



الگوی پیوست‌نگاری فرهنگی مراکز تجاری و

تفریحی با تأکید بر هویت ایرانی اسلامی؛ مشهدمال^۱

دریافت: ۱۳۹۹/۱۰/۷ پذیرش: ۱۴۰۰/۱/۲۱

سید محمد حسینی^۲، رخشاد حجازی^۳، سید علی جوزی^۴، سید محمود هاشمی^۵

چکیده

پس از پیروزی انقلاب اسلامی، حوزه فرهنگی یکی از اصلی‌ترین اهداف انقلاب اسلامی و سرلوحه انقلاب بود. جاری کردن فرهنگ و ارزش‌های دینی و اخلاقی در جامعه و اداره و زندگی، از مهم‌ترین اصول در سیاست‌گذاری فرهنگی از سوی بزرگان انقلاب به ویژه امام خمینی (ره) بود. علاوه بر این، در دوره‌های بعد به‌ویژه در سال‌های اخیر به دلیل پشت سر گذاشتن شرایط اضطرار در سایر حوزه‌ها، حوزه فرهنگی از سوی بزرگان نظام بسیار مورد تأکید قرار گرفته است. از طرفی بازارها از دیرباز، نقش اساسی در هویت‌بخشی فرهنگی، ملی و بومی به شهرهای ایرانی اسلامی بر عهده داشته‌اند، اما با تحول این فضاهای تجاری و شکل‌گیری مجتمع‌های تجاری مدرن و به خصوص مگامال‌ها، نگرانی‌های جدی درباره تأثیرات این فضاها بر هویت فرهنگی جامعه به وجود آمده است. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و به لحاظ روش، توصیفی تحلیلی است. در این پژوهش، پیوست‌نگاری فرهنگی پروژه مشهدمال، بر مبنای ماتریس فازی، پیشنهاد شده است. در ساختن ماتریس ارزیابی، فعالیت‌های اصلی طرح در فاز بهره‌برداری و نیز شاخص‌های مهم فرهنگی که از این فعالیت‌ها تأثیر می‌پذیرند با استفاده از روش دلفی فازی، تعیین و اهمیت هر اثر به صورت اعداد فازی مثلثی برآورد می‌شود. در نهایت با استفاده از نرم‌افزار ونسیم (VENSIM) روشی عملیاتی برای ارزیابی فرهنگی و اجتماعی مال‌ها ارائه شده است.

کلیدواژه‌ها: پیوست‌نگاری فرهنگی، هویت ایرانی اسلامی، مجتمع‌های تجاری چندمنظوره (مال‌ها)، ماتریس فازی، نرم‌افزار ونسیم.

۱. این مقاله بر گرفته از رساله دکتری با عنوان «ارائه الگوی ارزیابی اثرات اجتماعی مراکز تجاری و تفریحی با رویکرد ایرانی اسلامی در شهرهای زیارتی، مشهدمال» است.
۲. دانشجوی دکتری گروه محیط زیست دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال، تهران، ایران: smhosaini1357@yahoo.com
۳. استادیار گروه محیط زیست دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال، تهران، ایران (نویسنده مسئول): rokhsad.h99@yahoo.com
۴. استاد گروه محیط زیست دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال، تهران، ایران: sajozi@yahoo.com
۵. استادیار گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال، تهران، ایران: hashemi_2986@yahoo.com

مقدمه

تا چند دهه پیش، توجه اصلی در پروژه‌های توسعه معمولاً معطوف به ملاحظات اقتصادی بود. دیدگاه حاکم این بود که پول می‌تواند هرگونه آثار منفی پروژه‌ها را جبران کند. لذا نگرانی چندانی از پیامدهای اجتماعی و فرهنگی وجود نداشت. در این دیدگاه توجه به اجتماع محلی و نظام همسایگی در حداقل ممکن بود. لذا به شبکه‌های اجتماعی که پایه‌های اصلی تأمین‌کننده حمایت برای مردم در مقابل سختی‌ها و استرس‌ها بود، توجهی صورت نمی‌گرفت. اصطلاح SIA^۱ برای اولین بار اوایل دهه ۱۹۷۰ به کار رفت، ولی راهنماها و اصول آن سال ۱۹۹۴ تدوین شد. اگر بتوان در فرایند تصمیم‌گیری کارگزاران توسعه، ارزیابی تأثیرات اجتماعی و فرهنگی را دخیل دانست، در آن صورت می‌توان بهتر تصمیم‌گیری کرد. به علاوه با پیش‌بینی و مدیریت کردن تأثیرات اجتماعی و فرهنگی ناشی از پروژه، مزایای اجتماعی، اقتصادی و محیط زیستی فراوانی نصیب مردم و اجتماع محلی خواهد شد. نباید از یاد برد که پیامدهای پیش‌بینی نشده پروژه‌های توسعه می‌تواند منافع و مزایای این پروژه‌ها را به شدت کاهش دهد. از همین جاست که ارزیابی تأثیرات اجتماعی و فرهنگی اهمیت می‌یابد (هومین فر، ۱۳۹۲: ۱).

مهم‌ترین هدف پیوست فرهنگی، ایجاد زمینه و شرایطی است که در آن ضمن اجرای مطلوب طرح‌های اقتصادی، ارزش‌ها و میراث فرهنگی ملی و بومی نیز حفظ شود. پیوست فرهنگی در واقع مجرای است که از طریق آن، پیشرفت کشور بدون آسیب رساندن به هویت فرهنگی و بومی و بدون تغییر ارزش‌های فرهنگی و دینی انجام می‌شود؛ گرچه جهت‌گیری پیوست فرهنگی به سمت حفظ ارزش‌ها و میراث فرهنگی است. در همان حال، زمینه‌ساز اجرای موفق و صحیح طرح‌های عمرانی نیز خواهد بود (بنیانیان، ۱۳۸۷: ۲). پیوست فرهنگی عبارت است از فرایند تعیین، پیش‌بینی، ارزیابی، آگاه‌سازی و مدیریت پیامدهای مثبت و منفی و تأثیرات احتمالی اتخاذ سیاست‌ها و برنامه‌ها و اجرای طرح‌های جاری یا پیشنهاد شده بر نظام هستی‌شناسانه، معرفت‌شناسانه و انسان‌شناسانه در درون

1. Social Impact Assessment

یک نظام فرهنگی و نیز بر زندگی، نهادها و الگوهای فرهنگی درون آن نظام. پیوست فرهنگی با هدف مدیریت تأثیرات فرهنگی مثبت و منفی ناشی از تدوین یک سیاست و قانون یا یک برنامه و اجرای طرح توسعه‌ای انجام می‌شود (قادری، ۱۳۹۲: ۹۱).

برای شناخت صحیح و جامع ابعاد و مختصات پیوست‌های فرهنگی، باید به فلسفه وجودی آن توجه نکرد. پیوست فرهنگی برای طرح‌ها و پروژه‌های مختلف اجرایی با این پیش‌بینی مطرح شده است که هر طرح و پروژه فنی، اقتصادی، اجتماعی، قضایی و مانند آن در ذات خود با فرهنگ جامعه تعامل دارد. لذا با درک آثار و نیازمندی‌های فرهنگی، این نوع طرح‌ها و پروژه‌ها را باید مبتنی بر یک نظام علمی، اولویت‌گذاری و از طرح‌ها و پروژه‌هایی شروع کرد که بیشترین تعامل فرهنگی را در بر دارد و در شناخت این آثار متقابل از چند بُعد به موضوع توجه کرد (بنیانیان، ۱۳۸۷: ۱).

این مقاله به دنبال این است که با توجه به وضعیت فرهنگی و اجتماعی مشهد مقدس به‌عنوان مهم‌ترین شهر زیارتی کشور، با مطالعه روند ساخت و ساز مراکز تجاری و رفاهی بزرگ (مال‌ها)، الگویی ارائه دهد که در آن با تأکید بر هویت ایرانی اسلامی، آثار فرهنگی مشهدمال به‌طور دقیق و منطقی، ارزیابی شود. به‌عبارت دیگر آثار مشهدمال بر هویت ایرانی اسلامی مشهد مقدس ارزیابی قرار خواهد شد تا میزان آثار فرهنگی مجتمع تجاری مشهدمال مشخص شود.

بیان مسئله و ضرورت

کلان‌شهر مشهد، علاوه بر جنبه زیارتی، با داشتن جاذبه‌های منحصر به فرد فرهنگی، تاریخی، علمی، پزشکی، تجاری و قابلیت‌های موجود در زمینه گردشگری، سالانه گردشگران زیادی را به خود جلب می‌کند. همچنین مشهد امروزه به‌عنوان یکی از قطب‌های مهم و سرآمد گردشگری در ایران تعداد بسیار زیادی از زائران و گردشگران را در خود جای می‌دهد؛ والاترین عنصری که در موجودیت هر جامعه دخالت اساسی دارد، فرهنگ آن

جامعه است؛ بنابراین صیانت از فرهنگ اسلامی، يك ضرورت است. جریان‌سازی فرهنگی و مقابله با تهاجم فرهنگی، از مهم‌ترین فعالیت‌هایی است که در فرصت‌های موجود در گردشگری دینی و سفرهای زیارتی و از جمله سفر زیارتی مشهد مقدس قابل اجرا و البته نتیجه‌بخش است (کشاورز و دلبری، ۱۳۹۶: ۵۳). اقلام مورد نیاز هر خانواده معمولاً به دو شکل عمده یا خرده خریداری می‌شود و مراکز عرضه اقلام مورد نیاز نیز به شکل سنتی و به صورت مغازه‌های اطراف خانه و مراکز فروش عمده در میادین است؛ اما اخیراً و خصوصاً در دو دهه اخیر فروشگاه‌هایی به نام «مال» با تقلید از الگوی آمریکایی با نام‌های مختلف، شکل و سبک خارجی ایجاد شده که هم به عنوان گردشگاه قلمداد می‌شوند و هم بسیاری از خانواده‌ها کالای مورد نیاز خود را از این گونه اماکن تهیه می‌کنند (ابهری، ۱۳۹۶)؛ هرچند مال‌سازی با رویکرد چندمنظوره با توجه به پیچیدگی زندگی شهری برای خانوار برخی مزایا را به دنبال دارد. از جمله اینکه امکان خرید اقتصادی را فراهم می‌کند، امکان نظارت نهاد‌های مسئول بر قیمت‌ها بیشتر فراهم می‌شود، خانواده امکانی برای تفریح کردن و دور هم جمع شدن را پیدا می‌کنند و احتمالاً در خروج ارز از کشور و مسافرت‌هایی که به قصد خرید کالا در خارج از کشور انجام می‌شود نیز موثر است؛ اما درکنار این، تجاری‌سازی بی‌رویه، بستری برای افزایش کالاهای غیرضرور وارداتی فراهم خواهد کرد و خواه‌ناخواه الگوی مصرف و انگاره‌های فرهنگی، جوانان را به سوی خرید کالای خارجی هدایت می‌کند. نگاهی به معماری بسیاری از این مجتمع‌ها نشان می‌دهد معماری آن‌ها از برخی مجتمع‌های مشابه در دبی یا ترکیه الگوبرداری شده است. به تبع آن، بیشتر فضای آن‌ها به بوتیک‌هایی اختصاص یافته که میزبان برندهای لوکس خارجی است. حال اگر ما می‌خواهیم اقتصاد مقاومتی را از زاویه تشویق مردم به خرید کالاهای ایرانی ترویج کنیم با این شیوه تجاری‌سازی در تناقض است (عبدی، ۱۳۹۴: ۴).

