



بررسی عوامل موثر بر ادراک کیفیت عرصه های همگانی شهر مشهد

الهام لشکری - دکتری شهرسازی، گروه شهرسازی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

مجتبی رفیعیان* - دانشیار شهرسازی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران.

علیرضا عندلیب - دانشیار شهرسازی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران.

Effective Factors on Quality of Urban Public Realms in Mashhad

Abstract

Urban public realms are as the spaces for presence of people and places for citizens' interaction and urban activities; so occurs many urban functions in them. Therefore, citizens' health depends on the quality and efficiency of urban public realms. A good urban public realm, where users prefer and use it persists. People prefer to reduce their presence in the public realms or change them, if they don't compatible with the needs of users or they don't understand quality of them. Understanding the quality of public realm is a purposeful process in which environmental data is received by the people. So it is dependent on environmental conditions and characteristics of individual perception. The aim of this article is to study quality of urban public realms and facilitate social relations in them. So, it has relied on the phenomenological approach of human and environment interaction in understanding urban public realms quality and utilized to Grounded theory to study the behavioral pattern of Mashhad metropolitan public realms. Spearman correlation test results show that there is a significant correlation between user desires and perceived environment meaning. People's desires and expectations of urban public realms and Discover the meaning of environment are created on the basis of individual and social characteristics. As well, the perceived quality is affected by age, gender and level of individual awareness of the environment and also the purpose of visiting public realms.

Keywords: Environmental Perception, Environmental Quality, Urban Public Realms in Mashhad, Human and Environment Interaction, Grounded Theory

چکیده
 عرصه های همگانی شهری به عنوان فضاهای حضور شهری هستند و مکانی برای کنش و تعاملات شهری و فعالیت های شهری هستند و لذا بسیاری از عملکردهای جامعه شهری در آن ها بروز می یابد. از این رو سلامت اجتماعی شهری وابسته به کیفیت و کارایی عرصه همگانی شهری می باشد. عرصه همگانی با کیفیت و مورد پذیرش مردم، جایی است که کاربران آن را ترجیح می دهند، انتخاب می کنند و استفاده از آن تداوم دارد. چنانچه قابلیت های عرصه همگانی در کشیده شدن متناسب با نیازها و تمایلات مردم و کاربران آن نباشد، افراد ترجیح می دهند حضور خود را در عرصه همگانی به حداقل برسانند یا دست به تغییر و انتخاب بزنند. ادراک قابلیت ها و کیفیت های عرصه همگانی فرآیند هدفمند دریافت اطلاعات ارسال شده از محیط ساخته شده توسط افراد جامعه است و بنابراین تابعی از شرایط و متغیرهای محیطی و نیز ویژگی های فرد ادراک کننده می باشد. هدف این مقاله توجه به کیفیت عرصه های همگانی شهر مشهد و در کتابیت های آن ها در تسهیل مراودات اجتماعی می باشد. بنابراین، با تکیه بر رویکرد پدیدار شناسانه تعامل بین انسان و محیط در در کتابیت عرصه های همگانی و با استفاده از تئوری زمینه ای به بررسی رفتار کاربران عرصه های همگانی کلان شهر مشهد پرداخته است. نتایج بدست آمده از آزمون همبستگی اسپیرمن نشان می دهد در در کتابیت عرصه های همگانی رابطه ای قوی و معنی دار بین تمایلات متأثر از ویژگی های فردی و اجتماعی کاربران و ادراک معانی محیط ساخته شده وجود دارد. همچنین مشخص شده است متغیرهای سن، جنس، میزان آشنایی و علت مراجعت کاربران در میزان در کتابیت عرصه های همگانی مؤثر هستند.
واژگان کلیدی: ادراک محیط، کیفیت محیط، عرصه های همگانی شهر مشهد، تعامل انسان و محیط، تئوری زمینه ای.

* نویسنده مسئول مکاتبات، شماره تماس ۰۱۸۲۸۸۳۷۴۳، رایانه: rafiei_m@modares.ac.ir

این مقاله برگفته از رساله دکتری شهرسازی «الهام لشکری شهرسازی» با عنوان بازناسانی اسلامی شهری در شهرهای چند فرهنگی، نمونه موردی؛ کلان شهر مشهد به راهنمایی آقای دکتر مجتبی رفیعیان و مشاوره آقای دکتر علیرضا عندلیب در دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران می باشد.

و فعالیت در عرصه های همگانی مؤثر می باشد و توجه به نیازها و انتظارات کاربران عرصه همگانی، زمینه های ارتقای کیفیت و افزایش حضور مردم را در عرصه های همگانی فراهم می سازد. مسئله اصلی فراروی این مقاله شناسایی رابطه بین ویژگی های محیط ساخته شده و نیازها و تمایلات کاربران کاربران در ادراک کیفیت عرصه های همگانی و نیز شناسایی متغیرهای شخصی و اجتماعی مؤثر بر آن می باشد. به ویژه در مشهد که عرصه های همگانی شهری دارای ویژگی های اجتماعی منحصر به فرد و کاربرانی با خواستگاه های متفاوت فرهنگی، اجتماعی و قومی هستند. ساختار اقتصادی، اجتماعی و فضایی شهر مشهد دارای ویژگی هایی است که به طور عمده به عوامل مذهبی و گردشگری، حضور مستمر و انبوه گردشگران، اقتصاد و خدمات گردشگری وابسته است. حضور سالانه ۱۵ میلیون نفر زائر و گردشگر ایرانی و خارجی و وزانه چندصد هزار نفر در شهر مشهد عامل بسیار مؤثر و ویژه ای است که بر تمام شرایط اقتصادی، اجتماعی و کالبدی و رفتارهای اجتماعی، فضاهای شهری و سیمای کالبدی - فضایی شهر تأثیری گسترده و عمیق ایجاد کرده است (مهندسين مشاور فرنهاد، ۱۳۸۸، ص ۳۴. الف). بنابراین، مشهد نیازمند توجه خاص به کیفیت عرصه های همگانی شهری با توجه به نحوه و الگوهای رفتاری کاربران و استفاده کنندگان آنها می باشد.

۲- مبانی و چارچوب نظری ادراک کیفیت در عرصه های همگانی شهری

عرصه همگانی شهری، محیط و قلمرویی از زندگی اجتماعی است که دربردارنده مجموعه ای از روابط میان مردم بوده (Montgomery, ۱۹۹۸: ۹۳-۱۶-۲۷). بنابراین کالبدی از شهر را مجسم می کند که مکان برقراری فعالیتهای شهری، تعاملات

۱- مقدمه و طرح مسئله

عرصه های همگانی شهری به معنای عام، سنگ زیرین تمام عرصه های پیچیده تر اجتماعی هستند و بدون آنها بسیاری از عملکردهای جامعه شهری میسر نخواهد بود. از این رومی توان ادعا کرد که قابلیت عرصه همگانی یکی از شرایط اصلی برای غنای زندگی شهری است (گل و اسوار، ۱۳۹۴، ص).

به عقیده «دونای»^۱ شاخص ترین مطلوبیتی که شهر به شهروندان خود هدیه می کند، برخورداری از عرصه های همگانی است؛ با تمام سرزندگی که از این مفهوم انتظار می رود (Duany, Plater-Zyberk & Speck, ۲۰۰۰). عرصه همگانی شهری به مثابه فضایی برای زندگی اجتماعی و تعامل و ارتباط با دیگران تعریف می شود و لذا حضور شهروندان و رضایت از عرصه های همگانی از مهمترین عوامل مؤثر در کارایی و مطلوبیت آن به شمار می رود.

