



Journal of Sustainable Architecture and Environment

Vol 1, No 3, Autumn 2023
<https://sanad.iau.ir/journal/jsae>
ISSN (Online): 2981-0892

Research Paper

Futuristic Scenarios Of The Mental Image Of Large Shopping Centers In Tehran (Old Context)

Negar Salehi: Department Of Urban Planning, Qazvin Branch, Islamic Azad University, Qazvin, Iran

Zohreh Davoudpour*: Department Of Urban Planning, Qazvin Branch, Islamic Azad University, Qazvin, Iran

Maryam Khastou: Department Of Urban Planning, Qazvin Branch, Islamic Azad University, Qazvin, Iran

Received: 2023/09/23 **PP** 1-20 Accepted: 2023/11/20

Abstract

Nowadays, Large Shopping Centers As One Of Emerging And Popular Public Urban Spaces Have Found Their Place As One Of The Three Priorities Of Citizens In Metropolises. Meanwhile, These Large Shopping Centers Can Influence The Mental Image Of People And The Perceived Meaning Of The Place, The Identity Of The Place, And Social Sustainability, Which Reveals The Necessity Of Futuristic Research About Them. The Purpose Of This Research Is To "Identify The Important Variables Affecting The Mental Image Of A Large Shopping Center Located In Old Context Of Tehran" And "Explain The Compatible Futures, In Front Of The Mental_Image Of A Large Shopping Center Located In Old Context Of Tehran" And Present Appropriate Strategies, Policies And Action Plans In To Control The Negative Effects Or Prevent Them From Happening In Future With These Strategies. The Main Question Of This Research Is, Which Futures, Ahead Of Mental_Image Of A Large Shopping Center In Old Context Of Tehran City Are Believable And Compatible, And What Strategies, Policies And Action Plans Can Control Their Negative Effects? In Order To Answer The Research Problem, The Futuristic Research Approach With Quantitative Method Is Used. Effective Variables Are Identified With Documentary Studies In Background Of The Research, Then With A Survey Method Using A Questionnaire From 98 Experts, With The Delphi Technique, The Main Non-Deterministic Variables Are Identified, And The Results In The Scenario Wizard Software Lead To The Explanation Of Compatible And Believable Scenarios. Then, With DPSIR-Framework-Technique, Strategies Are Extracted And Policies And Action Plans Are Formulated. The Findings Of Research Indicates That The Poor Quality And Unfavorable Perception Caused By The Large Saray_E_Delgosha Shopping Center Located In Old Context Of Tehran Will Bring Many Social And Economic Consequences In Future, Which According To The Strategies, Policies Proposed Appropriate Action Plans Can Control The Meaning And Mental_Image Perceived In Future.

Keywords: Futuristic Research, Scenario Planning, Mental Image, Large Shopping Center, Old Context Of Tehran City.

Citation: Salehi, N., Davoudpour, Z., & Khastou, M.(2023). **Futuristic Scenarios Of The Mental Image Of Large Shopping Centers In Tehran (Old Context)**. *Journal of Sustainable Architecture and Environment*, Vol 1, No 3, Shiraz, PP 1-20.

* **Corresponding author:** Zohreh Davoudpour, **Email:** : zdavoudpour02@gmail.com, **Tel:** +98912387887

The article is extracted from urban planning Ph.D. dissertation of the first author, under the guidance and advisory of the second and third authors, at Qazvin Islamic Azad University

Extended Abstract

Introduction

Nowadays, Large Shopping Centers As One Of Emerging And Popular Public Urban Spaces Have Found Their Place As One Of The Three Priorities Of Citizens In Metropolises. Large Shopping Centers As Urban Public Spaces, Taken As Independent Package In The Surrounding Context , It Has Led To Long-Term Changes And Serious Concerns In The Identity Of Cities Destroyed The Character Of The City ,Replaced The Symbols, Signs And Previous Ideas Of People , And Became The Identity Of The Cities , And Made Man From Himself Alienated, And It Has Caused A Lack Of Sense Of Belonging, Indifference, Psychological Damage And Distress. It Is Important That What Meanings People Perceive From Urban Spaces, Because The Personality Affects His Judgment Towards The Environment, And Ultimately Behavior And. His Behavior Affects The Environment. Knowing The Surrounding Environment And Having A High-Quality Perception Of The Environment Is Necessary For Human Self-Knowledge And It Makes It Possible To Move In The City And Makes A Person Meaningful. A High-Quality Mental Image Is Considered A Social Value That Is Effective In The Formation Of Sustainable Social Development. Failure To Pay Attention To Sustainable Social Values, Which Is In Line With The Expediency And Benefit Of The Public And Creating A Strong Place Identity, Causes A Decrease In The Quality Of The Living Environment And Moves In The Direction Of The Unstable Development Of Cities .Meanwhile, These Large Shopping Centers Can Influence The Mental Image Of People And The Perceived Meaning Of The Place, The Identity Of The Place, And Social Sustainability, Which Reveals The Necessity Of Futuristic Research About Them. Since The Future Includes Improbable Elements, It Is Appropriate For Humans To Prepare To Face The Uncertainties Of The Future, And With The Approach Of Scenario Writing, And Creating Several Possible Futures, Intellectual Limitations Are Overcome And Diverse Strategies To Achieve Provide A High-Quality Mental Image In The Future Of Large Shopping Centers . The Purpose Of This Research Is To "Identify The Important Variables Affecting The Mental Image Of A Large Shopping Center Located In The Old Context Of Tehran" And "Explain The Compatible Futures, In Front Of The Mental Image Of A Large Shopping Center Located In The Old Context Of Tehran" And Present Appropriate Strategies, Policies And Action Plans In To Control The Negative Effects Or Prevent Them From Happening In The Future With These Strategies.

Methodology

In Order To Answer The Research Problem, The Futuristic Research Approach With Quantitative Method Is Used. Effective Variables Are Identified With Documentary Studies In The Background Of The Research, Then With A Survey Method Using A Questionnaire From 98 Experts, With The Delphi Technique, The Main Non-Deterministic Variables Are Identified, And The Results In The Scenario Wizard Software Lead To The Explanation Of Compatible And Believable Scenarios. Then, With The DPSIR Framework Technique, Strategies Are Extracted And Policies And Action Plans Are Formulated.

Results and discussion

Based On The Results Of The First Stage Of The Delphi Technique, Among The 22 Primary Variables, 9 Variables Include Strong Cultural Identity; Security; The Freedom; Justice; The Symbol Of A Cultural And Philosophical Current Of Thought; Spirit-Enhancing, Joyful, Dynamic And Lively; Favorable Economic Conditions; Sense Of Pride; And Respect For Human Dignity; Are Identified As Primary Uncertainties Of The Research. In The Continuation Of The Research, The Level Of Importance And Effectiveness Of 10 Initial Non-Deterministic Variables Is Determined By A Survey Of Experts And In The Same Range From 0 To 9 (0 Is Completely Ineffective, And 9 Is Completely Effective). According To The Results Obtained From The Second Stage Of The Delphi Technique, Among The 9 Primary Uncertainty Variables, 4 Main Variables: The Symbol Of A Philosophical Cultural Thought Flow; Strong Cultural Identity; Economic Desirability; And Justice; Were Identified As Critical (Key) Uncertainties. Therefore, In Line With The Technique Of Scenario Writing, And The Explanation Of

Possible And Compatible Scenarios In The Subject Of This Research, He Used The Scenario Wizard Software And According To The 4 Key Variables Extracted From The Previous Stage Of The Research, A Total Of 12 Situations Were Found In Favorable, Static And Key Situations. Is Considered.

The Output Of The Scenario Wizard Software In This Research Includes 3 Possible Scenarios, 17 Possible Scenarios And 4 Believable Scenarios With High Probability Of Compatibility (At Most One Incompatibility Unit). These 24 Scenarios Are A Combination Of Optimal, Static And Critical Situations, Which Are Extracted From The Data Obtained From The Survey Of Experts. After Reaching Compatible Scenarios, The DPSIR Technique (Driver, Pressures, Situations, Impacts, Responses) Has Been Used In Order To Develop Strategies, I.E. Responses To Increase Justice, Economic Desirability, And Strong Cultural Identity. In This Popular International Framework, It Is Possible To Examine And Analyze The Important And Interconnected Relationships Between Social And Environmental Factors.

Conclusion

Scenario No. 1 Shows A Semi-Critical Situation In The Future For The Imagination And Meaning Resulting From The Large Saray-e- Delgosha Shopping Center, In Which The Stability Of The Existing Capitalist Thinking, The Stability Of The Existing Weak Cultural Identity, The Increase Of Economic Favorability For The Rich, And The Increase Of The Deep Class Gap And The Conflict Between The Rich And The Poor In The Saray-e- Delgosha Shopping Center In The Old Context And Adjacent To The Old Market Of Tehran Is Perceived By The Citizens. In Scenario Number 2, A Critical Situation Is Shown In The Imagined Future Of Saray-e- Delgosha Shopping Center. Increasing The Thinking Of Liberalism And Imperialism; Existing Weak Cultural Identity Stability; Increasing Economic Benefits For The Rich; And The Increase Of The Deep Class Gap And The Conflict Between The Rich And The Poor In The Large Shopping Center Of Saray-e- Delgosha In The Old Context And Adjacent To The Old Market Of Tehran Is Perceived By The Observers. Scenario Number 3 Indicates A Critical Situation For The Future Of The Delgosha Shopping Centers In The Old Context Of Tehran. The Stability Of The Existing Capitalist Thinking, The Increase Of Weak And Eclectic Cultural Identity, The Increase Of Economic Desirability For The Rich, And The Increase Of The Deep Class Gap And The Conflict Between The Rich And The Poor; Perceived By Citizens. In Scenario Number 4, Which Is Very Critical, Visiting The Delgosha Shopping Center In The Future, Increasing The Thinking Of Liberalism And Imperialism; Increasing Weak And Eclectic Cultural Identity; Increasing Economic Benefits For The Rich; And It Will Increase The Deep Class Gap And The Conflict Between The Rich And The Poor For The Citizens. And It Will Cause Social Harms And Crimes And Increase Violence And Insecurity In Saray-e- Delgosha Shopping Center. The Findings Of The Research Indicates That The Poor Quality And Unfavorable Perception Caused By The Large Saray_E_Delgosha Shopping Center Located In The Old Context Of Tehran Has Brought Many Social And Economic Consequences In The Future, Which According To The Strategies, Policies Proposed Appropriate Action Plans Can Control The Meaning And Mental Image Perceived In The Future.



فصلنامه معماری و محیط‌ساز

دوره ۱، شماره ۳، پاییز ۱۴۰۲
<https://sanad.iau.ir/journal/jsae>
شاپا الکترونیکی: ۲۹۸۱-۰۸۹۲

مقاله پژوهشی

سناریوهای آینده تصورذهنی از مراکز خرید بزرگ شهر تهران (بافت قدیم)

نگار صالحی: گروه شهرسازی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران.

زهره داودپور: گروه شهرسازی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران.

مریم خستو: گروه شهرسازی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران.

دریافت: ۱۴۰۲/۰۷/۰۱ صص ۲۰-۱ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۸/۲۹

چکیده

در عصر حاضر، اهمیت روزافزون تصورذهنی افراد از مکان‌ها در شکل‌گیری و رشد هویت مکان و نیز ضرورت به کارگیری تصورذهنی بر پایه ملاحظات توسعه پایداری اجتماعی، لزوم آینده پژوهی عوامل تأثیرگذار بر تصورذهنی افراد از مراکز خرید بزرگ به عنوان یکی از سه اولویت شهروندان در کلانشهر تهران را آشکار می‌سازد. هدف این تحقیق، «تبیین آینده‌های سازگار، پیش روی تصورذهنی از مرکز خرید بزرگ مستقر در بافت قدیم شهر تهران» و ارائه راهبردها، سیاست‌ها و برنامه‌های اقدام مقتضی کالبدی در جهت کنترل تأثیرات منفی یا پیشگیری از وقوع آن‌ها در آینده با این راهکارها می‌باشد. پرسش اصلی این تحقیق این است که کدام آینده‌های پیش‌روی تصورذهنی از مرکز خرید بزرگ در بافت قدیم شهر تهران، باورپذیر و سازگار است و چه راهبردها، سیاست‌ها و برنامه‌های اقدام کالبدی، می‌تواند اثرات منفی آن‌ها را کنترل نماید؟ برای پاسخگویی به مسأله پژوهش، از رویکرد آینده‌پژوهی با روش کمی بهره گرفته می‌شود. با مطالعات اسنادی در پیشینه تحقیق متغیرهای مؤثر شناسایی می‌شوند، سپس با روش نظر سنجی با ابزار پرسشنامه از ۹۸ نفر از خبرگان، با تکنیک دلفی، متغیرهای غیرقطعی اصلی شناسایی شده و نتایج آن در نرم‌افزار سناریو ویزارد، منتج به تبیین سناریوهای سازگار و باورپذیر می‌شود. در ادامه با تکنیک چهارچوب DPSIR، راهبردها استخراج شده و سیاست‌ها، و برنامه‌های اقدام کالبدی تدوین می‌گردد. یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که معنا و تصورذهنی بی کیفیت ادراک شده ناشی از مرکز خرید بزرگ سرای دلگشا مستقر در بافت قدیم شهر تهران، تبعات و پیامدهای اجتماعی اقتصادی بسیاری در آینده به همراه داشته، که با توجه به راهبردها، سیاست‌ها و برنامه‌های اقدام متناسب کالبدی مطرح شده، از انسجام کالبدی مراکز خرید بزرگ با تصورذهنی ادراک شده از آن‌ها برخوردار باشند و تا بتوان معنا و تصورذهنی ادراک شده از فضاهای عمومی شهری (مراکز خرید بزرگ) در آینده را کنترل نموده، و در راستای هویت و حس مکان قوی و توسعه پایدار اجتماعی، گام‌هایی هرچند کوچک برداشت.

