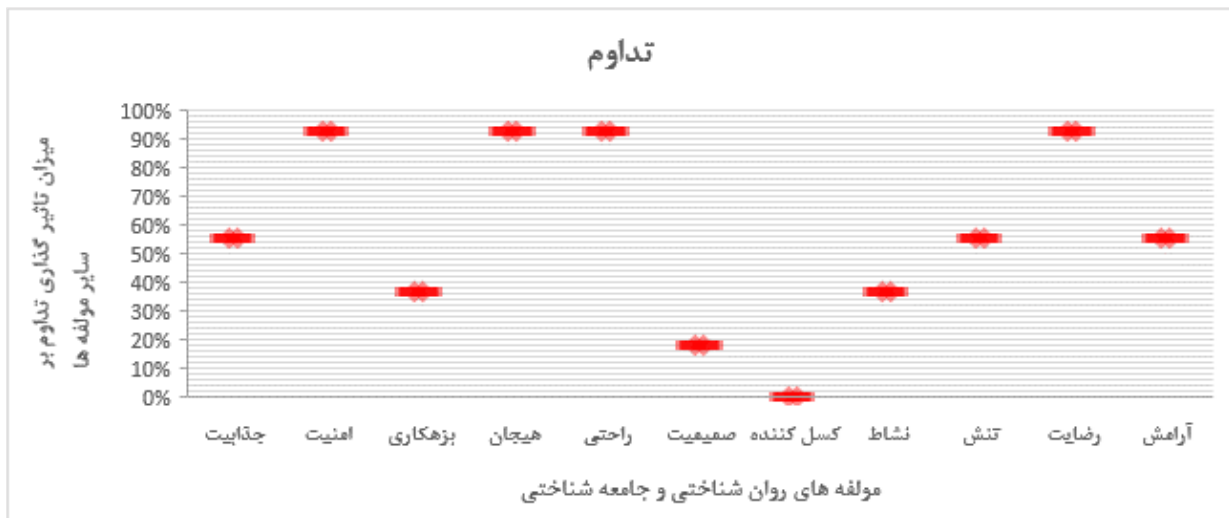
ا اضطراب آوری و کسل کنندگی در باز شناسی تصویر ذهنی ارزیابانه شهروندان مؤثر بوده و شاخصه های کالبدی شهری با مؤلفه های روان شناسانه و جامعه شناسانه در ارتباط تنگاتنگ است. همچنین از تحلیل کیفی داده های به دست آمده از مصاحبه ها و پیمایش میدانی، موارد زیر به عنوان پیشنهادهایی برای تقویت حس تعلق و مهربانگیزی در این محور شهری مطرح شد:  
 ○ ایجاد امکان «تداوم حضور» در فعالیت های اجتماعی در بستر شهری با ترغیب شهروندان  
 ○ ایجاد «خوانایی» در طراحی میدانگاه های پیاده و ارتباط آن ها با بستر شهری  
 ○ باز طراحی و مکان یابی «نقاط عطف» در سلسله مراتب دسترسی (ورودی مجموعه های عمومی، ارتباط خیابان







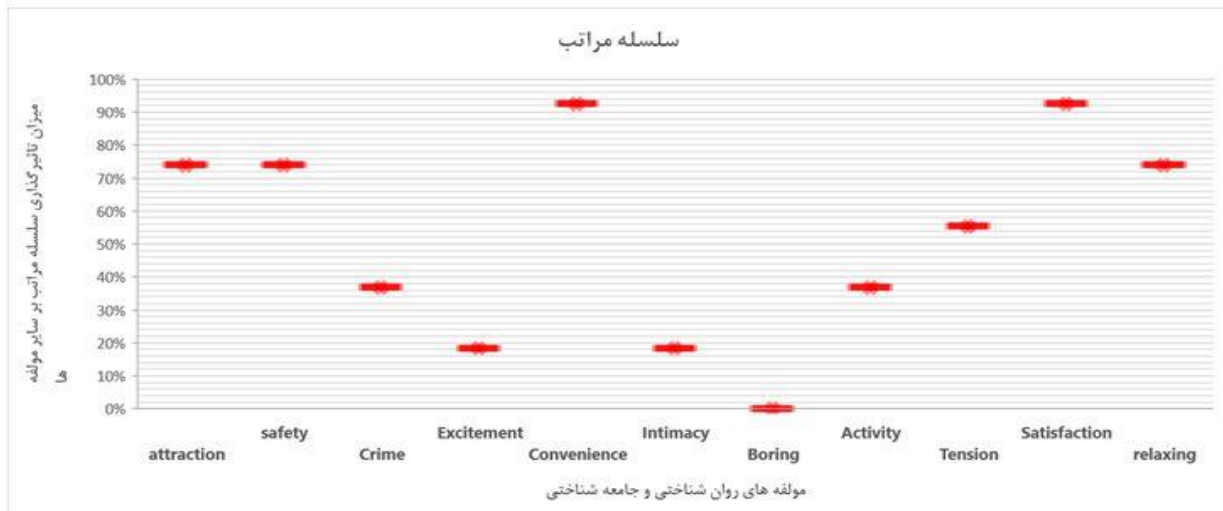
شکل ۱۰) میزان تأثیرگذاری ارتباط بصری بر مؤلفه های روان شناختی و جامعه شناختی