شناخت الگوهای رفتاری استفاده کنندگان این عرصه ها و توجه به نیازها و انتظارات آنها، قابلیت عرصه های همگانی را در برقراری تعاملات اجتماعی افزایش می دهد. بنابراین، عرصه همگانی برای اینکه دارای مطلوبیت باشد، می بایست مرکز بر رفتار مردم (Perin, ۱۹۷۰). الگوهای رفتاری فعالیت و ادراک کاربران باشد (Canter, ۱۹۷۷). رفتار، مفهومی است که رابطه میان فرد و محیط ساخته شده را توصیف می کند و بیانگر موفقیت یا عدم موفقیت و پاسخگویی فضای شهری می باشد. رفتار در نتیجه ادراک محیط حدث می شود و ادراک فرآیندی هدفمند است که در طی آن فرد به دریافت ارسالات و داده های محیطی براساس نیازهایشی پردازد (Neisser, ۱۹۶۷).

هدف این نوشتار توجه به کیفیت عرصه های همگانی شهری و ادراک قابلیت های آنها در تسهیل مراودات اجتماعی می باشد. ادراک محیط و قابلیت های آن در شکل گیری الگوهای رفتار

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۵ زمستان ۹۵
No.45 winter 2016

۴۵۱

«لنگ»^۳ نیز کارکرد محیط ساخته شده را بر مبنای الگوهای رفتار انسان، مورد توجه قرار می دهد و بر لزوم توجه به طیف وسیعی از نیازهای انسان شامل نیازهای زیستی، اجتماعی و روانی تأکید می کند (Lang & Moleski, ۲۰۱۱). راپاپورت^۴ معتقد است وقتی قوانین به کار رفته در یک محیط به خوبی شناخته و ادراک شده باشند رفتار مناسب حاصل می شود و در نتیجه فرد در استفاده بیشتر از محیط تواناتر می گردد (Rapaport, ۱۳۸۴، صص ۶۴-۶۷). در نوع و نحوه رفتار دو عامل بسیار مهم، تأثیرگذار هستند: محیط (ادراک تمام ابعاد و ویژگی های آن) و فرد (باتمامویزگی های فردی، اجتماعی و فرهنگی). ادراک محیط و قابلیت های آن در شکل گیری الگوهای رفتار و فعالیت در عرصه های همگانی مؤثر می باشد و توجه به نیازها انتظارات کاربران عرصه همگانی، زمینه های ارتقای کیفیت و افزایش حضور مردم را در عرصه های همگانی فراهم می سازد.

ادراک کیفیت و قابلیت عرصه های همگانی شهری از تعامل دو جانبه انسان / محیط جدا نیست. «گیفورد»^۵ در تبیین تأثیر متقابل انسان و محیط معتقد است، فرد محیط را دگرگون می کند و همزمان، رفتار و تجارت وی به وسیله محیط دگرگون می شود (Gifford, ۱۹۹۷: ۱۰). از این رو، محیط باید دارای شرایط لازم برای وقوع رفتارها باشد؛ اما وجود این شرایط به این معنی نیست که رفتار خاصی در آنجا انجام می شود. این که در واقع چه اتفاقی روی خواهد داد، بستگی به موقعیت، انگیزه، دانش و شایستگی افراد مربوط به آن دارد (Lang, ۲۰۰۵: ۸).

بنابراین، می توان ادعا نمود که محیط ساخته شده

اجتماعی (Hiebert, ۲۰۰۵: ۳)، کنش های سیاسی و تبادلات فرهنگی است (Carmona, Magalhaes & Hammond, ۲۰۰۸).

عرصه های همگانی فضاهایی هستند که افراد و گروههای مختلف اجتماعی در آن سهیم‌اند، این فضاهای محل تبادل افکار و اطلاعات و مکانی برای شکل گیری شبکه های اجتماعی هستند (Hajer & Reijndorp, ۲۰۰۱). بر این اساس، عرصه همگانی را می توان ظرفی برای ارتباطات و مراودات اجتماعی، مکانی برای رویارویی و مراسم و فعالیت های شهروندی بیان کرد (Gehl, ۲۰۰۴). عملکرد اصلی عرصه همگانی فراهم سازی و بستر سازی حضور مردم می باشد؛ لذا ابعاد اجتماعی آن از جایگاه ویژه ای برخوردار است (Carmona, Heath, Oc & Tiesdell, ۲۰۰۳: ۱۰۹). «ویلیام وايت»^۶ باتأ کید بر نقش فرآورده از مدنظر حواه استفاده از فضاهای ارتباط نزدیک بین کیفیت عرصه های همگانی و فعالیت های شهری وجود دارد و مردم از فضاهایی استفاده می کنند که در آن آسوده باشند و از فضاهایی که چنین باشند، می گریزند (Whyte, ۱۹۸۰: ۳). مکان های موفق پشتیبانی کننده و تسهیل کننده فعالیت های مردم هستند. بنابراین، طراحی عرصه های همگانی شهری می بایست با آگاهی از نحوه استفاده مردم از آن ها باشد (Kromona و Tiyzdel, ۱۳۹۰، ص ۳۴۳). کار^۷ و همکارانش استدلال می کنند همان طور که یک فضای می بایست دارای معنی و جامعه گرا باشد، می بایست پاسخگوی نیازهای استفاده کنندگان نیز باشد. آنچه مهم است آشنا شدن با نیازها است؛ زیرا مکان هایی که نیازهای مردم را برطرف نکنند یا عملکرد مهمی برای مردم نداشته باشند، مورد استفاده Carr, ۲۰۰۵: ۸).

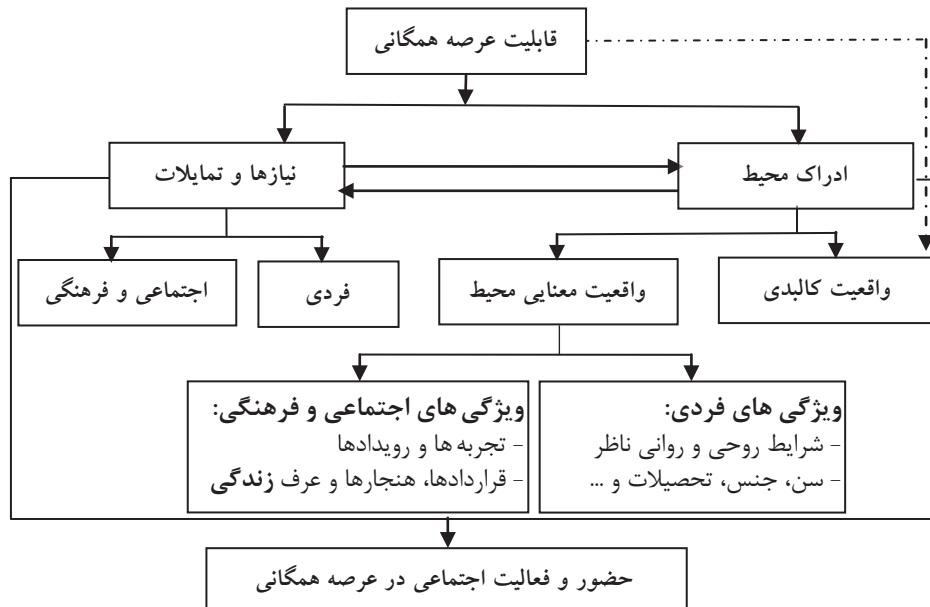
3 William Whyte

4 Carr

5 Jon Lang

6 Amos Rapoport

7 Robert Gifford



شکل ۱. فرآیند ادراک کیفیت عرصه های همگانی شهری

۳- روش‌شناسی تحقیق

با توجه به ماهیت پیچیده کیفیت در عرصه‌های همگانی شهری تلاش شده است از روش تحقیق ترکیبی پدیدارشناسی و تئوری زمینه‌ای استفاده گردد. بر این اساس، بهمنظور درک تجربه‌های استفاده‌کنندگان فضا از مصاحبه‌های پدیدارشناسی بهره گرفته شده است و سپس به کمک تئوری زمینه‌ای مصاحبه‌ها کدگذاری و فرضیه پژوهش تدوین شده است.

