

ترجمه انگلیسی این مقاله نیز با عنوان:  
Explaining the indicators of event-oriented urban spaces with the approach  
of cultural-ritual events (A study in the context of Iran; Mashhad city)  
در همین شماره مجله به چاپ رسیده است.

مقاله پژوهشی

## تبیین شاخص‌های فضاهای شهری رویداد مدار با رویکرد رویدادهای فرهنگی - آیینی (مطالعه‌ای در بستر ایران، شهر مشهد)\*

سیده زینب جوادی<sup>۱</sup>، سید علی صفوی<sup>۱\*</sup>

۱. گروه شهرسازی، دانشکده هنر، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۰۸/۰۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۵/۱۸

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۳/۰۳

### چکیده

**بیان مسئله:** فضاهای شهری در طی سالیان در معرض تغییرات و دگردیسی ناشی از نیروهای متعارض قرار داشته‌اند. این فضاها در گذشته بستر رویدادهای گوناگون و واجد ارزش‌های هویتی در خاطره جمعی بوده‌اند. امروزه توجه به برنامه‌ریزی برای مدیریت وقوع رویدادها در فضاهای شهری مغفول مانده است. همچنین با توجه به طرح‌های توسعه شهری بزرگ‌مقیاس در کشورهای در حال توسعه و از بین رفتن بافت در مداخلات گسترده، فضاهای شهری علاوه بر فقدان ساختار مناسب برای جذب پایدار مخاطب، فاقد رویدادهای لازم برای ایجاد تجربه مناسب برای مخاطب و توسعه بستر زندگی اجتماعی در شهر هستند. از این رو غالباً رویدادهای فرهنگی - آیینی مردمی در فضاهایی فاقد مؤلفه‌های مطلوب فضاهای شهری برگزار می‌شوند. پرسش اساسی که در این راستا وجود دارد این است که فضاهای شهری مطلوب برای میزبانی رویدادهای فرهنگی و آیینی در ایران باید دارای چه شاخص‌ها و ویژگی‌هایی باشند تا بتوانند به عنوان بستری پویا برای افزایش کیفیت زندگی شهری ایفای نقش کنند؟

**هدف پژوهش:** هدف این پژوهش تبیین یک مدل مفهومی برای ارتقا کیفیت فضاهای شهری رویداد مدار مبتنی بر رویدادهای مختلف فرهنگی - آیینی است.

**روش پژوهش:** پژوهش حاضر از نظر روش‌شناسی از روش کیفی تحلیل مضامین یا تحلیل تماتیک صورت می‌پذیرد. از مطالعه اسنادی، مشاهده، پرسش‌نامه، مصاحبه عمیق در بستر شهر فرهنگی - آیینی مشهد و تحلیل‌های نرم‌افزاری به عنوان ابزار گردآوری اطلاعات بهره گرفته می‌شود.

**نتیجه‌گیری:** پس از تحلیل یافته‌ها، مدل مفهومی پژوهش در راستا تبیین شاخص‌های فضاهای شهری رویداد مدار ارائه شده است. فضاهای شهری رویداد مدار با رویکرد فرهنگی - آیینی، زمانی به بلوغ عملکردی و معنایی می‌رسند که طراحی آنها از سطح کالبدی فراتر رفته و به سطح ادراک، تجربه و مشارکت شهروندان ارتقا یابد و این امر از رهگذر درک عمیق نیازهای فرهنگی - آیینی جامعه، ترجمه آن به شاخص‌های طراحی، و به کارگیری آن در ساختار فضا ممکن خواهد بود؛ لذا، این پژوهش چارچوبی برای سنجش و هدایت این فرایند در اختیار طراحان شهری، مدیران فرهنگی، و برنامه‌ریزان قرار می‌دهد.

**واژگان کلیدی:** فضاهای شهری، رویداد، رویداد مدار، فرهنگی - آیینی.

### مقدمه و بیان مسئله

در دهه‌های اخیر، فضای شهری به عنوان یکی از عناصر بنیادین ساختار شهرها، کارکردی فراتر از کالبد فیزیکی یافته و به بستری اجتماعی، فرهنگی و نمادین برای تجربه زیست شهری بدل شده است (Carr et al., 1992; Gehl, 2011).

\* این مقاله برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد «سیده زینب جوادی» با عنوان «راهنمای طراحی فضاهای شهری رویداد مدار با رویکرد رویدادهای فرهنگی - آیینی (موردپژوهی: حوزه مرکزی شهر مشهد)» است که به راهنمایی دکتر «سید علی صفوی» و مشاوره دکتر «محمد رضا پورجعفر» در سال ۱۴۰۲ در دانشکده هنر و معماری، دانشگاه تربیت مدرس تهران به انجام رسیده است.

\*\* نویسنده مسئول: ۹۱۱۲۶۰۷۳۲۱۴، sasafavi@modares.ac.ir

در بستر جهانی شدن و رقابت میان شهرها، کیفیت و پویایی فضاهای عمومی نقش مهمی در ارتقای تصویر شهر، جذب سرمایه انسانی و تقویت سرمایه اجتماعی ایفا می‌کنند (Montgomery, 1998; Aelbrecht & Stevens, 2018). از این رو، بسیاری از رویکردهای نوین در طراحی شهری بر خلق فضاهای شهری جذاب، معنا ساز و مشارکت محور تمرکز دارند؛ فضاهایی که امکان تعامل اجتماعی، تجربه جمعی، و مشارکت فرهنگی را برای شهروندان فراهم می‌آورند. یکی از وجوه کلیدی پویایی فضاهای شهری، میزبانی رویدادها به ویژه

فرهنگ، اضافه می‌کنند؛ در واقع این ابزارهای غیرفیزیکی، خاطرات شهروندان از فضای شهری و همچنین معناهایی است که در تعامل ساکنان با فضا ساخته می‌شود. رویدادها توصیف‌کننده جشن‌ها، نمایش‌ها و مراسم ویژه‌ای هستند که به شکل آگاهانه‌ای برنامه‌ریزی و اجرا شده تا موقعیت‌های ویژه را شاخص کند. در واقع به‌عنوان رخداد‌های منحصربه‌فرد از تجارب روزمره جدا است (Richards & palmer, 2010). رویدادها یکی از مؤلفه‌های کلیدی در ارتقای تجربه زیسته و غنای معنایی فضاهای عمومی شهری هستند. آنها به‌مثابه کنش‌های اجتماعی موقت، معناهای جمعی، خاطره‌های مشترک و احساس تعلق را در بستر فضاهای کالبدی فعال می‌کند (Lundberg et al., 2022). در واقع، رویدادها حلقه اتصال میان ابعاد مادی و غیرمادی فرهنگ شهری به شمار می‌آیند و از طریق آنها فضا از کارکرد صرفاً کالبدی به بستری برای مشارکت اجتماعی، روایت‌سازی فرهنگی و بازنمایی هویت تبدیل می‌شود (Smith, 2020).

رویدادها اغلب به شکل آگاهانه، برنامه‌ریزی شده و با اهدافی خاص طراحی می‌شوند تا تجربه‌ای متمایز از زندگی روزمره خلق کنند؛ از جشنواره‌های فرهنگی و آیینی گرفته تا تجمعات مدنی، مراسم ملی، رویدادهای ورزشی یا هنری که همگی بستری برای انسجام اجتماعی، یادآوری مناسبت‌های خاص یا بیان مطالبات جمعی به‌شمار می‌آیند (Getz & Page, 2020). از آنجاکه هر رویداد، در تعاملی منحصربه‌فرد میان مکان، زمان، اجتماع و روایت شکل می‌گیرد، تجربه آن تنها در بستر واقعی و مشارکتی‌اش ممکن است و قابل تکرار در چارچوبی دیگر نیست (Pine & Gilmore, 2019). در این میان، نقش فضاهای شهری در میزبانی و شکل‌گیری باکیفیت رویدادها بسیار حائز اهمیت است؛ چرا که این فضاها با فراهم کردن بستر کالبدی و اجتماعی، به تجربه حسی، فرهنگی و مشارکتی رویداد معنا می‌بخشند (Richards, 2021). افزون بر این، رویدادها نه‌تنها بازتاب‌دهنده ویژگی‌های فرهنگی جامعه برگزارکننده هستند، بلکه می‌توانند عامل تعامل بین‌فرهنگی و توسعه گردشگری فرهنگی نیز باشند. از طریق گروه‌های متنوع با پیشینه‌های فرهنگی گوناگون، رویدادها به‌عنوان کاتالیزوری برای گفت‌وگوی فرهنگی و تبادل ارزش‌ها عمل می‌کنند (Quinn et al., 2021). به همین دلیل، رویدادمحوری در سیاست‌گذاری شهری امروز، نه فقط ابزاری برای جذب گردشگر، بلکه رویکردی برای ارتقای تاب‌آوری اجتماعی، تقویت هویت محلی و توسعه پایدار شهری قلمداد می‌شود.

#### • گونه‌شناسی رویدادها

در یک دسته‌بندی جدید از اسمیت (Smith, 2021)، رویدادهای شهری براساس دو معیار اصلی (میزان دسترسی عمومی و میزان تحرک مخاطبان) به نه گونه مختلف دسته‌بندی شده‌اند. در ادامه، این دسته‌بندی به‌صورت جدول ۱ ارائه می‌شود.