جدول ۱: تعداد مال‌ها در شهرهای کشور

شهر	تعداد	شهر	تعداد
تهران	۶۵	کرمانشاه	۸
مشهد	۱۲۷	قم	۲
تبریز	۱۲	یزد	۲
کرج	۱۷	اهواز	۲
شیراز	۱۶	انزلی	۲
اصفهان	۱۵	بم	۱
کیش	۶	اراک	۱
کرمان	۳	یاسوج	۱

منبع: مجله عصر ساختمان، ۱۳۹۶

بررسی آمارهای موجود حاکی از آن است که بیش از ۲۶۰ واحد مال در کل کشور یا در دست ساخت بوده یا به‌تازگی مراحل ساخت آن به پایان رسیده است. توزیع و فراوانی ساخت مال‌ها در کشور (جدول ۱) نشان می‌دهد برخلاف تصورات، به جای تهران، این مشهد است که در صدر شهرهای مال‌خیز و مال‌ساز کشور قرار گرفته است، به طوری که آمار ساخت و ساز این‌گونه بازارهای چند منظوره در شهری که پایتخت معنوی کشور است و قاعدتاً باید چهره‌ای زیارتی به جای سیاحتی داشته باشد، عجیب به نظر می‌رسد (عبدی، ۱۳۹۴: ۴).

اهمیت پیوست‌نگاری فرهنگی به‌عنوان یکی از عناصر مهم و اساسی مهندسی فرهنگی، آن‌گاه آشکار شد که مقام معظم رهبری در ۱۹ آذرماه ۱۳۹۲، بر انجام آن تأکید و بیان کردند: «[اینکه] ما گفتم مسائل اقتصادی و مسائل گوناگون مهم پیوست فرهنگی داشته باشد، معنای آن این است که یک حرکت اساسی که در زمینه اقتصاد، در زمینه سیاست، در زمینه سازندگی، در زمینه فناوری، تولید، پیشرفت علم می‌خواهیم انجام بدهیم، ملتفت

لوازم فرهنگی آن باشیم. گاهی اوقات انسان در یک کاری وارد می‌شود، یک کار اقتصادی انجام می‌دهد، [اما] لوازم آن و تبعات فرهنگی آن را توجه ندارد. بله، کار کار بزرگی است؛ کار اقتصادی بزرگی است، منتها بر آن مترتب می‌شود لوازمی و تبعاتی که برای کشور ضرر دارد؛ فرهنگ این جور است. باید در همهٔ مسائل آن نکتهٔ فرهنگی را در نظر داشت و نگذاریم که این از یاد برود» (خامنه‌ای، ۱۳۹۲). چنانکه از بیانات مقام معظم رهبری و ادبیات ایشان استنباط می‌شود، مفهوم پیوست فرهنگی عبارت است از ارزیابی آثار و پیامدهای فرهنگی اجرای طرح‌های مهم در حوزه‌ها و نظام‌های مهم جامعه، تدوین سیاست‌ها و راهکارهایی برای کاهش آثار و پیامدهای آسیب‌زای اجرای این گونه طرح‌ها، تقویت آثار و پیامدهای مثبت آن، استفادهٔ بهینه از فرصت‌های فرهنگی که اجرای این طرح‌ها ایجاد می‌کنند و چگونگی مدیریت چالش‌ها، تهدیدها و موانعی که این طرح‌ها در طول اجرا برای فرهنگ و ارزش‌های فرهنگی ایجاد می‌کنند (جوکار، ۱۳۹۸: ۱). شایان ذکر است که بی‌توجهی به ابعاد فرهنگی و اجتماعی در فعالیت‌های اقتصادی، در کشور ما در تعارض آشکار با اهداف متعالی نظام جمهوری اسلامی ایران نیز قرار می‌گیرد؛ چراکه اساسا هدف اصلی انقلاب اسلامی گسترش و حاکمیت ارزش و فرهنگ اسلامی است. لذا رصد آثار و پیامدهای فرهنگی طرح‌ها، لوایح، تصمیمات و مصوبات، پروژه‌ها و اقدامات در دستگاه‌ها و قوای سه‌گانه و بخش خصوصی و توجه به اثرگذاری مستقیم یا غیرمستقیم موارد ذکر شده در جامعه، مسئله‌ای ضروری و اجتناب‌ناپذیر است (درخشان، ۱۳۹۴: ۲۳).

پیشینه پژوهش

پیوست فرهنگی در کشور، موضوع جدیدی است و در این خصوص به‌ویژه در مراکز تجاری و تفریحی، مطالعات زیادی انجام نگرفته است. در ذیل به برخی از مطالعات انجام شده در کشور که عمدتاً موضوعات کلی و تعیین شاخص‌های فرهنگی و اجتماعی بوده است، اشاره می‌شود. شایان ذکر است در خصوص ارزیابی آثار فرهنگی، پژوهش‌های خارجی بیشتر با رویکرد اجتماعی صورت گرفته است. عامل هلالی (۱۳۹۶) در مقاله‌ای

با عنوان «الزامات فرهنگی و اجتماعی پروژه‌های تجاری و مگامال‌ها» که توسط دبیرخانه پیوست فرهنگی و اجتماعی شهرداری مشهد به چاپ رسیده، بررسی پیامدهای مگامال‌ها و مجتمع‌های تجاری و راهبردهای مقابله با این پیامدها در ادبیات نظری را به‌عنوان هدف نهایی در نظر گرفته است. بدین منظور ابتدا مبانی نظری پیامدهای این مراکز در ایران و خارج تجزیه و تحلیل و سپس تجارب نمونه‌های داخلی و خارجی واکاوی شد تا بتوان از این دو بند پیامدهای مجتمع‌های تجاری را درک کرد. سپس طرح بالادست این پژوهش که شاخص‌های شورای راهبری پیوست فرهنگی و اجتماعی شهرداری مشهد است، تحلیل شد تا بتوان با استفاده از شاخص‌های آن به ارائه راهبردهای اولیه برای مجتمع‌های تجاری در چهارچوب آن شاخص‌ها در ادبیات نظری دست یافت. در ادامه برای اقدامات میدانی، الگوهای رفتاری در پروژه‌های شهری بررسی شد تا بتوان از آن تجارب در اقدامات میدانی استفاده کرد. در نتیجه از مبانی نظری به دست آمده در تعیین محورهای مصاحبه، پرسشنامه و اقدامات میدانی استفاده شده است. خروجی این بخش چهارچوب اولیه پژوهش است تا بتوان با استفاده از آن به اقدامات میدانی و تحلیل‌های کمی و کیفی پرداخت و راهبردهای اولیه برای مجتمع‌های تجاری را در ادبیات نظری استخراج کرد.

قادری (۱۳۹۲) در مقاله‌ای با عنوان «شاخص‌ها و متغیرهای پیوست فرهنگی در الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت» ضمن بررسی تعاریف و اهداف پیوست فرهنگی، شاخص‌های اصلی برای این ارزیابی از نظریه الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت استخراج شد. در ادامه، شاخص‌های مذکور در ارزیابی سیاست‌ها، برنامه‌ها و طرح‌های شهری بررسی شد. سپس تفاوت پیوست فرهنگی و ارزیابی تأثیرات فرهنگی در ادبیات جهان با یکدیگر مقایسه شد. در بخش پایانی نیز به منظور تسهیل کار پژوهشگران حوزه پیوست فرهنگی، الگوی عملیاتی ارزیابی تأثیر فرهنگی بر اساس الگوی جهانی آن توضیح داده شده است.

ستوده‌فر و همکاران (۱۳۹۸) در مقاله‌ای با عنوان «ارائه الگوی تدوین پیوست فرهنگی پروژه‌های عمرانی در کلان‌شهر اصفهان» با هدف شناسایی شاخص‌ها، ابعاد و مؤلفه‌ها، به‌منظور ارائه الگوی تدوین پیوست فرهنگی پروژه‌های عمرانی شهر اصفهان تحقیق کرده‌اند. در این راستا از روش تحلیل محتوای کیفی در بخش کیفی و روش تحلیل عاملی

تأییدی و اکتشافی در بخش کمی برای تحلیل داده‌ها استفاده کرده‌اند. آن‌ها بر اساس یافته‌ها، ابعاد پیوست فرهنگی پروژه‌های عمرانی شهر اصفهان را ذیل هشت موضوع اصلی دسته‌بندی کرده‌اند: روابط اجتماعی (تنوع قومی و گروهی و تعاملات اجتماعی)، خلاقیت (زیرساخت‌های شهری نوآورانه)، آینده‌نگری (شهر آینده و شهر هوشمند)، هویت (هویت ایرانی، هویت اسلامی، هویت انقلابی و مزیت رقابتی شهر اصفهان (گردشگری)، امنیت (امنیت فیزیکی، و امنیت ذهنی)، عدالت، جذابیت (عناصر طبیعی و عناصر غیرطبیعی) و نمادها و نشانه‌ها (تأثیر عناصر عینی و الهام‌پذیری از فرهنگ غالب).

