

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 شهروندان و مکانی برای کنش و تعاملات شهروندی و فعالیت های شهری هستند و لذا بسیاری از عملکردهای جامعه شهری در آن ها بروز می یابد. از این رو سلامت اجتماعی شهروندان وابسته به کیفیت و کارایی عرصه همگانی شهری 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 درک نشود و یا 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 فرایند 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 درک قابلیت های آن ها در تسهیل مراودات اجتماعی می باشد. بنابراین، با تکیه بر رویکرد پدیدارشناسانه تعامل بین انسان و محیط در درک قابلیت عرصه های همگانی و با استفاده از تئوری زمینه ای به بررسی رفتار کاربران عرصه های همگانی کلانشهر مشهد پرداخته است. نتایج به دست آمده از آزمون همبستگی اسپیرمن نشان می دهد در درک کیفیت 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 مراجعه کاربران در میزان درک کیفیت 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 ۰۲۱۸۲۸۸۳۷۴۳، رایانامه: rafiei_m@modares.ac.ir

این مقاله برگرفته از رساله دکتری شهرسازی «الهام لشکری» با عنوان بازشناسی رابطه محیط و فرهنگ در کیفیت عرصه های همگانی شهری در شهرهای چندفرهنگی، نمونه موردی: کلانشهر مشهد به راهنمایی آقای دکتر مجتبی رفیعیان و مشاوره آقای دکتر علیرضا عندلیب در دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران می باشد.

۱- مقدمه و طرح مسئله

عرصه های همگانی شهری به معنای عام، سنگ زیرین تمام عرصه های پیچیده تر اجتماعی هستند و بدون آن ها 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 ۲). به عقیده «دوانی»^۲ 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 مهم ترین 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 آن ها، قابلیت عرصه های همگانی را در برقراری تعاملات اجتماعی افزایش می دهد. بنابراین، عرصه همگانی برای اینکه دارای مطلوبیت باشد، می بایست متمرکز 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 حادث می شود و ادراک فرآیندی هدفمند است که در طی آن فرد به دریافت ارسالات و داده های محیطی براساس نیازهایش می پردازد (Neisser, ۱۹۶۷).

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

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 روزانه 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 (مهندسین مشاور فرهنگ، 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 آن ها 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: ۹۳-۱۱۷) و اشکال مختلف انسجام اجتماعی را در فضا متبلور می سازند (Hillier & Hasson, ۱۹۸۴: ۱۶-۲۷). بنابراین کالبدی از شهر را مجسم می کند که مکان برقراری فعالیت های شهری، تعاملات

اجتماعی (Hiebert, ۲۰۰۵: ۳)، کنش‌های سیاسی و تبادلات فرهنگی است (Carmona, Magalhaes & Hammond, ۲۰۰۸). عرصه‌های همگانی فضاهایی هستند که افراد و گروه‌های مختلف اجتماعی در آن سهیم‌اند، این فضاها محل تبادل افکار و اطلاعات و مکانی برای شکل‌گیری شبکه‌های اجتماعی هستند (Hajer & Reijndorp, ۲۰۰۱). بر این اساس، عرصه همگانی را می‌توان ظرفی برای ارتباطات و مراودات اجتماعی، مکانی برای رویارویی و مراسم و فعالیت‌های شهروندی بیان کرد (Gehl, ۲۰۰۴). عملکرد اصلی عرصه همگانی فراهم‌سازی و بسترسازی حضور مردم می‌باشد؛ لذا ابعاد اجتماعی آن از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است (Carmona, Heath, Oc & Tiesdell, ۲۰۰۳: ۱۰۹). «ویلیام وایت»^۳ باتأکید بر نقش رفتار مردم در نحوه استفاده از فضا، اعتقاد دارد ارتباط نزدیک بین کیفیت عرصه‌های همگانی و فعالیت‌های شهری وجود دارد و مردم از فضاهایی استفاده می‌کنند که در آن آسوده باشند و از فضاهایی که چنین باشند، می‌گریزند (Whyte, ۱۹۸۰: ۳). مکان‌های موفق پشتیبانی‌کننده و تسهیل‌کننده فعالیت‌های مردم هستند. بنابراین، طراحی عرصه‌های همگانی شهری می‌بایست با آگاهی از نحوه استفاده مردم از آنها باشد (کرمونا و تیزدل، ۱۳۹۰، ص ۳۴۳). کار^۴ و همکارانش استدلال می‌کنند همان‌طور که یک فضا می‌بایست دارای معنی و جامعه‌گرا باشد، می‌بایست پاسخگوی نیازهای استفاده‌کنندگان نیز باشد. آنچه مهم است آشنا شدن با نیازها است؛ زیرا مکان‌هایی که نیازهای مردم را برطرف نکنند یا عملکرد مهمی برای مردم نداشته باشند، مورد استفاده قرار نمی‌گیرند و ناموفق محسوب می‌شوند (Carr,

Francis, Rivlin & Stone, ۱۹۹۲).