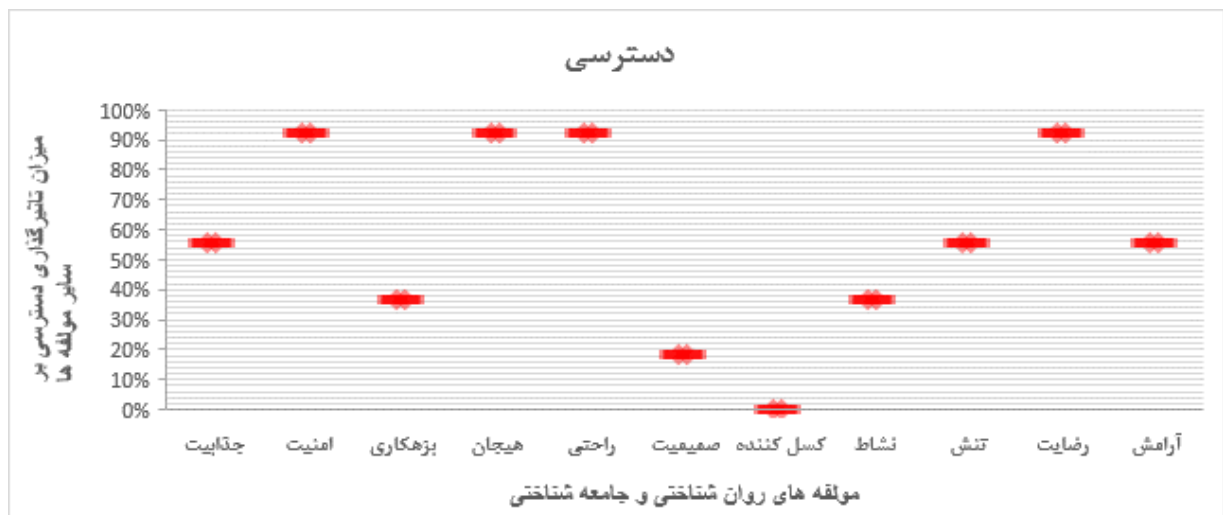
شکل ۱۱) میزان تأثیرگذاری تداوم بر مؤلفه های روان شناختی و جامعه شناختی



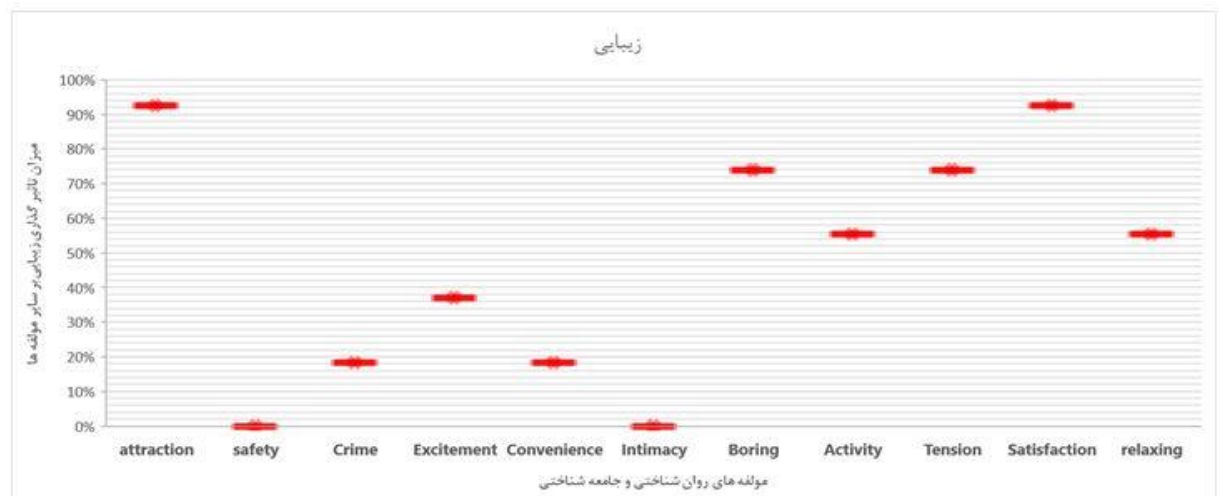
شکل ۱۲) میزان تأثیرگذاری تنوع بر مؤلفه های روان شناختی و جامعه شناختی