درخشان و طغیانی (۱۳۹۴) در مطالعه خودشان با عنوان «روش‌شناسی تهیه ارزیابی فرهنگی اجتماعی برای طرح‌های اقتصادی» با طراحی و پیشنهاد شاخص‌های فرهنگی اجتماعی بومی، زمینه‌ای را برای محاسبه و وزن‌دهی و برآوردسازی آثار فرهنگی و اجتماعی طرح‌ها ارائه می‌دهند. نتایج به دست آمده حاکی است که برخی پروژه‌های اقتصادی که در ارزیابی توجیه اقتصادی ندارند در مجموع با آثار فرهنگی و اجتماعی، توجیه اجرایی نخواهند داشت.

رستمی و وجدانی درستکار (۱۳۹۴) در مقاله خود با عنوان «ارزیابی اثرات اجتماعی مجتمع تجاری تیراژه واقع در لبه محله باغ فیض در منطقه ۵ تهران» که با دیدی انتقادی و واقع‌بینانه و مشارکتی متمرکز شده است، به شناسایی اثرات مثبت و منفی طرح اقدام نمودند. روش مطالعه بر اثرات پس از اجرا متمرکز و با استفاده از شیوه مطالعه اسناد فرادست، مشاهده میدانی، پیمایش، تحلیل نهادی و پرسشنامه، به دنبال دستیابی به هدف اصلی خود مبنی بر شناسایی اثرات مثبت و منفی طرح بر حیات شهروندان این محله و منطقه در تهران است. از بررسی‌های به عمل آمده مشخص شد اصلیت‌ترین مسائل حاصل از پروژه مذکور افزایش ترافیک و میزان آلودگی هوا و شلوغی محدوده است که از طریق راه‌های تعدیلی چون استفاده بیشتر از وسایل حمل‌ونقل عمومی و محدودیت ورود وسایل نقلیه شخصی به محدوده قابل کنترل است.

استیو^۱ و همکاران (۲۰۱۷) در تحقیق خود با عنوان «انطباق ارزیابی اثرات اجتماعی برای رسیدگی به اثرات و خطرات حقوق بشری در یک پروژه» نشان داده‌اند که چگونه ارزیابی اثرات اجتماعی می‌تواند به‌عنوان ابزار شناسایی، تجزیه و تحلیل و مدیریت بحران‌های اجتماعی و حقوق بشر هنگامی که با برنامه مدیریت پروژه یکپارچه می‌شود به کار گرفته شود. بدین منظور به‌طور خاص، ابزارهایی را ارائه داده‌اند تا مسائل مربوط به حقوق بشر را به‌طور نظام‌مند در متن جامعه بررسی کنند. آنان مجموعه‌ای از معیارها را برای ارزیابی اهمیت تأثیرات اجتماعی منفی به‌عنوان مبنایی برای تعیین خطرات اجتماعی و اولویت‌بندی اقدامات مدیریتی ارائه داده‌اند. در این مقاله عوامل اجتماعی که بر رابطه بین فعالیت‌های پروژه و اثرات اجتماعی و حقوق بشری با تجربه جوامع آسیب‌دیده تأثیر می‌گذارد عبارت است از: نگرش نسبت به فعالیت‌های پروژه، ارتباط با بافت جغرافیایی (هویت محلی و وابستگی به معیشت مبتنی بر منابع طبیعی) و نگرش طرفین پروژه. ارزیابی تأثیرات اجتماعی در این مقاله شامل چهار مرحله: ۱. پیش‌بینی تغییرات اجتماعی و تأثیرات که ممکن است از هر پروژه ناشی شود ۲. تعیین اهمیت تغییرات پیش‌بینی شده ۳. برآورد نتایج پیش‌بینی شده ۴. ایجاد اولویت برای اقدام است. مؤلفه‌های چهارچوب اجتماعی عبارت است از: محیط زندگی، ظرفیت‌های مردم (توانایی و آزادی‌ها)، جامعه و حوزه سیاسی، دارایی و فعالیت‌های معیشتی، فرهنگ و مذهب، زیرساخت‌ها و خدمات، مسکن و کسب‌وکار و زمین و منابع طبیعی.

مبانی نظری تحقیق

تأثیر فرهنگی

مفهوم تأثیر فرهنگی به پیامدهای هر نوع اقدام یا سیاست جمعی یا خصوصی افراد انسانی گفته می‌شود که تا اندازه زیادی بر ارزش‌ها، هنجارها، باورها، کردارها، نهادها، سبک زندگی، کار، جامعه‌پذیری و سازمان‌دهی آن‌ها تأثیر می‌گذارد (Sagnia, 2004:7).

1. Esteves

ارزیابی تأثیر فرهنگی (پیوست فرهنگی) (CIA)

مفهوم ارزیابی تأثیر فرهنگی (Cultural Impact Assessment) به معنای ارزیابی تأثیرات طرحی بر باورها، ارزش‌ها یا عملکرد و دیگر مؤلفه‌های فرهنگی جمعیت خاصی است که طرح یا برنامه‌ای قرار است برای آن‌ها اجرا شود (قادری، ۱۳۹۲: ۸۹). در زمینه ارزیابی آثار فرهنگی به صورت بین‌المللی فعالیت‌های ویژه صورت نگرفته است، زیرا شاخص‌ها و ملاک‌های فرهنگی در هر کشور یا منطقه متفاوت است و نمی‌توان نسخه‌ای کلی برای همه کشورهای ارائه کرد، اما در سال‌های گذشته در ذیل مطالعات فرهنگی در هر کشور، الزاماتی نیز برای طرح‌های اقتصادی طراحی و تدوین شده است که استفاده از آن‌ها به صورت عمومی توجیه منطقی ندارد و طراحی بومی این شاخص‌ها لازم و ضروری است (درخشان، ۱۳۹۴: ۲۲).

ارزیابی تأثیر فرهنگی و اجتماعی در سطح بین‌الملل

دو اقدام مهم و تأثیرگذار در سطح بین‌المللی، زمینه ظهور ارزیابی تأثیر فرهنگی را فراهم کرد: ۱. تأسیس سازمان جدیدی در سال ۱۹۸۰ در ایالت متحده آمریکا که مؤسسات مربوط به ارزیابی‌های مختلف اجتماعی، اقتصادی، فناورانه، بهداشتی و ... را شامل می‌شد. در حقیقت، این سازمان زمینه ظهور ارزیابی تأثیر فرهنگی را فراهم کرد. ۲. در اجلاس سازمان ملل درباره محیط زیست و توسعه در سال ۱۹۹۲، موضوع تأثیرات محیطی اقدامات توسعه‌ای به عنوان ابزار مناسبی برای توسعه پایدار مورد توجه قرار گرفت و از آنجا که لازمه تهیه گزارش‌های مربوط به ارزیابی تأثیرات زیست محیطی، بهره‌گیری از علوم انسانی و تجربی بود، به تدریج بررسی مؤلفه‌های اجتماعی، هنگام انجام ارزیابی‌های زیست محیطی مورد توجه قرار گرفت که در نهایت، موجب شد اصول و دستورالعمل‌های معینی درباره ارزیابی تأثیر اجتماعی تدوین شود. این مسئله گام دومی برای تدوین اصولی برای ارزیابی تأثیر فرهنگی بود که در سومین همایش سالانه بین‌المللی تنوع فرهنگی در سال ۲۰۰۲ انجام گردید (Sagnia, 2004:7).

اهداف پیوست فرهنگی

هدف اصلی ارزیابی تأثیر فرهنگی یا پیوست‌نگاری فرهنگی عبارت است از:

۱. شناخت هویت و دامنه منابع فرهنگی و تاریخی ارزشمند و مهم؛
 ۲. شناسایی میزان تأثیرپذیری این منابع از اجرای طرح‌ها و برنامه‌ها؛
 ۳. ارائه راهکاری مناسب برای جلوگیری از ایجاد تغییرات نامناسب فرهنگی و حفظ تنوع فرهنگی.
- با اجرای پیوست فرهنگی، سازمان‌ها و مؤسسات و کارگزاران طرح‌های عمرانی و اقتصادی در قبال تأثیرات فرهنگی طرح‌ها مسئول هستند و اقدامات لازم برای کاهش یا جبران تأثیرات مذکور را باید انجام دهند (بنیان، ۱۳۸۷: ۲).

رابطه ارزیابی آثار محیط زیستی با ارزیابی تأثیرات اجتماعی و فرهنگی

یک پروژه را می‌توان در یک تقسیم‌بندی دارای سه نوع تأثیر دانست: تأثیرات اقتصادی، تأثیرات اجتماعی و تأثیرات محیط زیستی. پس از آنکه بر اساس قانون سیاست ملی محیط زیست (NEPA) در سال ۱۹۶۹، ارزیابی پیامدهای محیط زیستی جزء کلیدی تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی محیط زیست در آمریکا شد، در سال‌های اخیر برنامه‌ریزان و تصمیم‌گیران به ضرورت بررسی بهتر نتایج اجتماعی پروژه‌ها، برنامه‌ها و سیاست‌ها پی برده‌اند. در پاسخ به این نیاز، گروهی از متخصصان علوم اجتماعی، کمیته‌ای بین‌سازمانی تشکیل دادند و برای ارزیابی اثرات اجتماعی (SIA^۱)، اصول راهنمایی تحت قوانین NEPA ایجاد کردند. به‌وسیله ارزیابی آثار اجتماعی می‌توان نتایج عملکرد فردی و گروهی جمعیت‌های انسانی را معنا کرد و تأثیر این عملکرد را بر روش زندگی، کار، تفریح و ارتباطات آنان با یکدیگر شناخت. ارزیابی پیامدهای اجتماعی شامل آثار فرهنگی نیز می‌شود که می‌تواند در بایدها، ارزش‌ها و باورهای جوامع انسانی تغییراتی ایجاد کند.

1. Social Impact Assessment

طبق قوانین NEPA، بنگاه‌ها قبل از هر عملیات مهمی که بر کیفیت محیط زیست انسانی تأثیر می‌گذارد باید گزارش ارزیابی پیامدهای محیط زیستی را تهیه کنند. در تهیه این گزارش استفاده از موضوعات اجتماعی بسیار ضروری است. تأثیرات اجتماعی علاوه بر تأثیرات بر فرهنگ که موضوع مطالعه ما در این پژوهش است، شامل تأثیرات بر سبک زندگی، تأثیرات بر جماعت‌ها، تأثیرات بر کیفیت زندگی و تأثیرات بر سلامت می‌شود. تأثیرات فرهنگی را ذیل تأثیرات اجتماعی با عنوان تأثیرات اجتماعی-فرهنگی (Assessment Cultural-Socio) نیز مورد مطالعه قرار می‌دهند. ارزیابی تأثیرات فرهنگی در بردارنده اطلاعاتی درباره رفتارها و باورهایی است که در ارتباط با یک ویژگی فرهنگی، نژادی یا گروهی شکل می‌گیرند و به وجود می‌آیند (صنایع گلدوز، ۱۳۸۷: ۳۶).