«لنگ»^۵ نیز کارکرد محیط ساخته‌شده را بر مبنای الگوهای رفتار انسان، مورد توجه قرار می‌دهد و بر لزوم توجه به طیف وسیعی از نیازهای انسان شامل نیازهای زیستی، اجتماعی و روانی تأکید می‌کند (Lang & Moleski, ۲۰۱۱: ۲۳). راپاپورت^۶ معتقد است وقتی قوانین به کار رفته در یک محیط به خوبی شناخته و ادراک شده باشند رفتار مناسب حاصل می‌شود و در نتیجه فرد در استفاده بیشتر از محیط تواناتر می‌گردد (راپاپورت، ۱۳۸۴، صص ۶۴-۶۷). در نوع و نحوه رفتار دو عامل بسیار مهم، تأثیرگذار هستند: محیط (ادراک تمام ابعاد و ویژگی‌های آن) و فرد (باتمام‌ویژگی‌های فردی، اجتماعی و فرهنگی). ادراک محیط و قابلیت‌های آن در شکل‌گیری الگوهای رفتار و فعالیت در عرصه‌های همگانی مؤثر می‌باشد و توجه به نیازها انتظارات کاربران عرصه همگانی، زمینه‌های ارتقای کیفیت و افزایش حضور مردم را در عرصه‌های همگانی فراهم می‌سازد.

ادراک کیفیت و قابلیت عرصه‌های همگانی شهری از تعامل دوجانبه انسان/ محیط جدا نیست. «گیفورد»^۷ در تبیین تأثیر متقابل انسان و محیط معتقد است، فرد محیط را دگرگون می‌کند و هم‌زمان، رفتار و تجارب وی به وسیله محیط دگرگون می‌شود (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 می‌شود. 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، می‌توان ادعا نمود که محیط ساخته‌شده

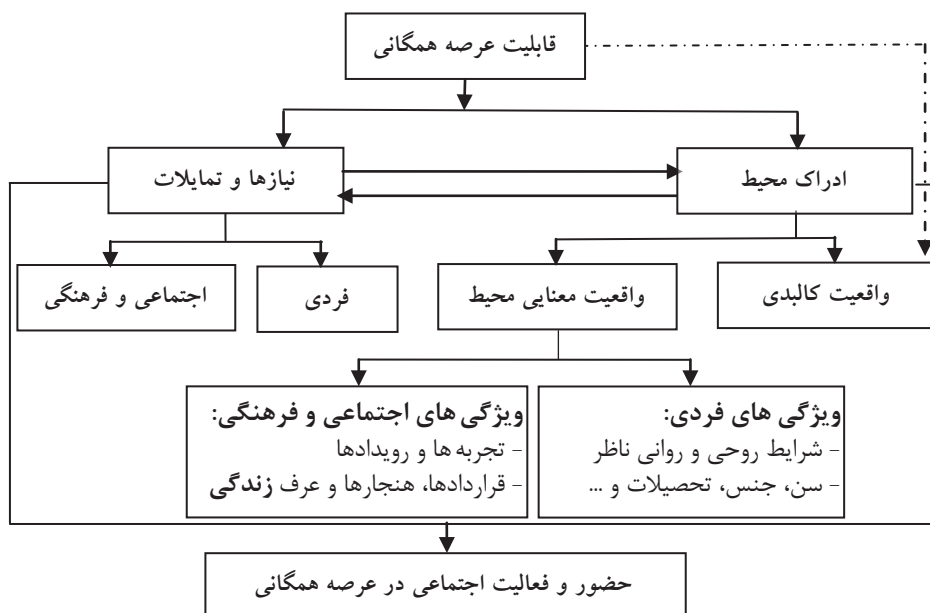
3 William Whyte

4 Carr

5 Jon Lang

6 Amos Rapoport

7 Robert Gifford



شکل ۱. فرآیند ادراک کیفیت عرصه های همگانی شهری

۳- روش شناسی تحقیق

با توجه به ماهیت پیچیده کیفیت در عرصه های همگانی شهری تلاش شده است از روش تحقیق ترکیبی پدیدارشناسی و تئوری زمینه ای استفاده گردد. بر این اساس، به منظور درک تجربه های استفاده کنندگان فضا از مصاحبه های پدیدارشناسی بهره گرفته شده است و سپس به کمک تئوری زمینه ای مصاحبه ها کدگذاری و فرضیه پژوهش تدوین شده است.