درک معیارهای مؤثر بر قابلیت عرصه‌های همگانی شهری در نمونه مطالعاتی با استفاده از مصاحبه‌های عمیق با کاربران و استفاده‌کنندگان آن‌ها انجام شده است. شرکت‌کنندگان در مصاحبه به صورت تصادفی از بین افرادی که تمایل به همکاری داشتند، انتخاب و با آگاهی از موضوع پژوهش در این فرآیند شرکت نموده‌اند. مصاحبه‌ها با محوریت سؤال‌های «چه کسی؟ کی؟ کجا؟ چه چیزی؟ چگونه؟ چقدر؟ چرا؟» صورت گرفته و در مجموع ۳۰ مصاحبه با شهروندان، زائران و گردشگران انجام شده است. با رسیدن به حد اشباع پس از مصاحبه بیستم، برای اطمینان از

در استفاده از عرصه همگانی را می‌دهد. قابلیت‌های محیط ساخته شده به‌واسطه ویژگی‌های کالبدی محیط به وجود آمده و به طیفی از فعالیت‌ها و رفتارهای انسانی پاسخ می‌دهند. ادراک قابلیت‌ها و کیفیت‌های محیطی فرآیند هدفمند دریافت اطلاعات ارسال شده از محیط ساخته شده توسط افراد جامعه می‌باشد. ادراک محیط تابعی از شرایط و متغیرهای محیطی و نیز ویژگی‌های فرد ادراک‌کننده می‌باشد. بدیهی است هر چه میزان دانش و آگاهی نسبت به کدهای محیط بیشتر باشد، ادراک کامل تر بوده و از این‌رو، مدت‌زمان حضور فرد در محیط رابطه مستقیمی با شناخت بیشتر و ادراک کامل‌تر دارد. بنابراین، می‌توان ادراک محیط را فرآیند به تصویر کشیدن اطلاعات ارسالی از محیط ساخته شده در ذهن ناظر (ادراک‌کننده) برشمرد. فرآیند ادراک قابلیت‌های محیط از فردی به فرد دیگر متفاوت بوده و ویژگی‌های فردی و اجتماعی افراد می‌توانند در تجربه محیطی و درک آن اثرگذار باشند (شکل ۱).

جدول ۱. قابلیت‌ها، معیارها و سنجه‌های موثر بر ادراک کیفیت عرصه‌های همگانی شهری

			<p>-موقعیت استقرار (سهولت دسترسی)</p> <p>-کیفیت مسیرهای سواره و پیاده</p> <p>-حمایت از حرکت پیاده و دوچرخه</p> <p>-استفاده از حمل و نقل عمومی</p>	دسترسی	
			<p>-اختلاط عملکردها، فعالیت‌ها و...</p> <p>-قابلیت استفاده در تمام ساعت‌ها</p> <p>-قابلیت استفاده در تمام روزهای هفت‌هفته</p> <p>-پویایی و فعال بودن</p> <p>-فضاهای نشاط‌انگیز</p> <p>-فضاهای ویژه کودکان</p> <p>-جذابیت و سهولت حرکت</p>	برنجی	
			<p>-پاکیزگی / آلودگی-های زیست‌محیطی</p> <p>-تأسیسات و تجهیزات</p> <p>-فضاهای ویژه کودکان</p> <p>-آرایش مبلمان</p>	کاری	
			<p>حضور گروههای مختلف و اجتماعی</p> <p>-امکان استفاده افراد ناتوان و کم‌توان</p>	همایشی	
	*	*	<p>-آب و پوشش گیاهی</p> <p>-دید و منظر</p>	باغی	
	*	*	<p>-عناصر نشانه‌ای</p> <p>-علامه راهنمایی</p>	باغی	
تمایل کاربران	معنی محیط	کالبد محیط	سنجه‌ها	معیار	قابلیت

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۵ زمستان ۹۵
No.45 Winter 2016

۴۵۴

		*		<ul style="list-style-type: none"> -برخورد چهره به چهره -فضاهای دنج و آرام -تعريف قلمرو -مکانی برای گفتگو و ملاقات -مکان برای مشاهده مردم -آزادی در انتخاب فعالیت‌ها 	بنیاد ایجاد	
		**		<ul style="list-style-type: none"> -میزان توقف در فضا -نحوه حضور (گروهی / تنها) -علت حضور در فضا -محیط بدون محدودیت -ملحق شدن به دیگران -برقراری رابطه اجتماعی 	گذشتگی	گذشتگی
	*	***		<ul style="list-style-type: none"> -امکان ثبت خاطرات مشترک -معنی و تصویر ذهنی -حس تعلق -تمایل به حضور -نقاط شاخص و خاطره‌انگیز -امکان شخصی‌سازی 	بنیاد	
		*	**	<ul style="list-style-type: none"> -روشنایی / فضاهای تاریک -رؤیت پذیری -حضور زنان و کودکان -فضاهای نامن و جرم -خیز 	بنیاد	
	*	*		<ul style="list-style-type: none"> -رؤیت پذیری -پرهیز از فضاهای پنهان 	بنیاد	بنیاد
		*	***	<ul style="list-style-type: none"> -آسایش اقلیمی -مبلمان مناسب و متنوع -مقیاس انسانی -محصوریت / ارتفاع بدنها -محرومیت 	بنیاد	گذشتگی
تمایل کاربران	معنی محیط	کالبد محیط		سنجه ها	معیار	قابلیت

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۵ زمستان ۹۵
No.45 winter 2016

۴۵۵

مطلوبات کاربران بیشتر باشد(شرایط مداخله‌گر در ادراک کیفیت عرصه همگانی در سازگاری باهم قرار داشته باشند)، میزان رضایتمندی از عرصه همگانی افزایش یافته و درنتیجه تعامل و رفتار اجتماعی(فعال و غیرفعال) برقرار می‌گردد. بنابراین «کیفیت عرصه همگانی شهری، به معنی قابلیت‌های آن برای تمايل به حضور، تعامل و رفتار اجتماعی از سوی کاربران، تابع سازگاری محیط ساخته شده با مطالبات فردی و اجتماعی کاربران می‌باشد.» براین اساس مشخص شده است بهمود کیفیت و قابلیت عرصه همگانی شهری به‌واسطه قابلیت‌های زیبایی‌شناسی، ریخت‌شناسی، عملکردی و اجتماعی حاصل می‌گردد و ادراک برخی معیارهای کیفی عرصه همگانی تحت تأثیر شرایط محیطی صورت می‌گیرد و برخی دیگر تحت تأثیر تمايلات کاربران درک می‌شوند(جدول

نتایج، تعداد ۱۰ مصاحبه دیگر نیز انجام شده است. تمام مصاحبه‌ها با رضایت شرکت کنندگان ضبط و پس از بررسی دقیق و خط به خط آن‌ها، جملات کلیدی استخراج و با استفاده از فرآیند کدگذاری آزاد، مفهوم‌سازی شده است.