رویدادهای فرهنگی و آیینی است. این رویدادها با ایجاد خاطره، هویت و احساس تعلق، فضا را از صرف مکان به بستری اجتماعی و جمعی ارتقاء می‌دهند (Richards & Palmer, 2010; Smith, 2016) در بسیاری از شهرهای جهان، سیاست‌گذاری‌های فرهنگی و طراحی فضاهای عمومی به‌گونه‌ای انجام می‌شود که امکان میزبانی منظم رویدادها فراهم شود و از این طریق فضا به رسانه‌ای برای تولید معنا و انسجام اجتماعی تبدیل شود. در ایران نیز سنت برگزاری مناسبت‌های فرهنگی-آیینی در فضاهای عمومی قدمتی دیرینه دارد. فضاهایی چون میدان، گذر، جلوخان و عرصه‌های پیرامونی امامزاده‌ها یا مساجد، در طول تاریخ همواره نقش مهمی در میزبانی رویدادهای مذهبی، ملی و آیینی ایفا کرده‌اند. این رویدادها نه‌تنها سبب پویایی فضایی، بلکه عاملی برای انسجام اجتماعی، تقویت سرمایه فرهنگی و بازتولید هویت جمعی بوده‌اند. با این حال، تحولات معاصر شهرسازی در ایران با تأکید افراطی بر کارکردهای کالبدی، اغلب از نیاز به تقویت کارکردهای فرهنگی و رویدادی فضاهای شهری غفلت کرده‌اند. در نتیجه، بسیاری از فضاهای شهری امروزی از جذابیت، معنا و قابلیت میزبانی رویدادهای مردمی تهی شده‌اند.

امروزه در بسیاری از شهرهای ایران، فضاهای عمومی به عرصه‌هایی گذرا برای فعالیت‌های روزمره محدود شده‌اند و فاقد ویژگی‌های موردانتظار برای جلب حضور داوطلبانه و پویای شهروندان هستند. این در حالی است که زمینه فرهنگی-اجتماعی شهرهای ایرانی، ظرفیت بالایی برای برگزاری رویدادهای جمعی در مقیاس محلی و ملی دارد. با این وجود، نبود شاخص‌های طراحی مناسب برای فضاهای شهری رویدادمحور موجب شده که بسیاری از این رویدادها در فضاهایی ناکارآمد یا ناسازگار با ماهیت رویداد برگزار شوند. در چنین شرایطی، ضروری است تا بازنگری در شاخص‌ها و مؤلفه‌های طراحی فضاهای شهری با رویکرد به تقویت قابلیت رویدادپذیری و ارتقاء کیفیت زندگی شهروندان صورت گیرد. در همین راستا، پژوهش حاضر باهدف «تبیین شاخص‌های فضاهای شهری رویدادمدار با رویکرد رویدادهای فرهنگی-آیینی» به دنبال آن است که براساس زمینه‌های اجتماعی-فرهنگی بومی، الزامات طراحی چنین فضاهایی را شناسایی کرده و به توسعه رویکردهای کیفی در ارتقاء کیفیت فضای شهری یاری رساند. سؤال اساسی این پژوهش آن است که:

فضاهای شهری مطلوب برای میزبانی رویدادهای فرهنگی-آیینی در ایران باید دارای چه شاخص‌ها و ویژگی‌هایی باشند تا بتوانند به‌عنوان بستری پویا در ارتقاء کیفیت زندگی شهری ایفای نقش کنند؟

#### مبانی نظری

##### • رویداد

رویدادها ابزارهای غیرفیزیکی را به عناصر فیزیکی و ساختمانی

فرهنگی و سنت‌های آن جامعه است، استفاده می‌شود. استفاده از این پدیده‌های فرهنگی و نمادین برای دستیابی به بازسازی اقتصادی و رقابت‌شهری در شهرهایی با اقتصاد فراصنعتی و نمادین ظهور می‌کند.

در سال‌های اخیر، فرهنگ به‌عنوان ابزاری برای تحریک فعالیت‌های اقتصادی و چارچوبی برای برنامه‌ریزی شهری مورد توجه قرار گرفته است. این تغییر به سمت مفهوم‌سازی گسترده‌تر فرهنگ، شامل فرهنگ عمومی و برنامه‌ریزی رویدادها، نشان‌دهنده نقش فزاینده فرهنگ در توسعه شهری است (Gaetan & Zaheer, 2017). در این زمینه، جشنواره‌سازی شامل استفاده از جشنواره‌ها، مراسم آیینی، عزاداری‌ها، رویدادهای تجاری و سرگرمی‌ها و... برای تولید سرمایه اقتصادی و نمادین است. نمایش رویدادها به‌طور کلی، بالاخص رویدادهای بزرگ به‌طور خاص، برای تولید این فرایند مهم است. رویدادها و فرهنگ به‌طور کلی‌تر برای چارچوب‌بندی شهر معاصر مورد استفاده قرار می‌گیرند، و تأکید می‌کنند که جشنواره‌سازی فقط یک فرایند ابزاری شامل حالت‌های اقتصادی جدید نیست، بلکه شامل چارچوب‌بندی گسترده‌تر شهر به‌عنوان مکانی برای زندگی و مصرف است (Smith, 2016).

این «دسته‌بندی گونه‌های رویداد» کمک می‌کند تا طیف رویدادهای مختلفی را که در فضاهای عمومی شهری به صحنه می‌روند، درک شود. رویدادهای مختلف مجموعه‌های مختلفی از جمعیت و سازه‌های موقت و پویایی فضایی آنها را به نمایش می‌گذارند. در بسیاری از رویدادها هم‌پوشانی‌هایی وجود دارد و برخی ابررویدادها چندین نوع رویداد را با هم به نمایش می‌گذارند، اما گونه‌بندی کردن رویدادها، دید کلی مفیدی از فضاهای رویداد معاصر را نشان می‌دهند و کمک می‌کند رویدادهای شهر را با توجه به قابلیت دسترسی و تحرک آنها درک شود. همچنین به فهم اینکه چرا ممکن است تغییرات دائمی‌تری در فضاهای عمومی ایجاد شود که به آنها اجازه می‌دهد رویدادها را با کارایی بیشتری به صحنه ببرند، نیز کمک می‌کنند. شناخت مجموعه رویدادهایی که در فضاهای عمومی به صحنه می‌روند به این معنی است که طراحان شهری برای در نظر گرفتن مداخلات مورد نیاز برای اجازه‌دادن به این فضاها برای عملکرد به‌عنوان مکان، مجهزتر هستند و قوی‌تر عمل می‌کنند.

#### • رویدادهای فرهنگی و آیینی و نمادین

در ادبیات بین‌الملل از اصطلاح «جشنواره‌سازی» برای این دسته از رویدادهای بزرگ‌مقیاس که نشئت‌گرفته از پدیده‌های

جدول ۱. گونه‌بندی رویدادهای شهری. مأخذ: نگارندگان برگرفته از Smith et al., 2021.

شماره	عنوان و اصطلاحات رویدادها	نوع رویدادها	توصیف رویدادها	نمونه‌ها رویدادها
۱	Parade	تماشای از حاشیه	مخاطبان در حاشیه فضاها به تماشای اجراکنندگان می‌پردازند.	رژه‌ها، راهپیمایی‌ها، مسابقات دوچرخه‌سواری
۲	Street Party, Protest March, Open Streets	حرکت جمعی مخاطبان و شرکت‌کنندگان	مخاطبان و شرکت‌کنندگان با هم در فضاهای عمومی حرکت می‌کنند.	مهمانی‌های خیابانی، راهپیمایی‌های اعتراضی، پروژه «خیابان‌های باز» در بارسلونا
۳	Outdoor Concert, Open-Air Cinema, Light Projection Show	اجراهای ثابت در فضاهای باز	اجراها در یک نقطه ثابت در لبه فضاهای عمومی برگزار می‌شوند.	کنسرت‌ها، نمایش‌های سینمایی در فضای باز، نمایش‌های نوری
۴	Ticketed Festival, Music Festival	فضاهای محصور با دسترسی محدود	فضای باز بزرگ حصارکشی شده و برای ورود هزینه دریافت می‌شود.	جشنواره‌های موسیقی در پارک‌ها با عرصه صحنه‌های متعدد
۵	Open-Air Market, Street Market, Food Fair	بازارهای بیرونی و فضاهای موقت	مردم بین غرفه‌ها و کیوسک‌ها حرکت می‌کنند.	بازارهای خیابانی، بازارهای موقت
۶	Temporary Structure, Event, Pop-Up Venue	سازه‌های موقت در فضاهای عمومی	استفاده از سازه‌های موقت برای اجرای نمایش‌ها یا نمایشگاه‌ها.	خیمه‌های بزرگ، سینماهای موقت، سالن‌های ورزشی موقت
۷	Spontaneous Gathering, Vigil, Flash Mob	گردهمایی‌های خودجوش	تجمعات مردمی برای لحظات خاص یا اعتراضات بدون ساختارهای موقت.	تجمعات در پارک‌ها و میدانی برای تماشای رویدادهای خاص
۸	Experiential Marketing Installation, Mobile Pop-Up, Roadshow	رویدادهای بازاریابی و نمایشگاه‌های سیار	تأسیسات بازاریابی در وسایل نقلیه نصب شده و در مکان‌های عمومی برگزار می‌شوند.	نمایشگاه‌های سیار نزدیک فروشگاه‌های خرده‌فروشی
۹	Busking, Street Performance	اجراهای غیررسمی و خیابانی	هنرمندان و واعظان در مکان‌های شهری اجراهایی غیررسمی ارائه می‌دهند.	اجراهای خیابانی در میدان کاونت گاردن لندن و لاس رامبلاس بارسلونا

اعتراضات، تظاهرات یا تجمعات هیجان‌انگیز باشند. باین‌حال، این موارد به‌طور فزاینده‌ای تنظیم شده و به امنیت تبدیل می‌شوند، زیرا اعتراض‌ها و تظاهرات همواره به مجوز برای برگزاری نیاز دارند. همان‌طور که منطقه‌بندی رویدادها و ساخت مسیرهای اختصاصی نشان می‌دهد، رویدادهایی که از مکان اصلی خود بیرون می‌ریزند نیز به‌طور فزاینده‌ای تحت نظارت و مدیریت پلیس قرار می‌گیرند و مدیریت می‌شوند. در کنار تغییر پویایی فضایی، رویدادها و برنامه‌های رویداد می‌توانند هویت و تصویر ذهنی از فضاهای عمومی شهری را تغییر دهند (Stevens & Shin, 2014; Giovanardi et al., 2014; Hannam et al., 2016; Smith, 2021).