درک معیارهای مؤثر بر قابلیت عرصه های همگانی شهری در نمونه مطالعاتی با استفاده از مصاحبه های عمیق با کاربران و استفاده کنندگان آنها انجام شده است. شرکت کنندگان در مصاحبه به صورت تصادفی از بین افرادی که تمایل به همکاری داشتند، انتخاب و با آگاهی از موضوع پژوهش در این فرآیند شرکت نموده اند. مصاحبه ها با محوریت سؤال های «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

دارای قابلیت هایی است که به مردم حق انتخاب در استفاده از عرصه همگانی را می دهد. قابلیت های محیط ساخته شده به واسطه ویژگی های کالبدی محیط به وجود آمده و به طیفی از فعالیت ها و رفتارهای انسانی پاسخ می دهند. ادراک قابلیت ها و کیفیت های محیطی فرآیند هدفمند دریافت اطلاعات ارسال شده از محیط ساخته شده توسط افراد جامعه می باشد. ادراک محیط تابعی از شرایط و متغیرهای محیطی و نیز ویژگی های فرد ادراک کننده می باشد. بدیهی است هر چه میزان دانش و آگاهی نسبت به کدهای محیط بیشتر باشد، ادراک کامل تر بوده و از این رو، مدت زمان حضور فرد در محیط رابطه مستقیمی با شناخت بیشتر و ادراک کامل تر دارد. بنابراین، می توان ادراک محیط را فرآیند به تصویر کشیدن اطلاعات ارسالی از محیط ساخته شده در ذهن ناظر (ادراک کننده) برشمرد. فرآیند ادراک قابلیت های محیط از فردی به فرد دیگر متفاوت بوده و ویژگی های فردی و اجتماعی افراد می توانند در تجربه محیطی و درک آن اثرگذار باشند (شکل ۱).

جدول ۱. قابلیت ها، معیارها و سنجه های موثر بر ادراک کیفیت عرصه های همگانی شهری

قابلیت	معیار	سنجه ها	کالبد محیط	معنی محیط	تمایل کاربران	زیبایی شناسی		عملکردی		
						غنی بصری	خوانایی	کارایی	سرزندگی	دسترسی
				*	*	آب و پوشش گیاهی دید و منظر		پاکیزگی / آلودگی - های زیست محیطی تأسیسات و تجهیزات فضاهای ویژه کودکان آرایش مبلمان	اختلاط عملکردها، فعالیت ها و ... قابلیت استفاده در تمام ساعات قابلیت استفاده در تمام روزهای هفته پویایی و فعال بودن فضاهای نشاط انگیز فضاهای ویژه کودکان جذابیت و سهولت حرکت	موقعیت استقرار (سهولت دسترسی) کیفیت مسیرهای سواره و پیاده حمایت از حرکت پیاده و دوچرخه استفاده از حمل و نقل عمومی
				*	*	حضور گروه های مختلف و اجتماعی امکان استفاده افراد ناتوان و کم توان		پاکیزگی / آلودگی - های زیست محیطی تأسیسات و تجهیزات فضاهای ویژه کودکان آرایش مبلمان		*
				*	*					*
				*	*					*
				*	*					*

مدیریت شهری

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

۴۵۳

مدیریت شهری

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

۴۵۴

اجتماعی	حمایت از کاربران	- برخورد چهره به چهره - فضاهای دنج و آرام - تعریف قلمرو - مکانی برای گفتگو و ملاقات - مکان برای مشاهده مردم - آزادی در انتخاب فعالیت‌ها	*****	
	پذیرش اجتماع پذیری	- میزان توقف در فضا - نحوه حضور (گروهی/ تنها) - علت حضور در فضا - محیط بدون محدودیت - ملحق شدن به دیگران - برقراری رابطه اجتماعی	***	***
	هویت	- امکان ثبت خاطرات مشترک - معنی و تصویر ذهنی - حس تعلق - تمایل به حضور - نقاط شاخص و خاطره‌انگیز - امکان شخصی‌سازی	*****	*
	امنیت	- روشنایی/ فضاهای تاریک - رؤیت پذیری - حضور زنان و کودکان - فضاهای ناامن و جرم خیز	***	*
بخش‌شناسی	کنترل و نظارت	- رؤیت پذیری - پرهیز از فضاهای پنهان	*	*
	آسایش در فعالیت	- آسایش اقلیمی - مبلمان مناسب و متنوع - مقیاس انسانی - محصوریت / ارتفاع بدنه‌ها - محریمیت	***	*
	معیار	سنجه‌ها	کالبد محیط	معنی محیط تمایل کاربران

مدیریت شهری

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

۴۵۵

مطالبات کاربران بیشتر باشد(شرایط مداخله گر در ادراک کیفیت عرصه همگانی در سازگاری باهم قرار داشته باشند)، میزان رضایتمندی از عرصه همگانی افزایش یافته و در نتیجه تعامل و رفتار اجتماعی(فعال و غیرفعال) برقرار می گردد. بنابراین «کیفیت عرصه همگانی شهری، به معنی قابلیت های آن برای تمایل به حضور، تعامل و رفتار اجتماعی از سوی کاربران، تابع سازگاری محیط ساخته شده با مطالبات فردی و اجتماعی کاربران می باشد.» براین اساس مشخص شده است بهبود کیفیت و قابلیت عرصه همگانی شهری به واسطه قابلیت های زیبایی شناسی، ریخت شناسی، عملکردی و اجتماعی حاصل می گردد و ادراک برخی معیارهای کیفی عرصه همگانی تحت تأثیر شرایط محیطی صورت می گیرد و برخی دیگر تحت تأثیر تمایلات کاربران درک می شوند(جدول ۱).