مراکز تجاری و تفریحی (مال)

شاپینگ مال^۱ اصولاً به مجموعه‌ای از مغازه‌های خرده‌فروشی، رستوران‌ها، استودیوهای عکاسی، سالن‌های آرایشی و کسب و کارهای دیگر مراکز خرید گفته می‌شود. امروزه برای جذب و وفادارسازی مشتریان علاوه بر مغازه‌ها و فروشگاه‌ها، خدمات و امکانات تفریحی نیز در این مراکز در نظر گرفته شده است. امکانات تفریحی می‌تواند شامل شهربازی، سینما، مراکز ورزشی و مانند آن باشد. وجود رستوران‌ها و کافی‌شاپ‌ها و فست‌فودها نقش مهمی در جذابیت این مراکز داشته است. از دیگر ویژگی‌های یک مرکز خرید می‌توان به داشتن مکان‌هایی از قبیل کیوسک، فست‌فود و پارکینگ اشاره کرد. کیوسک‌ها غرفه‌هایی واقع در راهروهای مراکز خرید است که خدمات و محصولات کوچک در آن‌ها به فروش می‌رسد. مفهوم اصلی در شاپینگ مال بر سه عنصر کلیدی: ۱. خرید یک مرحله‌ای در عرصه و اعیان بزرگ، ۲. پارکینگ بزرگ، ۳. قیمت پایین، هر روزه استوار است (Marc Dupius, 1396:3).

1. shopping mall

هویت ایرانی اسلامی

هویت در اصطلاح مجموعه‌ای از علایم آثار مادی، زیستی، فرهنگی و روانی است که موجب شناسایی فرد از فرد، گروه از گروه، اهلیتی از اهلیت دیگر یا فرهنگی از فرهنگ دیگر می‌شود که محتوا و مظهر این ظرف به مقتضای هر جامعه و ملت متفاوت و بیانگر نوعی وحدت، اتحاد، هم‌شکلی، تداوم، استمرار، یکپارچگی و عدم تفرقه است (آتشین‌بار، ۱۳۸۸: ۴۷).

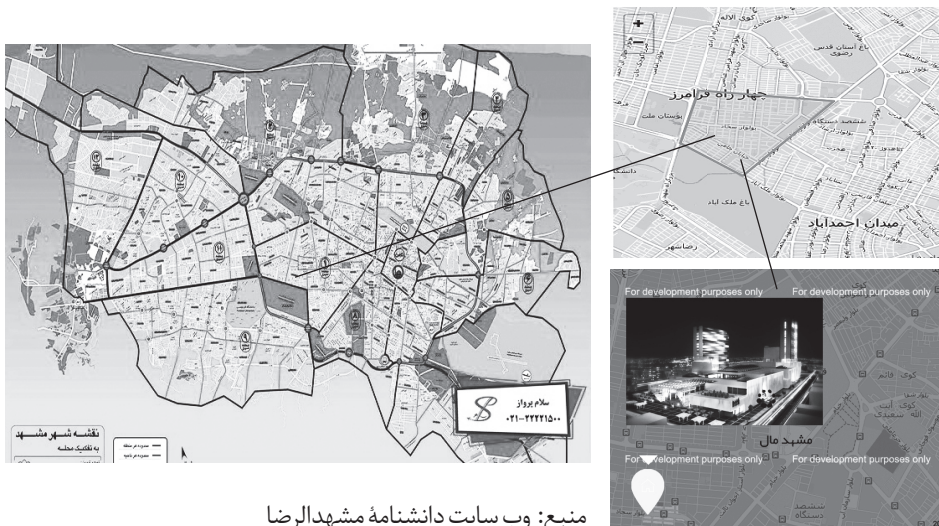
هویت ایرانی اسلامی مجموعه‌ای از نگرش‌های مثبت نسبت به عوامل و الگوهای هویت‌بخش و یکپارچه‌کننده در سطح کشور است که مؤلفه‌های گوناگونی چون ارزش‌های ملی، دینی، فرهنگی و اجتماعی دارد. هویت ایرانی اسلامی در مرتبه نخست لایه‌ای از هویت ملی ایرانی دارد که طی فرایندی لایه‌ایدئولوژیکی فراملی اسلامی بر آن کشیده شده است و به تدریج با هم امتزاج یافته‌اند به طوری که از یکدیگر تفکیک‌ناپذیر هستند (قربانی، ۱۳۸۳: ۶۳). رهبر معظم انقلاب، هویت ملی ایرانی را هویتی تلفیقی و متشکل از دو بعد ایرانی‌ت و اسلامیت می‌دانند (اکبری، ۱۳۹۹: ۵۲).

رویکرد سیستمی به موضوعات فرهنگی و اجتماعی

پرداختن به موضوعات فرهنگی و اجتماعی با رویکرد سیستمی و نظام‌مند کمتر مورد توجه پژوهشگران و متولیان فرهنگی جامعه بوده است. نمود این کم‌توجهی را می‌توان در نبود آمار و اطلاعات منسجم و یکپارچه در حوزه‌های فرهنگی مشاهده کرد؛ چنانکه این آمارها در حوزه‌های دیگر مثلاً اقتصادی به صورت دقیق وجود داشته و مرتب از سوی نهادهای رسمی (مرکز آمار و بانک مرکزی) به روز رسانی می‌شود. دسترسی به آنها نیز به سهولت برای محققان و پژوهشگران امکان‌پذیر است. نبود این گونه اطلاعات، کار را برای محققان و به تبع آن مدیران جامعه در پرداختن سیستمی به مقولات اجتماعی و فرهنگی دشوار کرده است (فردوسی جهرمی، ۱۳۹۶: ۷۳).

مواد و روش پژوهش

شکل ۱: موقعیت مجتمع تجاری رفاهی مشهدمال



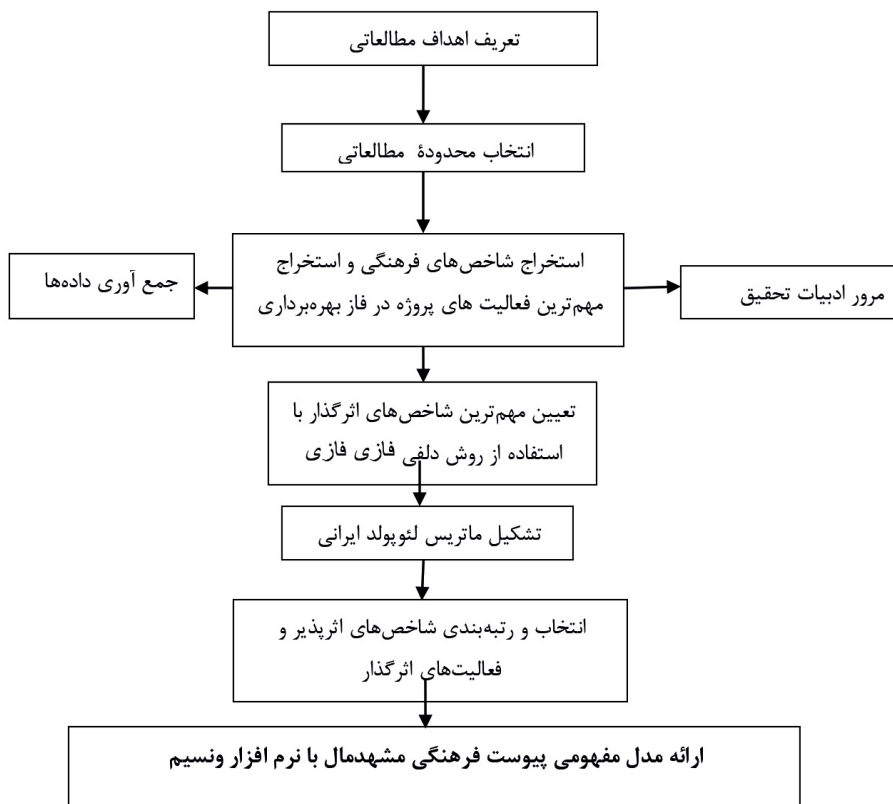
منبع: وب سایت دانشنامه مشهدالرضا

عملیات احداث پروژه مشارکتی مشهدمال در زمینی به مساحت عرصه ۷۸ هزار متر مربع با زیربنای حدود ۵۷ هزار متر مربع با کاربری تجاری (مال) و برج دفاتر تجاری و هتل و پارکینگ بسیار فراوان و بیش از ضابطه مجاز شهرداری با تاسیس شرکت ستاره تابناک هشتم توس سال ۱۳۹۰ آغاز شده است. مدت زمان اجرای این پروژه پنج سال و نیم پیش بینی شده و شامل فضای تجاری، هتل و برج اقامتی و اداری، فضای تأسیساتی و پارکینگ است که علاوه بر فضای تجاری، ۲۳ طبقه هتل و ۱۷ طبقه فضای اداری نیز در حاشیه بولوار خیام احداث خواهد شد. محله سجاد از آن محله‌های قدیمی و مرفه شهر مشهد است (کاظمی، ۱۳۹۴: ۱).

این پژوهش به لحاظ هدف از نوع کاربردی و از لحاظ ماهیت و روش توصیفی و پیمایشی است. به منظور دستیابی به اهداف پیش روی مقاله، در گام اول با بررسی‌های جامع کتابخانه‌ای و ارزیابی نتایج مطالعات گذشته مرتبط، تعدادی از شاخص‌های مؤثر برای فرایند ارزیابی آثار فرهنگی، شناسایی و استخراج شد. در گام بعدی با بهره‌گیری از روش دلفی فازی

در میان کارشناسان و صاحب‌نظران حوزه پیوست فرهنگی، از بین این عوامل، مهم‌ترین شاخص‌های اثرگذار در فرایند پیوست‌نگاری فرهنگی شناسایی شد. در گام نهایی با بهره‌گیری از این شاخص‌ها و تشکیل ماتریس ارزیابی آثار فرهنگی در فاز بهره‌برداری، میزان اثرگذاری هر کدام از فعالیت‌های مجتمع تجاری مشهدمال بر زیرشاخص‌های استخراجی از فرایند دلفی فازی، مشخص شد. در شکل ۲ شمای کلی فرایند تحقیق به تصویر کشیده شده است.