پس از معرفی و استخراج مفاهیم، در گام بعدی مفاهیم مرتبط باهم دسته‌بندی شده و مقوله‌ها (معیارها) مشخص شده‌اند. برای نام‌گذاری مقوله‌ها از ترکیب دو شیوه مفاهیم برخاسته از نوشته و عنوان‌گذاری محقق بهره گرفته شده است. سپس با استفاده از مدل پارادایمی برای بیان رابطه بین معیارها و مفاهیم، شرایط‌علی، پدیده، زمینه، شرایط مداخله‌گر، راهبردهای کنش/کنش مقابله و پیامدها تعریف و مشخص شده‌اند. با استفاده از مقایسه یک‌به‌یک، مدل پارادایمی رابطه بین مفاهیم و مقوله‌ها بررسی و مشاهده می‌گردد که برخی شرایط مداخله‌گر نظری ویژگی‌های فردی (سن و جنس، علت و مدت حضور در فضا، نحوه حضور و...) در ادراک اغلب پدیده‌ها(معیارها) و تمايل به حضور، استفاده و رضایتمندی از عرصه‌های همگانی مؤثر هستند. ازین‌رو، ضروری است در گردآوری داده‌های پژوهش موردنوجه قرار گیرند. همچنین مشخص شده است که شرایط مداخله‌گر در ادراک یک پدیده، در پدیده دیگر نقش شرایط علی و به وجود آورنده را دارند. بنابراین پدیده‌ها و مفاهیم وابستگی شدیدی به یکدیگر دارند. از سوی دیگر پیامدها در تمامی پدیده‌ها مشابه بوده و همگی به حضور پذیری بیشتر، افزایش کارایی و رضایتمندی از عرصه همگانی تأکید دارند. این مهم قابلیت و کیفیت عرصه‌های همگانی را برای حضور و برقراری تعامل اجتماعی به عنوان مقوله محوری در این پژوهش معرفی می‌نماید.

به نظر می‌رسد، چنانچه سازگاری میان ویژگی‌ها، داده‌ها و ارسالات محیط ساخته شده و نیازها و

۷ . تعیین حجم نمونه با استفاده از روش اشباع نظری در هر یک از عرصه‌های همگانی نمونه انجام شده است(Livingston, ۲۰۰۹).

می پذیرند (مهندسین مشاور فرنهاد، ۱۳۸۸، ص ۲).^۹ تعریف شده و این همان مفهوم عرصه همگانی می باشد. در این سند، کیفیت عرصه های همگانی کلانشهر مشهد، با استفاده از معیارهای چهارگانه PPS^{۱۴} : «دسترسی و بههم پیوستگی»، «آسایش و تصویر ذهنی»، «استفاده و فعالیت» و «اجتماعی بودن» مورد ارزیابی قرار گرفته شده است.

به منظور تدقیق عرصه مطالعاتی و معرفی عرصه های همگانی مورد بررسی، از مطالعات کیفیت عرصه همگانی طرح جامع کلانشهر مشهد استفاده گردیده است. براین اساس، آن دسته از عرصه های همگانی به عنوان نمونه مطالعاتی انتخاب شده اند که دارای بیشترین کیفیت هستند و از سطح اجتماعی بودن و دسترسی پذیری بسیار خوب برخوردار باشند. بنابراین، پارک ملت و پارک کوهسنگی به عنوان فضاهای سبز اجتماعی بدون محدودیت ورود مورد مطالعه قرار گرفته است. این پارک ها در مقایسه با سایر پارک های کلانشهر مشهد دارای بیشترین امتیاز کیفی بوده و به لحاظ میزان تجهیز شدگی، منظر ذهنی و دسترسی پذیری عمومی در سطح بسیار خوب ارزیابی شده اند. همچنین، پیاده راه جنت به عنوان تنها پیاده راه شهر مشهد و خیابان های احمدآباد و خسروی با هویت تجاری، خرید و گردشگری به عنوان مسیرهایی که دارای بیشترین کیفیت هستند و به لحاظ میزان فعالیت و استفاده، تصویر ذهنی و اجتماعی بودن بسیار

لیکرت^{۱۰} با گزینه های بسیار نامطلوب، نامطلوب، متوسط، مطلوب و بسیار مطلوب طرح شده اند و در تجزیه و تحلیل داده ها به ترتیب کدهای ۱، ۲، ۳، ۴ و ۵ را گرفتند.

اطمینان از دقت و صحت سوالات پرسشنامه و سنجش سطح مناسبت ابزار تحلیل از روش تحلیل قابلیت اطمینان^{۱۱} استفاده گردیده و ضرایب آلفا با استفاده از نرم افزار SPSS محاسبه شده است. ضرایب آلفا^{۱۲} برای سوالات پرسشنامه برابر ۰/۸۲۷ به دست آمده که بیانگر پایایی قبل قبول و مطلوب پرسشنامه می باشد. بررسی استنباطی داده های گردآوری شده و تحلیل رابطه بین محیط و ویژگی های فردی و اجتماعی کاربران در ادراک کیفیت عرصه های همگانی شهری با استفاده از آزمون های آماری نظیر همبستگی اسپیرمن^{۱۳} و تحلیل واریانس یک طرفه^{۱۴} در نرم افزار SPSS انجام شده است.

۴- یافته های تحقیق

نقش اصلی شهر مشهد، زیارت و گردشگری است و بخش اعظمی از فعالیت های اجتماعی و اقتصادی شهر تحت تأثیر همین فعالیت است، بیش از هر جای دیگری نیاز به تدارک و تجهیز فضاهای همگانی و شهری دارد تا بتواند ارزش های نهفته در محیط را برای گردشگران بارز نماید. در طرح جامع کلانشهر مشهد، عرصه های عمومی شهری به مثاله فضاهایی که اجازه می دهند مردم به آن دسترسی مستقیم داشته باشند و فعالیت های انتخابی و یا اجتماعی در آن صورت

دریی شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۵ زمستان ۹۵
No.45 Winter 2016

456

۸. برای سنجش کیفیت فضاهای شهری دو نوع شاخص قابل تشخیص می باشد. شاخص های مشاهده کارشناسی (Exposure-based) که بر اساس ویژگی های واقعی محیط شکل گرفته اند؛ و شاخص های اثر محور (Effect-based) که واکنش های ادراکی برانگیخته شده از شرایط محیط هستند و با سنجش میزان رضایتمندی و یا احساس آزادگی شخص نسبت به شرایط محیطی اندازه گیری می شوند (Van Poll, ۱۹۹۷: ۷).