گردآوری داده های مورد نیاز مدل عملیاتی پژوهش با استفاده از پرسشنامه هدفمند در قالب ۱۷ سؤال و در مجموع با حجم نمونه 230^7 ، برای درک بیشتر قابلیت های عرصه های همگانی انجام شده است همچنین به دلیل پیشگیری از طولانی شدن پرسشنامه و نیز درک عمیق تر رفتار کاربران عرصه های همگانی در کلانشهر مشهد از مشاهده میدانی و ثبت مشاهده ها(نگارش رخداد های روزانه و نقشه برداری الگوهای رفتار) بهره گرفته شده است. به منظور شناسایی شرایط اثرگذار بر رضایتمندی کاربران در عرصه های همگانی نمونه، در تدوین پرسشنامه به شرایط مداخله گری نظیر میزان آشنایی با محیط، مدت حضور در عرصه همگانی، نحوه و علت حضور در عرصه همگانی، سن و جنس کاربران توجه شده است. سایر سؤالات پرسشنامه که مربوط به احساس رضایتمندی یا احساس آزرده گی^۸ از عرصه های همگانی شهری هستند، با استفاده از طیف پنج گزینه ای

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

پس از معرفی و استخراج مفاهیم، در گام بعدی مفاهیم مرتبط باهم دسته بندی شده و مقوله ها (معیارها) مشخص شده اند. برای نام گذاری مقوله ها از ترکیب دو شیوه مفاهیم برخاسته از نوشته و عنوان گذاری محقق بهره گرفته شده است. سپس با استفاده از مدل پارادایمی برای بیان رابطه بین معیارها و مفاهیم، شرایط علی، پدیده، زمینه، شرایط مداخله گر، راهبردهای کنش/ کنش متقابل و پیامدها تعریف و مشخص شده اند. با استفاده از مقایسه یک به یک، مدل پارادایمی رابطه بین مفاهیم و مقوله ها بررسی و مشاهده می گردد که برخی شرایط مداخله گر نظیر ویژگی های فردی(سن و جنس، علت و مدت حضور در فضا، نحوه حضور و...) در ادراک اغلب پدیده ها(معیارها) و تمایل به حضور، استفاده و رضایتمندی از عرصه های همگانی مؤثر هستند. از این رو، ضروری است در گردآوری داده های پژوهش مورد توجه قرار گیرند. همچنین مشخص شده است که شرایط مداخله گر در ادراک یک پدیده، در پدیده دیگر نقش شرایط علی و به وجود آورنده را دارند. بنابراین پدیده ها و مفاهیم وابستگی شدیدی به یکدیگر دارند. از سوی دیگر پیامدها در تمامی پدیده ها مشابه بوده و همگی به حضور پذیری بیشتر، افزایش کارایی و رضایتمندی از عرصه همگانی تأکید دارند. این مهم قابلیت و کیفیت عرصه های همگانی را برای حضور و برقراری تعامل اجتماعی به عنوان مقوله محوری در این پژوهش معرفی می نماید.

به نظر می رسد، چنانچه سازگاری میان ویژگی ها، داده ها و ارسالات محیط ساخته شده و نیازها و

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

لیکرت^۹ با گزینه‌های بسیار نامطلوب، نامطلوب، متوسط، مطلوب و بسیار مطلوب طرح شده‌اند و در تجزیه و تحلیل داده‌ها به ترتیب کدهای ۱، ۲، ۳، ۴ و ۵ را گرفتند.

اطمینان از دقت و صحت سؤالات پرسشنامه و سنجش سطح مناسبت ابزار تحلیل از روش تحلیل قابلیت اطمینان^{۱۰} استفاده گردیده و ضرایب آلفا با استفاده از نرم‌افزار SPSS محاسبه شده است. ضریب آلفا^{۱۱} برای سؤالات پرسشنامه برابر ۰/۸۲۷ به دست آمده که بیانگر پایایی قابل قبول و مطلوب پرسشنامه می‌باشد. بررسی استنباطی داده‌های گردآوری شده و تحلیل رابطه بین محیط و ویژگی‌های فردی و اجتماعی کاربران در ادراک کیفیت عرصه‌های همگانی شهری با استفاده از آزمون‌های آماری نظیر همبستگی اسپیرمن^{۱۲} و تحلیل واریانس یک طرفه^{۱۳} در نرم‌افزار SPSS انجام شده است.

۴- یافته‌های تحقیق

نقش اصلی شهر مشهد، زیارت و گردشگری است و بخش اعظمی از فعالیت‌های 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 ارزش‌های نهفته در محیط را برای گردشگران بارز نماید. در طرح جامع کلانشهر مشهد، عرصه‌های عمومی شهری به مثابه فضاهایی که اجازه می‌دهند مردم به آن دسترسی مستقیم داشته باشند و فعالیت‌های انتخابی و یا اجتماعی در آن صورت

می‌پذیرند (مهندسين مشاور فرهنگ، ۱۳۸۸، ص ۲. ب)، تعریف شده و این همان مفهوم عرصه همگانی می‌باشد. در این سند، کیفیت عرصه‌های همگانی کلانشهر مشهد، با استفاده از معیارهای چهارگانه PPS^{۱۴} : «دسترسی و به هم پیوستگی»، «آسایش و تصویر ذهنی»، «استفاده و فعالیت» و «اجتماعی بودن» مورد ارزیابی قرار گرفته شده است.