شکل ۱۳) میزان تأثیرگذاری سلسله مراتب بر مؤلفه های روان شناختی و جامعه‌شناختی



شکل ۱۴) میزان تأثیرگذاری دسترسی بر مؤلفه های روان شناختی و جامعه‌شناختی



شکل ۱۵) میزان تأثیرگذاری زیبایی بر مؤلفه های روان شناختی و جامعه‌شناختی

**نتیجه پژوهش و پیشنهادها**

نتایج پژوهش نشان می‌دهد که مکان و رویداد بیش از فضا در تصویر ذهنی افراد قابل ارزیابی است. مردم تنها می‌توانند در مورد دو ست دا شتن یا ندا شتن مکان صحبت کنند و در پاسخ به سؤالاتی در مورد چگونگی معماری فضا عموماً به سبک و دوره تاریخی اشاره نموده و کمتر به صورت انتزاعی آن را شرح می‌دهند. ایجاد زمینه‌هایی برای تجلی حس تعلق با پیوند واکنش‌ها، احساسات، روحیات و حتی رفتارهای مردم در ویژگی‌های کالبدی و قابل درک مکان‌ها و فضاها و فرم‌ها، پاسخ مناسبی برای حل مشکلات این شیوه کنش شهروندان در مواجهه با فضاهای اجتماع محور است.

شناخت معیارهای مؤثر بر خاطره‌انگیزی در فضاهای پیاده محور با رویکرد تقویت مهرانگیزی زمینه‌های پایداری اجتماعی را در بستر شهری ایجاد خواهد نمود. ایجاد زمینه‌هایی برای تجلی حس «مهرانگیزی» در عرصه‌های عمومی شهری، با تقویت حس تعلق به ترغیب شهروندان برای حضور در فعالیتهای اجتماعی و تداوم حضور در بستر شهری خواهد انجامید.

به دنبال پاسخ به پرسش پژوهش که فهم چگونگی تقویت فضاهای رویداد اجتماعی در شهر کرج بوده است، با واکاوی مؤلفه‌های مؤثر در تقویت مهرانگیزی و تعلق به مکان در عرصه‌های رویدادمدار و فهم دیدگاه شهروندان، شیوه‌های بازبایی فضاهای اجتماع محور شناسایی شد.

برای شناخت یک فضای اجتماع محور حداقل بایستی سه ویژگی در آن تشخیص داده شود:

- اول اینکه این فضا باید در بستر مناسبی از فضای شهری واقع شده باشد و محل قرارگیری این فضا باید به گونه‌ای باشد که به صورت طبیعی محل رفت‌وآمد مردم باشد.
- دوم اینکه این فضا باید دارای جداره‌های فعال و زنده باشد؛ به طوری که از یک‌سو نظارت طبیعی را بر فضای عمومی ایجاد کند و از سوی دیگر فعالیت‌هایی که جذاب باشند و به نیازهای مردم پاسخ دهند در آن جریان داشته باشد؛ فعالیت‌های نظیر خرده‌فروشی، رستوران، کافه، کتاب‌فروشی، مراکز فرهنگی. در واقع وجود یک بدنه فعال ضامن رونق یک فضای رویداد است.
- ویژگی سوم این است که با فضاهای پیرامونی خود رابطه‌ای

ارگانیک داشته و راه‌های دسترسی به آن (به عنوان نقطه جذب و پخش) از کارایی کافی برای اتصال با بافت‌های پیرامونی برخوردار است. به این معنی که مردم باید بتوانند به راحتی و مستقیم به آن رفت‌وآمد کنند و ساکنان بافت‌های مجاور در بهره‌برداری از آن مشکلی نداشته باشند.