شکل ۲: شمای کلی از روند تحقیق



منبع: نگارندگان

برای دستیابی به اهداف تحقیق و رسیدن به الگوی پیوست فرهنگی، از ابزارهای تحقیق

شامل مطالعات کتابخانه‌ای و میدانی و به‌کارگیری روش‌ها و تکنیک‌های آماری و نرم‌افزاری متناسب، بهره‌گرفته شده است. در آغاز ارزیابی آثار فرهنگی یا پیوست‌نگاری فرهنگی، ابتدا باید لیستی از شاخص‌های فرهنگی و نیز فعالیت‌های تأثیرگذار مجتمع‌های تجاری و رفاهی در فاز بهره‌برداری تهیه شود. از روش دلفی فازی به‌عنوان یک روش علمی به‌منظور غربالگری و تعیین بااهمیت‌ترین شاخص‌های تأثیرات اجتماعی و فرهنگی مرکز تجاری و تفریحی مشهدمال، استفاده شده است. سپس ماتریس لئوپولد ایرانی شامل فعالیت‌ها و زیرشاخص‌هاست تشکیل می‌گردد و در اختیار کارشناسان و خبرگان قرار می‌گیرد تا تکمیل کنند.

جامعه آماری

در این پژوهش به علت ماهیت تکنیک‌ها، روش نمونه‌گیری از نوع غیراحتمالی است. بنابراین از تکنیک نمونه‌گیری گلوله‌برفی استفاده شده است. در این تکنیک، خبرگی پاسخ‌دهندگان ملاک انتخاب بوده است که ۱۵ نفر انتخاب شده‌اند. ۸۰ درصد از پاسخ‌دهندگان مرد و ۲۰ درصد زن بوده‌اند. بیشترین فراوانی پاسخ‌دهندگان مربوط به گروه سنی ۳۰ تا ۴۰ سال بوده است و کمترین فراوانی مربوط به ۴۰ تا ۵۰ سال بوده که تنها ۳۰ درصد از پاسخ‌دهندگان را تشکیل داده‌اند. بیشترین پاسخ‌دهندگان دارای سابقه کاری بین ۱۰ تا ۱۵ سال بوده‌اند و کمترین فراوانی مربوط به سابقه کار بیشتر از ۱۵ سال با ۲۰ درصد بوده و بیشترین پاسخ‌دهندگان دارای تحصیلات دکترا ۷۰ درصد و کمترین فراوانی مربوط به تحصیلات کارشناسی ارشد ۳۰ درصد بوده است.

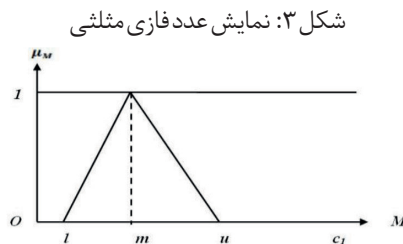
اعداد فازی

اعداد فازی نوعی خاص از مجموعه‌های فازی هستند. بنابراین با درک مفهوم مجموعه فازی می‌توان اعداد فازی را به‌سادگی ساخت. در منطق کلاسیک هر عدد یک مقدار

قطعی و مشخص است، اما در منطق فازی هر عدد مقداری تقریبی است. انواع مختلفی از اعداد فازی مثل اعداد فازی مثلثی، ذوزنقه‌ای و نمایی وجود دارد که در این پژوهش از اعداد مثلثی فازی استفاده می‌شود. عدد فازی مثلثی، یک عدد فازی است که با سه عدد حقیقی به صورت $(u, m, F=I)$ نمایش داده می‌شود. کران بالا که با u نشان داده می‌شود بیشینه مقادیری است که عدد فازی F می‌تواند اختیار کند. کران پایین که با l نشان داده می‌شود کمینه مقادیری است که عدد فازی F می‌تواند اختیار کند. مقدار m محتمل‌ترین مقدار یک عدد فازی است. درجه عضویت فازی یا تابع عضویت یک عدد فازی مثلثی به صورت زیر است (کوره‌پزان دزفولی، ۱۳۸۴: ۱۲).

$$\mu\left(\frac{x}{M}\right) = \begin{cases} \cdot & x < l \\ \frac{x-l}{m-l} & l \leq x \leq m \\ \frac{u-x}{u-m} & m \leq x \leq u \\ \cdot & x > u \end{cases} \quad \text{رابطه ۱}$$

عدد فازی مثلثی $(u, m, F=I)$ در فضای هندسی به صورت زیر نمایش داده می‌شود.



رویکرد دلفی فازی

روش دلفی برای نخستین بار توسط دالکی و هلمر در سال ۱۹۶۳ ارائه شد. این تکنیک یک فرایند قوی مبتنی بر ساختار ارتباطی گروهی است که در مواردی که دانشی ناکامل و نامطمئن در دسترس باشد، با هدف دستیابی به اجماع گروهی در بین خبرگان استفاده می‌شود (Keeney, 2001: 196). مزیت روش دلفی فازی در توجه

به هر یک از نظرات و یکپارچه کردن آن‌ها برای دستیابی توافق گروهی است (2 : 2008 Kuo). به منظور فازی‌سازی نظرات خبرگان از اعداد فازی استفاده می‌شود. اعداد فازی، مجموعه‌های فازی هستند که در مواجهه با عدم قطعیت درباره یک پدیده به همراه داده‌های عددی تعریف می‌شود. بنابراین در این پژوهش از روش دلفی فازی به منظور تعیین و دستیابی به اهمیت شاخص‌ها استفاده شده است. این روش ترکیبی از روش دلفی و نظریه مجموعه‌های فازی است که توسط ایشیکاوا و همکاران ارائه شد (7: Bouzon, 20016).

گام‌های روش دلفی فازی

گام اول: شناسایی زیرشاخص‌های پژوهش با استفاده از مرور جامع مبانی نظری پژوهش بدین صورت که ابتدا شاخص‌های مهم فرهنگی و اجتماعی با بررسی مطالعات و مبانی نظری، تعداد ۳۰ زیرشاخص فرهنگی و اجتماعی در قالب ۶ بُعد هویت، عدالت، امنیت و آرامش، طبیعت و زیبایی، ارتباطات اجتماعی و رضایت‌مندی به دست آمد. در این مقاله تأکید بر هویت و زیرشاخص‌های آن است. شاخص هویت با ۹ زیرشاخص بررسی شد.

گام دوم: گردآوری نظرات خبرگان. در این مرحله، زیرشاخص‌های هویت در اختیار ۱۵ نفر از خبرگان و کارشناسان قرار گرفت و از خبرگان درخواست شد تا با استفاده از متغیرهای کلامی کاملاً بی‌اهمیت، خیلی بی‌اهمیت، بی‌اهمیت، اهمیت متوسط، بااهمیت، خیلی بااهمیت و کاملاً بااهمیت، مطابق جدول ۲، مهم‌ترین زیرشاخص‌ها را با وارد کردن گدهای ۱ تا ۷ مشخص کنند.

جدول ۲: اعداد فازی مثلثی متناظر با متغیرهای کلامی

کد	متغیرهای کلامی	U	M	L
۱	کاملابی اهمیت	۰٫۱	۰	۰
۲	خیلی کم اهمیت	۰٫۳	۰٫۱	۰
۳	کم اهمیت	۰٫۵	۰٫۳	۰٫۱
۴	متوسط	۰٫۷۵	۰٫۵	۰٫۳
۵	با اهمیت	۰٫۹	۰٫۷۵	۰٫۵
۶	خیلی با اهمیت	۱	۰٫۹	۰٫۷۵
۷	کاملاً با اهمیت	۱	۱	۰٫۹

گام سوم: تبدیل متغیرهای کلامی به اعداد فازی مثلثی. در این مرحله متغیرهای کلامی با توجه به جدول ۲ به صورت اعداد فازی مثلثی تعریف شد.

گام چهارم: تبدیل متغیرهای کلامی به اعداد فازی مثلثی. سپس در این مرحله، به جای هر متغیر کلامی که طبق نظر خبرگان به دست آمد، اعداد فازی قرار داده شد و عملیات میانگین گیری و فازی زدایی انجام گردید.

تأیید یا رد شاخص‌های مؤثر در ارزیابی آثار

در این مطالعه از روش دلفی فازی برای یافتن نظرات خبرگان نسبت به یک معیار یا شاخص استفاده شده است. فرض بر این است که ارزش معیار z از نگاه خبره شماره i از میان n خبره $(a_{ij}, b_{ij}, c_{ij}) = \tilde{r}_{ij}$ است که مقدار z برابر با $z=1, 2, \dots, m$ و میزان i برابر با $i=1, 2, \dots, n$ است. بدین ترتیب ارزش فازی معیار z از رابطه زیر محاسبه می‌شود که برابر $(a_j, b_j, c_j) = \tilde{r}_{ij}$ است.

$$a_j = \min\{a_{ij}\}$$

$$b_j = \sum \frac{b_{ij}}{n}$$

$$c_j = \max\{c_{ij}\}$$

برای دی‌فازی سازی نیز از رابطه زیر استفاده شده است.

$$S_j = \frac{(a_j + b_j + c_j)}{3} \quad j = 1, 2, \dots, m$$

در نهایت برای استخراج شاخص های مد نظر، حدی را برای قبول یا عدم قبول آن شاخص، در نظر گرفته شده است. در این مطالعه با توجه به قانون ۳۰-۷۰، مرز قابل قبول بودن معیار در حدود هفت ۷ است. اگر مقدار دی‌فازی شده عدد فازی مثلی با توجه به نظر خبرگان نزدیک به ۰/۷ یا بالاتر از آن باشد، به عنوان شاخص قابل قبول، پذیرش شده و در غیر این صورت مورد قبول واقع نمی شود (صمدی میارکلائی و همکاران، ۱۳۹۶: ۶۶).