به منظور تدقیق عرصه مطالعاتی و معرفی عرصه‌های همگانی مورد بررسی، از مطالعات کیفیت عرصه همگانی طرح جامع کلانشهر مشهد استفاده گردیده است. بر این اساس، آن دسته از عرصه‌های همگانی به عنوان نمونه مطالعاتی انتخاب شده‌اند 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 پارک‌ها در مقایسه با سایر پارک‌های کلانشهر مشهد دارای بیشترین امتیاز کیفی بوده و به لحاظ میزان تجهیزشدگی، منظر ذهنی و دسترسی پذیری عمومی در سطح بسیار خوب ارزیابی شده‌اند. همچنین، پیاده‌راه جنت به عنوان تنها پیاده‌راه شهر مشهد و خیابان‌های 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

۸. برای سنجش کیفیت فضاهای شهری دو نوع شاخص قابل تشخیص می‌باشد. شاخص‌های مشاهده کارشناسی (Exposure-based) که بر اساس ویژگی‌های واقعی محیط شکل گرفته‌اند؛ و شاخص‌های اثر محور (Effect-based) که واکنش‌های ادراکی برانگیخته شده از شرایط محیط هستند و با سنجش میزان رضایتمندی و یا احساس آزردهی شخص نسبت به شرایط محیطی اندازه‌گیری می‌شوند (Van Poll, ۱۹۹۷: ۷).

۹ Likert

۱۰ Reliability Analysis

۱۱ Alpha Coefficient

۱۲ Spearman Correlation

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

۱۴ PPS: project for public space, 2006.

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 تجهیزشدگی، منظر ذهنی و دسترسی پذیری عمومی می‌باشد. میدان بیت المقدس به همراه میدان‌های احمدآباد و هفده شهریور دارای بیشترین امتیاز کیفی پس از میدان شریعتی می‌باشد. اگرچه این میدان‌ها دارای وضعیت بسیار خوب تجهیزشدگی، منظر ذهنی و دسترسی پذیری عمومی هستند؛ میدان بیت المقدس به دلیل قرارگیری در مجاورت حرم امام رضا(ع) دارای موقعیتی ویژه بوده و به همین دلیل انتخاب شده است. مجتمع‌های تجاری چندمنظوره پروما و زیست خاور علاوه بر اینکه دارای بیشترین امتیاز کیفی و وضعیت بسیار خوب تجهیزشدگی، منظر ذهنی و دسترسی پذیری عمومی می‌باشند، مراکزی هستند که هم مورد توجه شهروندان و هم زائران و گردشگران هستند و به عنوان مراکز 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 فضا را 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 می‌باشند.

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

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 به واسطه معنی محیط ادراک می‌شوند، عموماً مطلوب و بسیار مطلوب ارزیابی شده‌اند. آسایش و راحتی در انجام فعالیت‌ها، به دلیل عدم توجه به مسئله حریمیت در طراحی عرصه‌های همگانی شهری در وضعیت نامطلوب ارزیابی شده است و اکثر افراد به بی توجهی 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؛ درحالی‌که برای سایر برخوردهای اجتماعی نظیر ارتباط چهره‌به‌چهره، ملاقات و مشاهده دیگران مناسب ارزیابی شده‌اند (جدول ۲).

به منظور 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 به دست آمده در ۹ عرصه همگانی نمونه در مشهد همبستگی میان تمایل کاربران، واقعیت‌های کالبدی و معنایی محیط به دست آمده است. بنابراین، میانگین امتیاز هر یک از سه عامل فوق در عرصه‌های همگانی نمونه محاسبه گردید و در نرم افزار SPSS وارد شده است. بر اساس نتایج به دست 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 $0/983$ رابطه‌ای قوی و مستقیم می‌باشد.

مدیریت شهری

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

۴۵۷

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...) و اجتماعی (هنجارها، عرف ها، قواعد، ارزش های جامعه و...) 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 باهدف مشخصی به عرصه همگانی مراجعه می نمایند، دوره تناوب مراجعه، مدت حضور، الگوی مراجعه (به تنهایی/ 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 مزبور 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.