به‌عبارتی پیش‌بینی‌های نمادین انتظارات را از اینکه فضاهای عمومی برای چه چیزی و چه کسی هستند شکل می‌دهد، و رویدادها به روش‌های مهمی برای برهم‌زدن فرضیات تثبیت شده تبدیل شده‌اند، به‌ویژه در مواردی که سایت‌ها معانی مشکل‌زا دارند. میدان‌های یادبود، پارک‌های رسمی و خیابان‌های تشریفاتی لزوماً خوشایندترین مکان‌ها نیستند، زیرا تمایل دارند با قدرت و کنترل دولت مرتبط باشند. از رویدادها می‌توان برای جایگزینی این انجمن‌ها استفاده کرد. به‌عنوان مثال، میدان سنآ در هلسینکی<sup>۲</sup> از طریق یک برنامه رویداد برای شهروندان خود باز پس گرفته شد که باعث شد آن را کمتر سخت‌گیرانه و دولتی محور به نظر برساند (Lehtovuori, 2010; Smith, 2021).

در موارد دیگر، از رویدادها برای رفع کمبود معنا استفاده شده است. کمیته مسئول مدیریت شانزله‌یزه در پاریس رویدادهای جدیدی را برای رسیدگی به ابتذال خیابان معرفی کرد: ارائه «معنای بسیار معنادار در برابر جریان بدون ساختار هیچ». برگزاری رویدادهای برنامه‌ریزی شده در فضاهای عمومی می‌تواند به اهداف مختلف سیاست عمومی کمک کند، اما برنامه‌ریزی شامل رویدادها به دلایل مختلف مورد انتقاد قرار می‌گیرد. مناسبت‌های رسمی اغلب به‌طور نامطلوبی با گردهمایی‌های خودجوش تر مقایسه می‌شوند و به‌عنوان یک‌شکل نسبتاً ساختگی از حضورپذیری در نظر گرفته می‌شوند. به‌جای کاهش معانی ثابت و کاربردهای معین شناخته شده برای جلوگیری از برخی فضاهای عمومی، آنها همچنین می‌توانند با اعمال محدودیت‌های فیزیکی، نمادین و مالی آنها را سفت کنند. رویدادهای تجاری با کالایی کردن فضای عمومی مرتبط هستند، زمانی که سایت‌ها به سازمان‌دهندگان رویداد استخدام می‌شوند، به‌ویژه زمانی که برای رویدادهای ورودی پولی حصار می‌شوند. حتی زمانی که ورودی رایگان است، آنها می‌توانند منحصر بفرد باشند؛ زیرا بیشتر رویدادهای مرکز شهر برای جذب افرادی که مایل و قادر به خرج کردن هستند برگزار می‌شوند. فضاهایی که به‌شدت برنامه‌ریزی شده‌اند با تولید محیط‌های مبتنی بر مصرف مرتبط هستند و مهم است که اذعان کنیم که این فضاها منحصر بفرد هستند. در عصر رسانه‌محور علی‌الخصوص تسلط رسانه‌های اجتماعی، رویدادها نیز توسط مقامات شهرداری برای افزایش دید فضاهای عمومی و در

تفسیر ریچاردز و پالم (Richards & Palmer, 2010) از واژه جشنواره‌سازی شهری، به‌عنوان تلاشی برای تبدیل شهر به مکانی برای برگزاری مستمر جشنواره استفاده می‌شود. در جهانی تحت سلطه رسانه‌های اجتماعی، جداسازی تصویر شهر و واقعیت خارجی آن به‌طور فزاینده‌ای دشوار است. به‌جای تبلیغ یک رویداد خاص در یک‌زمان خاص، شهرها به‌طور فزاینده‌ای خود را به‌عنوان مکان‌هایی بازاریابی می‌کنند که رویدادها همیشه در آنها اتفاق می‌افتد. برای مثال، منچستر اخیراً به‌عنوان مقصد رویدادها با استفاده از شعار «همیشه چیزی در حال رخ دادن» و دعوت از بازدیدکنندگان به «یک برنامه کوتاه رویداد مدار» معرفی می‌شود.

در اوایل دهه ۲۰۰۰ میلادی زمانی که هیچ ابر رویداد برجسته‌ای تبلیغ نمی‌گشت، رویدادهای کوچک و امکانات فرهنگی، خرده‌فروشی و سرگرمی معمولی شهر مجدداً در قالب رویدادهای موضوعی یا فصلی بسته‌بندی شدند و برای جذب گردشگران در طول سال نام‌گذاری می‌شدند. جشنواره‌سازی به فرایند گسترده‌ای اشاره دارد که نشان‌دهنده چگونگی و چرایی تغییر فرهنگ شهری، فضای شهری و سیاست شهری در دهه‌های اخیر است. جشنواره‌سازی به‌عنوان یک فرایند گسترده در سطح شهر که در آن رویدادها در ترکیب با یکدیگر و با سایر اشکال مصرف، سرگرمی و اوقات فراغت پاسداشت سنت‌ها و آیین‌ها استفاده می‌شوند، بهتر درک می‌شود (Smith, 2016).

#### • تأثیرات رویدادها در فضاهای شهری

فضاهای عمومی شهری را می‌توان به‌عنوان متضمن گردش انسان و ماده غیرانسانی که میزبان «درهم‌تنیدگی اجسام در حرکت» و «پرخش جمعیت» در نظر گرفت. رویدادها، حرکات و گردش‌ها را تشدید می‌کنند و به فعال شدن فضاهای عمومی کمک می‌کنند. در واقع، جشنواره‌ها را به‌عنوان «صورت فلکی ترکیبی تولید شده در زمینه سیالیت نامعین» توصیف می‌کنند. این سیالیت پویایی فضایی فضاهای عمومی را تغییر می‌دهد و راهایی را که افراد در آن جابه‌جا می‌شوند، کاری که انجام می‌دهند، با چه کسی مواجه می‌شوند و مدت زمانی که در آنجا زندگی می‌کنند را تغییر می‌دهد. به‌این ترتیب، فضاهای رویداد نمونه‌های بارز فضاهایی هستند که پیوسته در حرکت هستند و دائماً از نو ساخته می‌شوند. اندیشیدن به رویدادها از نظر تحرک به ما کمک می‌کند تا ماهیت سیال و پویا آنها را درک کنیم. پتانسیل آنها برای برهم‌زدن وضعیت موجود را برجسته می‌کند و به اهمیت آنها به‌عنوان مناسبت‌های تشریفاتی، متجاوزانه یا دگرگون‌کننده اشاره می‌کند که افراد را قادر می‌سازد تا بین لحظات کلیدی تغییر کنند. اگرچه رویدادها شامل گردش و حرکت هستند، اما با موانع نمادین، نظارتی، مالی و فیزیکی نیز همراه هستند که دسترسی به رفتارهای متنوع در فضاهای عمومی را محدود می‌کند. شاید سیال‌ترین، پویاترین و متحرک‌ترین رویدادهایی که در فضاهای عمومی برگزار می‌شود، رویدادهای غیرمجاز مانند

### جمع‌بندی مبانی نظری

در راستای رسیدن به چارچوب نظری در جهت تبیین شاخص‌های طراحی فضاهای شهری رویدادمدار با رویکرد فرهنگی-آیینی نیاز است ابتدا جمع‌بندی از مفاهیم و نظریات در **جدول ۲ و ۳** ارائه شود. سپس به ابعاد نظری در **جدول ۴** پرداخته شده و چهارچوب نظری بیان شده است.

در سال‌های اخیر، فضاهای عمومی شهری نه تنها به‌عنوان بستری کالبدی برای فعالیت‌های روزمره، بلکه به‌مثابه عرصه‌هایی اجتماعی، فرهنگی و تجربی در نظریه‌های شهری بازتعریف شده‌اند. رویدادهای شهری، به‌ویژه رویدادهای فرهنگی و آیینی، در این میان نقش کلیدی در فعال‌سازی فضا، خلق معنا و ارتقای تجربه زیسته ایفا می‌کنند. نظریه‌های نوین تولید فضا، حس مکان و سرمایه اجتماعی نشان می‌دهند که فضا از طریق کنش‌های جمعی، تعاملات اجتماعی و بازنمایی‌های فرهنگی شکل می‌گیرد و بازتولید می‌شود. رویدادها از این منظر، ابزارهای فرهنگی و اجتماعی مؤثری هستند که می‌توانند با پیوند دادن ابعاد مادی و غیرمادی شهر، بستری برای مشارکت، خاطر‌سازی، بازآفرینی هویت و ارتقاء تاب‌آوری اجتماعی فراهم سازند. فضاهای عمومی شهری، با بهره‌گیری از رویدادهای فرهنگی-آیینی به‌عنوان محرک‌های اجتماعی-فرهنگی، می‌توانند از طریق ارتقای تجربه زیسته، تقویت حس مکان، افزایش مشارکت شهروندی و بازتولید معنا در فضا، به بهبود کیفیت زندگی شهری و توسعه سرمایه اجتماعی منجر شوند. این فرایند در بستر طراحی رویدادمحور، نیازمند شاخص‌هایی کالبدی-عملکردی-اجتماعی است، که قابلیت میزبانی، پویایی، تنوع‌پذیری و انسجام را فراهم کنند

در چارچوب این دیدگاه، فضاهای شهری رویدادمدار، به منزله فضاهایی در نظر گرفته می‌شوند که واجد شاخص‌ها و ویژگی‌هایی در سه بعد کالبدی-فضایی، عملکردی-مدیریتی و اجتماعی-فرهنگی‌اند و می‌توانند از طریق میزبانی رویدادهای آیینی و فرهنگی، به ارتقای کیفیت زندگی شهری و بازآفرینی هویت مکان منجر شوند. برایناساس، چارچوب نظری پژوهش حاضر باتکیه بر ترکیبی از مفاهیم نظری همچون «تجربه جمعی»، «معنابخشی به فضا»، «سیالیت فضایی» و «سیاست‌گذاری فرهنگی» شکل گرفته است و تلاش دارد با تبیین روابط میان متغیرهایی چون ویژگی‌های فضا، نوع رویداد، مشارکت اجتماعی و کیفیت زندگی شهری، الگویی برای طراحی فضاهای شهری متناسب با بستر فرهنگی-آیینی ارائه دهد. این چارچوب، نه تنها بر ظرفیت رویدادها در بازآفرینی فضا تأکید دارد، بلکه با در نظر گرفتن چالش‌هایی چون کالایی شدن فضا، نابرابری دسترسی و مداخله‌پذیری سیاسی، به نگاهی انتقادی-کاربردی به طراحی شهری منتهی می‌شود.