ایجاد «خوانایی» در طراحی میدانگاه‌های پیاده و ارتباط آن‌ها با بستر شهری باعث تقویت تعاملات اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، سیاسی شده و به ایجاد بستری مناسب برای رویدادهای شهری منجر خواهد شد. همچنین برای تقویت حس تعلق در شهر لازم است محور ارتباطی فضاهای باز شهری که قابلیت تبدیل به میدانگاه‌های پیاده رویداد مدار را دارند، از فرم خطی به فرم شعاعی تبدیل شده و شبکه‌ای منسجم و نظام مند را در بافت شهری ایجاد نماید. روابط درونی این شبکه نظام مند باعث خوانایی شهر و تعاملات فرهنگی شده و نهایتاً به تقویت و احیا مهرانگیزی در فضاهای رویداد محور می‌انجامد.

نتایج این پژوهش، زمینه‌های بهبود تعاملات فرهنگی و اجتماعی جامعه هدف را ایجاد نموده و در ایجاد همبستگی اجتماعی نقش مؤثری داشته و اختلافات فرهنگی و معضلات آن را کاهش می‌دهد.

این پژوهش می‌تواند زمینه‌ای را برای پژوهش‌های آتی فراهم آورد. که در آن بتوان پیشنهادهای جهت جانمایی و توزیع صحیح فضاهای رویداد محور در بافت شهری ارائه کرد. همچنین ایجاد ارتباط میان این فضاها حس تعلق را در ذهن شهروندان تقویت خواهد نمود. شناخت مکان‌هایی در شهر که پتانسیل تقویت را دارند، با بهبود اوضاع آن منطقه خاص به کیفیت زندگی شهروندان کمک خواهد کرد.

**فهرست منابع:**

- آرام، لیلا و بذرافکن، کاوه (۱۳۹۶). بررسی عوامل مؤثر در رویداد پذیری فضاهای میانی، دومین همایش بین‌المللی افق‌های نوین در مهندسی عمران، معماری، شهرسازی و مدیریت فرهنگی شهرها، صص ۸-۱.
- آرام، لیلا و بذرافکن، کاوه (۱۳۹۷). نسبت ضرورت و آزادی برنامه در تبیین دستگاه رفتار-فضا، مطالعه موردی: فضاهای بینابین

خاتمی، سید مهدی و صالحی معوا، فاطمه و رنجبر، احسان. (۱۴۰۱). تحلیل و مقایسه میزان رویدادمداری فضاهای عمومی شهری مورد مطالعه: منطقه ۱۲ شهر تهران. باغ نظر، ۱۹ (۱۰۶)، ۸۵-۹۸.

دیده بان، محمد و همکاران (۱۳۹۹). بررسی تصاویر ذهنی ارزیابانه شهروندان در کناره رود کارون نمونه موردی: حدفاصل پل سفید و پل طبیعت، نشریه علمی معماری و شهرسازی ایران، ۷۷-۹۹.

رازانی، پردیس (۱۳۹۶). از مؤلف تا کاربر، بررسی نقش کاربر در شکل‌گیری فضای معماری، کنفرانس ملی پژوهش‌های کاربردی در عمران، معماری و شهرسازی، ۱-۱۲.

ساعدنانه، حمید، اساسی، وریا (۱۳۹۴). باز زنده سازی بافت‌های تاریخی با تأکید بر خاطره جمعی. کنفرانس ملی مهندسی معماری، عمران و توسعه کالبدی

سلطانی، مهرداد و منصور، امیر و فرزین، احمدعلی (۱۳۹۱). تطبیق نقش الگو و مفاهیم مبتنی بر تجربه در فضای معماری، نشریه باغ نظر، سال نهم، شماره ۲۱، صص ۱۴-۳.

صدقی، ستاره و بذرافکن، کاوه (۱۳۹۶). رابطه‌ی تجربه‌ی جمعی در زندگی روزمره و اجتماع‌پذیر شدن فضا، چهارمین کنفرانس بین‌المللی عمران، معماری و توسعه اقتصاد شهری، صص ۹-۱.

صیاد، امیرحسین و غریب پور، افرا و دلشاد سیاهکلی، مهسا (۱۳۹۸). فضامندی و بدن آگاهی: بازخوانش مفهوم فضا در تجربه‌ی معماری، نمونه‌ی موردی: موزه هنرهای معاصر تهران، نشریه باغ نظر، دوره ۱۶، شماره ۷۵، صص ۸۲-۷۱.