واژه‌های کلیدی: آینده پژوهی، سناریونگاری، تصورذهنی، مرکز خرید بزرگ، بافت قدیم شهر تهران.

استناد: صالحی، نگار؛ داودپور، زهره؛ خستو، مریم. (۱۴۰۲). معیارهای دسترسی، سناریوهای آینده تصورذهنی از مراکز خرید بزرگ شهر تهران (بافت قدیم)، فصلنامه معماری و محیط پایدار، سال ۱، شماره ۳، شیراز، صص ۱-۲۰

^۱ نویسنده مسئول: زهره داودپور، پست الکترونیکی: zdavoudpour02@gmail.com تلفن: ۰۹۱۲۳۸۷۸۸۷۰

مقاله برگرفته از رساله دکتری شهرسازی نویسنده اول به راهنمایی و مشاور نویسنده دوم و سوم، در دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین می‌باشد.

مقدمه

انسان‌ها، پیوسته مکان‌ها را می‌خوانند و تصورذهنی انسان از مکان، ایجاد می‌شود. برای شناخت محیط اطراف و خودشناسی، ایجاد تصورذهنی روشن و خوانا از محیط ضرورت دارد (حبیبی، ۱۳۸۷). تصورذهنی مهمترین عامل در ایجاد معنای مکان، و معنای مکان، با اهمیت‌ترین مؤلفه در شکل‌گیری هویت مکان می‌باشد (Carmona, 2021). همراستایی نقش لایه‌های کالبدی با لایه‌های ذهنی مکان می‌تواند در تقویت حس مکان تأثیرگذار باشد (شاهین راد و همکاران، ۱۳۹۸). اهمیت این موضوع، از آن رو می‌باشد که توجه به ایجاد کالبد شهری همراستا با زمینه ذهنی زمینه، در راستای مصلحت و منفعت عموم مردم و ایجاد هویت مکان قوی، موجبات افزایش کیفیت محیط زندگی و حرکت در مسیر توسعه پایدار اجتماعی شهرها را فراهم می‌آورد (Raïden et al, 2019).

از سوی دیگر، مراکز خرید بزرگ، به عنوان یکی از فضاهای شهری امروزی پررونق به وفور در شهرهای بزرگ ایجاد می‌شوند (Ozorhon and Ilker Fatih, 2014) و به گونه‌ای که در طی دو دهه اخیر تهران رشد بی سابقه‌ای از توسعه مراکز خرید پیش روی خود دیده‌اند (کازمی و امیرابراهیمی، ۱۴۰۰). مراکز خرید بزرگ به عنوان فضاهای عمومی جدید در شهر تهران، عموماً به صورت بسته‌ای مستقل از بافت اطراف خود ساخته می‌شوند (Moazemi, 2018)، که منجر به تغییرات کوتاه مدت، میان مدت و بلندمدت و نگرانی‌های جدی در وضعیت حال و آینده هویت شهرها شده (Ryan, 2013، حبیبی، ۱۳۹۴؛ شیعه و حاجیانی، ۱۳۹۸)، شخصیت بافت شهری را نابود نموده (عناستانی، ۱۳۹۶)، جایگزین نمادها، نشانه‌ها و تصورذهنی پیشین افراد شده (رفعیان و همکاران، ۱۳۹۸) تبدیل به عنصر هویتی شهرها گردیده (کازمی، ۱۴۰۱)، و انسان را از خود بیگانه ساخته (شهابی و فاضلی، ۱۳۹۴)، معنا و تصور ذهنی بی کیفیت، در شهر تهران ایجاد کرده‌اند و هویت، معنای مکان و تصور ذهنی شهروندان را مخدوش نموده‌اند (صادقی، ۱۳۹۴). بر اساس شواهد بافتی، معماران، شهرسازان و حرفه‌مندان شهری از وضعیت هویت و حس مکان و تصورذهنی در فضاهای عمومی شهری و مراکز خرید بزرگ ابراز نگرانی می‌کنند. به طور مثال، حبیبی (۱۳۹۴) و شیعه (۱۳۹۸) معتقدند که مراکز خرید بزرگ، هویت فضاهای شهری را در نظر نمی‌گیرند و هویت و معنای مکان را مخدوش می‌کنند. شهابی و فاضلی (۱۳۹۴) نیز بیان می‌کنند که مراکز خرید بزرگ، هویت شهرها را نابود کرده‌اند. همچنین در اسناد بالادست برنامه‌ریزی و توسعه شهری نیز به دنبال ارتقاء هویت مکان و معنا در شهرها هستیم و این حاکی از آن است که شهرهای ما تا رسیدن به هویت‌مندی قوی و یکپارچگی کالبد شهری با تصورذهنی و قصه‌های مکان، راه درازی در پیش رو دارند و تصورذهنی بی کیفیت ایجاد می‌کنند.

مراکز خرید بزرگ، نوع جدیدی از فضاهای عمومی شهری هستند، پس ضرورت دارد، ماهیت‌شان از تمام جوانب مورد بررسی و پژوهش قرار گیرد. اگرچه مراکز خرید بزرگ منجر به پیش آمد نمودن مسائل عدیده‌ای در زمینه پایداری اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی شهرها و فضاهای شهری شده‌اند. از آن رو، که طی ۱۱ سال اخیر و توسط برنامه توسعه پایدار ۲۰۱۲ و ۲۰۱۸ سازمان ملل، بحث تأمین پایداری اجتماعی و انعکاس ارزش‌های اجتماعی مانند هویت و حس مکان (به صورت ویژه)، در طرح‌ها، برنامه‌ها و پروژه‌های فضای شهری در سرتاسر دنیا، و نیز در ایران توسط متخصصان و پژوهشگران شهرسازی و معماری مورد توجه قرار گرفته و تلاش‌های زیادی در جهت آگاهی، دانایی و توانایی بهره‌گیری از آن انجام شده است، می‌توان نتیجه گرفت که «حس و هویت مکان» به طور عام و تصورذهنی در این تحقیق به صورت خاص، به عنوان یکی از زمینه‌های اصلی نگرانی در پایداری اجتماعی مراکز خرید بزرگ به عنوان فضای عمومی شهری مطرح می‌باشد و با توجه به محبوبیت مراکز خرید بزرگ تهران، ضرورت بررسی این دغدغه در شهر تهران، که رشد فزاینده این فضاها و استقبال بی نظیر شهروندان از آن‌ها وجود دارد، بیش از پیش آشکار می‌شود.

از آنجا که آینده، عناصر غیرمحمول را در بر می‌گیرد، شایسته است انسان‌ها برای رویارویی با عدم قطعیت‌های آینده، آماده شوند و با رویکرد سناریونویسی، و ایجاد چندین آینده محتمل، بر محدودیت‌های فکری غلبه نموده و راهبردهای متنوع برای دستیابی به تصورذهنی باکیفیت در آینده مراکز خرید بزرگ، ارائه دهند (ساسان پور و همکاران، ۱۳۹۶). آینده‌نگاری نیاز به آینده‌شناسی و آینده پژوهی دارد و در آینده پژوهی، به تصور آینده‌های متصور پرداخته خواهد شد (قزلباش سجادی، و کلانتری، ۱۳۹۷: ۲۱) و فرایند تصمیم‌گیری بهبود می‌یابد. امروزه، با وجود سرعت بالای تغییرات و عدم قطعیت‌های بسیار که در برنامه‌ها و طرح‌ها مطرح است، بحث آینده و پیش‌بینی آن در درازمدت، می‌تواند بسیار تأثیرگذار و کارآمد باشد (Amer et. al, 2013) آینده پژوهی به ما کمک می‌کند که برای آنچه که غیرقابل پیش‌بینی است، آماده شویم. هدف غایی آینده پژوهی، توسعه پایدار و تداوم حیات در زمین است (علیزاده و همکاران، ۱۳۸۷). هدف از اندیشیدن به آینده پیش از آنکه رخ دهد، به ویژه از طریق سناریونگاری، آگاه کردن و ارتقای تصمیماتی که در زمان حال، برای آینده گرفته می‌شود (Scarce And Fulton, 2004). تمام روش‌های آینده پژوهی به خلق سناریو منجر می‌شود. استعمال کلمه سناریو به دهه ۱۹۴۰ می‌رسد که پس از جنگ جهانی دوم در وزارت دفاع آمریکا به کار برده شد. سناریو مجموعه‌ای از وقایع فرضی است، داستان‌های بدیل چگونگی ظاهر شدن آینده هستند. آن‌ها پیش‌بینی یا پیش‌نگری نیستند، بلکه داستان‌های قابل اعتماد برای درک توازن نیروهای شکل‌دهنده به آینده و آشکار شدن

رویدادهای عظیم ممکن هستند (Sharpe and van der Heijden, 2012) تدوین سناریو به طراحی برنامه‌های بلندمدت، راهبردها و سیاست‌ها به نزدیک‌تر شدن آینده‌های سازگار (باورکردنی) و محتمل کمک می‌کند (Glenn and Gordon, 2009) برنامه‌ریزی سناریو ابزاری با اهمیت در برنامه‌ریزی استراتژیک قلمداد می‌شود که می‌تواند توسط برنامه‌ریزان، و تحلیلگران به کار گرفته شود. می‌توان در جهت ممانعت از تصمیم‌گیری‌های غیر قابل اتکا، در خصوص حس مکان، و تصورذهنی، از پژوهش‌های آینده پژوهانه استفاده کرد.

بنابراین مسأله اصلی این پژوهش این است که مراکز خرید بزرگ مستقر در بافت قدیم تهران، بدون توجه به تداوم و همراستایی لایه‌های کالبدی با لایه‌های ذهنی شکل گرفته‌اند و تصورذهنی که کالبد مراکز خرید بزرگ در بافت قدیم شهر تهران، در ذهن مخاطب ایجاد می‌کنند، با قصه‌های مکان و سبقه ذهنی افراد همراستا نبوده و تطابق ندارد، پس تصورذهنی ایجاد شده بی کیفیت و نامطلوب می‌باشد. پس این پژوهش در پی «تبیین آینده‌های سازگار، پیش روی تصورذهنی از مرکز خرید بزرگ مستقر در بافت قدیم شهر تهران» برای ارائه راهبردها، سیاست‌ها و برنامه‌های اقدام مقتضی با رویکرد کالبدی در جهت کنترل تأثیرات منفی یا پیشگیری از وقوع آن‌ها در آینده با این راهکارها می‌باشد. به بیان دیگر، کالبد مرکز خرید بزرگ سرای دلگشا که در بافت قدیم شهر تهران قرار دارد، با توجه به معانی و تصورات ذهنی نامتناسب با زمینه‌ای که ایجاد نموده‌اند، در آینده موجبات ایجاد چه تأثیرات منفی خواهد شد که با استفاده از رویکردهای کالبدی، می‌توان برای کنترل اثرات منفی، یا جلوگیری از وقوع آن‌ها اقدام نمود. همچنین «کدام آینده‌های پیش روی تصورذهنی از مرکز خرید بزرگ در بافت قدیم شهر تهران، باورپذیر و سازگار است؟». بر این اساس، در این پژوهش برای پاسخ به سؤالات، سعی خواهد شد بر پایه رویکرد آینده پژوهی و برنامه‌ریزی استراتژیک، از روش‌های دلفی و سناریونگاری، با کمک پرسشنامه و نرم‌افزار سناریو ویزارد، استفاده شود تا آسیب‌های اجتماعی و اقتصادی بر توسعه پایدار که احتمال دارد در طی بیست سال آینده در مراکز خرید بزرگ شهر تهران رخ دهد، پیش‌بینی نموده، راهبردها و سیاست‌های متناسب با هر کدام از سناریوها را تدوین نماید تا زمینه‌ای برای برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری بهتر و قابل قبول‌تر توسط ذینفعان مهیا شود. پژوهشگران، بر این اعتقادند که تغییر در تصورذهنی از مراکز خرید بزرگ، ناشی از متغیرهای مهم و مؤثری است که تصورذهنی را ایجاد می‌کنند. در راستای پاسخ به این سؤال، آینده‌های محتمل و سازگار پیش روی تصورذهنی در مرکز خرید بزرگ در بافت قدیم شهر تهران تبیین شد، و راهبردها و سیاست‌ها در جهت کمک به ذینفعان اصلی استخراج گردد تا در صورت استفاده از نتایج این پژوهش، برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری قابل قبول‌تر و حساب‌شده‌تر باشد.