### پیشینه تحقیق

در زمینه تعریف و مفاهیم فضاهای شهری و رویدادمداری در

نتیجه جذب کاربران و یا مخاطبان جدید فضا استفاده می‌شود (Schmidt & Nemeth, 2010; Smith, 2016; 2020; 2021).

نصب لوگوهای حامی، به‌علاوه مراکز مهمان‌نوازی، خرده‌فروشی و تجارت نیز به این معنی است که این رویدادها به تجاری‌سازی فضای عمومی کمک می‌کنند. این امر زمانی آشکارتر می‌شود که فضاهای عمومی برای معرفی محصول و رویدادهای بازاریابی تجربی استخدام شوند. برای مثال، شهر لیدز<sup>۴</sup> (بریتانیا) «راهنمای فضاهای رویدادها» را منتشر می‌کند، مجموعه‌ای از خیابان‌ها و میداين در مرکز شهر که می‌توانند برای رویدادهای تبلیغاتی رزرو شوند. در کنار برخی نگرانی‌ها در مورد کاهش عمومیت، رویدادهایی که در فضاهای عمومی برگزار می‌شوند می‌توانند کیفیت محیطی پارک‌ها، خیابان‌ها و میداين را تحقیر کنند. هنگامی که رویدادها در فضای باز و در نزدیکی مناطق مسکونی برگزار می‌شوند، اغلب مشکلاتی با سروصدا و ناراحتی برای همسایگان ایجاد می‌شود. اما سر و صدای جمعیت و اختلال در هنگام برگزاری رویدادها در مکان‌های موقت نیز شکایت‌هایی ایجاد می‌کند. به‌ویژه مشکلات ناشی از صدای موسیقی تقویت شده. مشکلات دیگری نیز در هنگام خروج وجود دارد، زمانی که هزاران نفر به‌طور هم‌زمان مکانی را ترک می‌کنند آسیب‌های زیادی به چمن و بسیاری از تأسیسات شهری وارد می‌شود و حرکت وسایل نقلیه نیز مختل می‌شود. در برخی موارد، فضای پارک می‌تواند برای چندین ماه پس از یک رویداد بزرگ غیرقابل دسترس باشد (Smith, 2016; 2020; 2021; Smith et al., 2021).

همچنین مشارکت سطحی مردم محلی در تصمیم‌گیری در مورد رویدادها یک مسئله حائز اهمیت است. رویدادها معمولاً به مجوزها یا مجوزهای برنامه‌ریزی نیاز دارند، اما رویه‌ها اغلب نادیده گرفته می‌شوند، دور زده می‌شوند یا به سرعت پیگیری می‌شوند تا اطمینان حاصل شود که پیشنهادهای تأیید می‌شوند. برای مثال، برگزارکنندگان رویدادهای کریسمس اخیر که در مرکز شهر ادینبورگ برگزار شد، مجوز برنامه‌ریزی نداشتند. مهم است که تأکید شود برای بسیاری از افراد، تأثیرات منفی که در بالا ذکر شد با تجارب اجتماعی مثبتی که با شرکت در رویدادها به دست می‌آورند، غلبه می‌کند. برای برخی، مکان این رویدادها نه تنها به تجربه رویداد می‌افزاید، بلکه وابستگی آنها را به فضای میزبان افزایش می‌دهد و حتی ممکن است آنها را تشویق کند که در آینده بیشتر از آنها بازدید کنند. این نشان می‌دهد که چگونه و چرا رویدادهایی که در مکان‌های عمومی به صحنه می‌روند به‌طور ذاتی به چالش کشیده می‌شوند. افکار عمومی مختلف در مورد اینکه فضاهای عمومی برای چه چیزی هستند، نظرات متفاوتی دارند و حتی اگر توافق حاصل شود که رویدادهای سازماندهی شده کاربردهای مناسبی هستند، بعید است در مورد اینکه چه نوع رویدادها و به‌طور منظم برگزار می‌شوند، اتفاق نظر وجود داشته باشد (McGillivray et al., 2020).

جدول ۲. جمع‌بندی مفاهیم کلیدی و تعاریف نظری. مأخذ: نگارندگان.

منابع کلیدی	تعریف نظری	مفهوم کلیدی
Gehl (2011), Carr et al. (1992)	فضایی فیزیکی باقابلیت استفاده باز توسط عموم، بستر تعامل اجتماعی، مشارکت مدنی و تجربه جمعی	فضای عمومی شهری
Richards & Palmer (2010), Smith (2016)	رخداد اجتماعی برنامه‌ریزی شده با ریشه‌های فرهنگی-مذهبی که به صورت موقت در فضاهای عمومی اجرا می‌شود و تجربه جمعی، معنا و حافظه را در فضا فعال می‌کند.	رویداد فرهنگی-آیینی
Stevens (2007), Quinn (2023)	فضای عمومی با ویژگی‌های کالبدی-اجتماعی که توان میزبانی و خلق تجربه از رویدادهای شهری را داراست و تعامل، مشارکت و پویایی اجتماعی را تقویت می‌کند.	فضای شهری رویدادمدار
(Richards, 2023)	احساس رفاه، رضایت، مشارکت و تعلق به فضا که از طریق ادراک فردی و جمعی از فضای شهری حاصل می‌شود.	کیفیت زندگی شهری

جدول ۳. نظریه‌ها و رویکردهای مرتبط در پژوهش. مأخذ: نگارندگان.

مؤلفه نظری	گزاره نظری	ارجاع نظری به نظریه پردازان
تجربه مکان و حس تعلق	رویدادها حس مکان و دل‌بستگی فضایی را ارتقاء می‌دهند.	(Karich, 2024)
سرمایه اجتماعی و مشارکت	رویدادها مشارکت و انسجام اجتماعی را تقویت می‌کنند.	(Smith et al., 2021)
فرهنگ و سیاست شهری	رویدادها ابزار سیاست‌گذاری فرهنگی، بازاریابی شهری و توسعه پایدار هستند.	(Richards, 2023)

جدول ۴. ابعاد نظری برای تدوین شاخص‌های طراحی فضای شهری رویدادمدار. مأخذ: نگارندگان.

بعد نظری	شاخص‌های قابل استخراج	مفاهیم مرتبط
کالبدی-فضایی	گشودگی فضا، زیرساخت موقت، تجهیزات صوتی-نوری	انعطاف‌پذیری، دسترسی، دید و بازشو، مقیاس مناسب
اجتماعی-فرهنگی	قابلیت گردهمایی، عناصر نمادین، نشانه‌های هویتی	مشارکت‌پذیری، حافظه جمعی، تعلق مکانی
عملکردی	امکان نصب موقت، مدیریت تراکم، مسیرهای اضطراری	چندمنظوره بودن، مدیریت رویداد، ایمنی
زیباشناختی-ادراکی	نورپردازی، مبلمان، گرافیک محیطی معنادار	خوانایی، هویت بصری، فضای تجربه
حکمرانی شهری	دسترسی به مجوز، تعامل با نهادهای محلی، برنامه‌ریزی مشارکتی	سیاست‌پذیری، تعامل نهادی، مشارکت مردمی

اکسپو در دنیا بررسی می‌کند و در نتیجه اثرات رویداد بر برندسازی مکان، جریان‌های گردشگری، نگرش‌های ساکنان و معماری و توسعه شهری متأثر از رویداد تحلیل می‌کند. اسمیت و دیگران (Smith et al., 2021) در پژوهشی با عنوان «برگزاری رویدادهای شهری در فضاهای عمومی: از منظر طراحی شهری» به بررسی روش‌هایی می‌پردازد که می‌توان فضاهای عمومی را برای مناسب‌تر شدن آنها برای برگزاری رویدادها تطبیق داد و در نتیجه تطبیق برخی از فضاهای عمومی شهری برای تجهیز بهتر آنها به‌عنوان محل برگزاری رویدادها، از نظر عملی منطقی و قابل انجام است. کوئین و دیگران (Quinn et al., 2021) در پژوهشی با عنوان «رویدادهای جشنواره‌ای، فضای عمومی و شاخصه‌های فرهنگی: رویکردهای سیاست عمومی» به بررسی روش‌هایی می‌پردازد که بارسلونا، دوبلین، گلاسکو، گوتنبرگ و لندن که رویدادهای جشنواره‌ای را در سیاست‌ها و راهکارهای فرهنگی گنجانده‌اند. این مطالعه با تکیه بر تحقیقات ثانویه، طیف وسیعی از اسناد سیاستی و اجرایی

حوزه‌های مطالعات شهری، پژوهش‌های متعددی در جهت مطالعه پیشینه پژوهش، بررسی شده است که به برخی از آنها اشاره می‌شود. ریچاردز سال (Richards, 2024) در پژوهشی با عنوان «رویدادها و فضای شهری: رابطه‌ای چالش‌برانگیز؟» به بررسی رابطه بین رویدادهای شهری و فضای عمومی شهری می‌پردازد. این پژوهش، تناقضات بین حفاظت از فضا به‌عنوان یک منبع زنده و بهره‌برداری از فضا برای اهداف احیاکننده را آشکار می‌کند. و در نتیجه سه سناریوی آینده برای رویدادهای شهری تشریح می‌کند. تضاد و رقابت، رشد و هماهنگی و دیجیتالی شدن و مجازی‌سازی سناریوهای مزبور هستند. کاریچ (Karich, 2024) در پژوهشی با عنوان «مشارکت و پذیرش شهروندان در بستر رویدادهای شهری»، مشارکت و پذیرش عمومی در حین و بعد از رویدادها و اثرات آنها را بررسی می‌نماید. ریچاردز (Richards, 2023) در پژوهشی با عنوان «تأثیر رویدادهای جهانی اکسپو برای شهرهای رویدادمدار» تأثیرات رویدادمداری در شهرها را بویژه برای شهرهای میزبان رویداد