9 Likert

10 Reliability Analysis

11 Alpha Coefficient

12 Spearman Correlation

13 One- Way Analysis of Variance/ One- Way ANOVA

14 PPS: project for public space , 2006.

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۵ زمستان ۹۵
No.45 winter 2016

۴۵۷

محدودیت‌های عرفی و اجتماعی در عرصه همگانی، ملحق شدن به سایر افراد و برقراری رابطه اجتماعی با آن‌ها، خاطره‌انگیزی و تعریف قلمروهای رفتاری در عرصه‌های همگانی از مهم‌ترین دلایل رضایت کاربران عرصه‌های همگانی مشهد می‌باشد. معیارهای کیفی که به‌واسطه معنی محیط ادراک می‌شوند، عموماً مطلوب و بسیار مطلوب ارزیابی شده‌اند. آسایش و راحتی در انجام فعالیت‌ها، به دلیل عدم توجه به مسئله محرومیت در طراحی عرصه‌های همگانی شهری در وضعیت نامطلوب ارزیابی شده است و اکثر افراد به بی‌توجهی به خلوت‌گزینی و رعایت فضاهای شخصی در طراحی عرصه‌های همگانی اشاره نموده‌اند. پایین بودن میزان رضایت کاربران از معیار حمایت از کاربران عرصه همگانی به نسبت سایر معیارها ناشی از عدم توجه به تعریف قلمرو برای افراد و گروه‌های استفاده‌کننده از عرصه‌های همگانی شهری می‌باشد. همچنین بررسی الگوهای رفتاری و تمایلات کاربران نشان می‌دهد، این عرصه‌ها فاقد مکان‌هایی آرام برای خلوت هستند؛ در حالی که برای سایر برخوردهای اجتماعی نظیر ارتباط چهره به چهره، ملاقات و مشاهده دیگران مناسب ارزیابی شده‌اند (جدول ۲).

به‌منظور بررسی و درک رابطه بین تمایل کاربران و ادراک محیط در کیفیت عرصه‌های همگانی کلانشهر مشهد از آزمون همبستگی اسپیرمن بهره گرفته شده است. بر این اساس نتایج بدست آمده در ۹ عرصه همگانی نمونه در مشهد همبستگی میان تمایل کاربران، واقعیت‌های کالبدی و معنایی محیط به‌دست آمده است. بنابراین، میانگین امتیاز هر یک از سه عامل فوق در عرصه‌های همگانی نمونه محاسبه گردید و در نرمافزار SPSS وارد شده است. بر اساس نتایج بدست آمده از آزمون همبستگی اسپیرمن، مشخص شده است در عرصه‌های همگانی نمونه در کلانشهر مشهد رابطه معنی‌داری بین تمایل کاربران و معنی محیط وجود دارد. این رابطه با ضریب همبستگی ۰/۹۸۳ رابطه‌ای قوی و مستقیم می‌باشد.

خوب ارزیابی شده‌اند، بررسی گردیده است. میدان شریعتی و میدان بیت المقدس به عنوان میدان‌های عمومی مورد مطالعه قرار گرفته‌اند. میدان شریعتی با هویت غالب خدماتی، ارتباطی و تاریخی دارای بیشترین سطح کیفی در قیاس با سایر میدان‌ها شهری و نیز وضعیت بسیار خوب تجهیز شده‌است، منظر ذهنی و دسترسی پذیری عمومی می‌باشد. میدان بیت‌المقدس به همراه میدان‌های احمدآباد و هفده شهریور دارای بیشترین امتیاز کیفی پس از میدان شریعتی می‌باشد. اگرچه این میدان‌ها دارای وضعیت بسیار خوب تجهیز شده‌است، منظر ذهنی و دسترسی پذیری عمومی هستند؛ میدان بیت‌المقدس به دلیل قرارگیری در مجاورت حرم امام رضا(ع) دارای موقعیتی ویژه بوده و به همین دلیل انتخاب شده است. مجتمع‌های تجاری چندمنظوره پرورما و زیست خاور علاوه بر اینکه دارای بیشترین امتیاز کیفی و وضعیت بسیار خوب تجهیز شده‌است، منظر ذهنی و دسترسی پذیری عمومی می‌باشدند، مرکزی هستند که هم مورد توجه شهر وندان و هم زائران و گردشگران هستند و به عنوان مرکز خرید مورد مطالعه قرار گرفته‌اند (موقعیت عرصه‌های همگانی مورد مطالعه در شکل ۲ نشان داده شده است).

بررسی کیفیت عرصه‌های همگانی نمونه در کلانشهر مشهد نشان می‌دهد، معیارهای کیفی که تحت تأثیر ویژگی‌های کالبدی محیط ساخته شده ادراک شده‌اند، رضایت کاربران فضای تأمین نموده و در وضعیت مطلوب از سوی کاربران عرصه‌های همگانی ارزیابی شده‌اند. غنای بصری تنها کیفیتی که در وضعیت متوسط ارزیابی شده است؛ عدم توجه کافی به دید و منظر مناسب مهم‌ترین دلیل کاهش مطلوبیت این کیفیت در عرصه‌های همگانی مشهد می‌باشدند.

اجتماع‌پذیری و هویت کیفیت‌هایی هستند که به واسطه تمایل کاربران ادراک می‌گردند. این کیفیت‌ها در عرصه‌های همگانی کلانشهر مشهد در وضعیت مطلوبی ارزیابی شده‌اند. امکان حضور بدون

همچنین مشخص شده است همبستگی ضعیف بین واقعیت های کالبدی محیط با معنی و تمایل کاربران در استفاده از عرصه های همگانی شهری وجود دارد (جدول ۳).

بنابراین، می توان نتیجه گرفت در کیفیت عرصه های همگانی شهری در مشهد رابطه معنی دار، قوی و مستقیم بین تمایل کاربران و ادراک معنی محیط و کشف رمزگان و کدهای محیط ساخته شده وجود دارد. تمایل و انتظار کاربران عرصه های همگانی شهری بر اساس ویژگی های فردی و اجتماعی افراد شکل می گیرد. کشف معنی محیط به واسطه ویژگی های فردی (سن، جنس، میزان آشنایی با محیط...) و اجتماعی (هنجره ها، عرف ها، قواعد، ارزش های جامعه ...) انجام می شود.

به منظور بررسی تأثیر متغیرهای شخصی و اجتماعی فرد بر روی میزان ادراک کیفیت در عرصه های همگانی، از مقایسه میانگین امتیاز کیفیت عرصه همگانی در بین گروه بندی های مختلف سنی، جنسی، شهروندان و غیرشهروندان و نیز گروه هایی که با هدف مشخصی به عرصه همگانی مراجعه می نماید، دوره تناوب مراجعه، مدت حضور، الگوی مراجعه (به تنها یی / خانوادگی / با دوستان و همکاران) و هدف از سفر به مشهد، مدت اقامت در مشهد و تعداد دفعات سفر (برای زائران و گردشگران) استفاده شده است. براین اساس، ابتدا نرمال بودن توزیع داده ها در این گروه ها به کمک آزمون تک نمونه ای کولموگروف - اسمیرنوف^{۱۵} انجام شده است. بر اساس نتایج این آزمون توزیع داده ها در گروه های مذبور نرمال است ($p < 0.05$).

با توجه به نرمال بودن توزیع داده ها در تمامی گروه ها برای مقایسه میانگین میزان کیفیت های ادراک شده در عرصه های همگانی مورد مطالعه، از تحلیل واریانس یک طرفه بهره گرفته شده است.

برای انجام تحلیل واریانس ابتدا یکسانی واریانس متغیر وابسته از طریق آزمون لون^{۱۶} بررسی گردید. با توجه به اینکه در تمام گروه ها، سطح معناداری مقدار محاسبه شده لون^{۱۷} از ۰/۰۵ بزرگ تر است، داده ها فرض تساوی خطای واریانس (H_0) را زیر سؤال نبرده و می توان از تحلیل واریانس یک طرفه برای بررسی نقش متغیرهای شخصی و اجتماعی در ادراک کیفیت عرصه های همگانی شهری استفاده نمود.