پیشینه و مبانی نظری تحقیق

در رابطه با بررسی پایداری اجتماعی در مراکز خرید بزرگ و به طور ویژه، بررسی هویت، معنای مکان و تصور ذهنی در مراکز خرید بزرگ، پژوهش‌های مختلفی انجام شده است؛ به عنوان مثال، بهزادی پور و همکاران (۱۴۰۱)، در مطالعه‌ای که با هدف بررسی ادراک محیطی شهروندان در ساختمان‌های بلندمرتبه تهران با روش تحلیل محتوا و پیمایش مقطعی داشته‌اند، حاکی از آن است که ساختمان‌های بلندمرتبه، ادراک احساسی (خوش آمدن یا ناخوش آمدن) افراد را مخاطب قرار داده‌اند اما ادراک تفسیری ارزشگذاری افراد با دیدن این ساختمان‌ها، به کار گرفته نمی‌شود و معنای چندان واضح و باکیفیتی، از این ساختمان‌ها، به ادراک افراد نمی‌آید. شعبه و حاجیانی (۱۳۹۸)، به بررسی تأثیر مگامال‌ها بر هویت محله‌ای در تهران با روش پیمایش و دلفی پرداخته است. این پژوهش بیان می‌دارد که تأثیر مراکز خرید بزرگ بر هویت محله، منوط و متأثر از شش پیشران کلیدی: مصرف‌گرایی، حضور برندهای خارجی، معماری مدرن، ترافیک، ازدحام بازدیدکنندگان، و قیمت زمین و املاک، قرار دارد. نظیف و مطلبی (۱۳۹۸)، به شناسایی مؤلفه‌های شکل‌گیری تصورذهنی اولیه از محیط کالبدی و ارائه مدل مفهومی با روش تحلیل محتوا و استدلال منطقی اقدام نموده‌اند. طبق نتایج این پژوهش ابعاد مکانی، زمانی و انسانی، به ترتیب دارای مؤلفه‌های کالبد، عملکرد و مقیاس (مکانی)؛ تجربیات و سابقه تاریخی (زمانی)؛ و تعلق به اجتماع و مکان و ارزیابی عاطفی (انسانی) می‌باشد. مطالعه سدپور و همکاران (۱۳۹۷)، با هدف اولویت‌بندی مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده تصور ذهنی اولیه در شیراز با روش موردپژوهی و تحلیل محتوا بیانگر این است که ارزیابی افراد نسبت به یک مکان (دوست داشتنی بودن یا نبودن مکان)، ناشی از معانی، فعالیت‌ها و کالبدی است که افراد از آن مکان ادراک می‌کنند. پژوهش حاجی احمدی همدانی و همکاران (۱۳۹۷)، با هدف یافتن معیارهای مؤثر بر شکل‌گیری تصور ذهنی زنان از یک فضای عمومی مطلوب در تهران، با روش پدیدارشناسی، حاکی از آن است که معانی با کیفیت از محیط‌های دارای کیفیت و هویت قابل استنباط و ادراک خواهد بود. رفیعان و همکاران (۱۳۹۶)، به بررسی پایداری مراکز خرید بزرگ در مشهد با روش موردپژوهی و پیمایش پرداخته است. طبق نتایج این تحقیق، مراکز خرید بزرگ خصوصاً از لحاظ پایداری اجتماعی، هویت‌مندی و کیفیت معنایی، از وضعیت نامطلوبی برخوردارند که این زنگ خطری برای ذینفعان خواهد بود. فیض آبادی (۱۳۹۴)، در مطالعه‌ای که با هدف ایجاد مراکز خرید با هویت و دارای معنای باکیفیت انجام شده است، نشان می‌دهد که برای ایجاد مراکز خرید بزرگ دارای معنای باکیفیت، می‌توان با شناسایی ویژگی‌های هویتی و معنایی بازارها، از آن‌ها در مراکز خرید بزرگ بهره برد و جنبه‌هایی از خصوصیات بازارها در مال‌ها را به عنوان الگوی مفهومی

«مراکز خرید بزرگ دارای کیفیت معنایی و هویت» مطرح کرده است. فیضی و اسدپور (۱۳۹۲)، در مطالعه‌ای که با هدف شناسایی مؤلفه‌های معنای ادراک شده افراد از ساختمان‌های بلندمرتبه شیراز با روش مورد پژوهی و پیمایش داشته‌اند، نشان می‌دهند که ساختمان‌های بلندمرتبه موجود، ادراک حسی (حواس ۵ گانه) افراد را مخاطب قرار داده‌اند اما ادراک تفسیری استنباطی غیر شفاف و گنگی برای ناظرین ایجاد نموده‌اند که معنای باهویت و باکیفیتی از دیدن آن‌ها، نصیب ناظر نمی‌شود. آهور (۱۳۹۲)، با هدف ایجاد مراکز خرید بزرگ دارای هویت و کیفیت های معنایی، شناسایی و به کارگیری پتانسیل‌های بازار سنتی در مراکز خرید بزرگ را مطرح کرده است.

علاوه بر پژوهش‌های داخلی که به آن‌ها پرداخته شد، مقالات و پژوهش‌های خارجی در حوزه این پژوهش نیز مورد بررسی قرار گرفته‌اند. برای نمونه ایلهان (۲۰۲۰)، به پایداری اجتماعی اقتصادی و زیست محیطی (تومان) مراکز خرید بزرگ در استانبول با روش پیمایش پرداخته است. طبق نتایج این پژوهش، مدل عملیاتی ایجاد یک مرکز خرید بزرگ پایدار در استانبول تبیین گردید، و تأکید شد که ارزش‌های اجتماعی مانند هویت مکان قوی و باکیفیت (همچنین تصور ذهنی باکیفیت) هر زمینه، در زمان ایجاد و ادامه کار مراکز خرید بزرگ، شناسایی و پیاده‌سازی شود (Ilhan, 2020). مولهلند و همکاران (۲۰۱۹)، به بررسی مقبولیت از رده خارج نمودن راکتورهای هسته‌ای دو شهر، در انگلستان، از نظر پایداری اجتماعی (ارزش‌های اجتماعی زمینه)، پرداخته است، طبق نتایج این پژوهش، وجود این راکتورهای هسته‌ای برای ساکنان این دو شهر مزیت‌هایی به همراه داشت و اگرچه به نظر می‌رسد از نظر اقتصادی و زیست محیطی ادامه فعالیت آن‌ها مقرون به صرفه نیست، اما از نظر پایداری اجتماعی و ارزش‌های اجتماعی، ادامه حیات آن ضروری می‌نماید و ارزش‌های اجتماعی زمینه، مانند هویت و معنای مکان باید در زمان ساخت، بهره‌برداری و ادامه کار مگاپروژه‌ها شناسایی شده و به حساب بیاید. (Mulholland, 2019) رایدن و همکاران (۲۰۱۹)، به تشخیص و تبیین ارزش‌های اجتماعی پایدار در فضاهای عمومی بریتانیا با روش تحلیل محتوا پرداخته‌اند. این پژوهش بیان می‌دارد که برای مهیا نمودن شرایط توسعه پایدار، علاوه بر ارزش‌های اقتصادی و زیست محیطی، باید ارزش‌های اجتماعی مانند هویت و معنای مکان با کیفیت (همان تصور ذهنی باکیفیت) در فضاهای عمومی هر زمینه به صورت ویژه، مورد تشخیص، تبیین و استفاده قرار گیرند (Raiden and et al, 2019)؛ معظمی (۲۰۱۸)، باززنده‌سازی یک بافت قدیم از طریق ایجاد بزرگ بازار دارای هویت بافت محلی پیرامون در آنکارای ترکیه با روش پیمایش را سنجیده‌اند، نتایج مطالعات آن‌ها نشان می‌دهد که اگر مراکز خرید بزرگ امروزی، به جای مستقل و محصور و جعبه مانند بودن، بخشی از بافت شهری زمینه و در وحدت با آن باشند می‌توانند هویت‌مند و پایدار ظاهر شوند (Moazemi, 2018)؛ مطالعه شاوکت (۲۰۱۶)، با هدف بررسی هویت مکان در مجتمع‌های بزرگ مسکونی قاهره با روش پیمایش، بیانگر این است که هویت و معنای مکان با کیفیت و مطلوب، باید از کالبد، تصور ذهنی و فعالیت‌های یک مکان شهری پایدار استنباط و ادراک شود (Shawket, 2016). نتایج حاصل از پژوهش تقی‌زاده واحد (۲۰۱۵) بیانگر امکان به کارگیری مؤلفه‌های هویت محلی در مراکز خرید بزرگ در جهت کمرنگ نمودن نامکانی و بی‌کیفیتی معنای مکان و هویت، در مراکز خرید بزرگ معاصر می‌باشد. نتایج حاصل از پژوهش فلاجیبرگ (۲۰۱۴) بیانگر لزوم توجه به پایداری اجتماعی (پیامدهای غیراقتصادی)، در مگاپروژه‌های بریتانیا با روش تحلیل محتوا می‌باشد (Flyvbjerg, 2014)؛ لهتونن (۲۰۱۴) به اهمیت توجه به پایداری اجتماعی در مگاپروژه‌ها با روش تحلیل محتوا پرداخته است. طبق نتایج این پژوهش پایداری اجتماعی دوشادوش پایداری اقتصادی و زیست محیطی اهمیت داشته و ارزشمند است و نباید از آن غفلت کرد (Lehetonen, 2014). آلواثر و همکاران (۲۰۰۸) در مطالعه‌ای که با هدف شناسایی و رتبه‌بندی شاخص‌های پایداری در مراکز خرید بزرگ منطقه‌ای، با روش تحلیل محتوا داشته‌اند، مدل مفهومی از شاخص‌های اجتماعی اقتصادی و زیست محیطی را برای بررسی پایداری مراکز خرید بزرگ منطقه‌ای در انگلستان ارائه می‌کند و عنوان می‌دارد که این شاخص‌ها تا اندازه‌ای وابسته به زمینه انگلستان هستند (Alwaer et al, 2008).

همانطور که مشاهده می‌شود، تمرکز این محققان بیشتر در مورد معیارهای مؤثر بر شکل‌گیری تصور ذهنی باکیفیت در فضاهای شهری از منظر زنان؛ شناسایی و رتبه‌بندی شاخص‌های پایداری در مراکز خرید بزرگ منطقه‌ای انگلستان؛ لزوم توجه به پایداری اجتماعی (پیامدهای غیراقتصادی) در مگاپروژه‌ها؛ قابلیت ادراک معنای باکیفیت و باهویت با دیدن ساختمان‌ها؛ وحدت با بافت زمینه در راستای ایجاد مراکز خرید باهویت و کیفیت معنایی؛ تشخیص و تبیین و پیاده‌سازی ارزش‌های اجتماعی زمینه (مانند هویت) در راستای به کارگیری آن‌ها در ساخت و سازها؛ تأثیر مراکز خرید بزرگ بر هویت محله‌ای؛ شناسایی مؤلفه‌های معنای ادراک شده افراد از ساختمان‌های بلندمرتبه؛ اولویت‌بندی مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده تصور ذهنی اولیه، بررسی پایداری مراکز خرید بزرگ؛ مؤلفه‌های شکل‌گیری تصور ذهنی اولیه؛ و بررسی ادراک محیطی شهروندان در ساختمان‌های بلندمرتبه؛ است؛ اما در این مقاله سعی می‌شود بیشتر روی اثرات این وضعیت نامطلوب در ۲۰ سال آینده پرداخته شود و پس از سناریونگاری و دستیابی به «آینده‌های محتمل و سازگار پیش روی تصور ذهنی در مرکز خرید بزرگ در بافت قدیم شهر تهران»، راهبردها، سیاست‌ها و برنامه‌های اقدام کالبدی، منطبق با آن‌ها ارائه شود تا برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری‌ها و انتخاب‌های کالبدی در

راستای مراکز خرید بزرگ در دست برنامه‌ریزی، گرفتن مجوز، و ساخت یا حتی ساخته شده در شهر تهران که شهروندان را بسیار تحت تأثیر خود قرار می‌دهد، به صورت مطلوب‌تر و با نزدیکی بیشتر به قصه‌ها و سبقه ذهنی شهر تهران انجام گیرد.