عسگری، علی و نقیعی، پرستو. (۱۳۹۴). ضرورت و معیارهای ثبت و ایجاد خاطره‌ی جمعی در فضای باز شهری، همایش معماری پایدار و توسعه شهری

لینچ، کوین (۱۳۸۱). سیمای شهر، ترجمه: منوچهر مزینی، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

محجوب جلالی، نرجس، مولوی، مهرناز، شبانی، امیرحسین و ناظمی، الهام. (۱۳۹۹). الگوی سلسله‌مراتبی معناپذیری مکان با برپایی رویدادها در فضاهای عمومی شهری (مطالعه موردی: بافت پیاده محدوده مرکزی شهر رشت). دانش شهرسازی، ۱۴ (۱)، ۱۱۳-۱۳۲.

مرادی، غلامرضا و همکاران (۱۳۹۸). ارزیابی تکنیک‌های برندسازی در شکل‌گیری تصویر ذهنی شهر بوشهر با تأکید بر سه گروه گردشگران، شهروندان و کارشناسان شهری، نشریه علمی پژوهش و برنامه‌ریزی شهری، سال ۱۱، شماره ۴۲، ۶۹-۸۲. نسر، جکال (۱۳۹۲). تصویر ذهنی ارزیابانه از شهر، تهران: آرمانشهر.

کتابخانه‌های ملی و دانشگاه تهران، نشریه هویت شهر، شماره ۳۸، سال ۱۳، ۹۳-۱۰۶.

آرنه‌ایم، رودلف (۱۳۹۲). پویه شناسی صور معماری: نیروهای ادراک بصری در معماری، ترجمه‌ی مهرداد قیومی، تهران، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها.

اسلامی، نازنین و چرمچی، الهه (۱۳۹۵). بازتاب تفکرات برنارد چومی در دو اثر پارک دلاویت و موزه آکروپولیس، کنفرانس بین‌المللی جامع علوم مهندسی در ایران.

افتخاری، هانیبه سادات و بذرافکن، کاوه و ایرانی بهبهانی، هما (۱۴۰۲). تبیین نسبت نظام فضایی و نشان‌های در رویدادپذیری فضاهای بزرگ‌مقیاس (مطالعه موردی: راسته سبزه‌میدان و بازار مسگرها در بازار بزرگ تهران)، نشریه علمی باغ نظر، ۲۰ (۱۲۰)، ۵-۱۶.

الهیان، پگاه و شریف‌زاده، محمدرضا (۱۳۹۷). بازتعریف تجربه فضای عمومی شهری به‌مثابه تولیدگفتمان رویدادها، نخستین کنفرانس ملی شهر ایرانی-اسلامی، صص ۲۱-۱.

امیریان، فاطمه، ایرانی بهبهانی، هما و سلطان‌زاده، حسین (۱۳۹۶). شناسایی مؤلفه‌های مؤثر در شکل‌گیری رویدادهای زندگی‌بخش و چگونگی تبلور آنها در فضای زیسته، مدیریت شهری، شماره ۴۷، صص ۴۷۷-۴۹۱.

باصولی، مهدی و اسعدی، امیرمحمد و برومندزاد، یاسمین و اویسی، لیلا و اویسی، محمد امیر (۱۳۹۹). نگاهت معنایی تصویر ذهنی گردشگران شهری، فصلنامه علمی - پژوهشی گردشگری و توسعه، سال دهم، شماره چهارم، ۱۹-۲۹.

بذرافکن، کاوه و رضوی، آرمیدا (۱۳۹۶). تجربه هم‌کنش فضا و رویداد در باغ-موزه ی قصر، کنفرانس ملی پژوهش‌های کاربردی در عمران، معماری و شهرسازی، دانشگاه سراج تبریز، دوره ۱.

ترکمان، احمد و قائد، مجتبی و شمتوب، سوگل (۱۳۹۶). پاتوق، فضای جمعی شهری و معماری و محل تعاملات اجتماعی و فرهنگی (نمونه موردی شهر برازجان)، نشریه پژوهش و برنامه‌ریزی شهری، سال هشتم، شماره سی و یکم، ۲۲۵-۲۴۸.

جاسبی، محمدرضا و امیریان، فاطمه و نامور مطلق، بهمن (۱۴۰۱). مطالعه خوانش بینامتنی بافت لاله‌زار بر پایه مفهوم «فضا - رویداد» در راستای ارتقای کیفی فضا، فصلنامه معماری شهرسازی و هنر فضای زیست، ۴۹-۷۰.