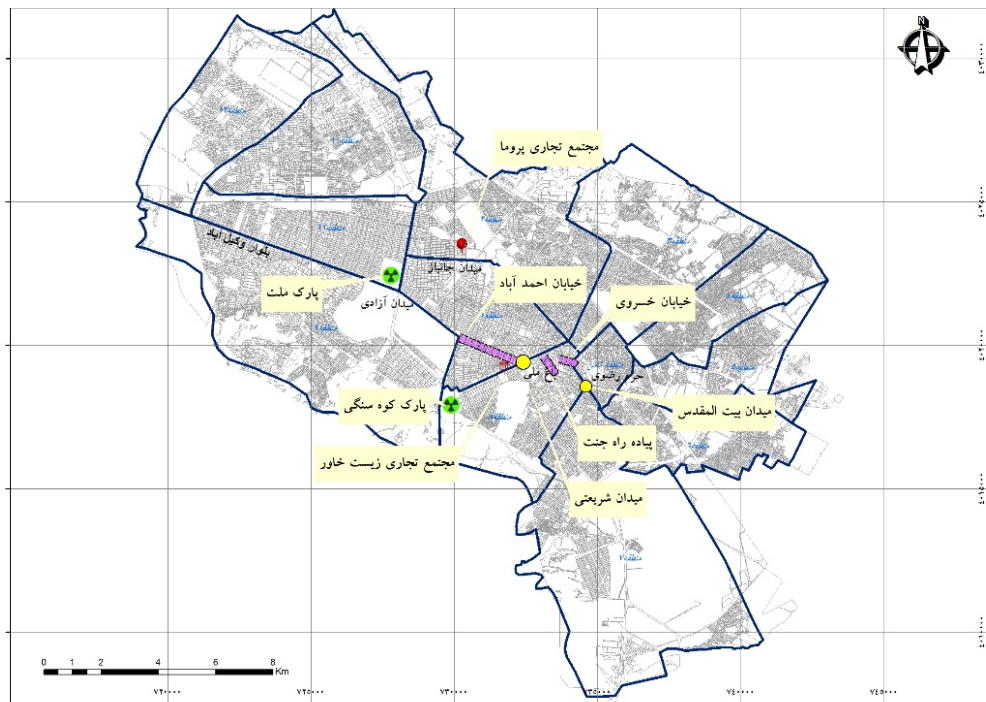
برای انجام تحلیل واریانس ابتدا یکسانی واریانس متغیر وابسته از طریق آزمون لون^{۱۶} بررسی گردید. با توجه به اینکه در تمام گروه ها، سطح معناداری مقدار محاسبه شده لون^{۱۷} از ۰/۰۵ بزرگ تر است، داده ها فرض تساوی خطای واریانس (H_0) را زیر سؤال نبرده و می توان از تحلیل واریانس یک طرفه برای بررسی نقش متغیرهای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



شکل ۲. موقعیت عرصه های مطالعاتی در شهر مشهد

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

قابلیت عرصه همگانی	معیار کیفی	کیفیت های درک شده از:		
		کالبد محیط	تمایل کاربران	معنی محیط
زیبایی شناسی	خوانایی	مطلوب	-	-
	غنای بصری	متوسط	-	مطلوب
عملکردی	فراگیری و همه شمولی	مطلوب	-	بسیار مطلوب
	کارایی	متوسط	-	نسبتاً مطلوب
	سرزندگی	مطلوب	-	مطلوب
	دسترسی	مطلوب	مطلوب	-
ریخت شناسی	آسایش در فعالیت ها	مطلوب	-	نامطلوب
	کنترل و نظارت	مطلوب	-	مطلوب
اجتماعی	امنیت	مطلوب	-	بسیار مطلوب
	اجتماع پذیری	نسبتاً مطلوب	مطلوب	مطلوب
	حمایت از کاربران	-	-	متوسط
	هویت	مطلوب	مطلوب	متوسط

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

کالبد محیط	معنی محیط	تمایل کاربران	
۱.۰۰۰	۰.۱۳۳	۰.۰۶۷	Spearman's rho کالبد محیط Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N
۰	۰.۷۳۲	۰.۸۶۵	
۹	۹	۹	
۰.۱۳۳	۱.۰۰۰	۰.۰۹۸۳**	معنی محیط Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N
۰.۷۳۲	۰	۰.۰۰۰	
۹	۹	۹	
۰.۰۶۷	۰.۰۹۸۳**	۱.۰۰۰	تمایل کاربران Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N
۰.۸۶۵	۰.۰۰۰	۰	
۹	۹	۹	

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

مدیریت شهری

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

۴۶۰

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

متغیر	جنس	مدت حضور	هدف سفر به مشهد	غیر شهروند و شهروند	سن	علت مراجعه	تناوب استفاده
سطح معناداری	۰/۰۴۲	۰/۰۲۹	۰/۰۲۰	۰/۰۰۹	۰/۰۰۱	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
کمترین تفاوت در ادراک کیفیت ادراک کیفیت بیشترین تفاوت در							