مبانی و مفاهیم نظری

پایداری اجتماعی، هویت، معنای مکان و تصورذهنی

از اجلاس جهانی توسعه پایدار (ریو+۲۰) در سال ۲۰۱۲ سازمان ملل، ارزش‌های اجتماعی توسعه پایدار، در جهت مصلحت و منفعت عموم مردم و افزایش کیفیت فضاهای شهری مورد توجه قرار گرفتند. (Mulholland, 2019) در این راستا، بر هویت مکان و حس مکان قوی در فضاهای شهری نیز به عنوان یکی از مؤلفه‌های پایداری اجتماعی در پیوست هفتم قوانین هستینگز در افق ۲۰۳۰ جهان، تأکید شد. و کشور های جهان ملزم به ایجاد و گسترش فضاهای عمومی شهری دارای هویت و حس مکان قوی شدند. تأکید ویژه سازمان ملل بر ایجاد مکان های عمومی شهری دارای هویت مکان قوی، به منزله تأکید بر ایجاد مکان‌های دارای معنای با کیفیت و تصور ذهنی با کیفیت می‌باشد. از منظر رلف، هویت مکان، منتج از تصاویر ذهنی افراد از مکان است. (Carmona, 2021). تصویر ذهنی، به عنوان اصلی‌ترین مؤلفه ایجادکننده معنای مکان؛ معنای مکان نیز منتج از آموخته‌ها، تصورات، تصویرهای ذهنی، باورها، بینش‌ها و عقاید افراد است. تصورذهنی ادراک شده افراد از سیمای بک شهر، در راستای فهم معنای آن مکان است (لینچ، ۱۳۹۵) پس منظور از هویت مکان در این پژوهش، همان تصویرذهنی انسان از مکان می‌باشد. تصویر ذهنی با کیفیت از یک مکان، در شکل‌گیری هویت مکان قوی در ذهن فرد مؤثر است. (Carmona, 2021) تصویر ذهنی با دیدن کالبد و فعالیت‌ها، و ادراک ارزش‌ها و تجربیات شکل می‌گیرد (اسدپور و همکاران، ۱۳۹۴). دو سطح تصویر ذهنی عبارتند از: تصویرذهنی اولیه و تصورذهنی می‌باشد. «تصویر ذهنی آنی» (اولیه)، به عنوان سطح اولیه تصویر ذهنی، ناشی از ادراک احساسی-عاطفی بوده، و مستقیماً مربوط به ساختار فرم (محیط کالبدی و فعالیت‌ها و عملکردهای اجتماعی محیط) است و نیاز کمی به ادراک و فعالیت ذهنی دارد (نسر، ۱۴۰۰). به زعم کوین لینچ هرآنچه غیر از تصویر ذهنی آنی، که در ذهن ناظر شکل می‌گیرد و تفسیر می‌شود، "تصورذهنی" می‌باشد (نسر، ۱۴۰۰). شولتز، کاپلان‌ها «رلف، و «لینچ، سردمداران ادبیات تصورذهنی از مکان هستند.

متغیرهای شکل‌گیری تصورذهنی باکیفیت در فضاهای عمومی شهری (مراکز خرید بزرگ)

در دنیا پژوهش‌های فراوانی پیرامون کیفیت محیط‌های شهری و کیفیت معنایی فضاهای عمومی شهری (مراکز خرید بزرگ به عنوان یکی از فضاهای عمومی شهری نوظهور و پرترفدار مطرح می‌باشد)، (رفعیان، ۱۳۹۶)، با در نظر گرفتن ارزش‌های اجتماعی توسعه پایدار، ذکر شده در پیوست هفت قوانین هستینگز انجام گرفته است. که شامل ۴۲ متغیر می‌باشد: ۱- سطح تحصیلات ۲- شگفت‌زده کردن ۳- تضاد ۴- دوستانه بودن و خوشامدگویی ۵- غنای حسی ۶- روح افزا و شادی بخش بودن ۷- سلامتی ۸- امنیت ۹- ایمنی ۱۰- پیچیدگی، خیال‌انگیزی و معماگونه بودن ۱۱- شادابی، پویایی، تحرک و سرزندگی ۱۲- احترام و منزلت (انسان محوری) ۱۳- حس زمان (معاصر سازی) ۱۴- خوانایی ۱۵- با اصالت بودن ۱۶- جذابیت و چشم نوازی ۱۷- آزادی ۱۸- عدالت ۱۹- آرامش و دنج بودن ۲۰- سرسبزی ۲۱- شیک بودن و زیبایی ۲۲- آموزندگی ۲۳- محیطی برای همه ۲۴- توسعه و پیشرفت شهر ۲۵- مطلوبیت اقتصادی (قدرت و ثروت) ۲۶- شکوه و ابهت ۲۷- مصرف بهینه ۲۸- معنوی و روحانی بودن ۲۹- توجه به ارزش‌های گذشته یا تاریخی ۳۰- رنگ تعلق ۳۱- هویت فرهنگی قوی ۳۲- جامعه محلی مسئول ۳۳- حمل و نقل راحت و در دسترس ۳۴- بهداشت ۳۵- تفریح ۳۶- رفاه ۳۷- زمین‌ها، املاک و مستغلات مدیریت شده ۳۸- منابع مدیریت شده ۳۹- اکوسیستم غیرآلوده و پاک ۴۰- تاب‌آوری در برابر تغییرات آب و هوایی ۴۱- کاهش بیکاری و ایجاد اشتغال فراگیر ۴۲- شباهت به یک شیء یا مکان (بتنلی، ۱۳۹۰؛ راپاپورت، ۱۳۹۲؛ رفعیان، ۱۳۹۶؛ نسر، ۱۴۰۰؛ شولتز، ۱۳۹۶؛ لنگ، ۱۳۹۵؛ حبیبی، ۱۳۸۷؛ لینچ، ۱۳۹۵؛ حبیبی، ۱۳۹۹؛ دنیل و پسکوایر، ۲۰۱۹؛ مولهلند، ۲۰۱۹؛ دی وریز و همکاران، ۲۰۱۶؛ کنتز و همکاران، ۲۰۱۴، ۲۰۱۵؛ کل و همکاران، ۲۰۱۵؛ پاتالا و همکاران، ۲۰۱۵؛ شرروس و همکاران، ۲۰۱۴؛ حاجی احمدی همدانی و همکاران، ۱۳۹۷؛ بهزادی پور و همکاران، ۱۴۰۱؛ صالحی و همکاران، ۱۴۰۱، صالحی، ۱۴۰۲؛ Carmona, 2021).

متغیرهای شکل‌گیری تصورذهنی در فضاهای عمومی شهری (مراکز خرید بزرگ) شهر تهران

در ادامه، پس از ادغام تعدادی از متغیرهای دارای همپوشانی با هم، و فیلتر نمودن متغیرها در زمینه "کیفیت‌های معنایی متناسب با مراکز خرید بزرگ شهر تهران" به کمک خروجی پژوهش‌های پیشین (رفعیان، ۱۳۹۶؛ حاجی احمدی همدانی و همکاران، ۱۳۹۷؛ رفعیان و همکاران، ۱۳۹۸؛ بهزادی پور و همکاران، ۱۴۰۱)، ۲۵ شاخص به دست آمد که پس از رد شدن از فیلتر پژوهش‌های صالحی و همکاران، ۱۴۰۱؛ صالحی و همکاران، ۱۴۰۲؛ صالحی، ۱۴۰۲؛ در نهایت ۲۲ متغیر استخراج گردید. متغیرهای شکل‌گیری تصورذهنی باکیفیت در مراکز

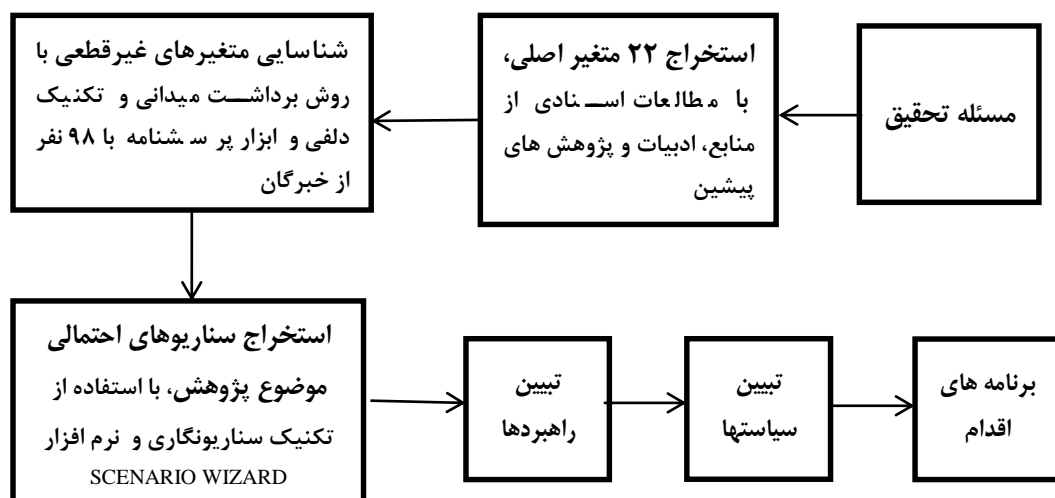
خرید بزرگ بافت قدیم شهر تهران، در جدول شماره ۱ قابل مشاهده می‌باشد.

سناریوهای پیش رو

مطالعات آینده پژوهی بعد از جنگ جهانی دوم، در زمینه مسائل ژئوپلیتیکی، اقتصادی، اجتماعی به وجود آمد و در سراسر دنیا به شدت رونق یافت (محمدپور جابری و همکاران، ۱۳۹۵). (Fernandez Guell, 2010) سناریوسازی، کلیدی‌ترین روش آینده پژوهی می‌باشد که در شرایط عدم قطعیت زمان و پیچیدگی (Amer et. Al , 2013) آینده‌های محتمل و سازگار آینده را مدلسازی نموده و آینده‌های مختلف سازگار (باورکردنی) را ارائه می‌کند. (Martelli, 2014) سناریونگاری به عنوان یک روش مفید برای برنامه‌ریزی میان مدت و بلندمدت، ابزاری تعاملی برای سیاستگذاران و تصمیم سازان است تا از عدم قطعیت آینده، آگاهی یابند (ساسان پور و همکاران، ۱۳۹۶).

مواد و روش تحقیق

با توجه به امکان دسته‌بندی متغیرهای مؤثر بر تصویردهی در مراکز خرید بزرگ شهر تهران بر پایه سه گروه تقریباً قطعی، تقریباً غیرقطعی، و دارای تأثیر نامشخص، و در جهت انتخاب مهمترین متغیرهای مؤثر غیرقطعی بر آینده تصویردهی (هویت) مراکز خرید بزرگ شهر تهران، در این پژوهش، از رویکرد عدم قطعیت بحرانی برای ترسیم سناریوهای آینده تصویردهی از مراکز خرید بزرگ تهران، استفاده می‌شود. به منظور نگارش سناریوهای آینده تصویردهی (هویت) از مراکز خرید بزرگ در بافت قدیم شهر تهران، رویکرد پژوهش حاضر، کمی؛ از نظر هدف، کاربردی علمی؛ و از لحاظ ماهیت و روش، در حیطه تحقیقات آینده پژوهی تحلیلی اکتشافی و موردکاوی قرار دارد. در این تحقیق، روش‌های مطالعات اسنادی و برداشت می‌دانی؛ به منظور گردآوری اطلاعات به کار گرفته می‌شود. ابزارهای به کار گرفته شده در این روش ها به ترتیب عبارتند از: مقالات؛ و پرسشنامه از خبرگان با تکنیک دلفی که با کمک نرم‌افزار سناریویزارد مورد تحلیل قرار می‌گیرد. در گام نخست، با کمک منابع، ادبیات و پیشینه تحقیق در این موضوع، ۲۲ متغیر تأثیرگذار بر تصویردهی از مراکز خرید بزرگ شهر تهران (بافت قدیم) به دست می‌آیند. در گام دوم، برای شناسایی متغیرهای غیرقطعی از میان ۲۲ متغیر مرحله قبل، روش نمونه‌گیری، تصادفی هدفمند با تکنیک دلفی به کار برده می‌شود، که در آن، نظرات ۹۸ نفر از خبرگان (استادان دانشگاه و دانشجویان دکتری، در رشته شهرسازی، معماری و جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری)، دریافت می‌شود. در مرحله اول، پرسشنامه‌ای دارای ۲۲ سؤال در بازه ۰-۹ برای ارزیابی مقدار عدم قطعیت متغیرها؛ و در مرحله دوم با پرسشنامه مشابهی با ۱۰ سؤال، برای نظرسنجی از خبرگان و شناسایی متغیرهای غیرقطعی مورد استفاده قرار گرفته است. برای ارزیابی روایی سؤالات پرسش‌نامه‌ها، از نظرات کارشناسان جامعه آماری تحقیق بهره برده شده است. در ادامه، بر اساس عدم قطعیت‌های بحرانی شناسایی شده، از نرم‌افزار Scenario Wizard به عنوان ابزاری برای استخراج سناریوهای محتمل و سازگار؛ و از چهارچوب DPSIR برای تبیین راهبردها، سیاست‌ها و برنامه‌های اقدام استفاده می‌شود. در شکل شماره ۱، فرایند انجام این پژوهش، ارائه گردیده است.



شکل شماره ۱: روند پژوهش. منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۲.