باتوجه به روند کیفی تحقیق، درک اولیه از واقعیت‌های مورد مطالعه، فهمی مقدماتی محسوب شده است و با افزودن اطلاعات جدید و ناسازگار از درک اولیه فراتر خواهد رفت. از این رو لازم است تا مطالعات نظری کاملاً مشخص شده و نگاه و رویکرد تحقیق واضح و آشکار باشد. همان‌طور که ذکر شد هدف پژوهش «شناسایی اصول طراحی و مؤلفه‌های فضاهای شهری مبتنی بر رویدادهای فرهنگی-آیینی» بوده است و به جهت پاسخ به پرسش پژوهش، در بخش کیفی برای گردآوری داده‌ها از مطالعه اسناد و متون بالادستی اعم از داخلی و خارجی، در بخش مبانی نظری در بحث رویداد، استفاده شده است. بعد از تحلیل محتوا کیفی، جدول معیارها و زیر معیارها باتوجه به گزاره‌های مبانی روز به‌دست آمده است.

روش‌شناسی پژوهش حاضر مبتنی بر رویکرد کیفی و بهره‌گیری از تحلیل مضمون (Thematic Analysis) است، که باهدف استخراج و بومی‌سازی شاخص‌های طراحی فضاهای شهری رویدادمدار با رویکرد فرهنگی-آیینی انجام شده است. در گام نخست، چارچوب مفهومی اولیه با استفاده از مطالعات نظری و منابع علمی بین‌المللی مرتبط با رویدادهای شهری، جشنواره‌سازی، و فضاهای عمومی گردآوری شد. با این حال، باتوجه به زمینه فرهنگی خاص ایران، این شاخص‌ها به‌عنوان «مفاهیم اولیه» در نظر گرفته شده‌اند و نه معیارهای نهایی. در مرحله بعد، مصاحبه‌های نیمه‌ساخت‌یافته با دو گروه اصلی شامل:

- ۱- خبرگان حوزه طراحی شهری و مطالعات فرهنگی
  - ۲- شهروندان آشنا با برگزاری یا شرکت در رویدادهای فرهنگی-آیینی در فضاهای عمومی در شهر با زمینه‌های فرهنگی و مذهبی پررنگ (مانند مشهد) انجام شد.
- گرچه انتخاب این فضاها به‌صورت رسمی به‌عنوان میدان پژوهش معرفی نشده‌اند، اما تحلیل ذهنی و تجربی مشارکت‌کنندگان با ارجاع به مکان‌های واقعی مانند فضاهای شهری حریم رضوی در ایام عزاداری یا اعیاد صورت پذیرفته است. بدین ترتیب، شاخص‌های نهایی نه صرفاً ترجمه مستقیم مفاهیم جهانی، بلکه نتیجه تلفیق نظریه و تجربه بومی هستند.
- هدف این بخش، جمع‌آوری و تحلیل نظام‌مند متون مصاحبه، جهت طراحی مدلی است که رابطه اصول و مؤلفه‌های طراحی فضاهای شهری رویدادمدار با رویکرد رویدادهای فرهنگی آیینی را نشان دهد. در این راستا بر مبنای مدل مفهومی اولیه پژوهش، مستخرج از مبانی نظری شاخصه‌هایی تعیین شد و بر مبنای شاخصه‌های به‌دست آمده فرم سؤالات نیمه‌ساختار یافته‌ای از مردم در غالب ۷۰ مصاحبه و گفتگو میدانی و نیز فرم دیگری در غالب سؤالات نیمه‌ساختار یافته و گفتگو باز با متخصصین تدوین شد که با ۲۰ نفر از متخصصین و خبرگان مرتبط با موضوع تحقیق (بهم‌رور) مصاحبه شد و سپس با بهره‌گیری از مکانیسم‌های تحلیل مضمون یا تحلیل تم، مصاحبه‌ها پیاده‌سازی شدند و در قالب متون مدون در نرم‌افزار مکس کیودا ۵ ورژن ۲۰۲۰ مورد مطالعه قرار گرفتند و داده‌ها در

در زمینه‌های تأثیر، تولید راهکارها و اجرا به‌صورت انتقادی تحلیل می‌کند. نتایج نشان می‌دهد شهرهای مورد مطالعه سابقه طولانی در تدوین استراتژی در مورد رویدادهای جشنواره‌ای دارند، اما این امر هنوز منجر به توجه ویژه به سیاست‌گذاری در فضای عمومی نشده است. در ایران، پژوهش‌های اندکی به‌طور مستقیم به موضوع طراحی فضاهای شهری با رویکرد رویدادهای فرهنگی-آیینی پرداخته‌اند، اما می‌توان به برخی مطالعات مرتبط اشاره کرد: محمدی و مینایی (Mohammadi & Minaei, 2023) در مطالعه‌ای با عنوان «تحلیل تأثیرگذاری رویداد بر ایجاد خاطره جمعی در فضای شهری با تکیه بر فضاهای پذیرای گروه‌های مختلف اجتماعی - مذهبی نمونه مطالعاتی: خیابان ۳۰ تیر تهران»، به بررسی عوامل مؤثر بر ایجاد فضاهای شهری خاطره انگیز با تکیه بر رویکرد رویدادمداری پرداخته‌اند. صالحی معوا و همکاران (Salehi Mava et al., 2022) در پژوهشی با عنوان «تحلیل و مقایسه میزان رویدادمداری فضاهای عمومی شهری مورد مطالعه: منطقه ۱۲ شهر تهران»، معیارهای مؤثر بر رویدادمداری را در شهر تهران منطقه ۱۲ بررسی کرده‌اند. همچنین نورائی و ستاری (Nooraie & Sattari, 2018) در پژوهشی با عنوان «تحلیل میزان رویدادمداری مناطق ۱۵ گانه کلان شهر اصفهان با تأکید بر زیرساخت رویداد»، به بررسی زیرساخت‌ها و تحلیل برخورداری از زیرساخت رویداد در مناطق ۱۵ گانه اصفهان و موانع تبدیل کلان شهر اصفهان به یک شهر رویداد مدار، پرداخته‌اند. در مورد مقالات با محوریت شهر مشهد که مصاحبه‌ها در این شهر صورت گرفته است. ثقه الاسلامی و روحی میرآبادی (Saghatoleslami & Rohi Mirabadi, 2020) در مقاله‌ای با عنوان «تحلیل فضاهای شهری پیرامون مکان‌های مقدس در ارتباط با نیازها و الگوهای رفتاری زائران، مورد مطالعاتی: خیابان امام رضا (ع) شهر مشهد»، به بررسی انطباق فضاهای شهری پیرامون اماکن مقدس با نیازها و الگوهای رفتاری زائران، معیارها، توصیه و الزامات در ارتباط با برنامه‌ریزی و طراحی این فضاها پرداخته‌اند. منتظری و همکاران (۱۳۹۹) در مقاله‌ای با عنوان «سنجش فضاهای عمومی شهری در تعامل با آیین‌های جمعی مورد پژوهی: خیابان امام رضا (ع) در مشهد مقدس»، به بررسی فضاهای شهری در ارتباط با آیین‌های جمعی و پیشنهاداتی در این زمینه پرداخته‌اند. با وجود این مطالعات، هیچ‌یک به‌طور مشخص و نظام‌مند به شناسایی شاخص‌های طراحی فضاهای شهری با رویکرد رویدادهای فرهنگی-آیینی و با استفاده از روش کیفی تحلیل مضمون نپرداخته‌اند. در نتیجه، پژوهش حاضر با هدف پر کردن این خلأ و توسعه شاخص‌های بومی برای طراحی فضاهای شهری رویدادمدار، نوآورانه محسوب می‌شود.

## روش پژوهش

روش این پژوهش کیفی با کمک و ترکیب با دیگر روش‌های کمی-کیفی در جهت پیشبرد مطالعات پژوهش، خواهد بود. در این روش ارتباط نزدیکی میان گردآوری داده‌ها و تفسیر داده‌ها است و

کدگذاری انتخابی عبارت است از فرایند انتخاب دسته‌بندی مضامین یا تم‌های اصلی، مرتبط کردن نظام‌مند آن با دیگر دسته‌بندی‌ها و تکمیل دسته‌بندی‌هایی که نیاز به اصلاح و توسعه بیشتری دارند. کدگذاری انتخابی براساس نتایج کدگذاری باز و کدگذاری محوری، به این شیوه که مصاحبه‌ها تبدیل به گزاره و گزاره‌ها تبدیل به مقوله شد و سپس مقولات مشترک دارای یک کد و دسته‌های فرعی و اصلی مشخص شد و در نهایت تبدیل به مدل مفهومی مؤثر گشت که مرحله‌نهایی تحلیل مضمون یا تحلیل تم است. به این ترتیب که مضامین یا تم‌های اصلی را به شکل نظام‌مند به یکدیگر ربط داده و آن روابط را در چارچوب مفهومی ارائه کرده و مضامین یا تم‌هایی را که به بهبود و توسعه بیشتری نیاز دارند، اصلاح می‌کند. براین اساس مدل مفهومی نهایی پژوهش که در نتایج ذکر می‌شود مبین شاخص‌های مؤثر در طراحی فضاهای شهری رویدادمدار با رویکرد رویدادهای فرهنگی و آئینی است. شاخص‌های حاصل از یافته‌های پژوهش در شش دسته اصلی «کالبدی»، «عملکردی»، «اجتماعی»، «بصری»، «زیست‌محیطی» و «اقتصادی» به دست آمده است. هر یک از این شاخص‌ها به‌عنوان معیار اصلی فضاهای شهری رویدادمدار، دارای زیر معیارهایی به شرح جدول ۵ است.