۵- جمع بندی و نتیجه گیری

ادراک کیفیت‌های محیط فرآیند به تصویر کشیدن پیام‌های محیط ساخته شده در ذهن فرد (ادراک کننده) است. درک قابلیت‌های محیط از فردی به فرد دیگر متفاوت بوده و ویژگی‌های فردی و اجتماعی افراد می‌تواند 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 می‌باشد و در این فرآیند میزان دانش 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 فعالیت‌های اختیاری و اجتماعی خواهد داشت. درک این کیفیت‌ها تحت تأثیر تعامل دوجانبه محیط و انتظارات کاربران عرصه‌های همگانی قرار دارد. سودمندی محیط برای افراد وابسته به نیازهای آنهاست و با تغییر نیازها و انگیزه‌های افراد، سودمندی محیط برای آن‌ها تغییر می‌کند. بنابراین، ادراک محیط و کیفیت آن متأثر از نیازهای مردم و وابسته به تمام ابعاد محیط ازسویی و ویژگی‌های زندگی اجتماعی از سوی دیگر است. ارزش‌های جامعه در شکل دادن به محیط زندگی نقش دارند؛ و درک معنی محیط، تمایلات و بخشی از نیازهای فرد (به جز نیازهای بیولوژیک) تحت تأثیر شرایط زندگی اجتماعی قرار دارند. از این رو است که افراد، ادراک متفاوت از قابلیت‌های محیط مشخص دارند. در نتیجه ممکن است محیط برای برخی افراد احساس رضایت و برای دیگر ناخوشایندی و ناراحتی به همراه داشته باشد. در شهر مشهد استفاده مردم از عرصه‌های همگانی شهری وابسته به دو مفهوم زندگی اجتماعی در این شهر و اجتماع پذیری

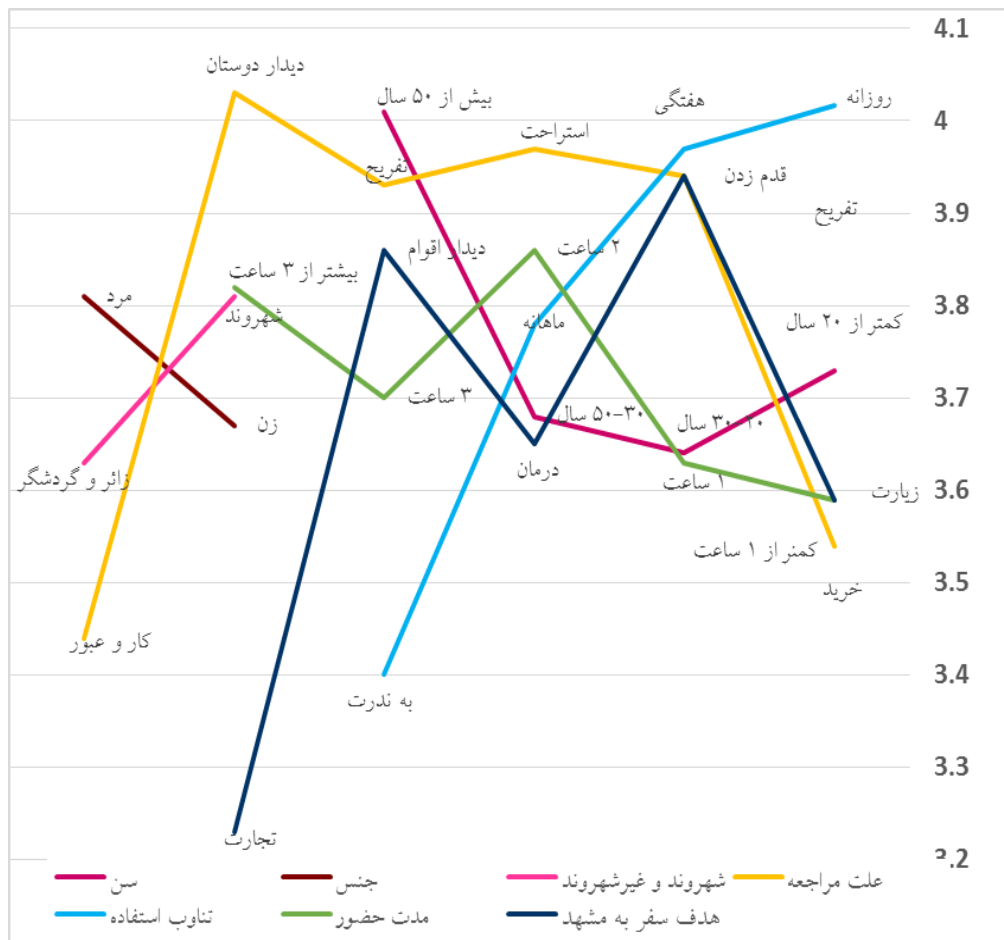
عرصه‌های همگانی می‌باشد. با توجه به حضور حدود ۱۵ میلیون نفر زائر و گردشگر در سال (با مدت اقامت متوسط ۵/۴ روز)، زندگی اجتماعی در مشهد ویژگی‌های متفاوتی با سایر شهرهای کشور دارد و با حضور زائران و گردشگران تعریف و معنی یافته است. مفهوم اجتماع پذیری در عرصه همگانی بر پایه نیاز مردم به باهم بودن و برقراری کنش اجتماعی با یکدیگر شکل می‌گیرد. اجتماع‌پذیری عرصه همگانی به ویژگی‌های کالبدی آن وابسته است. هنگامی که عرصه همگانی تأمین‌کننده نیازهای مردم نباشد (فاقد مطلوبیت کالبدی باشد)، اجتماع‌پذیری کاهش می‌یابد. اجتماع‌پذیری هنگامی اتفاقی افتد که نیازهای افراد، مطلوبیت کالبدی و معنی ادراک شده از محیط به گونه‌ای از یکدیگر حمایت کنند که عرصه همگانی برای جذب گروه‌های مختلف مردم مطلوب باشد و امنیت، سرزندگی، لذت، احساس آرامش و... فراهم شود. از سوی دیگر، توان اجتماع‌پذیر عرصه‌های همگانی به زندگی اجتماعی و سبک زندگی جامعه وابسته است. زندگی اجتماعی پیوندهای مختلف و متنوع مردم با یکدیگر را در برمی‌گیرد و نقش مردم را در جامعه تعریف می‌کند. کیفیت زندگی اجتماعی و برقراری ارتباط و کنش در عرصه‌های همگانی شهری به ویژگی‌های آن یعنی فعالیت‌ها و سبک زندگی روزمره مردمی که در آن باهم ارتباط دارند، زمانی که فعالیت‌ها در آن اتفاق می‌افتد، ارزش‌های اجتماعی و اعتقادات بستگی دارد.