ماتریس لئوپولد اصلاح شده یا ایرانی

ماتریس لئوپولد اولین بار توسط لئوپولد در سال ۱۹۷۱ برای تجزیه و تحلیل آثار محیط زیستی ارائه شد. سپس ماتریس لئوپولد توسط دکتر مخدوم با توجه به شرایط بومی ایران، بازسازی و اصلاح شد و به عنوان ماتریس لئوپولد ایرانی مورد استفاده کارشناسان ایرانی در زمینه ارزیابی قرار گرفت. از عمده ترین مزایای این ماتریس، می توان به جمع بندی آثار منفی و مثبت پروژه در دو مرحله اجرا و پیاده سازی و بهره برداری اشاره کرد. همچنین ساختار ساده و قابلیت اجرای ارزیابی چند معیاری از مزایای این رویکرد به شمار می رود. در این روش، ماتریسی تشکیل می شود که ریز فعالیت های پروژه در مراحل اجرا و پیاده سازی و بهره برداری، در ستون های آن و فاکتورهای مختلف محیط زیست در سطریهای آن قرار می گیرد (ولی زاده و شکری، ۱۳۹۴: ۲۵۲). در این پژوهش ماتریس لئوپولد ایرانی که شامل فعالیت ها و زیرشاخص هاست، تشکیل شد (جدول ۳) و در اختیار کارشناسان و

خبرگان قرار گرفت تا تکمیل کنند.

جدول ۳: ماتریس ارزیابی اثرات مشهود بر شاخص‌های فرهنگی

فعالیت‌ها	زیر شاخص‌ها													
	گردشگران خارجی	هتل‌های مدرن	محل احداث مجتمع تجاری	عروضه کالاهای با برندهای خارجی	مجموعه‌ی آبی مدرن	شهر بازاری مدرن	تیلیات تجاری نامتعارف	رفتار فرودشندگان	نوع پوشش فرودشندگان	مسجد و نمازخانه مدرن و محل	معماری مدرن	کالاهای لوکس گران قیمت	رستوران‌های لوکس	وسایل سرگرمی مدرن
تأمین ارزش‌های اخلاقی														
تأمین رفتارهای دینی														
تناسب با تاریخ														
تناسب با پیشینه‌ی فرهنگی و تمدنی														
نشانه‌شناسی دینی														
حفظ یا افزایش محوریت حرم و زیارت														
نشانه‌شناسی فرهنگ عمومی														
احساس تعلق به امت اسلامی														
نشانه‌شناسی انقلاب اسلامی														
میانگین فازی														

تدوین مدل مفهومی با رویکرد سیستمی و نرم افزار ونسیم^۱

پیش‌نیاز استفاده از رویکردهای سیستمی، آشنایی با روش‌های کمی مدیریت و به‌کارگیری آن‌هاست. استفاده از روش‌های کمی نیز نیازمند به‌کارگیری داده‌ها و اطلاعات کمی در این حوزه است. از آنجا که مباحث فرهنگی و اجتماعی کمتر مورد توجه مدیران و کارگزاران کشور بوده، آمار و اطلاعات موثقی در این خصوص تولید نشده است. حال آنکه این آمار

1. VENSIM

در حوزه‌های دیگر مانند اقتصاد به دقت تولید شده و مورد استفاده می‌گیرد (فردوسی جهرمی، ۱۳۹۶: ۳۳). بعد از شناسایی و تدوین فعالیت‌های مراکز تجاری و تفریحی و نیز شناسایی و تدوین زیرشاخص‌های فرهنگی، در این بخش به دنبال شناسایی نحوه اثرگذاری فعالیت‌ها بر زیرشاخص در سیستم مورد مطالعه هستیم. مدلی که در این بخش ارائه می‌شود بر مبنای اصول پویایی‌شناسی سیستم تهیه شده است. مقاله‌ای نیز در این خصوص با عنوان *System dynamic simulation A new method in social impact assessment (SIA)* توسط Shobeir Karami و همکاران در سال ۲۰۱۷ تهیه شده است که تلاش دارد به‌منظور پیش‌بینی آثار اجتماعی پروژه‌های توسعه، ابزارهای شبیه‌سازی تأثیرات اجتماعی را معرفی نماید، زیرا از آنجا که پاسخ بسیاری از سؤالات اجتماعی با روش‌ها و تکنیک‌های معمول دشوار است از این‌رو پژوهشگران سعی کرده‌اند ابزارهای شبیه‌سازی کامپیوتری را به‌منظور اثربخشی SIAS توسعه دهند. نتایج تحقیق حاکی از آن است که در مقایسه با روش‌های سنتی ارزیابی آثار اجتماعی سدها، شبیه‌سازی سیستمی دینامیک می‌تواند داده‌های کمی و کیفی را از منابع مختلف ادغام نماید و ارزیابی اثربخش و پویا از تأثیرات اجتماعی فراهم کند. هدف از این مقاله معرفی سیستم شبیه‌سازی دینامیکی سیستم (SD) به عنوان یک روش پیشنهادی جدید در توسعه فیزیکی بزرگ است (کرمی، ۲۰۱۷: ۲۶).

یافته‌های پژوهش

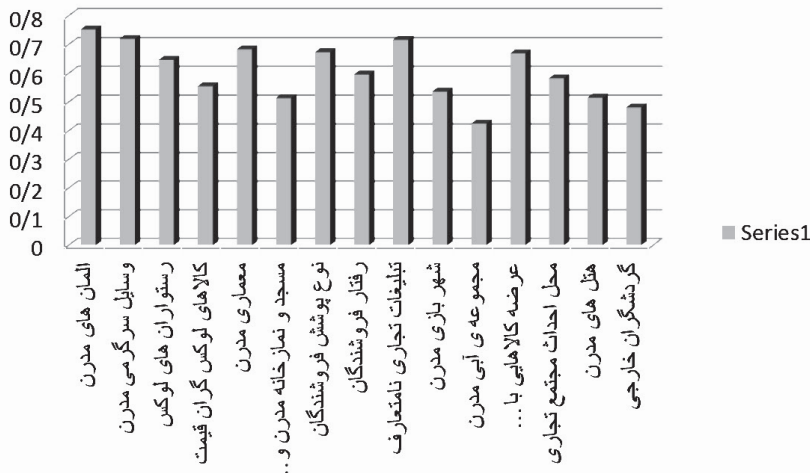
طبق روش دلفی فازی، بررسی نظرات کارشناسان و خبرگان در این مطالعه حاکی از آن بود که از بین ۹ زیرشاخص در نظر گرفته شده، ۸ شاخص با توجه به اصل ۳۰-۷۰ به‌عنوان زیرشاخص‌های مؤثر در ارزیابی تعیین شد. سپس ماتریس لئوپولد ایرانی که شامل فعالیت‌های مهم مشهودمال در قسمت ستون‌ها و زیرشاخص‌های هویت در قسمت سطرهاست، تشکیل شد که نتایج آن در جدول ۴ آمده است.

جدول ۴: ماتریس لئوپولد دیفازی شده نظرات خبرگان

شاخص ها	فعالیت ها	المان های مدرن	وسایل سرگرمی مدرن	رستوران های لوکس	کالا های لوکس گران قیمت	معماری مدرن	مسجد و نمازخانه مدرن و مجلل	نوع پوشش فروشندگان	رفتار فروشندگان	تبلیغات تجاری نامتعارف	شهر بازی مدرن	مجموعه ی آبی مدرن	عرضه کالا هایی با برندهای خارجی	محل احداث مجتمع تجاری	هتل های مدرن	گردشگران خارجی
		هویت	تأمین ارزش های اخلاقی	0.907	0.889	0.72	0.59	0.77	0.61	0.92	0.85	0.9	0.65	0.41	0.74	0.61
	تأمین رفتارهای دینی	0.89	0.833	0.76	0.59	0.78	0.67	0.92	0.82	0.861	0.67	0.45	0.64	0.52	0.59	0.65
	تناسب با پیشه ی فرهنگی و تمدنی	0.748	0.753	0.55	0.6	0.59	0.42	0.57	0.56	0.655	0.56	0.37	0.55	0.71	0.48	0.53
	نانه شناسی دینی	0.683	0.62	0.62	0.56	0.67	0.51	0.33	0.29	0.546	0.59	0.43	0.39	0.59	0.39	0.28
	حفظ یا افزایش محوریت حرم و زیارت	0.724	0.67	0.62	0.65	0.65	0.68	0.68	0.68	0.681	0.38	0.68	0.5	0.46	0.68	0.68
	نانه شناسی فرهنگ عمومی	0.691	0.644	0.66	0.47	0.65	0.39	0.7	0.43	0.681	0.44	0.31	1.47	0.72	0.43	0.28
	احساس تعلق به امت اسلامی	0.68	0.702	0.64	0.5	0.67	0.41	0.71	0.63	0.71	0.59	0.45	0.52	0.57	0.52	0.43
	نانه شناسی انقلاب اسلامی	0.7	0.65	0.6	0.47	0.67	0.43	0.57	0.51	0.701	0.43	0.3	0.54	0.49	0.46	0.4
	میانگین قطعی	0.753	0.72	0.65	0.56	0.68	0.51	0.67	0.6	0.717	0.54	0.43	0.67	0.58	0.52	0.48

در جدول ۴، میانگین قطعی ستون‌ها نشان دهنده میزان اثرگذاری هر یک از فعالیت های مشهودال بر زیرشاخص های هویت است.

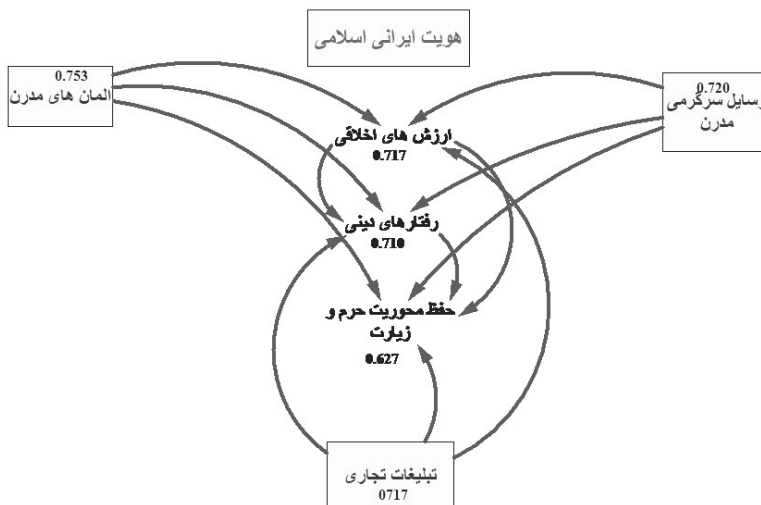
شکل ۴: میزان اثرگذاری فعالیت‌ها بر زیرشاخص های هویت



از بین فعالیت‌های مجتمع تجاری رفاهی مشهودال مطابق شکل ۴، المان‌های مدرن با امتیاز ۰/۷۵۳ و وسایل سرگرمی مدرن با امتیاز ۰/۷۲۰ و نیز تبلیغات تجاری با امتیاز

۰/۷۱۷، بیشترین اثرگذاری را بر شاخص‌های فرهنگی داشته‌اند و به ترتیب در رتبه‌های اول تا سوم قرار می‌گیرند. همچنین فعالیت‌های «گردشگران خارجی» و «هتل‌های مدرن» و «مجموعه‌های ورزشی مدرن»، کمترین اثرگذاری را بر زیرشاخص‌های هویت دارند.