هر یک از معیارها و زیر معیارها نیز با هم ارتباط داشته و در هم مؤثر هستند. تدوین نقشه تماتیک یا الگو مضامین از تحلیل کیفی داده‌ها پس از بیان مراحل کدگذاری و تکمیل مرحله کدگذاری انتخابی به تجزیه و تحلیل کلی و در هم آمیختن شرایط مختلفی می‌پردازد که در کدگذاری محوری و در نهایت کدگذاری انتخابی تدوین شدند. در تحلیل مضمون یا تحلیل تم، تلفیق مقوله‌ها از اهمیت ویژه‌ای برخوردار بوده و رویه‌های نظام‌بندی برای این کار مطرح شده است که در این پژوهش برای ارائه نقشه مضامین یا نقشه تماتیک از الگو مضامین با مدل دیاگرام استفاده شده است که در ادامه مدل دیاگرامی ارتباط معیارها با فضاهای شهری رویدادمدار و با یکدیگر نیز ارائه شده است و بر مبنای آن مدل مفهومی پژوهش حاصل شده است.

### جمع‌بندی و نتایج

باتوجه به اهمیت فضاهای عمومی شهری به‌عنوان بستر شکل‌گیری تعاملات اجتماعی، فرهنگی و آئینی، پژوهش حاضر به تدوین چارچوبی مفهومی جهت طراحی و ارزیابی فضاهای شهری «رویدادمدار» مبتنی بر شاخص‌های فرهنگی-آئینی پرداخته است. از آنجاکه، تمامی معیارها در ساخت فضاهای رویدادمحور در هم تنیده‌اند، ارتقای یکی بر سایرین اثرگذار است. برای نمونه، بهبود زیرساخت‌های کالبدی و عملکردی (همچون امکانات رفاهی و دسترسی مناسب) مستقیماً مشارکت اجتماعی را افزایش می‌دهد. حضور بیشتر مردم در رویدادها نیز به واسطه هزینه‌های کم‌تر گردشگران، اقتصاد محلی را تقویت می‌کند. به همین ترتیب، افزودن فضاهای سبز و بهینه‌سازی شرایط زیست‌محیطی، کیفیت بصری و رضایت مخاطبان را بالا می‌برد که خود به نوبه خود تداوم

سه مرحله کدگذاری‌های باز، محوری و انتخابی تحلیل شدند. در مرحله کدگذاری باز ابتدا کلیدواژه‌های مرتبط با معیارها و ویژگی‌های فضاهای شهری رویدادمدار با رویکرد رویدادهای فرهنگی-آئینی استخراج شدند و پس از طی فرایند مقایسه شباهت‌ها و تفاوت‌های آنها، مضامین یا تم‌های فرعی نیز از ترکیب مفاهیم مشابه ظهور یافتند. در ادامه فرایند استقرایی تحقیق، در کدگذاری محوری با بررسی روابط میان مضامین یا تم‌های فرعی مختلف، مضامین یا تم‌های اصلی شکل گرفتند. هر تم اصلی بیانگر سازماندهی توالی و تعاملات مجموعه‌ای از مضامین یا تم‌های فرعی در درون یک دسته‌بندی فرعی است، که پیامدهای مشخصی را در پی دارند. در نهایت، مرحله کدگذاری انتخابی، بیانگر انتخاب یک دسته‌بندی اصلی و بررسی روابط آن با سایر دسته‌بندی‌ها است، به گونه‌ای که در این مرحله شاهد ظهور مجموعه‌ای از گزاره‌ها می‌باشیم که روابط میان هدف تحقیق و مضامین یا تم‌های اصلی و فرعی با یکدیگر را توصیف می‌کنند. در پایان این فرایند استقرایی از جزء به کل به چارچوبی تئوریک دست خواهیم یافت که بیانگر مدل فضاهای شهری رویدادمدار با رویکرد رویدادهای فرهنگی-آئینی هستند.

### بحث و یافته‌ها

در این مرحله، مصاحبه‌های صورت گرفته مورد بررسی دقیق قرار گرفته است. نتیجه این مرحله، تقطیر و خلاصه کردن انبوه داده‌های کسب شده از مصاحبه‌ها به درون کلیدواژه‌ها و مفاهیمی است که در این سؤالات مشابه هستند. کدگذاری باز، موضوعات و مفاهیم را از عمق داده‌ها به سطح می‌آورد. در این بخش مجموعاً ۴۷۹ کد گزاره ارجاع شده از حدود ۹۰ مصاحبه عمیق از مردم و متخصصان، استخراج شده است. در کدگذاری محوری، پژوهشگر با مجموعه‌ای سازمان‌یافته از گزاره‌ها و کلیدواژه‌ها و مضامین یا تم‌های اولیه مواجه می‌شود، که نتیجه پیاده‌سازی و بررسی دقیق و تفصیلی مصاحبه‌ها در مرحله کدگذاری باز است. در ادامه از گزاره‌های به دست آمده به دنبال مفاهیم محوری هستیم. تمرکز این مرحله بیشتر بر کدها و مفاهیم، و نه داده‌ها، است. البته ممکن است که کدها یا مفاهیم جدیدی نیز در مرحله کدگذاری باز ظهور یابند که با رفت و برگشت در بررسی مصاحبه‌ها تا زمانی که داده جدیدی حاصل نشود و به اشباع نظری نرسیدیم مصاحبه‌ها ادامه پیدا کرد در مصاحبه‌های مردمی ۵۰ اشباع نظری حاصل شد؛ اما برای اطمینان مصاحبه تا ۷۰ ادامه پیدا کرد و در مصاحبه متخصصین بعد از مصاحبه ۱۵ اشباع نظری حاصل شد؛ اما جهت اطمینان تا ۲۰ مصاحبه گفتگوها ادامه پیدا کرد، در مرحله کدگذاری محوری وظیفه اصلی، مرور و بررسی مفاهیم و مقوله‌های اولیه و سازماندهی قضیه‌هاست. براین اساس، مضامین یا تم‌های فرعی یا به عبارتی زیر معیارهای پژوهش سنجش و به دست می‌آیند که در این بخش ۴۹ کد محوری از گزاره‌های کدگذاری باز به دست آمده است.



جدول ۵. شاخص‌های شش‌گانه حاصل از یافته‌های پژوهش (معیارها و زیر معیارها). مأخذ: نگارندگان.

کالبدی	اجتماعی	عملکردی	بصری	زیست‌محیطی	اقتصادی
انسجام و وحدت	هویت	هم‌پیوندی	محسوسیت	پایداری	ارزش اقتصادی
پیوستگی و سادگی	رنگ تعلق	انعطاف‌پذیری	زیبایی	مسائل اقلیمی	برندینگ
خوانایی	همه‌شمولی	تداوم و یکپارچگی	غنای بصری	-	بازآفرینی و رشد اقتصادی
نفوذپذیری	حضورپذیری	کارایی و کارآمدی	-	-	اشتغال‌زایی
تناسبات	گونگونی رویدادها	زمینه‌گرایی	-	-	-
سلسله‌مراتب	انسان‌محوری	دعوت‌کنندگی	-	-	-
ساختارگرایی و سازمان فضایی	نقش‌انگیزی و تصویر ذهنی	نوآوری و خلاقیت	-	-	-
تعیین فضایی	سرزندگی و پویایی	ایمنی	-	-	-
تنوع فضایی	امنیت	عدالت‌محوری	-	-	-
تباین	قرارگاه رفتاری	حقوق و قوانین شهری	-	-	-
آسایش اقلیمی	باززنده‌سازی فرهنگ و تثبیت فرهنگ	مدیریت شهری و فضاهاى شهری رویداد مدار	-	-	-
آرامش محیطی و راحتی	تعاملات اجتماعی	-	-	-	-
زیرساخت‌ها و مبلمان شهری	مشارکت عمومی	-	-	-	-
دسترسی و حمل‌ونقل	-	-	-	-	-
اختلاط کاربری‌ها و هم‌جواری	-	-	-	-	-
پیاده‌مداری	-	-	-	-	-
دوچرخه‌محوری	-	-	-	-	-
تولید و باززنده‌سازی فضایی	-	-	-	-	-

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

فضا و افزایش مشارکت مردم می‌انجامد. به‌عنوان مثال، طراحی کالبدی و عملکردی منسجم ضمن جذب نیروی انسانی، اقتصاد محلی را پویاتر و چهره شهر را برند محور می‌کند. در مجموع، ادغام هوشمندانه این ابعاد در طراحی و برنامه‌ریزی شهری، زیربنای شکل‌گیری فضاهاى رویدادمحور باکیفیت بالا است. براساس مطالعات انجام شده، این موضوع ضرورتی ایجاد کرده تا در قالب پژوهش طراحی شهری باهدف، شناسایی مؤلفه‌های فضاهاى شهری مبتنی بر رویدادهای فرهنگی-آیینی صورت پذیرد از طرفی هدف از انجام طرح‌های شهری ایجاد محیطی مطلوب‌تر از جنبه‌های فضایی، کالبدی، بصری، زیست‌محیطی و اقتصادی و.. است. از این‌رو مطالعات انجام شونده با مطالعات میدانی به پیمایش نظرات مردم و نیز مصاحبه‌های عمیق در مورد مؤلفه‌های فضاهاى شهری رویداد مدار پرداخته است پس از تحلیل کیفی روشمند به مدل مفهومی در قالب **تصویر ۱** در رابطه با معیارها و زیر معیارهای