نتایج آزمون نشان می دهد که در درک کیفیت های عرصه همگانی، متغیرهای تعداد دفعات سفر به مشهد و مدت اقامت در این شهر برای زائران و گردشگران و نیز الگوی مراجعه به عرصه همگانی اختلاف معنی داری بین گروه های مختلف وجود ندارد ($P > 0.05$). به عبارتی این متغیرها بر روی میزان درک کیفیت عرصه همگانی تأثیری نداشته اند. همچنین مشخص شده است متغیرهای سن، جنس، شهروند یا غیرشهروند (زائر و گردشگر) بودن، علت (هدف) مراجعه به عرصه همگانی، تناوب استفاده از عرصه همگانی، مدت حضور و هدف زائران و گردشگران از سفر به مشهد در میزان درک کیفیت عرصه های همگانی مؤثر بوده اند ($P < 0.05$). بیشترین تفاوت ادراک کیفیت عرصه های همگانی شهر مشهد، به علت حضور فرد و تناوب مراجعه به عرصه همگانی مربوط می گردد و کمترین تفاوت بین ادراک زنان و مردان مشاهده شده است. تفاوت در ادراک کیفیت عرصه های همگانی شهر مشهد توسط افراد گروه های مختلف به همراه سطح معناداری^{۱۸} آن در جدول ۴ نشان داده شده است. بدیهی است که هر چه سطح معناداری کمتر باشد، بیانگر تفاوت بیشتر بین ادراک کیفیت های عرصه همگانی توسط افراد مختلف می باشد.

15 .Kolmogorov-Smirnov Test / Test K-S

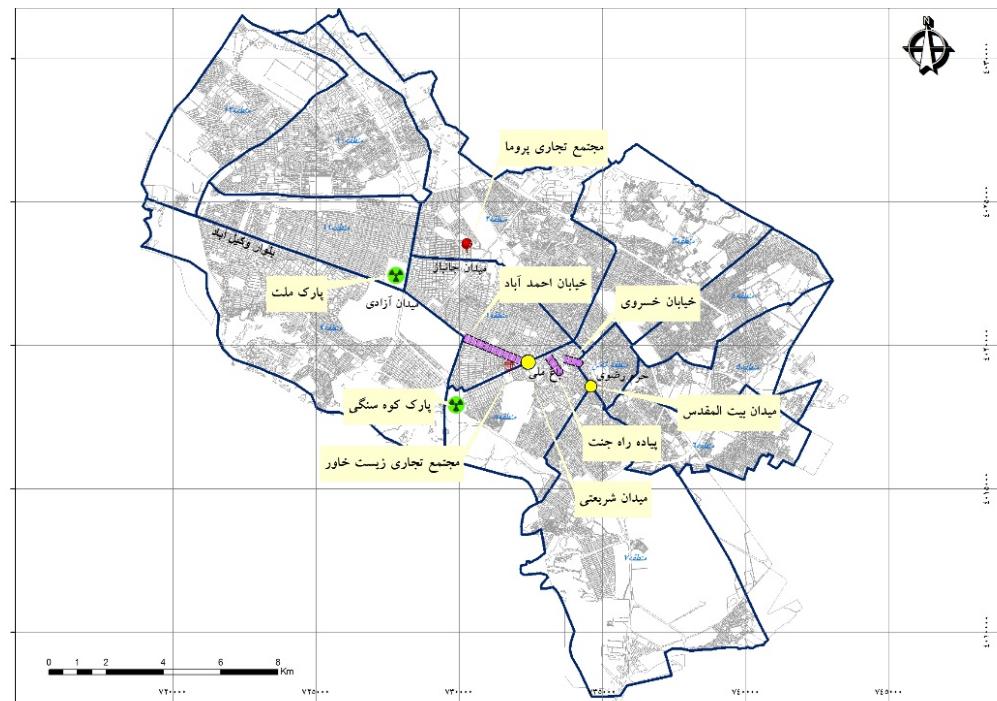
16 .Levene

17 .Levene Statistic

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۵ زمستان ۹۵
No.45 winter 2016

۴۵۹



شکل ۲. موقعیت عرصه های مطالعاتی در شهر مشهد

جدول ۲. وضعیت معیارهای کیفی ادراک شده در عرصه همگانی کلانشهر مشهد

کیفیت های درک شده از:			معیار کیفی	قابلیت عرصه همگانی
معنی محیط	تمایل کاربران	کالبد محیط		
-	-	مطلوب	خوانایی	زیبایی‌شناسی
مطلوب	-	متوسط	غنای بصری	
بسیار مطلوب	-	مطلوب	فراگیری و همه‌شمولی	
نسبتاً مطلوب	-	متوسط	کارایی	
مطلوب	-	مطلوب	سرزندگی	عملکردی
-	مطلوب	مطلوب	دسترسی	
نامطلوب	-	مطلوب	آسایش در فعالیتها	
مطلوب	-	مطلوب	کنترل و نظارت	
بسیار مطلوب	-	مطلوب	امنیت	رجخت‌شناسی
مطلوب	مطلوب	نسبتاً مطلوب	اجتماع‌پذیری	
متوسط	-	-	حمایت از کاربران	
متوسط	مطلوب	مطلوب	هویت	

جدول ۳. همبستگی بین کالبد محیط، معنی محیط و تمایل کاربران در عرصه‌های همگانی شهری

تمایل کاربران	معنی محیط	کالبد محیط			
۰.۰۶۷	۰.۱۳۳	۱.۰۰۰	Correlation Coefficient	کالبد محیط	Spearman's rho
۰.۸۶۵	۰.۷۳۲	.	Sig. (2-tailed)		
۹	۹	۹	N		
**۰.۹۸۳	۱.۰۰۰	۰.۱۳۳	Correlation Coefficient	معنی محیط	
۰.۰۰۰	.	۰.۷۳۲	Sig. (2-tailed)		
۹	۹	۹	N		
۱.۰۰۰	**۰.۹۸۳	۰.۰۶۷	Correlation Coefficient	تمایل کاربران	
.	۰.۰۰۰	۰.۸۶۵	Sig. (2-tailed)		
۹	۹	۹	N		

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

مدرسہ شری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۵ زمستان ۹۵
No 45 Winter 2016

٤٦

جدول ۴. تفاوت در ادراک کیفیت عرصه‌های همگانی مشهد توسط گروه‌های مختلف اجتماعی

متغیر	جنس	مدت حضور	مشهد	هدف سفر به	غیرشهریوند و	شهریوند	سن	علت مراجعته	تناسب استفاده
سطح معناداری	۰/۰۴۲	۰/۰۳۹	۰/۰۲۰	۰/۰۰۹	۰/۰۰۱	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰

← بیشترین تفاوت در ادراک کیفیت
کمترین تفاوت در ادراک کیفیت

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۵ زمستان ۹۵
No.45 winter 2016