شکل ۵: مدل سیستمی پیوست‌نگاری فرهنگی مراکز تجاری و تفریحی با تأکید بر هویت ایرانی اسلامی



نتیجه‌گیری

هدف این پژوهش، ارائه یک الگوی جامع برای پیوست فرهنگی با تأکید بر هویت ایرانی اسلامی است. همان‌گونه که در مقدمه اشاره شد تاکنون در کشور، روش نظام‌مند و جامعی برای پیوست فرهنگی ارائه نشده است. اکثر مطالعاتی که در زمینه پیوست فرهنگی در کشور انجام پذیرفته است، به صورت مقطعی و سفارشی انجام گرفته و همه محققان از روش‌های مختلفی چون SWOT و مطالعات میدانی و ... استفاده کرده‌اند که به نتایج کاربردی منجر نشده است. ضمن اینکه دیدگاه اکثر مطالعات انجام شده، بیشتر ارزیابی اثرات اجتماعی است و به مسائل فرهنگی جامعه اسلامی توجه نکرده‌اند.

از طرفی، مجتمع‌های تجاری بزرگ و چندمنظوره، چندسالی است که به‌صورت قارچ‌گونه در کشور در حال رشد است و اثرات اجتماعی و فرهنگی، به‌ویژه اثرات فرهنگی مخربی در جامعه به بار آورده است که لزوم تهیه پیوست فرهنگی این مراکز تجاری، به‌شدت در کشور احساس می‌شود. این پژوهش برای اولین بار، الگویی ارائه می‌دهد تا بتوان به‌صورت جامع، مراکز تجاری بزرگ همچون مشهدمال را ارزیابی فرهنگی کرد.

مراکز تجاری و تفریحی بزرگ یا مال‌ها و چگونگی بهره‌برداری از آن‌ها، تاکنون مورد توجه جدی قرار نگرفته است و محققان جامعه‌شناسی به‌ویژه در ایران توجه چندانی به این امر نداشتند. در دهه‌های اخیر، در مراکز خرید چرخشی فرهنگی اتفاق افتاده است؛ به این معنا که این مراکز فقط کارکرد اقتصادی و رفع مایحتاج روزمره ندارند، بلکه کارکردی فرهنگی نیز یافته‌اند. مطالعه مقالات و پایان‌نامه‌های انجام‌شده در زمینه ارزیابی اثرات فرهنگی (پیوست‌نگاری فرهنگی) در داخل کشور نشان می‌دهد که هنوز مدل جامع و نظام‌مندی برای پروژه‌های مال‌سازی، تدوین نشده و تحقیقات موجود درباره تأثیرات فرهنگی چنین پروژه‌هایی محدود است. از این رو این مقاله بر ارائه الگوی ارزیابی اثرات فرهنگی مال‌ها تأکید و با استفاده از روش دلفی فازی و نیز استفاده از روش ماتریس لئوپولد ایرانی، الگویی مناسب را برای پیوست فرهنگی مشهدمال تدوین می‌نماید. فرایند کلی اجرای تحقیق به شرح ذیل است:

در ابتدا با توجه به اهداف تحقیق، از طریق جست‌وجو در مقالات و منابع معتبر علمی و همچنین بحث و تبادل نظر با خبرگان، شاخص‌های اجتماعی و فرهنگی مراکز تجاری و رفاهی یا مگامال‌ها، شناسایی گردید. همچنین از طریق جست‌وجو در سایت‌های مشاوره ساختمان و نیز مطالعات میدانی برخی از مراکز تجاری بزرگ در مشهد مقدس، فعالیت‌های این مراکز در فاز بهره‌برداری نیز شناسایی گردید. سپس از تکنیک دلفی فازی به‌منظور تأیید و غربالگری زیرشاخص‌های هویت ایرانی اسلامی، استفاده شده است. پس از آن، به‌منظور تکمیل اطلاعات از ماتریس لئوپولد ایرانی استفاده شده که بر اساس طیف لیکرت هفت‌گزینه‌ای با مقیاس فاصله‌ای ۱ تا ۷ تهیه شده است. پس از نهایی شدن آثار، میزان اثرپذیری زیرشاخص‌ها و نیز میزان اثرگذاری فعالیت‌های مجتمع

تجاری، مشخص شد. در ادامه با استفاده از نرم افزار سیستمی ونسیم (Vensim)، مدل مفهومی برای ارزیابی اثرات فرهنگی مشهدمال، تدوین گردید. بر اساس مطالب فوق، می توان مدل مفهومی (شکل ۵) را به عنوان الگوی پیوست‌نگاری فرهنگی برای مراکز تجاری و تفریحی بزرگ (مال‌ها) با تأکید بر هویت ایرانی اسلامی در نظر گرفت.

همان گونه که در شکل ۵ مشاهده می‌گردد مهم‌ترین زیرشاخص‌های هویت که از فعالیت‌های مرکز تجاری و تفریحی مشهدمال بیشترین اثرپذیری را دارند عبارت است از: ارزش‌های اخلاقی، رفتارهای دینی و حفظ محوریت حرم و زیارت. همچنین مهم‌ترین فعالیت‌های مشهدمال در فاز بهره‌برداری که بر زیرشاخص‌های هویت اثر می‌گذارد عبارت است از: المان‌های مدرن، وسایل سرگرمی مدرن و تبلیغات تجاری مدرن. در مدل مفهومی پیوست‌نگاری فرهنگی، ارتباط بین زیرشاخص‌های اثرپذیر و فعالیت‌های اثرگذار مشخص شده است.

به عنوان مثال از جمله فعالیت‌هایی که بر زیرشاخص‌های هویت اثر زیادی دارد، المان‌های مدرن به کار رفته در مرکز تجاری و تفریحی است. المان‌های شهری ترکیبی هستند از پیکره‌ها، احجام و اشکال هندسی، پرتره‌ها، فریم‌ها و به طور کلی هر چیزی که جنبه زیبایی و تزیینی برای شهر داشته باشد. این المان‌های شهری در گروه مبلمان و تجهیزات شهری بوده و در قدم اول بعد از جلب کردن توجه مشاهده‌کنندگان، ذهن آن‌ها را درگیر خود می‌کند. اصلی‌ترین دلیل استفاده از المان شهری کمک به زیبایی و جذابیت‌های بصری است. در عین حال این المان‌های مدرن می‌توانند پیغام‌های مختلفی برای مشاهده‌کنندگان داشته باشند. به عنوان مثال، استفاده از مجسمه‌هایی با موضوعات فرهنگی و دینی، می‌تواند ذهن بازدیدکنندگان را به سوی این موضوعات بیشتر جلب کند و ارتقای هویت ایرانی اسلامی را به همراه داشته باشد.

از دیگر فعالیت‌هایی که بر زیرشاخص‌های هویت اثر زیادی دارد، وسایل سرگرمی مدرنی است که در مرکز تجاری و تفریحی وجود دارد. وسایل سرگرمی مدرن هم مانند المان‌های مدرن، هم می‌توانند آثار مثبت و منفی داشته باشند. مراکز خرید بزرگ، وجه

جدایی ناپذیر زندگی‌های امروزی است؛ مراکز و مال‌هایی با دکوراسیونی جدید و جذب‌کننده که صرفاً دیگر تجاری نیستند و طبقات تفریحی فرهنگی را نیز به خود اختصاص داده‌اند؛ همین امکانات زمینه‌گذاران اوقات فراغت در این مکان‌ها را چشمگیر کرده است. مراجعه‌کنندگان به بهانه خرید، تفریح یا حتی گذراندن ساعاتی از زمان بیکاری خود، در این مراکز به گشت و گذار می‌پردازند. ابزارها و وسایل سرگرمی مدرنی که در این مراکز به چشم می‌خورد، می‌تواند زمینه‌ارتقای هویت ایرانی اسلامی را فراهم نموده یا برعکس در صورتی که این وسایل سرگرمی چه از نظر ظاهری و چه از نظر نوع بازی، موضوعات غیر فرهنگی و غیر دینی را به مردم منتقل کند، می‌تواند هویت ایرانی اسلامی جامعه را تحت تأثیر قرار دهد و از مسیر اصلی خود منحرف نماید. پس با توجه به مدل مفهومی ارائه شده می‌توان نتیجه گرفت که بسیاری از کارکردهای مراکز تجاری از جمله وسایل سرگرمی مدرن، در یک سیستم پویا، اگر به‌درستی مدیریت نشوند می‌توانند آثار مخربی در طول زمان، بر فرهنگ و ارزش‌های دینی به‌ویژه در شهرهای زیارتی داشته باشند.

فعالیت مهم دیگری که بر زیرشاخص‌های هویت بسیار اثرگذار است، تبلیغات تجاری است. امروزه تبلیغات تجاری بخشی از زندگی فردی و اجتماعی انسان‌ها شده به نحوی که ارتباط با این تبلیغات اجتناب‌ناپذیر است. وجود تلویزیون در همه خانه‌ها و به تبع آن مشاهده تبلیغات تجاری آن، تبلیغات محیطی در خیابان‌ها، معابر و ایستگاه‌ها و مراکز تجاری و نیز سایر تبلیغاتی که محسوس یا نامحسوس به افراد منتقل می‌شود، گریز از تبلیغ را در جامعه مدرن امروزی غیرممکن ساخته است. با توجه به آسیب‌های موجود در تبلیغات در کنار مزایای آن و اینکه حذف این موضوع از زندگی انسان غیرممکن است، لزوم مدیریت تأثیرات آن بیش از پیش نمایان می‌شود.