اجتماعی رویدادها و مشارکت عمومی را تقویت می‌کند. از سوی دیگر، رویدادها خود می‌توانند عاملی برای سرمایه‌گذاری و نوسازی کالبد شهر باشند. به‌طور کلی، هر معیار بسترساز معیارهای دیگر است: مثلاً سرزندگی اجتماعی رویداد، انگیزه تأمین زیرساخت‌های کالبدی بیشتر را فراهم می‌آورد؛ و تقویت هویت بصری فضا، باعث جلب مشارکت جمعی و تقویت اقتصاد شهری می‌شود. در نتیجه، تأکید هم‌زمان بر همه ابعاد اجتماعی، اقتصادی، کالبدی، زیست‌محیطی، عملکردی و بصری ضمن تکمیل یکدیگر، به ایجاد فضاهاى رویدادمحور متنوع، پایدار و جذاب منجر می‌شود؛ بنابراین، فضاهاى شهری میزبان رویدادهای فرهنگی و آیینی برای موفقیت نیازمند توجه همه‌جانبه به معیارهای اجتماعی، اقتصادی، کالبدی، زیست‌محیطی، عملکردی و بصری هستند. رابطه دوسویه میان این معیارها بدین معناست که هیچ وجهی را نباید به‌صورت مجزا در نظر گرفت؛ بلکه ارتقای هم‌زمان آنهاست که به بهبود کیفیت

**زیر معیارهای اجتماعی:** ارزیابی میزان توانمندسازی اجتماعی و تعلق مکانی در رویدادها و تأثیر آن در ظرفیت‌های فضا برای افزایش انسجام اجتماعی، امنیت، مشارکت جمعی و بروز هویت شهری می‌پردازد. اهمیت نقش فضا در شکل‌گیری احساس تعلق، اعتماد اجتماعی و تعامل میان گروه‌های مختلف است. فضای موفق رویدادمدار باید بتواند بستر بروز احساسات مشترک و حافظه جمعی باشد.

**زیر معیارهای عملکردی:** ارزیابی قابلیت فضا در میزبانی از رویدادهای متنوع در زمان‌ها و مقیاس‌های مختلف و مدیریت آنها و سنجش قابلیت‌های فیزیکی و عملیاتی فضا برای میزبانی طیف متنوعی از رویدادها، بدون وابستگی صرف به یک نوع عملکرد خاص زیرا فضا نباید محدود به یک کاربری یا کارکرد خاص باشد، بلکه باید قابلیت تغییر، گسترش یا تمرکز را بسته به نوع رویداد داشته باشد.

**زیر معیارهای بصری:** سنجش کیفیت زیبایی‌شناختی و حس مکان به این دلیل که ادراک زیبایی، وحدت بصری و جذابیت فضایی، نقش حیاتی در ایجاد حس مکان دارند. فضاهای موفق رویدادمدار، علاوه بر کارکرد، باید واجد کیفیت بصری بالا باشند تا مردم به‌صورت ناخودآگاه جذب آن شده و در آن حضور فعال داشته باشند.

فضاهای شهری رویدادمدار با رویکرد رویدادهای آیینی-فرهنگی، به‌عنوان حاصل پژوهش دست‌یافته است.

#### • سطح مفهومی (مرکز مدل مفهومی)

**هدف کلان:** ایجاد و ارتقای فضاهای شهری‌ای که قابلیت میزبانی رویدادهای فرهنگی-آیینی را داشته باشند و از نظر اجتماعی، عملکردی، محیطی، اقتصادی، بصری و کالبدی پاسخ‌گو باشند.

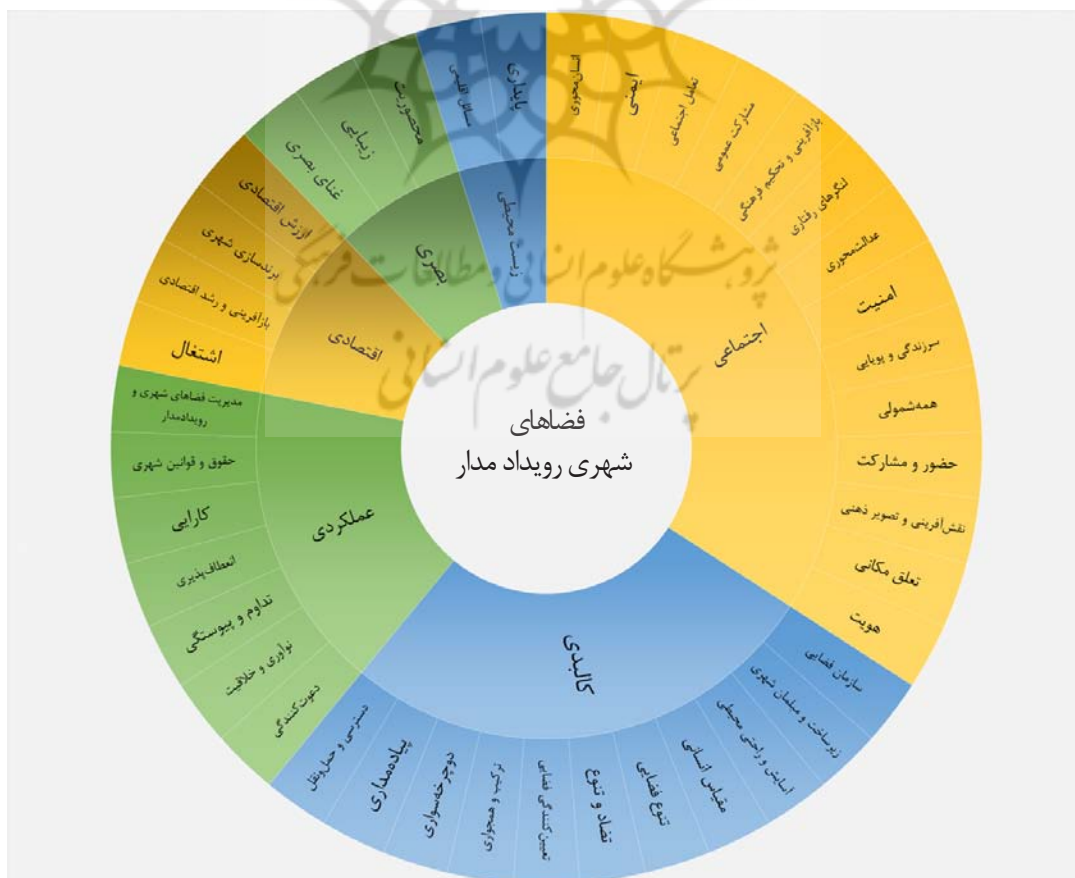
#### • سطح راهبردی (لایه معیارها)

**رویکرد محوری:** تمرکز بر تعاملات اجتماعی و فرهنگی در بستر آیین‌ها و مناسک شهری، فضا باید بستری باشد برای بروز هویت جمعی، تعامل شهروندی و وفاق فرهنگی از طریق رویدادها.

#### • سطح عملیاتی (لایه زیرمعیارها)

**رویکرد اجرایی:** تمرکز بر اجرایی بودن و اثرگذاری هر کدام از زیر معیارها.

**زیر معیارهای کالبدی:** ارزیابی توان ساختاری و زیرساختی و فیزیکی و فنی فضا برای پشتیبانی از رویدادها. وجود ساختار مناسب و استاندارد و زیرساخت‌های مناسب، مدیریت صحیح فضا، پشتیبانی فنی، و مقیاس انسانی در کنار مشارکت‌پذیری شهروندان، منجر به موفقیت یا شکست یک فضای رویدادمحور خواهد شد. فضا باید به‌گونه‌ای طراحی شود که از نظر فناوری، مقیاس و مشارکت، آماده میزبانی رویدادها باشد.



تصویر ۱. مدل مفهومی پژوهش در رابطه با فضاهای شهری رویدادمدار با رویکرد فرهنگی-آیینی. مأخذ: نگارندگان.

روش‌شناسی کیفی، بهره‌گیری از تحلیل مضمون، تمرکز بر تجربه بومی و عدم وابستگی صرف به منابع ترجمه‌ای است. از این منظر، پژوهش حاضر سهمی نوآورانه در ادبیات طراحی فضاهای شهری بومی‌شده و زمینه‌مند ایفا می‌کند.

### اعلام عدم تعارض منافع

نویسندگان اعلام می‌کنند در انجام این پژوهش هیچ‌گونه تعارض منافی برای ایشان وجود نداشته است.

### فهرست منابع

• منتظری، زهرا و هاشمی، پرینا و گچ‌پز، عطیه. (۱۳۹۹). سنجش فضاهای عمومی شهری در تعامل با آیین‌های جمعی (مورد پژوهی: خیابان امام رضا (ع) در مشهد مقدس). کنفرانس بین‌المللی عمران، معماری، توسعه و بازآفرینی زیرساخت‌های شهری در ایران. <https://civilica.com/doc/1114000>

- Aelbrecht, P., & Stevens, Q. (2018). *Public space design and social cohesion: An international comparison*. Edward Elgar Publishing. <https://shorturl.at/YZM6X>
- Carr, S., Francis, M., Rivlin, L. G., & Stone, A. M. (1992). *Public space*. Cambridge University Press. [https://assets.cambridge.org/9780521359603/frontmatter/9780521359603\\_frontmatter.pdf](https://assets.cambridge.org/9780521359603/frontmatter/9780521359603_frontmatter.pdf)
- Gaetan, S., & Zaheer, A. (2017). Culture as a driver of sustainable urban development. In *Proceeding of the UIA Seoul World Architects Congress*, Seoul, Korea. <https://www.researchgate.net/publication/327954655>
- Gehl, J. (2011). *Life between buildings: Using public space*. Island Press.
- Getz, D., & Page, S. J. (2020). *Event studies: Theory, research and policy for planned events*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429023002>
- Giovanardi, M., Lucarelli, A., & Pasquinelli, C. (2014). Towards brand ecology: An analytical semiotic framework for interpreting the emergence of place brands. *Marketing Theory*, 14(1), 3-30. <https://doi.org/10.1177/1470593113489704>
- Hannam, K., Sheller, M., & Urry, J. (2016). Mobilities, immobilities and moorings. *Mobilities*, 1(1), 1-22. <https://doi.org/10.1080/17450100500489189>
- Karic, S. (2024). Citizen participation and acceptance in the context of urban events. An investigation on regional garden shows in Germany. *Planning Practice & Research*, 39(3), 479-497.
- Lehtovuori, P. (2010). *Experience and conflict: The production of urban space*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315255682>
- Lundberg, E., Ambrecht, J., Andersson, T. D., & Getz, D. (2022). The value of events: A conceptual framework. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315558950>
- Lundberg, E., Ambrecht, J., Andersson, T. D., & Getz, D. (2022). *The value of events: A conceptual framework*. Routledge.