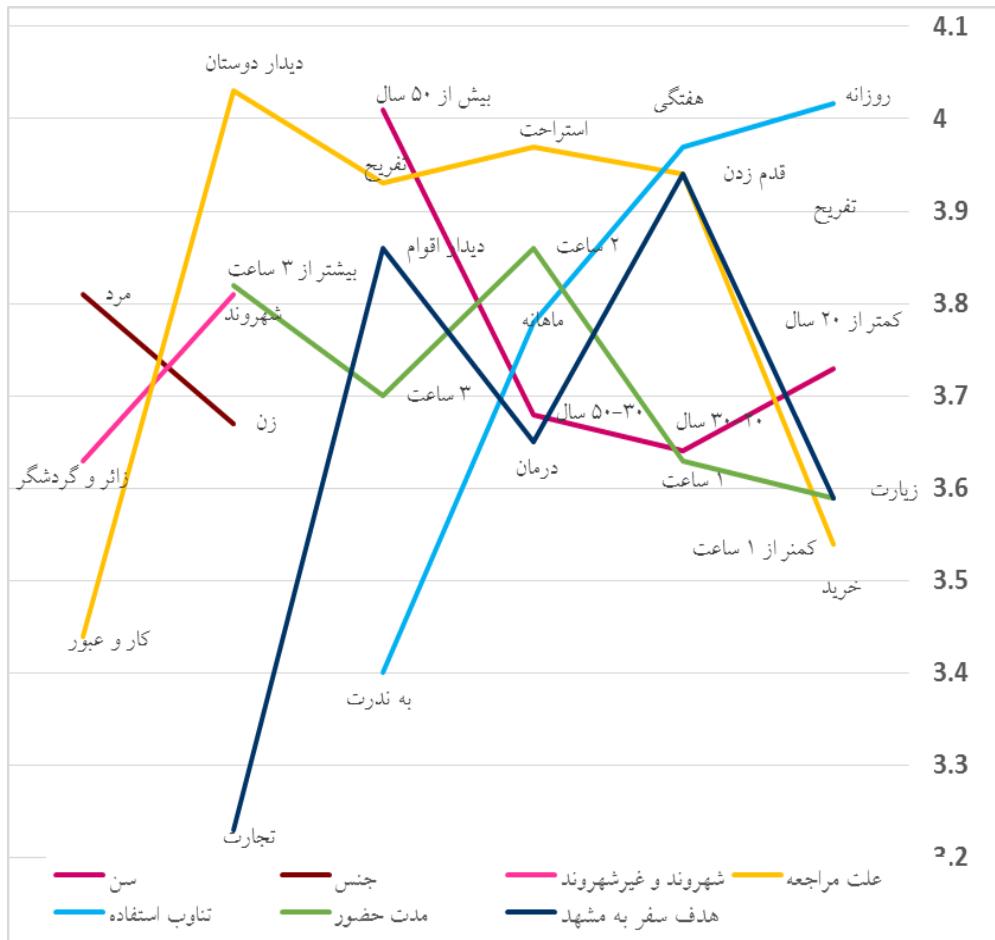
۴۶۱

عرصه های همگانی می باشد. با توجه به حضور حدود ۱۵ میلیون نفر زائر و گردشگر در سال (با مدت اقامت متوسط ۵/۴ روز)، زندگی اجتماعی در مشهد ویژگی های متفاوتی با سایر شهرهای کشور دارد و با حضور زائران و گردشگران تعریف و معنی یافته است. مفهوم اجتماع پذیری در عرصه همگانی بر پایه نیاز مردم به باهم بودن و برقراری کنش اجتماعی با یکدیگر شکل می گیرد. اجتماع پذیری عرصه همگانی به ویژگی های کالبدی آن وابسته است. هنگامی که عرصه همگانی تأمین کننده نیازهای مردم نباشد (فاقد مطلوبیت کالبدی باشد)، اجتماع پذیری کاهش می یابد. اجتماع پذیری هنگامی اتفاقی افتاد که نیازهای افراد، مطلوبیت کالبدی و معنی ادراک شده از محیط به گونه ای از یکدیگر حمایت کنند که عرصه همگانی برای جذب گروه های مختلف مردم مطلوب باشد و امنیت، سرزندگی، لذت، احساس آرامش و... فراهم شود. از سوی دیگر، توان اجتماع پذیری عرصه های همگانی به زندگی اجتماعی و سبک زندگی جامعه وابسته است. زندگی اجتماعی پیوندهای مختلف و متنوع مردم با یکدیگر را در برمی گیرد و نقش مردم را در جامعه تعریف می کند. کیفیت زندگی اجتماعی و برقراری ارتباط و کنش در عرصه های همگانی شهری به ویژگی های آن یعنی فعالیت ها و سبک زندگی روزمره مردمی که در آن باهم ارتباط دارند، زمانی که فعالیت ها در آن اتفاق می افتد، ارزش های اجتماعی و اعتقادات بستگی دارد.

درک کیفیت های عرصه های همگانی شهری تابع ادراک محیط ساخته شده در بعد کالبدی و معنایی و نیز نیازها و انتظارات کاربران آن ها می باشد؛ مشخص شده است، رابطه ای معنادار و قوی بین تمایلات و نیازهای کاربران عرصه های همگانی و معنای ادراک شده از محیط ساخته شده وجود دارد. براین اساس، کیفیت عرصه همگانی به معنی کنش خلاق بین مکان و استفاده کنندگان از آن، از برآیند

۵- جمع بندی و نتیجه گیری

ادراک کیفیت های محیط فرآیند به تصویر کشیدن پیام های محیط ساخته شده در ذهن فرد (ادراک کننده) است. درک قابلیت های محیط از فردی به فرد دیگر متفاوت بوده و ویژگی های فردی و اجتماعی افراد می تواند در تجربه محیطی و درک آن اثرگذار باشد. بنابراین، ادراک محیط وابسته به شرایط محیط در دو بعد کالبدی و معنایی و تجربه محیطی و الگوی زندگی اجتماعی می باشد و در این فرآیند میزان داشش و آگاهی نسبت به محیط دارای نقش است. کارکرد اصلی عرصه همگانی شهری، برقراری ارتباط بین افراد جامعه است. در این رابطه تعاملی چنانچه فرد قابلیت عرصه همگانی را درک نماید و آن را در جهت نیازها و تمایلات خویش بیابد، از حضور در آن احساس رضایت و لذت نموده و تمایل به انجام فعالیت های اختیاری و اجتماعی خواهد داشت. درک این کیفیت ها تحت تأثیر تعامل دو جانبه محیط و انتظارات کاربران عرصه های همگانی قرار دارد. سودمندی محیط برای افراد وابسته به نیازهای آنهاست و با تغییر نیازها و انگیزه های افراد، سودمندی محیط برای آن ها تغییر می کند. بنابراین، ادراک محیط و کیفیت آن متأثر از نیازهای مردم و وابسته به تمام ابعاد محیط از سویی و ویژگی های زندگی اجتماعی از سوی دیگر است. ارزش های جامعه در شکل دادن به محیط زندگی نقش دارند؛ و درک معنی محیط، تمایلات و بخشی از نیازهای فرد (جز نیازهای بیولوژیک) تحت تأثیر شرایط زندگی اجتماعی قرار دارند. از این رو است که افراد، ادراک متفاوت از قابلیت های محیط مشخص دارند. درنتیجه ممکن است محیط برای برخی افراد احساس رضایت و برای برخی دیگر ناخوشایندی و ناراحتی به همراه داشته باشد. در شهر مشهد استفاده مردم از عرصه های همگانی شهری وابسته به دو مفهوم زندگی اجتماعی در این شهر و اجتماع پذیری