محدوده مورد مطالعه پژوهش شامل مرکز خرید بزرگ سرای دلگشا، در منطقه ۱۲ شهرداری تهران (دارای بافت قدیمی تاریخی) ساخته شده است. مرکز خرید بزرگ "سرای دلگشا" در سبزه میدان بازار تهران، در ده طبقه (۶ طبقه زیر زمین و چهار طبقه فوقانی) با سطح زیربنای ۴۸۰۰۰ متر مربع در سال ۱۳۹۹ به بهره‌برداری رسید. بافت قدیم (تاریخی) تهران، محدوده تهران ناصری و محدوده تاریخی تهران طهما سبی را در بر می‌گیرد و هویت تاریخی شهر به شمار می‌آید و مکان وقوع اتفاقات و حوادث مهم تاریخی می‌باشد (Hourcade and Habibi, 2011). آنچه در بافت قدیم، نسبت به بافت میانی و نوساز تهران قابل توجه می‌نماید، تفاوت در زمینه فرهنگی و ارزش‌های اجتماعی ساکنان و مخاطبان آن است. که موجب تفاوت در تلقی از کیفیت و مطلوبیت معانی ادراکی در آن‌ها می‌شود.

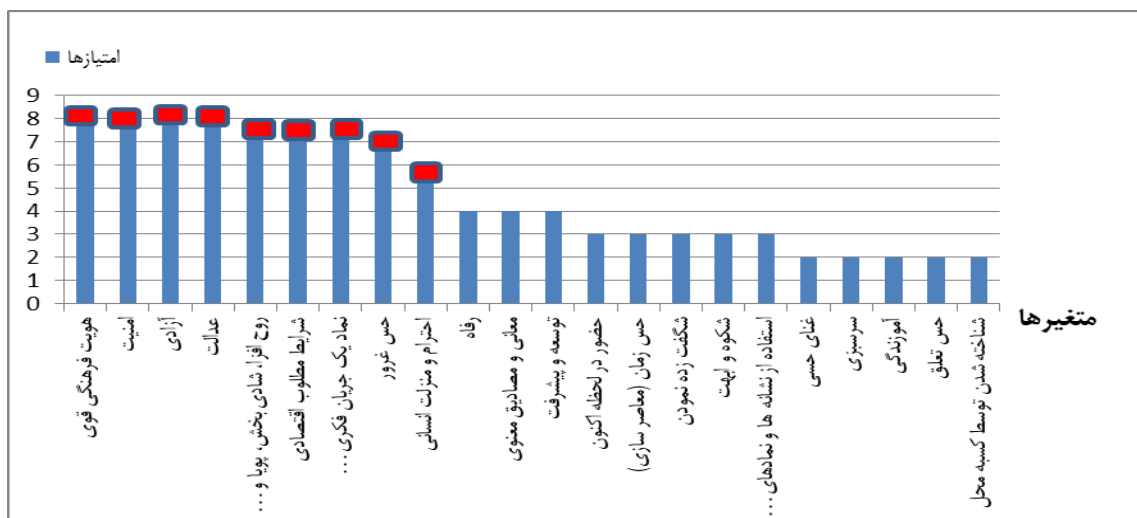
جدول شماره ۱: متغیرهای مؤثر بر شکلگیری تصوردهنی در مراکز خرید بزرگ بافت قدیم شهر تهران

ردیف	متغیرها	پژوهش‌های پشتیبان
۱.	نماد یک جریان فکری فرهنگی فلسفی اقتصادی سیاسی (مانند تفکر لیبرالیسم)	رفعیان، ۱۳۹۶؛ حاجی احمدی همدانی و همکاران، ۱۳۹۷؛ رفعیان و همکاران، ۱۳۹۸؛ بهزادی پور و همکاران، ۱۴۰۱؛ صالحی و همکاران، ۱۴۰۱؛ صالحی و همکاران، ۱۴۰۲؛ صالحی، ۱۴۰۲.
۲.	غنای حسی	
۳.	رفاه	
۴.	هویت فرهنگی قوی	
۵.	روح افزا، شادی بخش، پویا و سرزنده	
۶.	احترام و منزلت انسانی	
۷.	سرسبزی	
۸.	شرایط مطلوب اقتصادی	
۹.	حس زمان (معاصر سازی)	
۱۰.	عدالت	
۱۱.	شکوه و ابهت	
۱۲.	شگفت‌زده نمودن	
۱۳.	امنیت	
۱۴.	آموزندگی	
۱۵.	استفاده از نشانه‌ها و نمادهای فرهنگی، اجتماعی یا مذهبی	
۱۶.	معانی و مصادیق معنوی	
۱۷.	حضور در لحظه اکنون	
۱۸.	توسعه و پیشرفت	
۱۹.	آزادی	
۲۰.	حس غرور	
۲۱.	حس تعلق	
۲۲.	شناخته شدن توسط کسبه محل	

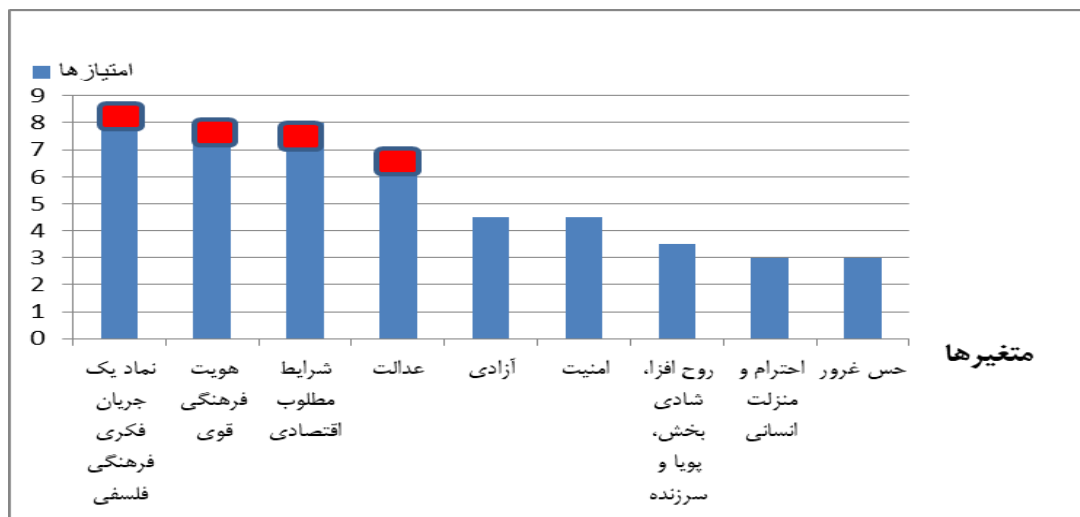
بحث و ارائه یافته‌های تحقیق

پس از نهایی شدن متغیرهای ۲۲ گانه، با استفاده از تکنیک دلفی و با نظر سنجی از خبرگان، میزان عدم قطعیت، اثر گذاری و اهمیت متغیرها در آینده مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. در این راستا، در قسمت اول برداشت می‌دانی، از مشارکت‌کنندگان خواستیم که میزان عدم قطعیت یا غیرقابل پیش‌بینی بودن متغیرهای ۲۲ گانه را در یک بازه ۰ تا ۹ (۹ کاملاً غیر قطعی و ۰ کاملاً قطعی) مشخص نمایند. نتایج این نظر سنجی ۲۲ متغیره، که مرحله اول تکنیک دلفی را شامل می‌شد در شکل شماره ۲ قابل مشاهده است.

بر اساس نتایج مرحله اول تکنیک دلفی، از میان ۲۲ متغیر اولیه، ۹ متغیر که شامل هویت فرهنگی قوی؛ امنیت؛ آزادی؛ عدالت؛ نماد یک جریان فکری فرهنگی فلسفی؛ روح افزا، شادی بخش، پویا و سرزنده؛ شرایط مطلوب اقتصادی؛ حس غرور؛ و احترام منزلت انسانی؛ هستند، به عنوان عدم قطعیت‌های اولیه پژوهش مورد شناسایی قرار گرفت. در ادامه پژوهش، میزان اهمیت و تاثیر گذاری ۱۰ متغیر غیر قطعی اولیه توسط نظر سنجی از خبرگان و در همان بازه ۰ تا ۹ (۰ کاملاً غیرمؤثر، و ۹ کاملاً مؤثر) مشخص می‌شود. نتایج حاصل از مرحله دوم تکنیک دلفی نیز در شکل شماره ارائه شده است.



شکل ۲: نتایج نظرسنجی میزان عدم قطعیت متغیرها. منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۲.



شکل ۳: نتایج نظرسنجی میزان اثرگذاری متغیرها. منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۲.

همانطور که در شکل شماره ۳ قابل مشاهده است، و با توجه به نتایج به دست آمده از مرحله دوم تکنیک دلفی، از میان ۹ متغیر عدم قطعیت اولیه، ۴ متغیر اصلی: نماد یک جریان فکری فرهنگی فلسفی؛ هویت فرهنگی قوی؛ مطلوبیت اقتصادی؛ و عدالت؛ به عنوان عدم قطعیت های بحرانی (کلیدی) شناسایی شدند. لذا در راستای تکنیک سناریونگاری، و تبیین سناریوهای محتمل و سازگار در موضوع این پژوهش، از نرم افزار سناریو ویزارد scenario wizard استفاده کرده و در مرحله اول ۴ متغیر منتخب و سناریوهای احتمالی هریک از متغیرها در نرم افزار سناریو ویزارد وارد می شود. با توجه به جدول شماره ۲ سناریوهای متصور برای آینده تصوردهنی باکیفیت در مراکز خرید بزرگ بافت قدیم تهران با توجه به ۴ متغیر کلیدی استخراج شده از مرحله قبل تحقیق، در وضعیت های مطلوب، ایستا و کلیدی جمعا ۱۲ حالت در نظر گرفته شده است.

جدول ۲: سناریوهای متصور برای آینده تصوردهنی با کیفیت در مراکز خرید بزرگ بافت قدیم تهران

ردیف	عدم قطعیت های کلیدی	وضعیت	سناریوهای متصور
------	---------------------	-------	-----------------

۱	A: نماد یک جریان فکری فرهنگی فلسفی	مطلوب	A1: افزایش تفکر سوسیال دموکرات
		ایستا	A2: ثبات تفکر سرمایه داری موجود
		بحرانی	A3: افزایش تفکر لیبرالیسم و امپریالیسم
۲	B: هویت فرهنگی قوی	مطلوب	B1: افزایش هویت فرهنگی قوی
		ایستا	B2: ثبات هویت فرهنگی ضعیف موجود
		بحرانی	B3: افزایش هویت فرهنگی ضعیف و التقاطی
۳	C: مطلوبیت اقتصادی	مطلوب	C1: افزایش مطلوبیت اقتصادی بیشتر برای همه اقشار
		ایستا	C2: ثبات مطلوبیت اقتصادی موجود
		بحرانی	C3: افزایش مطلوبیت اقتصادی بیشتر برای اغنیا
۴	D: عدالت	مطلوب	D1: کاهش شکاف طبقاتی میان فقیر و غنی
		ایستا	D2: توقف شکاف طبقاتی عمیق موجود میان فقیر و غنی
		بحرانی	D3: افزایش شکاف طبقاتی عمیق و تعارض فقیر و غنی

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۲

سپس امتیازهای حاصل از پرسشنامه و نظرات کارشناسان وارد می‌شود. در حقیقت از خبرگان خواستیم تا مشخص کنند که متغیر سطر چه تاثیری بر متغیر ستون می‌گذارد. اثر تقویت‌کننده دارد یا تضعیف‌کننده و محدودکننده. که در بازه +۳ تا -۳ قرار می‌گیرد. بازه ۱ تا ۳ به معنای تاثیرات تقویت‌کننده ضعیف تا قوی؛ ۰ به معنای بدون تاثیر؛ بازه -۱ تا -۳ به معنای تاثیرات محدودکننده ضعیف تا قوی، می‌باشد (شکل شماره ۴). این طیف، بیان قضاوت‌های دودویی ماتریس اثرات متقابل در نرم‌افزار سناریو ویزارد است.

The screenshot shows a software window titled "Cross-Impact-Matrix" with a grid of impact values. The rows represent scenarios (A1, A2, A3, B1, B2, B3, C1, C2, C3, D1, D2, D3) and the columns represent goals (A1, A2, A3, B1, B2, B3, C1, C2, C3, D1, D2, D3). The values range from -3 to 3, indicating the strength and direction of the impact.

Scenario	A1	A2	A3	B1	B2	B3	C1	C2	C3	D1	D2	D3
A1												
A2												
A3												
B1												
B2												
B3												
C1												
C2												
C3												
D1												
D2												
D3												

شکل ۴: داده‌های ماتریس اثر متقابل در سناریو ویزارد. منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۲

روش ادامه کار به این صورت است که ناسازگاری سناریوها، محاسبه می‌شود، اثرگذارترین فرض و میزان آن مشخص شده، تحلیل و ارزیابی سناریوها (مطابق جدول شماره ۳)، در سه دسته (سناریو باورکردنی با احتمال سازگار _ سناریوی ممکن با احتمال ضعیف _ و سناریوی محتمل با احتمال قوی) انجام می‌گیرد

جدول ۳: سناریوهای متصور برای آینده‌تصوردهنی در مراکز خرید بزرگ بافت قدیم تهران.