زیر معیارهای زیست‌محیطی: سنجش انطباق فضا با اصول محیط‌زیستی و اقلیمی و در نظر گرفتن آن در طراحی فضاهای رویدادمحور. پایداری محیطی و سازگاری اقلیمی نقش بسیار مهمی در استفاده از فضا شهری برای شرکت در رویدادها ایفا می‌کند. رویدادهایی که در فضای باز شهری برگزار می‌شوند، باید کمترین تأثیر منفی را بر محیط‌زیست بگذارند.

زیر معیارهای اقتصادی: تحلیل تأثیرات اقتصادی بلندمدت بر شهر و منطقه و نیز بررسی ارزش افزوده اقتصادی حاصل از رویدادها، تأثیر مثبت بر اشتغال، کسب‌وکار محلی و تصویر برند شهری. قابل توجه است که رویدادهای شهری پتانسیل بالایی برای تحریک اقتصاد محلی و شهری دارند. شاخص‌هایی مانند «برندسازی شهری» و «اشتغال‌زایی» نشان می‌دهند که این فضاها می‌توانند با جذب گردشگر، افزایش خرید محلی و ایجاد فرصت‌های شغلی، بر توسعه پایدار شهری تأثیر بگذارند.

قابل ذکر است که در شرایط پیچیده و چندوجهی شهرهای امروز، طراحی و بازآفرینی فضاهای شهری با قابلیت میزبانی رویدادهای فرهنگی-آیینی، نه تنها ضرورتی عملکردی، بلکه ضرورتی هویتی و اجتماعی است. پژوهش حاضر نشان می‌دهد که طراحی فضاهای شهری رویدادمدار نیازمند رویکردی جامع، یکپارچه و چندبعدی است؛ جایی که هر شاخص در تعامل با سایر ابعاد معنا پیدا می‌کند. این فضاها صرفاً بسترهای فیزیکی نیستند، بلکه عرصه‌هایی برای بازتولید هویت جمعی، توسعه سرمایه اجتماعی و تقویت حافظه فرهنگی شهروندان به شمار می‌آیند. تنها از طریق هماهنگ‌سازی ابعاد اجتماعی، عملکردی، زیست‌محیطی، اقتصادی، بصری و کالبدی می‌توان به فضایی دست‌یافت که هم میزبان رویدادها و هم واجد ارزش‌های پایدار فرهنگی و اجتماعی باشد. در نهایت، می‌توان ادعان داشت پژوهش حاضر باهدف تبیین شاخص‌های طراحی فضاهای عمومی رویدادمدار با تأکید بر رویدادهای فرهنگی-آیینی، تلاش دارد تا خلأ موجود در ادبیات بومی‌شده طراحی فضاهای شهری در ایران را پر کند. برخلاف بسیاری از الگوهای رایج که مبتنی بر تجارب جهانی بدون انطباق با زمینه‌های فرهنگی-اجتماعی ایران هستند، چارچوب پیشنهادی این پژوهش از یک سو بر بنیان نظری مستند به مطالعات بین‌المللی استوار است و از سوی دیگر، از مسیر تحلیل تجربیات زیسته و دیدگاه‌های خبرگان بومی پالایش و بازآفرینی شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد که شاخص‌های مؤثر بر کیفیت فضاهای رویدادمدار فرهنگی-آیینی، به‌شدت با زمینه فرهنگی، دینی و نمادین فضا در ارتباط هستند و قابلیت تعمیم مستقیم به بسترهای غیر همگون ندارند. با این حال، مدل نهایی پژوهش را می‌توان به‌عنوان چارچوبی اقتباسی برای دیگر شهرهای ایرانی یا اسلامی با بافت فرهنگی مشابه در نظر گرفت. در همین راستا، تعمیم‌پذیری این نتایج را باید در محدوده بسترهای فرهنگی-آیینی مشابه و نه به‌صورت جهانی بررسی کرد. وجه تمایز این پژوهش در استفاده از

- McGillivray, D., Lauermaun, J., & Tumer, D. (2020). Eventful cities and the festivalization of urban policy. *Urban Studies*, 57(14), 2918–2933. <https://doi.org/10.4324/9780080940960>
- Mohammadi, M., & Minaei, S. (2023). Analysis of the Effect of the Event on the Creation of Collective Memory in Urban Space with Emphasis on the Reception Spaces of Different Socio-Religious Groups - Case Study: 30 Tir St., Tehran. *Rahpooye Memari-o Shahrsazi*, 2(3), 7-22. <https://doi.org/10.22034/rau.2024.2015371.1069>
- Montgomery, J. (1998). Making a city: Urbanity, vitality and urban design. *Journal of Urban Design*, 3(1), 93–116. [https://ia.arch.ethz.ch/wp-content/uploads/2011/10/HS11L2\\_Montgomery-1998.pdf](https://ia.arch.ethz.ch/wp-content/uploads/2011/10/HS11L2_Montgomery-1998.pdf)
- Nooraie, H., & Sattari, N. (2018). Analysis of the Amount of Eventful in the 15 Regions of Isfahan Metropolis with Special Reference to Event Infrastructures. *Journal of Fine Arts: Architecture & Urban Planning*, 22(4), 45-56. <https://doi.org/10.22059/jfaup.2018.246536.671874>
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (2019). *The experience economy: Competing for customer time, attention, and money*. Harvard Business Review Press.
- Quinn, B. (2023). *Cultural events and the cultural economy: Creativity and place in Ireland*. Palgrave Macmillan.
- Quinn, B., Colombo, A., Lindstrom, K. N., McGillivray, D., & Smith, A. (2021). Festivals, public space and cultural inclusion: Public policy insights. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(11-12), 1875-1893. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1858090>
- Richards, G. (2021). *Eventful cities: Cultural management and urban evitalization*. Routledge.
- Richards, G. (2023). Reviewing the effects of World Expos: Pulsar events for the eventful city?. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 8(3), 70-87. <https://doi.org/10.15170/TVT.2023.08.03.05>
- Richards, G. (2024). Events and urban space: A challenging relationship?. *International Journal of Tourism Cities*, 1(3), 1067-1081. <http://dx.doi.org/10.1108/IJTC-12-2023-0270>
- Richards, G., & Palmer, R. (2010). *Eventful cities: Cultural management and urban evitalization*. Butterworth-Heinemann. <https://doi.org/10.4324/9780080940960>
- Saghatoleslami, A., & Rohi Mirabadi, Z. (2020). Analysis of the Urban Spaces around the Holy Places on the Needs and Behavioral Patterns of Pilgrims; Case Study: Imam Reza (PBUH) Street, Mashhad City. *Armanshahr Architecture & Urban Development*, 13(32), 205-218. <https://doi.org/10.22034/aaud.2020.120084>
- Salehi Mava, F., Khatami, S. M., & Ranjbar, E. (2022). An Analysis on the Factors Affecting the Creation of Event-Oriented Urban Public Spaces Case Study: Central Part of Tehran (District 12). *The Monthly Scientific Journal of Bagh-e Nazar*, 19(106), 85-98. <https://doi.org/10.22034/bagh.2021.269717.4780>
- Schmidt, S., & Nemeth, J. (2010). Space, place and the city: Emerging research on public space design and planning. *Journal of Urban Design*, 15(4), 453–457. <https://doi.org/10.1080/13574809.2010.502331>
- Smith, A. (2016). *Events in the city: Using public spaces as event venues*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315765129>
- Smith, A. (2020). *Events and the public realm: Enhancing everyday urban experiences*. Urban Studies.
- Smith, A., & McGillivray, D. (2020). *Securing urban spaces through mega-events: New challenges and strategies*. Security Dialogue.
- Smith, A., & McGillivray, D. (2022). The long-term implications of mega-event projects for urban public spaces. *Sport in Society*, 25(10), 2107–2123. <https://doi.org/10.1080/17430437.2020.1826934>
- Smith, A., Vodicka, G., Colombo, A., Lindstrom, K. N., McGillivray, D., & Quinn, B. (2021). Staging city events in public spaces: An urban design perspective. *Urban Design International*, 12(2), 224–239. <https://doi.org/10.1108/IJEFM-10-2020-0063>
- Smith, M. K. (2020). *Issues in cultural tourism studies*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203869857>
- Stevens, Q., & Shin, H. (2014). Urban festivals and local social space. *Planning Practice & Research*, 29(1), 1–20. <https://doi.org/10.1080/02697459.2012.699923>

#### COPYRIGHTS

Copyright for this article is retained by the author(s), with publication rights granted to the Bagh-e Nazar Journal. This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution License (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



نحوه ارجاع به این مقاله:

جوادی، سیده زینب و صفوی، سید علی. (۱۴۰۴). تبیین شاخص‌های فضاهای شهری رویداد مدار با رویکرد رویدادهای فرهنگی - آیینی (مطالعه‌ای در بستر ایران، شهر مشهد). *باغ نظر*, ۲۲(۱۴۹)، ۲۹-۴۰.

DOI: [10.22034/bagh.2025.525787.5826](https://doi.org/10.22034/bagh.2025.525787.5826)  
 URL: [https://www.bagh-sj.com/article\\_228542.html](https://www.bagh-sj.com/article_228542.html)