درک کیفیت‌های عرصه‌های همگانی شهری تابع ادراک محیط ساخته شده در بعد کالبدی و معنایی و نیز نیازها و انتظارات کاربران آن‌ها می‌باشد؛ مشخص شده است، رابطه‌ای معنادار و قوی بین تمایلات و نیازهای کاربران عرصه‌های همگانی و معانی ادراک شده از محیط ساخته شده وجود دارد. براین اساس، کیفیت عرصه همگانی به معنی کنش خلاق بین مکان و استفاده‌کنندگان از آن، از برآیند

مدیریت شهری

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

۴۶۱



میانگین کیفیت ادراک شده از عرصه های همگانی شهر مشهد

مدیریت شهری

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

۴۶۲

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

بیشترین میزان کیفیت های عرصه همگانی را درک نموده اند و تمایل بیشتری به حضور در آن ها دارند. در این گروه کمترین میزان کیفیت توسط جوانان ۲۰ تا ۳۰ ساله درک شده است. همچنین، مردان نسبت به زنان عرصه های همگانی شهر مشهد را باکیفیت بالاتری ارزیابی کرده اند؛ و شهروندان به نسبت زائران و گردشگران به دلیل آشنایی بیشتر با عرصه های همگانی و نیز خاطرات جمعی و حس تعلق بیشتر، کیفیت های بیشتری از عرصه های همگانی را دریافت نموده اند. در میان زائران و گردشگران نیز، دسته ای که برای دیدار اقوام خود به مشهد سفر کرده اند، عرصه های همگانی شهر مشهد را باکیفیت بالاتری ارزیابی کرده اند و افرادی

سه مؤلفه محیط کالبدی، محیط معنایی و تمایل کاربران درک می شود و چنانچه هماهنگی بین این مؤلفه ها ایجاد گردد، رضایت از عرصه همگانی حاصل می شود و در این صورت عرصه همگانی می تواند بستری برای حضور افراد و برقراری تعامل و ارتباط اجتماعی باشد. همچنین مشخص گردید که در ادراک کیفیت عرصه های همگانی شهر مشهد، 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. همان گونه که در شکل ۳ مشاهده می شود، در بین گروه های سنی مختلف، کاربرانی که بیش از ۵۰ سال دارند،

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 می‌باشند.

افرادی که برای دیدار دوستان خود به فضاهای همگانی آمده‌اند، عمدتاً حس تعلق و نشاط نموده در تمایل بیشتری برای حضور در عرصه همگانی دارند و لذا آن‌ها را باکیفیت‌تر ارزیابی نموده‌اند. کاربرانی که به‌صورت 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 بافاصله زمانی طولانی‌تری 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 مآخذ

۱. راپاپورت، آ. (۱۳۸۴). معنی محیط ساخته‌شده: رویکردی در ارتباط غیرکلامی. (ف. حبیب، مترجم) چاپ اول. تهران: انتشارات شرکت پردازش و برنامه‌ریزی شهری.
۲. کرمونام، تیزدل، الف. (۱۳۹۰). خوانش مفاهیم طراحی شهری. (ک. ذکاوت؛ ف. فرشاد، مترجم) چاپ اول. تهران: انتشارات آذرخش.
۳. گل، ی؛ اسوار، ب. (۱۳۹۴). بررسی زندگی فضای عمومی. (م. س. ایزدی؛ س. محمدی؛ س. خبیری، مترجم) چاپ اول. تهران: انتشارات اول و آخر.
۴. مهندسین مشاور فرهنگ. (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 فرهنگ. (۱۳۸۸b). مطالعات کیفیت محیط شهری. کیفیت عرصه‌های همگانی.

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 Dimention. 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, L& 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 Bacom 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-



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

۴۶۳

- 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.



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

■ ۴۶۴ ■