چومی، برنارد (۱۳۹۹). معماری و انفصال، ترجمه حسام عشقی صنعتی و مرتضی نیک فطرت، انتشارات کتاب فکر نو، صص ۲۶۸-۱.

حبیبی، میترا و بزرگر، سپیده (۱۳۹۷). معیارهای ضرب‌آهنگ کاوی زندگی روزانه در تولید اجتماعی فضای شهری، با تکیه بر تجارب پژوهشی، فصلنامه علمی-پژوهشی صفا، سال بیست و هشتم، شماره ۸۱، ۴۷-۶۳.



- Nasar J Al (2014). [Tasvir Zehnie Arzyabaneh az Shahr] **Evaluative mental image of the city**, M Asadi, Tehran: Armanshahr.
- Nasar JL (1998). **The evaluative image of the city**, Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Norberg, Schulz, Christian (1979). **Genius loci: towards a phenomenology of architecture**. New York: Rizzoli.
- Russell JA, Ward LM, Prat J (1981). **Affective quality attributed to environments, a factor analytical study**. *Environment and Behavior*. 13(3):259-288.
- Russell JA, Pratt G (1980). **A description of affective quality attributed to environments**. *Personality and Social Psychology*. 38(2):311-322
- Semiha, Ergon (2018). **Towards Quantifying Human Experience in the Built Environment**. *Journal of Building Engineering* 20(8)
- Soja, E. W, (2008) **Taking space personally. In The Spatial Turn: Interdisciplinary Perspectives**. Barney Warf and Santa Arias (Eds.). New York and London: Routledge, 11-34.
- Trieb M (1974). **Stadtgestaltung-theorie und praxis**, Bertelsmann Fachverlag.
- Tschumi, B. (1975), **The Architectural Paradox. Architecture Theory since 1968**. Hays, K. M. (Ed.). Cambridge: MIT Press.
- Tschumi, Bernard (1977), **The Pleasure of Architecture**. *Architectural Design* 47, no. 3 214-218.
- Tschumi, B. (1987). **Abstract Mediation and Strategy In Book: Tschumi, Architecture and Disjunction** (pp. 190-231).
- Usher, Robin & Edward, Richard (2007), **Lifelong Learning - Signs, Discourses, Practices**, USA: Springer, DO 10.1007/1-4020-5579-X.
- Yahan, Z. & Wise, N. (2019). **Events and Sense of Community**. *Community Psychology*, 14(1), 6-23.
- نورمحمدی، سوسن (۱۳۹۰)، جایگاه انسان در تحول معنای فضای معماری در قرن نوزدهم و بیستم، مجله صفا، شماره ۵۳، ۱۹۷-۲۰۹.
- هنرمند، الهام و حنایی، تکتم (۱۴۰۰)، تأثیر نقش معنای مکان در شکل‌گیری تصویر ذهنی گردشگران، مطالعه موردی محله جنت شهرستان مشهد، فصلنامه علمی- پژوهشی گردشگری و توسعه، شماره ۱، سال دهم، ۱۲۵-۱۴۱.
- وجدی، نیلوفر و متین، مهرداد (۱۳۹۷)، واکاوی شاخصه‌های تعاملات اجتماعی در خلق فضای رویداد و تجربه شهر، کنفرانس بین‌المللی عمران، معماری و مدیریت توسعه شهری در ایران، دانشگاه تهران، صص ۱۲-۱.
- Bakker I, Voordt TVD, Boon JD, Vink P (2014). **Pleasure, arousal, dominance: Mehrabian and Russell revisited**. *Current Psychology*. 33(3):405-421
- Casati, R. & Varzi, A. (2020). **Event**. Retrieved November 10, 2022, from <https://plato.stanford.edu>.
- De Certeau, M, (1984), **The practice of everyday life**, University of California Press: Berkeley.
- Lefebvre, H. (1991). **The Production of Space**. Translated & edited by Donald Nicholson-Smith. Oxford, England: Wiley-Blackwell.
- Maguire, K. (2019). **Examining the power role of Local Authorities in planning for socio-economic event impacts**. *Local Economy*, 34(7), 657-679.
- Mitsopoulos, K. & Thomson, R. (2020). **Cognitive Architectures for Introspecting Deep Reinforcement Learning Agents**. Workshop on Bridging AI and Cognitive Science, at the 8th International Conference on Learning Representations. ICLR.