منابع و مآخذ

منابع فارسی

- آتشین بار، محمد. (۱۳۸۸). «تداوم هویت در منظر شهری». باغ نظر. ش ۱۲. صص: ۴۵-۵۶.
- اکبری، عسگر. (۱۳۹۹). «مؤلفه‌های هویت ایرانی-اسلامی در منظومه فکری رهبر معظم انقلاب». فصلنامه مطالعات ملی. شماره ۸۳. صص: ۴۵-۶۳.
- بنیانیان، حسن. (۱۳۸۷). «پیوست فرهنگی؛ کلید رفع مظلومیت فرهنگ و احیاء تمدن اسلامی». مجله پگاه حوزه. شماره ۲۳۱. صص: ۴-۷.
- درخشان، مرتضی. طغیانی، مهدی (۱۳۹۴). «روش‌شناسی تهیه ارزیابی فرهنگی اجتماعی برای طرح‌های اقتصادی». فصلنامه راهبرد فرهنگ. سال هشتم. بهار ۱۳۹۴. شماره ۲۹. صص: ۷-۳۶.
- رستمی، زهرا؛ وجدانی دستکار، نازنین. (۱۳۹۴). «ارزیابی اثرات اجتماعی پروژه مجتمع تجاری تیرازه بر ساکنین منطقه ۵ شهرداری تهران». کنفرانس بین‌المللی عمران، معماری و زیرساخت‌های شهری. تبریز.
- ستوده‌فر، مهدی؛ دوازه امامی، حمید؛ اعتباریان، اکبر. (۱۳۹۸). «ارائه الگوی تدوین پیوست فرهنگی پروژه‌های عمرانی در کلانشهر اصفهان». فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی شهری. شماره ۳۶. صص: ۴۷-۶۲.
- صمدی میارکلانی، حسین؛ صمدی میارکلانی، حمزه؛ بسطامی، مسعود. (۱۳۹۶). «به کارگیری روش دلفی فازی و فرآیند تحلیل سلسله مراتب گروهی فازی در شناسایی و رتبه‌بندی شاخص‌های موثر بر توسعه کارآفرینی سازمانی». دو فصلنامه نوآوری و ارزش آفرینی. شماره ۱۱. صص: ۶۱-۷۴.
- صنایع گلدوز، سروناز. (۱۳۸۷). «ارزیابی اثرات اجتماعی». نشریه علمی محیط و توسعه. شماره ۲. صص: ۳۵-۴۲.
- قادری، صلاح‌الدین. (۱۳۹۲). «شاخص‌ها و متغیرهای پیوست فرهنگی در الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت: عملیاتی کردن این شاخص‌ها برای انجام پژوهش‌های میدانی». دو فصلنامه مطالعات الگوی پیشرفت اسلامی ایرانی. شماره ۴. صص: ۸۵-۱۰۸.
- قربانی، قدرت‌الله. (۱۳۸۳). «هویت ملی از دیدگاه شهید مطهری». مطالعات ملی. سال پنجم. شماره ۱۸. صص: ۶۳-۸۶.
- کشاورز، رضا؛ دلبری، سید مهدی. (۱۳۹۶). «مطالعه تأثیرات فرهنگی و اجتماعی زیارت امام رضا (علیه السلام) در تبادل و ارتقای فرهنگی جوامع مسلمان». فصلنامه علمی-پژوهشی فرهنگ رضوی. دوره ۵. شماره ۱۸. صص: ۳۷-۶۲.
- کوره‌پزان دزفولی، امین. (۱۳۸۷). اصول تئوری مجموعه‌های فازی و کاربرد آن در مدل‌سازی مسایل مهندسی آب. تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی دانشگاه صنعتی امیرکبیر.
- مافی، عزت‌الله؛ سقایی، مهدی. (۱۳۸۸). «کاربرد مدل MS-SWOT در تحلیل مدیریت گردشگری مطالعه موردی: کلانشهر مشهد». دو فصلنامه جغرافیا و توسعه. دوره ۷. شماره ۱۴. صص: ۲۷-۵۰.
- ولی‌زاده، سهیل؛ شکری، زینب. (۱۳۹۴). «بررسی کاربرد ماتریس لئوپولد ایرانی در ارزیابی اثرات محیط زیستی (EIA) گزینه‌های مدیریت پسماند جامد در شهر بیرجند». فصلنامه سلامت و محیط. سال هشتم. شماره ۲. صص: ۲۴۹-۲۶۲.

منابع اینترنتی

- ابهری، مجید. (۱۳۹۶). «اثرات منفی و رفتاری مال‌ها». <https://khabardena.ir>. کد خبر: ۲۲۳۶۱. ۱۳۹۶/۶/۲۵. تاریخ مشاهده: ۱۳۹۹/۷/۸.
- اکبری، حسین. (۱۳۹۶). «بحران آسیب‌های اجتماعی در مشهد». پایگاه اینترنتی روزنامه دنیای اقتصاد به نشانی: <https://donya-e-eqtesad.com>. بهمن ۱۳۹۶. شماره خبر ۳۳۴۳۹۱۴. تاریخ مشاهده: ۱۳۹۹/۷/۸.
- جوکار، علیقلی. (۱۳۹۸). «پیوست‌نگاری فرهنگی و اهمیت آن. شورای عالی انقلاب فرهنگی». کد خبر ۶۳۶۷. تاریخ نشر: ۱۳۹۹/۵/۲۳. <https://sccr.ir>. تاریخ مشاهده: ۱۳۹۹/۵/۲۳.
- خامنه‌ای، سید علی. (۱۳۹۲). بیانات در دیدار با اعضای شورای عالی انقلاب فرهنگی. <https://farsi.khamenei.ir>. تاریخ مشاهده: ۱۳۹۹/۵/۲۳.
- عبدی، بیژن. (۱۳۹۴). «مال‌سازی؛ چالش اقتصاد مقاومتی». کد خبر ۷۸۵۳۸. تاریخ نشر: ۱۳۹۴/۲/۲۸. iraneeconomist.com. تاریخ مشاهده: ۱۳۹۹/۵/۲۳.
- عصر ساختمان. (۱۳۹۶). پایگاه اطلاع‌رسانی صنعت ساختمان. کد خبر: ۴۲۵۶۷. تاریخ نشر: ۱۳۹۶/۱۱/۷. <http://asresakhteman.com>. تاریخ مشاهده: ۱۳۹۹/۵/۲۳.
- فردوسی جهرمی، علی. (۱۳۹۶). «شناخت آثار تبلیغات تجاری کالاها و خدمات بر سبک زندگی و الگوی مصرف و ارائه راهکارها». طرح پژوهشی شورای عالی انقلاب فرهنگی. پایگاه شورای عالی انقلاب فرهنگی. <https://sccr.ir>. تاریخ مشاهده: ۱۳۹۹/۵/۴.
- کاظمی، یونس. (۱۳۹۴). «شهر مشهد چه نیازی به مشهدمال دارد؟». کد خبر ۲۶۴۲۹۰. پایگاه خبری تحلیلی «پارس». <https://www.parsnews.com>. تاریخ نشر: ۱۳۹۴/۱/۱۲. تاریخ مشاهده: ۱۳۹۹/۵/۲۳.
- هومین فر، الهام. (۱۳۹۲). «ارزیابی اثرات اجتماعی چیست؟». پرتال فرهنگی راسخون. تاریخ مشاهده: ۱۴۰۰/۶/۵.

منابع لاتین

- Bouzon, M. (2016). *Identification and analysis of reverse logistics barriers using fuzzy Delphi method and AHP*. Resources, Conservation and Recycling, 197-182.
- Campbell, L. K. (2016, August). *A social assessment of urban parkland: Analyzing park use and meaning to inform management and resilience planning*. Environmental Science & Policy. Volume 62, pp. 44-34.
- Johnston, K. A. (2018, July 30). *The role of time and social churn in impact assessment: An engagement-based model*. Volume 71, pp. 109-102.
- Keeney, S. (2001). *A critical review of the Delphi technique as a research*. International Journal of Nursing Studies, 200-195.
- Kuo, Y.-F. (2008). *Constructing performance appraisal indicators for mobility of the service industries using Fuzzy Delphi Method*. Expert Systems with Applications,

1939-1930.

- Marc Dupuis, N. P. (1996). *Business distance and global retailing: a model for analysis of key success/failure factors*. International Journal of Retail & Distribution Management .

- Sagnia, B. K. (2004). *framework for cultural impact assessment*. International. Network for Cultural Diversity.

The Pattern of Cultural Attachment of Commercial and Entertainment Centers with Focus on Iranian-Islamic Identity; Mashhad Mall

Seyyed Mohammad Hosseini ¹ Rakhshad Hejazi ² Seyed Ali Jozi ³ Seyed Mahmoud Hashemi ⁴

Received: December 27 , 2020

Accepted: April 10 , 2021

Abstract

After the victory of the Islamic Revolution, the cultural sphere was one of the main goals of the Islamic Revolution. Promoting culture and religious and moral values in society, as well as governing and living according to the mentioned principles, was one of the most important principles in cultural policy-making by the leaders and elders of the revolution, especially Imam Khomeini. In addition, in later periods, especially in recent years, due to the emergence of emergencies in other areas, the cultural area has been highly emphasized by the country's elders. On the other hand, markets have long played a key role in the cultural, national and indigenous identity of Iranian-Islamic cities, however, with the evolution of these commercial spaces and the formation of modern commercial complexes, especially megamalls, serious concerns have arisen about the effects of these spaces on the cultural identity of society. This research is applied in terms of purpose and descriptive-analytical in terms of method. In this research, the cultural attachment of Mashhad Mall project, based on fuzzy matrix, has been proposed. In the evaluation matrix structure, the main activities of the project in the operation phase as well as the important cultural indicators that are affected by these activities are determined using the fuzzy Delphi method and the significance of each effect is estimated as triangular fuzzy numbers. Finally, using VENSIM software, an operational method for cultural and social evaluation of malls is presented.

Keywords: Cultural attachment, Iranian-Islamic identity, Multifunctional commercial complexes (malls), Fuzzy matrix, VENSIM software.

1. PhD student in Department of Environment, Islamic Azad University, North Tehran Branch, Tehran, Iran: smhosaini1357@yahoo.com

2. Assistant Professor, Department of Environment, Islamic Azad University, North Tehran Branch, Tehran, Iran (Corresponding Author): rokshad.h99@yahoo.com

3. Professor, Department of Environment, Islamic Azad University, North Tehran Branch, Tehran, Iran: sajozi@yahoo.com

4. Assistant Professor of Business Management, Islamic Azad University, North Tehran Branch, Tehran, Iran: hashemi_2986@yahoo.com