انواع سناریو	تعداد سناریوهای خروجی	ضریب سازگاری	ضریب تاثیر کل	سناریوهای خروجی نرم‌افزار سناریو ویزارد
سناریوهای محتمل (با احتمال قوی)	۳ سناریو	۵	۲۶	A1-B1-C1-D1
		۰	۲۴	A2-B3-C3-D3
		۰	۲۴	A3-B3-C3-D3
سناریوهای ممکن (با احتمال ضعیف)	۱۷ سناریو	۵	۲۶	A1-B1-C1-D1
		-۳	۱۸	A2-B2-C2-D2
		-۳	۲۰	A3-B2-C2-D2
		-۳	۲۰	A2-B3-C2-D2
		-۳	۲۱	A3-B3-C2-D2
		-۳	۱۸	A2-B2-C3-D2
		-۳	۱۹	A3-B2-C3-D2
		-۳	۲۱	A2-B3-C3-D2
		-۳	۲۱	A3-B3-C3-D2
		-۲	۲۱	A2-B2-C2-D3
		-۲	۲۳	A3-B2-C2-D3
		-۳	۲۳	A2-B3-C2-D3
		-۳	۲۴	A3-B3-C2-D3
		-۱	۲۱	A2-B2-C3-D3
		-۱	۲۲	A3-B2-C3-D3
		۰	۲۴	A2-B3-C3-D3
		۰	۲۴	A3-B3-C3-D3
سناریوهای باورکردنی (با احتمال سازگاری)	۴ سناریو	-۱	۲۱	A2-B2-C3-D3
		-۱	۲۲	A3-B2-C3-D3
		۰	۲۴	A2-B3-C3-D3
		۰	۲۴	A3-B3-C3-D3

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۲.

خروجی نرم‌افزار سناریو ویزارد در این تحقیق، شامل ۳ سناریوی محتمل، ۱۷ سناریوی ممکن و ۴ سناریوی باورکردنی با احتمال سازگاری بالا (حداکثر یک واحد ناسازگاری) می‌باشد. این ۲۴ سناریو، ترکیبی از وضعیت‌های مطلوب، ایستا و بحرانی هستند که از داده‌های حاصل از نظرسنجی از خبرگان استخراج شده است. در ادامه این پژوهش، در جدول شماره ۴، چهار سناریوی باورکردنی (سازگار) به صورت گزاره‌های متنی قابل مشاهده می‌باشد. همچنین خروجی نرم‌افزار سناریو ویزارد به صورت تابلوی سناریوهای سازگار در شکل شماره ۵ قابل مشاهده می‌باشد.

جدول ۴: سناریوهای سازگار متصور برای آینده تصوردهنی در مراکز خرید بزرگ بافت قدیم تهران

عدالت	مطلوبیت اقتصادی	هویت فرهنگی قوی	نماد یک جریان فکری فرهنگی فلسفی	سناریوی شماره
افزایش شکاف طبقاتی عمیق و تعارض فقیر و غنی بحرانی	افزایش مطلوبیت اقتصادی بیشتر برای اغنیا	ثبات هویت فرهنگی ضعیف موجود ایستا	ثبات تفکر سرمایه داری موجود ایستا	سناریوی شماره ۱
افزایش شکاف طبقاتی عمیق و تعارض فقیر و غنی بحرانی	افزایش مطلوبیت اقتصادی بیشتر برای اغنیا	ثبات هویت فرهنگی ضعیف موجود ایستا	افزایش تفکر لیبرالیسم و امپریالیسم بحرانی	سناریوی شماره ۲
افزایش شکاف طبقاتی عمیق و تعارض فقیر و غنی	افزایش مطلوبیت اقتصادی بیشتر برای اغنیا	افزایش هویت فرهنگی ضعیف و التقاطی	ثبات تفکر سرمایه داری موجود	سناریوی شماره ۳

عدالت	مطلوبیت اقتصادی	هویت فرهنگی قوی	نماد یک جریان فکری فرهنگی فلسفی	
بحرانی	بحرانی	بحرانی	ایستا	
افزایش شکاف طبقاتی عمیق و تعارض فقیر و غنی	افزایش مطلوبیت اقتصادی بیشتر برای اغنیا	افزایش هویت فرهنگی ضعیف و التقاطی	افزایش تفکر لیبرالیسم و امپریالیسم	سناریوی شماره ۴
بحرانی	بحرانی	بحرانی	بحرانی	

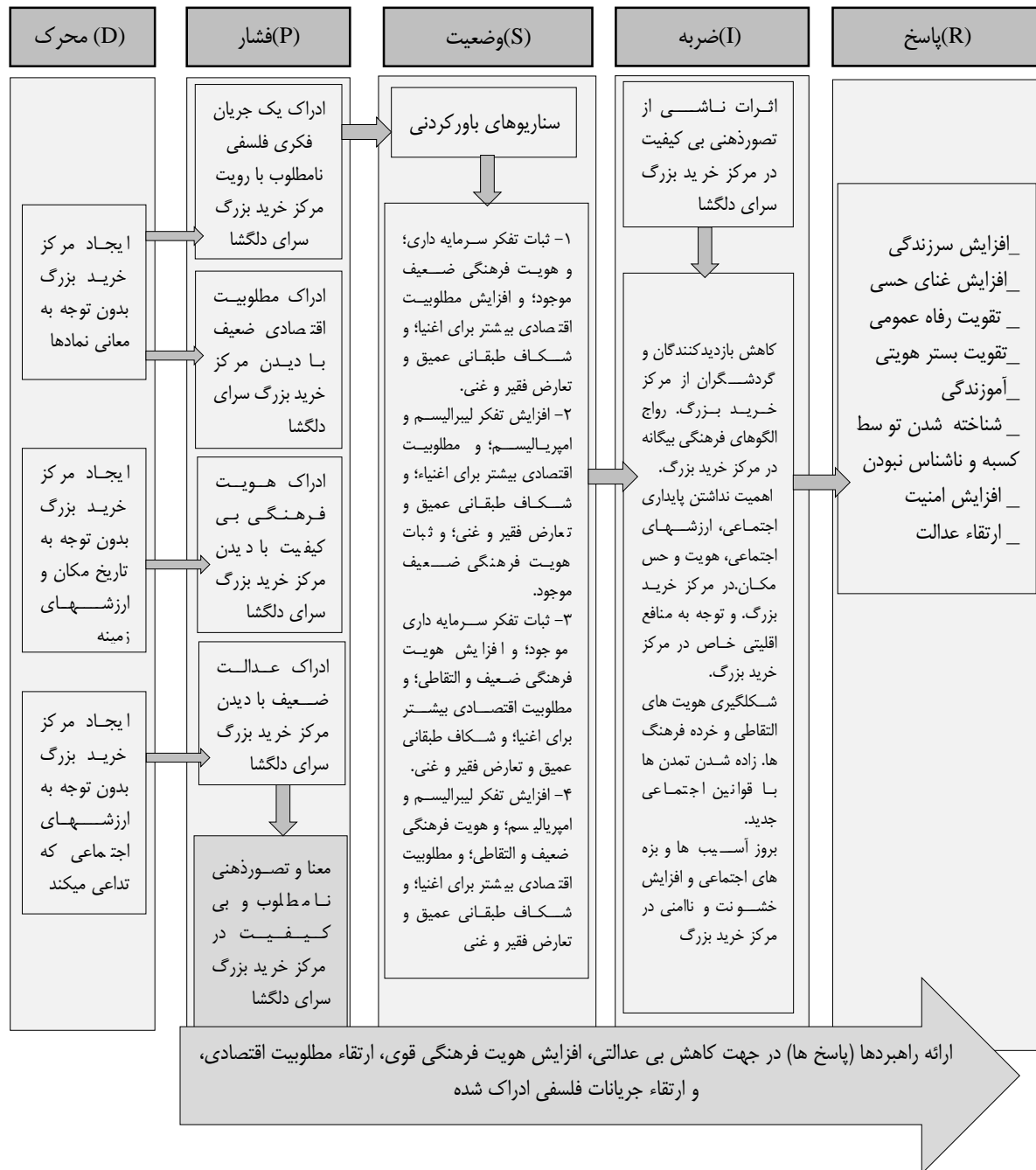
منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۲

Scenario No. 1	Scenario No. 2	Scenario No. 3	Scenario No. 4
نماد یک جریان فکری: A فرهنگی فلسفی: ثبات تفکر سرمایه: A2 داری موجود	نماد یک جریان فکری: A فرهنگی فلسفی: افزایش تفکر لیبرالیسم و: امپریالیسم	نماد یک جریان فکری: A فرهنگی فلسفی: ثبات تفکر سرمایه: A2 داری موجود	نماد یک جریان فکری: A فرهنگی فلسفی: افزایش تفکر لیبرالیسم و: امپریالیسم
هویت فرهنگی قوی: B ثبات هویت فرهنگی ضعیف موجود: B2		هویت فرهنگی قوی: B افزایش هویت فرهنگی ضعیف و التقاطی: B3	
مطلوبیت اقتصادی: C افزایش مطلوبیت اقتصادی بیشتر برای اغنیا: C3			
عدالت: D افزایش شکاف طبقاتی عمیق و تعارض فقیر و غنی: D3			

شکل ۵: تابلوی سناریوهای سازگار این پژوهش در نرم افزار سناریو ویزارد. منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۲

بعد از دست یافتن به سناریوهای سازگار، جهت تدوین راهبردها، یا همان پاسخ‌ها در جهت افزایش عدالت، مطلوبیت اقتصادی، هویت فرهنگی قوی، از تکنیک DPSIR (محرک‌ها، فشارها، وضعیت‌ها، تأثیرات، پاسخ‌ها) بهره برده شده است. در این چهارچوب محبوب بین‌المللی، می‌توان روابط مهم و به هم پیوسته بین عوامل اجتماعی و محیطی را بررسی و تحلیل نمود (maxim, spangenberg, o'conner, 2009). در شکل شماره ۶ روند دستیابی به راهبردهای اصلی تحقیق، مطابق سناریوهای سازگار متصور برای آینده‌تصوردهنی در مراکز خرید بزرگ بافت قدیم تهران ارائه شده است.

خروجی تکنیک چهارچوب DPSIR، راهبردها هستند. این تکنیک دارای یک چهارچوب بوده که شامل روند ایجاد مشکل و نحوه رسیدن به راهکارهای متناسب می‌باشد، و در شکل شماره ۶ قابل مشاهده است. با توجه به پیشینه تحقیق، مهمترین عوامل موثر بر ایجاد تصوردهنی و معنا در مرکز خرید بزرگ، معانی ناشی از نمادها، خاطرات، آگاهی از تاریخ مکان، و ارزش‌های اجتماعی برآورد شده است که در قسمت محرک‌ها، آمده است. در قسمت فشار، به نتایج ناشی از محرک‌ها پرداخته شده است. بخش وضعیت، مربوط به سناریوهای با احتمال سازگاری و باورکردنی مرکز خرید سرای دلگشا در آینده می‌باشد. بخش ضربه، در مورد پیامدهای ناشی از تصوردهنی بی کیفیت در مرکز خرید بزرگ سرای دلگشا است. و در نهایت بخش پاسخ، راهبردهایی در راستای هر یک از پیامدها و ضربه‌های منفی ایجاد شده ناشی از به حقیقت پیوستن سناریوهای باورکردنی می‌باشد که یا تأثیرات منفی را کنترل می‌کند یا از وقوع آن‌ها در آینده با این راهکارها پیش‌گیری می‌شود. سپس سیاست‌ها، و برنامه‌های اقدام متناسب با سناریوهای باورکردنی متصور برای آینده‌تصوردهنی مرکز خرید بزرگ سرای دلگشا تدوین می‌شوند (جدول شماره ۵).



شکل ۶: روند دستیابی به راهبردها (پاسخ‌ها) با کمک تکنیک چهارچوب DPSIR در راستای جلوگیری از اثرات نامطلوب مرکز خرید بزرگ

سرای دلگشا در آینده. منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۲

جدول ۵: راهبردها، سیاست‌ها، و برنامه‌های اقدام متناسب با سناریوهای متصور برای آینده تصور ذهنی مرکز خرید بزرگ سرای دلگشا.