شکل ۳. میزان کیفیت ادراک شده توسط گروه‌های مختلف حاضر در عرصه همگانی

پیاکین، کیفیت‌های ادراک شده از عرصه‌های همگانی شهر مشهد

میری شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۵ زمستان ۹۵
No.45 Winter 2016

۴۶۲

بیشترین میزان کیفیت‌های عرصه همگانی را در کنوموده‌اند و تمایل بیشتری به حضور در آن‌ها دارند. در این گروه کمترین میزان کیفیت توسط جوانان ۲۰ تا ۳۰ ساله درک شده است. همچنین، مردان نسبت به زنان عرصه‌های همگانی شهر مشهد را با کیفیت بالاتری ارزیابی کرده‌اند؛ و شهروندان به نسبت زائران و گردشگران به دلیل آشنایی بیشتر با عرصه‌های همگانی و نیز خاطرات جمعی و حس تعلق بیشتر، کیفیت‌های بیشتری از عرصه‌های همگانی را دریافت نموده‌اند. در میان زائران و گردشگران نیز، دسته‌ای که برای دیدار اقوام خود به مشهد سفر کرده‌اند، عرصه‌های همگانی شهر مشهد را با کیفیت بالاتری ارزیابی کرده‌اند و افرادی

سه مؤلفه محیط کالبدی، محیط معنایی و تمایل کاربران درک می‌شود و چنانچه هماهنگی بین این مؤلفه‌ها ایجاد گردد، رضایت از عرصه همگانی حاصل می‌شود و در این صورت عرصه همگانی می‌تواند بستری برای حضور افراد و برقراری تعامل و ارتباط اجتماعی باشد. همچنین مشخص گردید که در ادراک کیفیت عرصه‌های همگانی شهر مشهد، بیشترین تفاوت ادراک کیفیت عرصه‌های همگانی شهر مشهد، به علت حضور فرد و تناوب مراجعت به عرصه همگانی مربوط می‌گردد و کمترین تفاوت بین ادراک زنان و مردان مشاهده شده است. همان‌گونه که در شکل ۳ مشاهده می‌شود، در بین گروه‌های سنی مختلف، کاربرانی که بیش از ۵۰ سال دارند،

میری شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۵ زمستان ۹۵
No.45 winter 2016

۴۶۳

- طرح توسعه و عمران (جامع) کلانشهر مشهد مقدس.
مشهد: وزارت راه و شهرسازی.
- 6.Canter, D.(1977). *The Psychology of Place*. London: Architectural Press.
 - 7.Carmona, M; Magalhaes, C&Hammond, L. (2008). *Public Space: the management Dimension*. London: Routledge Press.
 - 8.Carmona, M; Heath, T; Oc, T& Tiesdell, S. (2003). *Public Space Urban Space*. Oxford: Architectural Press.
 - 9.Carr, S; Francis, M; Rivlin, I& Stone, A. (1992). *Public Space*. Cambridge: Cambridge University Press.
 - 10.Duany, A; Plater-Zyberk, E& Speck, J. (2000). *Suburban Nation: The Rise of Sprawl and the Decline of the American Dream*. New York: North Point Press.
 - 11.Gehl, J. (2004). *Public spaces, public life*. Copenhagen: Danish architectural Press.
 - 12.Gifford, R. (1997). *Environmental Psychology: Principles and Practice*. London & Boston: Allyn and Bacon Press.
 - 13.Hajer, M; Reijndorp, A. (2001). *In Search of New Public Domain*. Rotterdam: NAI Press.
 - 14.Hiebert, R. (2005). Comentary: new Technologies, Public relations and democracy. *Public Relation Review*. 31. 1-9.
 - 15.Hillier, B; Hasson, J. (1984). *the Social Logic of Space*. Cambridge: Cambridge University Press.
 - 16.Lang, J. (2005). *Urban Design: A typology of Procedures and Products. Illustrated with over 50 Case Studies*. Oxford: Architectural Press.
 - 17.Lang, J; Moleski, W. (2011). *Functionalism Revision: Architectural Theory and Practice and the Behavioral Sciences*. England: Ashgate Press.
 - 18.Livingston, W G. (2009). *Discovering the Aca-*

که هدف سفر آن‌ها کار، تجارت و سرمایه‌گذاری بوده است، کمترین میزان از کیفیت عرصه‌های همگانی را دریافت نموده‌اند. مشغله کاری و عدم فرصت کافی برای حضور در فضاهای همگانی، مهم‌ترین دلیل برای درک کمتر کیفیت‌های محیط در این گروه می‌باشد.

افرادی که برای دیدار دوستان خود به فضاهای همگانی آمده‌اند، عمدهاً حس تعلق و نشاط نموده در تمایل بیشتری برای حضور در عرصه همگانی دارند ولذا آن‌ها را باکیفیت تر ارزیابی نموده‌اند. کاربرانی که به صورت روزانه به عرصه‌های همگانی مراجعه می‌کنند، نسبت به سایرین آشنایی بیشتری با محیط دارند و کیفیت‌های آن را بهتر و بیشتر دریافت می‌نمایند. هر چه افراد بافضل‌هه زمانی طولانی تری در عرصه همگانی حضور یابند، حس تعلق کمتری به آن دارند و کیفیت‌های کمتری را درک می‌کنند. کاربرانی که در هر مراجعه به عرصه همگانی در حدود ۲ ساعت زمان در آن صرف می‌نمایند نسبت به سایرین، کیفیت آن را بیشتر درک نموده‌اند.

منابع و مأخذ

۱. راپورت، آ. (۱۳۸۴). معنی محیط ساخته شده: رویکردی در ارتباط غیر کلامی. (ف. حبیب، مترجم) چاپ اول. تهران: انتشارات شرکت پردازش و برنامه‌ریزی شهری.
۲. کرمونا، تیزدل، الف. (۱۳۹۰). خوانش مفاهیم طراحی شهری. (ک. ذکاوت؛ ف. فرشاد، مترجم) چاپ اول. تهران: انتشارات آذرخش.
۳. گل، اسوار، ب. (۱۳۹۴). بررسی زندگی فضای عمومی. (م. ایزدی؛ س. محمدی؛ س. خبیری، مترجم) چاپ اول. تهران: انتشارات اول و آخر.
۴. مهندسین مشاور فرنهاد. (۱۳۸۸a). مطالعات پایه انسان و فعالیت. ساختار اجتماعی و فرهنگی. طرح توسعه و عمران (جامع) کلانشهر مشهد مقدس. مشهد: وزارت راه و شهرسازی.
۵. مهندسین مشاور فرنهاد. (۱۳۸۸ b). مطالعات کیفیت محیط شهری. کیفیت عرصه‌های همگانی.

- demic and Social Transitions of Re-enrolling Student Veterans at One Institution:A Grounded Theory (PhD Thesis). Clemson University.United States.
- 19.Montgomery, J. (1998). Making a City: Urbanity, Vitality and Urban Design.Urban Design . 11 (3). 93-117.
- 20.Neisser, U. (1967). Cognitive Psychology. New York: Appleton-Century-Crofts Press.
- 21.Perin, C. (1970). ite Man in Mind: An Interdisciplinary Prospectus for Environmental Design. Cambridge: MIT Press.
- 22.Van Poll, R. (1997). The Perceived Quality of the Urban Residential Environment. A Multi-Attribute Evaluation. S.n Press.
- 23.Whyte, W.H. (1980).The Social of Small Urban Spaces. Washington: Conservation Foundation Press.

میریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۵ زمستان ۹۵
No.45 Winter 2016