سناریوها	راهبردها	سیاست‌ها	برنامه‌های اقدام
سناریوی شماره ۱: وضعیت نیمه بحرانی	تقویت بستر هویتی	ایجاد سازو کارهایی برای آشنایی شهروندان نسبت به تاریخ مکان _خاطره‌سازی جدید و یادآوری خاطرات گذشته برای شهروندان	ایجاد مجسمه‌های هنرشهری برای معرفی سرشناسان قدیمی محل و کارکردهای گذشته _نمایش کلیپ‌های سیر تطور تاریخی مکان از گذشته تا به حال _ساخت مکان‌هایی شبیه قسمت‌های خاص بازارهای مروف داخلی یا خارجی _نمایش تصاویر قدیم مکان طی ۲۰۰ سال اخیر _برگزاری آیین‌ها، سنت‌ها، و مراسم ملی آیینی مذهبی _زبان و گویش و زبان نوشتار، موسیقی، غذاها، اخلاقیات و معارف دینی مذهبی در بناها و اشیاء مشهود باشد _ایجاد قرارگاه‌های رفتاری خاطره‌انگیز

سناریوها	راهبردها	سیاستها	برنامه‌های اقدام
	ارتقاء عدالت	<p>توسط تمامی اقشار جامعه با هر نوع توان حرکتی قابل استفاده باشد</p> <p>در دسترس بودن انواع وسایل حمل و نقل عمومی</p>	<p>استفاده از رمپ‌های استاندارد و تسمه نقاله‌های برقی مسطح و آسانسورها به تعداد مکفی</p> <p>داشتن حداقل دو دسترسی متفاوت</p> <p>مترو، اتوبوس و تاکسی در دسترس باشد</p>
سناریوی شماره ۲: وضعیت بحرانی	شناخته شدن توسط کسبه و ناشناس نبودن	<p>ایجاد سازو کارهای پاتوق</p> <p>شدن مکان جذب مشتری‌های ثابت</p>	<p>نگهداشتن میز برای شخص آشنا پاتوق شدن محیط برای شخص.</p> <p>شناسایی چهره و احوالپرسی و معاشرت</p>
	ارتقاء آموزشی	<p>ایجاد تجربه‌های جدید برای مردم</p> <p>ترویج اشتغال زنان و جوانان</p>	<p>آموزش مهارت‌های کسب درآمد</p> <p>درگیر نمودن حواس مختلف فرد (شنوایی، بینایی، بویایی، بساواایی): مانند دیدن کتابخانه در ایران مال، استفاده از صدای آب و پرندگان، رقص آب فشان‌ها و بازی نور</p> <p>برگزاری کلاس‌ها و کارگاه‌های آموزشی رایگان در مرکز خرید</p>
	ارتقاء سرزندگی	<p>اعطای تسهیلات رایگان خوراکی</p> <p>ایجاد کالبد و فعالیت های گوناگون</p> <p>ایجاد تنوع مخاطبین - ایجاد تنوع فضایی</p> <p>ایجاد نوآوری و لذت بخشی</p> <p>ایجاد ارتباط مطلوب با طبیعت</p> <p>تامین مراکز قدرتمند و لنگر (مغازه‌های پر مخاطب)</p>	<p>تشکیل جلسات هم اندیشی ماهانه با مدیران مرکز خرید بزرگ</p> <p>اجرای تنوعی از موسیقی، نور، متریا، رنگ، کاربری‌ها</p> <p>اجرای سیستم سازه‌ای و سبک معماری گوناگون</p> <p>ایجاد سرگرمی‌های متنوع در ساعات مختلف</p> <p>وجود فضاهای باز و سبز در ترکیبی از فضای باز و بسته</p>
سناریوی شماره ۳: وضعیت بحرانی	تقویت رفاه عمومی	<p>تامین نیازهای اولیه</p> <p>تامین نیازهای ثانویه</p>	<p>عدم سقوط مصالح، ترک خوردگی، شکستگی، چکه، نشست، طبله، در کالبد ساختمان</p> <p>تامین نور مطلوب و هوای تمیز و تازه در فضاهای بسته و باز</p> <p>عدم استفاده از مصالح مخرب و سمی در ایجاد ساختمان (مثلا آزیست).</p> <p>تامین فضای انواع بازی‌ها و ورزش ها و سرگرمی‌ها برای کودکان و بزرگسالان</p> <p>تامین نظافت و بهداشت و دفع فاضلاب و آب‌های سطحی</p> <p>وجود چشم ناظر و نگهدارنده</p> <p>تامین غذای متنوع و سالم متناسب با ذائقه افراد گوناگون</p> <p>تامین مقیاس انسانی محیط (ارتفاع پله‌ها، محصوریت، تناسبات جداره‌ها، وسعت گستره فضا، مبلمان، وسایل ورزشی)</p> <p>مرکز پاتیناژ کودکان تهران</p> <p>نمایی سیستم اعلام و اطفای حریق و دوربین‌های مدار بسته</p> <p>استفاده از شبکه اطلاع‌رسانی هوشمند</p> <p>ترکیب فضای باز و بسته</p> <p>تنوع مخاطبین و شلوغ بودن محیط در ساعات مختلف</p> <p>دسترسی به آسانسور یا پله برقی به تعداد کافی در مکان‌های مناسب</p> <p>استفاده از کالبد و فعالیت گوناگون و متنوع</p> <p>نمایی و دسترسی به راه خروج اضطراری</p>
سناریوی شماره ۴: وضعیت بسیار بحرانی	افزایش غنای حسی	<p>ایجاد تجربه‌های جدید برای همه مردم با هر سطح مالی</p>	<p>درگیر نمودن حواس مختلف فرد (شنوایی، بینایی، بویایی، بساواایی)</p> <p>آرایش و تزئین کالبد و مکان و نمای لوکس و پرطمطراق و پرزرق و برق و شیک و لوکس و همه پسند</p> <p>استفاده از کالبد و فعالیت گوناگون و متنوع</p> <p>استفاده از شبکه اطلاع‌رسانی هوشمند</p> <p>ایجاد نقاط کانونی دارای دید به کوه و ارتفاعات</p> <p>استفاده از طراحی‌های غیر خطی، پیچیده و ارگانیک</p> <p>توزیع غذای سبک نذری در مرکز خرید</p>
	افزایش امنیت	<p>کنترل مکان‌ها با سیستم‌های به روز امنیتی تشخیص چهره</p> <p>توزیع کمک‌های غیرنقدی و خوراکی در جهت حمایت از افراد نیازمند</p> <p>ایجاد صندوق‌های مردمی محلی</p>	<p>نمایی و دسترسی به راه خروج اضطراری</p> <p>نمایی سیستم اعلام و اطفای حریق و دوربین‌های مدار بسته</p> <p>وجود چشم ناظر و نگهدارنده</p> <p>استفاده از معماری خطی برای اشراف بهتر</p> <p>توزیع نذری و غذای سبک رایگان یا لباس‌های دست دوم</p> <p>تخصیص وام‌های کم بهره یا تقسیط به خریداران یا مغازه داران</p>

منبع: یافته‌های تحقیق،

نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادات

در این پژوهش، بر پایه برنامه‌ریزی مبتنی بر سناریو، سناریوهای با احتمال بالای سازگاری در راستای آینده پژوهی تصوّرذهنی از مرکز خرید بزرگ سرای دلگشا در بافت قدیم شهر تهران تدوین گردید. در صورتی که از نتایج این سناریوها برای برنامه‌ریزی پایش و کنترل کالبدی مرکز خرید بزرگ سرای دلگشا بهره برده شود، می‌توان به بهبود تصور ذهنی، معنا و به تبع آن، هویت و حس مکان و پایداری اجتماعی امید داشت. مسأله و دغدغه اساسی این پژوهش، بررسی وضعیت ۲۰ سال آینده تصور ذهنی در مرکز خرید بزرگ سرای دلگشا در بافت قدیمی شهر تهران و ارائه سناریوهای سازگار می‌باشد که با تدوین راهبردها، سیاست‌ها و برنامه‌های اقدام مرتبط با آن می‌توان تغییرات نامطلوب آینده را کنترل نمود. طبق اشارات پیشین، مطالعات بسیاری در مورد مراکز خرید بزرگ، هویت مکان، معنا و ادراک مکان، و تصور ذهنی انجام شده است؛ تمامی پژوهش‌های پیشین به اتفاق، بر اهمیت کیفیت تصور ذهنی و ادراک معنا و هویت مکان، در مکان‌های عمومی شهری تأکید دارند، اما این پژوهش که جزء اندک تحقیقات آینده پژوهی و سناریونویسی در حوزه معماری شهرسازی و علی‌الخصوص در حیطه تصوّرذهنی و ادراک معنا در ایران است، به ضرورت برنامه‌ریزی برای مداخلات کالبدی آینده پژوهانه، برای ایجاد دانایی و توانایی ذی‌نفعان، در جهت کمک به کنترل آینده تصوّرذهنی مرکز خرید بزرگ سرای دلگشا می‌پردازد. این پژوهش با استناد به متغیرهای برگرفته از پیشینه تحقیق و مرور ادبیات، و با روش نظرسنجی، با ابزار پرسشنامه و تکنیک دلفی، و سناریونگاری با کمک نرم‌افزار سناریو ویزارد که در تحقیقات گوناگون انجام شده در حیطه هویت مکان، معنای ادراک شده و مراکز خرید بزرگ، تاکنون مورد استفاده قرار نگرفته، در پی کنترل آینده تصوّرذهنی در مرکز خرید بزرگ مستقر در بافت قدیم شهر تهران می‌باشد. در این راستا، در پی بررسی ادبیات تحقیق، ۲۲ متغیر مؤثر بر ایجاد تصوّرذهنی در مرکز خرید بزرگ بافت قدیم تهران، یافت گردید. بنا بر نظر خبرگان در مرحله اول تکنیک دلفی ۹ متغیر غیر قطعی، و در مرحله دوم دلفی، ۴ متغیر اصلی غیر قطعی، به این شرح شناسایی گردید: عدالت؛ مطلوبیت اقتصادی؛ هویت فرهنگی قوی؛ و نماد یک جریان فکری فلسفی. در ادامه نظرات خبرگان در نرم‌افزار سناریو ویزارد وارد گردید که خروجی آن، ۳ سناریوی محتمل، ۱۷ سناریوی ممکن و ۴ سناریوی سازگار و باورکردنی بود. در ادامه، پس از استخراج سناریوهای سازگار، از تکنیک DPSIR برای ایجاد چهارچوب محرک_ فشار_ وضعیت_ ضربه و نهایتاً استخراج پاسخ (که همان راهبردها هستند) استفاده شد. در انتها، راهبردها، سیاست‌ها و برنامه‌های اقدام در تناسب با هریک از چهار سناریوی سازگار، تدوین گردید.

سناریوی شماره ۱، وضعیت نیمه بحرانی را در آینده برای تصوّرذهنی و معنای ناشی از مرکز خرید بزرگ سرای دلگشا نشان می‌دهد که در آن ثبات تفکر سرمایه داری موجود، ثبات هویت فرهنگی ضعیف موجود، افزایش مطلوبیت اقتصادی بیشتر برای اغنیا، و افزایش شکاف طبقاتی عمیق و تعارض فقیر و غنی در مرکز خرید بزرگ سرای دلگشا در بافت قدیم و مجاور بازار قدیم تهران، توسط شهروندان ادراک می‌شود. با وقوع این وضعیت، ضرباتی به این شرح بر مرکز خرید بزرگ سرای دلگشا وارد می‌شود: کاهش بازدیدکنندگان و گردشگران از مرکز خرید بزرگ. رواج الگوهای فرهنگی بیگانه در مرکز خرید بزرگ؛ بروز آسیب‌ها و بزهدهای اجتماعی و افزایش خشونت و ناامنی در مرکز خرید بزرگ.

در سناریوی شماره ۲، وضعیت بحرانی در آینده تصوّرذهنی از مرکز خرید بزرگ سرای دلگشا، نشان داده می‌شود. افزایش تفکر لیبرالیسم و امپرنالیسم؛ ثبات هویت فرهنگی ضعیف موجود؛ افزایش مطلوبیت اقتصادی بیشتر برای اغنیا؛ و افزایش شکاف طبقاتی عمیق و تعارض فقیر و غنی در مرکز خرید بزرگ سرای دلگشا در بافت قدیم و مجاور بازار قدیم تهران، توسط ناظرین ادراک می‌شود. و موجب پیامدها و ضرباتی همچون اهمیت نداشتن پایداری اجتماعی، ارزش‌های اجتماعی، هویت و حس مکان در مرکز خرید بزرگ؛ و توجه به منافع اقلیتی خاص؛ بر مرکز خرید بزرگ سرای دلگشا وارد می‌شود.

سناریوی شماره ۳، حاکی از وضعیت بحرانی برای آینده تصوّرذهنی از مرکز خرید بزرگ سرای دلگشا در بافت قدیم شهر تهران می‌باشد. ثبات تفکر سرمایه داری موجود، افزایش هویت فرهنگی ضعیف و التقاطی، افزایش مطلوبیت اقتصادی بیشتر برای اغنیا، و افزایش شکاف طبقاتی عمیق و تعارض فقیر و غنی؛ توسط شهروندان ادراک می‌شود و پیامدهایی همچون شکلگیری هویت‌های التقاطی و خرده فرهنگ‌ها، زاده شدن تمدن‌ها با قوانین اجتماعی جدید. را سبب می‌شود. در سناریوی شماره ۴ که بسیار بحرانی می‌باشد بازدید از مرکز خرید بزرگ سرای دلگشا در آینده، افزایش تفکر لیبرالیسم و امپرنالیسم؛ افزایش هویت فرهنگی ضعیف و التقاطی؛ افزایش مطلوبیت اقتصادی بیشتر برای اغنیا؛ و افزایش شکاف طبقاتی عمیق و تعارض فقیر و غنی را برای شهروندان تداعی خواهد کرد. و موجب بروز آسیب‌ها و بزهدهای اجتماعی و افزایش خشونت و ناامنی در مرکز خرید بزرگ سرای دلگشا خواهد شد. نتایج این پژوهش حاکی از آن است که معنای ادراک شده و تصوّرذهنی بی کیفیت و نامطلوب ناشی از مرکز خرید بزرگ سرای دلگشا مستقر در بافت قدیم شهر تهران (حوالی بازار قدیم)، در آینده تبعات و پیامدهای اجتماعی اقتصادی بسیاری به همراه خواهد داشت، که با توجه به سناریوهای مطرح شده و ضربات ناشی از آن،

راهبردها، سیاست‌ها و برنامه‌های اقدام متناوب در جهت آینده‌نگاری و کنترل معنا و تصوردهنی ادراک شده، اهمیت و ضرورت می‌یابد. برای تداوم این پژوهش و پیشبرد علم، در مطالعات پیش رو می‌توان، در راستای راستی آزمایشی پایایی نتایج این پژوهش، آینده‌های سازگار، پیش روی تصوردهنی از مرکز خرید بزرگ مستقر در بافت قدیم شهر تهران یا شهرهای دیگر، مورد تکرار قرار گرفته و سناریوها، راهبردها و سیاست‌ها و برنامه‌های اقدام متناسب کالبدی با آن تبیین شود.

References

1. Alizadeh, A., Vahidi Motlagh, V., & Nazemi, A. (2008). Scenario planning or scenario-based planning. *Future Studies Quarterly*, Ati Negar University. [In Persian]
2. Alwaer, H., Sibley, M., & Lewis, J. (2008). Factors and priorities for assessing sustainability of regional shopping centers in the UK. *Architectural Science Review*, 51(4), 391-402. DOI:10.3763/asre.2008.5143
3. Amer, M., Daim, T. U., & Jetter, A. (2013). A review of scenario planning. *Futures*, 42, 23-40.
4. Anabestani, Z. (2017). Futurism of social impacts resulting from the presence of urban mega-projects: A case study of the recreational complex of Shandiz. *Geographical Research*, 32(3). [In Persian]
5. Asadpur, A., Faizi, M., Mozaffar, F., & Behzadfar, M. (2015). Typology of models and comparative study of methods for recording mental images and cognitive maps of the environment. *Bagh-e Nazar*, 12(33), 13-22. [Online]: https://www.bagh-sj.com/article_9981.html [In Persian]
6. Asadpur, A., Nikoonam Nezami, H., & Omidian, A. R. (2018). Analysis of evaluative mental image components of citizens regarding the Qur'an Gate in Shiraz and its surroundings. *Iranian Architecture and Urbanism*, 9(16), 53-68. DOI: 10.30475/isau.2019.87933. [In Persian]
7. Behzadipour, H., Davoodpour, Z., & Zebihi, H. (2022). Assessment of environmental perception dimensions among citizens in high-rise buildings: A case study of Tehran's District 22. *Applied Research in Geographic Sciences*, 22(64), 349-368. DOI: 52547/10/jgs.64/22.349 [In Persian]
8. Carmona, M. (2021). *Public Places, Urban Spaces: The Dimensions of Urban Design* (3rd ed.). New York: Routledge.
9. Cartigny, T., & Lord, W. (2016). Defining social value in the UK construction industry. *Management, Procurement and Law*, 170(3), 1-8.
10. Eizadpanah, M., & Habibi, M. (2018). Analysis and evaluation of the position of malls as public spaces: A case study of Palladium Shopping Center in Tehran. *Shahr-Paaydar*, 1(4), 33-54. [Online]: https://www.jscity.ir/article_90905.html [In Persian]
11. Faizabadi, M. (2015). Bio-market: A new approach to the design and revitalization of the ancient market concept in contemporary times (Case study: Grand Bazaar - Mellat - Mashhad). *Idea Journal*, 1(2), 3-14. [In Persian]
12. Faizi, M., & Asadpur, A. (2013). Citizens' perception of tall urban buildings: A case study of Chamran Hotel, Shiraz. *Iranian Architecture*, (3), 107-121. [Online]: https://jias.kashanu.ac.ir/issue_15323_15324.html [In Persian]
13. Fernandez Guell, J. M., & Redondo, L. (2012). Linking territorial foresight and urban planning. *Foresight*, 14(4), 316-335.
14. Flyvbjerg, B. (2014). What you should know about megaprojects and why: An overview. *Project Management Journal*, 45(2), 6-19. DOI: 10.1002/pmj.21409
15. Ghazlbash, S., Sajjadi, G., & Kalantari, M. (2018). *Principles and methods of urban system futurism*. Azar Kolak Publishing. [In Persian]
16. Glenn, J. C., & Gordon, T. J. (2009). *Futures Research Methodology* [Version 3.0]. Washington, D.C: The Millennium Project.
17. Habibi, R. S. (2008). Mental images and the concept of place. *Fine Arts*, (35), 39-50. [Online]: https://jhz.ut.ac.ir/article_27120.html [In Persian]

18. Habibi, S. M. (2015). Class notes on urban thought, doctoral level, Islamic Azad University, Qazvin Branch. [In Persian]
19. Haji Ahmadi Hamedani, A., Majdi, H., & Jahan Shahloo, L. (2018). Criteria influencing the formation of women's mental images of desirable urban space: A case study of Tehran. *Urban Studies*, (28), 3-16. DOI: 10.34785/J011.2018.012 [In Persian]
20. Hourcade, B., & Habibi, S. M. (2011). *Atlas of Tehran Metropolis*. Tehran: Tehran Geographic Information Center, Municipality of Tehran. (First Edition)
21. Ilhan, D. O. (2020). A practical multiple factor index model for shopping center investment decisions in Istanbul (Ph.D. dissertation in Social Science). Isik University, Social Sciences Institute, Turkey.
22. Kazemi, A. (2022). *Wandering and everyday life of Iranians*. Tehran: Farhang Javid. [In Persian]
23. Kazemi, A., & Amirabrahimi, M. (2021). Study of cultural and social dimensions of megamalls and large commercial complexes. Tehran: Urban Studies and Planning Center of Tehran Municipality. [In Persian]
24. Lehtonen, M. (2014). Evaluating megaprojects: From the 'iron triangle' to network mapping. *Evaluation*, 20(3), 278-295. DOI: 10.1177/1356389014539868
25. Lynch, K. (2016). *The theory of city form*. (Translated by Sir Hossein Bahreini). Tehran: University of Tehran Press. (7th ed.) [In Persian]
26. Martelli, A. (2014). *Models of Scenario Building and Planning: Facing Uncertainty and Complexity*. Springer.
27. Maxim, L., Spangenberg, J. H., & O'Connor, M. P. (2009). An analysis of risks for biodiversity under the DPSIR framework. *Ecological Economics*, 69(1), 12-23.
28. Moazemi, S. (2018). The revitalization of urban fabric in contemporary public spaces: A case of shopping spaces. *A+Arch Design International Journal of Architecture and Design*, 4(2), 1-10.
29. Mohammadpour Jaber, M., Ebrahimzadeh, E., Rafieyan, M., & Saad Mochshi, R. (2016). Identification and analysis of the mutual effects of key factors and assessing the regional sustainability using a strategic foresight approach (Case study: North Khorasan Province). *Geography and Environmental Sustainability*, 20, 1-17. [In Persian]
30. Nazif, H., & Motalebi, Gh. (2019). Presenting a conceptual model of readability based on mental perception. *Bagh-e Nazar*, 16(78), 69-76. [In Persian]
31. Nesr, J. (2021). *Evaluative image of the city*. (Translated by Samiya Farakhideh). Tehran: Armaneshahr Publishing. [In Persian]
32. Ozorhon, G., & Ilker Fatih, O. (2014). Investigation of the change of the shopping mall's space organization in Istanbul. *Journal of Architecture and Urbanism*, 38(2).
33. Rafieyan, M. (2017). *The quality of the meaning of urban public places in Islamic and Iranian thought* (Doctoral dissertation in urban planning). Faculty of Art and Architecture, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran. [In Persian]
34. Rafieyan, M., Rafieyan, M., & Bemanyan, M. R. (2019). An analysis of the perception of the qualitative quality of the meaning of place with an emphasis on public spaces in Yazd city. *Human Geography Research*, 51(2), 411-428. DOI: 22059/10/JHGR.225301/2017.1007389 [In Persian]
35. Raiden, A. L., M., K., A., & G, C. (2019). *Social Value in Construction*. London & New York: Routledge. DOI: 10.1201/9781315100807
36. Rapoport, A. (2013). *The meaning of the built environment*. (Translated by Farah Habib). Tehran: Tehran Municipality Information Technology and Communications Organization. (3rd ed.) [In Persian]
37. Ryan, B. D. (2013). The metastasizing megaproject: Urban design and monstrous moral hybrids. In G. D. Cerro Santamaría (Ed.), *Urban Megaprojects: A Worldwide View* (pp. 211-233). Bingley, UK: Emerald Group Publishing Limited. DOI: 10.1108/S1047-0042(2013)0000013014
38. Sadeghi, A. (2015). Doctoral dissertation titled "Explaining the relationship of a sense of belonging with environmental aesthetics in public spaces in Iranian Islamic cities," supervised by Dr. Mohammad Reza Purjafar and Dr. Ali Akbar Taqavai, at Tarbiat Modares University, Tehran. [In Persian]
39. Salehi, N. (2023). Emergence of large markets in the structure of the old, middle, and new urban fabric of Tehran: A rational examination of the creation of these spaces in the city (Case study: Iran)

- Mall, Sun Center, and Delgusha Bazaar). (Doctoral dissertation in urban planning). Faculty of Architecture and Urban Planning, Islamic Azad University, Qazvin Branch, Iran. [In Persian]
40. Salehi, N., Davoodpour, Z., & Khesto, M. (2023). Development of a conceptual model of mental imagery in large shopping centers in Tehran (Case study: Iran Mall, Sun Center, Delgusha Bazaar). *Urban Sustainable Development*. DOI: 10.22034/usd.2023.708023 [In Persian]
41. Salehi, N., Davoodpour, Z., Khesto, M., & Niazi, M. (2021). Future studies of implicit mental imagery in large shopping centers. *Future Cities Perspective*, 3(2), 57-78. [Online]: <http://jvfc.ir/article-1-192-fa.html> [In Persian]
42. Sarkhili, E., Rafieyan, M., & Taqavai, A. A. (2017). The sustainability of urban mega-projects: Assessing the sustainability of large-scale projects in Mashhad. *Geography and Urban Development*, 4(2), 25-41. DOI: 10.22067/gusd.v4i2.53476 [In Persian]
43. Sasanpour, F., Vahdati, A., & Babaei, S. (2017). Future studies of urban sprawl in Iran. *Applied Research in Geographic Sciences*, 17(47), 171-189. [In Persian]
44. Scarce, D., & Fulton, K. (2004). *What If? The Art of Scenario Thinking for Nonprofits*. Global Business Network.
45. Schulz, N. C. (2017). *The spirit of place: Toward a phenomenology of architecture*. (Translated by Mohammad Reza Shirazi). (2nd ed.) Tehran: Rokhdadno. [In Persian]
46. Shahabi, M., & Fazeli, N. (2015). Scientific session: From the market to megalithic. *Iran Morning Newspaper, Citizen*, (581). Retrieved from https://shahrvandnewspaper.ir/Modules/News/PrintVer.aspx?News_Id=33548&V_News_Id=&Src=Main [In Persian]
47. Sharpe, B., & Van der Heijden, K. (2012). *Scenarios for Success: Turning Insights into Action*.
48. Shawket I. M. (2018). Identity in urban spaces of residential compounds: Contributing to a better environment. *HBRC Journal*, 14(2), 235-241. DOI: 10.1016/j.hbrcj.2016.08.003
49. Shia, I., & Hajiani, M. (2019). Impacts of megaliths on neighborhood identity in Tehran: A case study of Niyavaran Mall. *Islamic Iranian City*, 9(36), 69-81. DOI: 1001/20.2228639/1.9/1398.6/36.5 [In Persian]
50. Taghizadehvahed, N. (2015). *A comparative study of covered shopping spaces: Covered bazaars, arcades, shopping malls* (Master's thesis). Middle East Technical University. DOI: 10.1016/j.ecolind.2016.07.029
51. Villani, E., Greco, L., & Phillips, N. (2017). Understanding value creation in public-private partnerships: A comparative case study. *Journal of Management Studies*, 54(6), 876-905.