

مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، دوره ۸، شماره ۱، بهار ۱۳۹۸: ۱۷۵-۱۹۷

تأثیر فضای پیاده‌روهای شهری بر حیات اجتماعی جوانان (مطالعه موردی: پیاده‌روهای شهر آمل)

بهشته محمدی^۱

محمود شابع‌پور^۲

تاریخ دریافت: ۹۷/۰۶/۰۱ تاریخ پذیرش: ۹۷/۱۲/۲۰

چکیده

شهر آرمانی، شهری است که به بهترین وجه با استفاده از قدرت فناوری مدرن، به ارتباطاتی سازنده میان افراد حاضر در فضاهای باز شهری می‌پردازد. جوانان با داشتن ارتباطات مفید در شهر می‌توانند به انواع نیازهای خود در دوره جوانی پاسخ دهند. هدف این مقاله بررسی میزان تأثیر فضای پیاده‌روهای شهری بر برطرف‌شدن نیازهای جوانان در این فضا است. پژوهش حاضر پیمایشی است که جامعه آماری آن شامل تمامی جوانان ۱۵-۲۹ سال شهر آمل است. با استفاده از فرمول کوکران نیز ۳۰۰ نمونه انتخاب شده است. ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه است. در بررسی متغیرهای زمینه‌ای، جنس و میزان تحصیلات با ارتباطات اجتماعی در فضای پیاده‌رو رابطه معناداری دارد. سن نیز بر دو بعد ارتباطات اجتماعی و اوقات فراغت مؤثر است. همچنین وضعیت تأهل بر بعد اوقات فراغت در فضای پیاده‌رو تأثیر می‌گذارد؛ به طوری که افراد مجرد، از این فضا برای فراغت خود بیشتر استفاده می‌کنند. نتایج نشان می‌دهد پایگاه اقتصادی-اجتماعی بر میزان ارتباطات اجتماعی تأثیرگذار است. سرمایه فرهنگی افراد بر بعد اوقات فراغت و ویژگی محیطی فضای پیاده‌روها معنادار است. همچنین میزان سرمایه اجتماعی، میزان استفاده از فضا و مطلوبیت فضایی بر میزان ارتباطات اجتماعی، احساس امنیت و نگرش جوانان در مورد ویژگی محیطی این فضا تأثیرگذار است.

واژه‌های کلیدی: احساس امنیت، ارتباطات اجتماعی، اوقات فراغت، حیات اجتماعی جوانان، فضای پیاده‌روها، ویژگی محیطی و امکانات.

۱. کارشناس ارشد مطالعات جوانان دانشگاه مازندران، beheshte.mohammadi@yahoo.com

۲. استاد دانشگاه مازندران (نویسنده مسئول)، sharepour@yahoo.com

مقدمه و طرح مسئله

«جوانان» به‌عنوان سازه‌ای اجتماعی، فرهنگی و زیستی زمینه‌ساز تغییرات اجتماعی هستند. شتاب و تنوع تغییراتی که جامعه در حال‌گذار ایران تجربه می‌کند، ناشی از حضور جوانان است که شرایط زندگی‌شان از نسل‌های پیشین بسیار متفاوت است. امروزه دوره جوانی که با فردی‌شدن، استقلال و تنوع‌طلبی همراه شده است، زمینه مسائل پیچیده‌ای را فراهم می‌کند. از جمله تعاریفی که در مورد جوان می‌توان بیان کرد، فرهنگ و بستر است که واژه جوان را مراحل اولیه زندگی یا در حال رشد بودن می‌داند و ویژگی‌های جوانی را حالات و کیفیاتی می‌داند که در رفتار ظاهر می‌شود؛ از جمله شادابی، قوت، سرزندگی. همچنین جوانان را نماد فرهنگی، گروه جمعیتی یا مقوله سنی تعریف و مفهوم‌سازی می‌کند. علاوه‌براین «با شاخص‌های زیست‌شناختی و مراحل بلوغ فکری که در فرایند انتقال از کودکی به نوجوانی و جوانی دخیل است، می‌توان جوانی را مفهومی تصور کرد که زائیده تعاملات اجتماعی جوانان با جامعه و بالعکس است. تصور از جوانان، مقوله و جوانی چارچوب و قالب اجتماعی آن است که احتمالاً در پاسخ به مسائل و واقعیات موجود در دنیای بزرگ‌سالان شکل می‌گیرد. جامعه‌شناسان عموماً گروه‌های سنی را محصول تعامل عمل زیستی و اجتماعی می‌دانند» (ذکائی، ۱۳۸۷: ۲۶). با در نظر گرفتن دوره سنی در تعریف جوانی، ۲۳.۶۹۴.۱۸۵ جوان در ایران داریم (سرشماری نفوس و مسکن، ۱۳۹۰) که این تعداد نشان‌دهنده جوانی جمعیت ایران است.

نظریه‌های متعددی درباره جوانان وجود دارد؛ از جمله نظریه اشبرانگر که درباره تجدید حیات و دگرگونی مداوم وضعیت روحی و کشف «من»، دارای تلون مزاج، توجه به طبیعت، درک متفاوت از دوره جوانی، گرایش به افراطی‌گیری چپ و راست و تشریح شرایط از فهم خود بیان شده است (شفرز، ۱۳۸۳: ۱۰۰). فرهنگ جوانان متفاوت با فرهنگ عمومی جامعه است؛ برای نمونه می‌توان به موسیقی جوانان اشاره کرد که در طول چند دهه تفاوت بسیاری کرده است. همچنین جوانان نگرش سیاسی مخالفی با وضعیت جامعه دارند. هنجارشکنی، پوشیدن لباس‌های متمایز، نقاشی کردن متروها و اسپری کردن دیوار نشان‌دهنده فرهنگ جوانان و نشانه‌های مقاومت آنان در برابر هنجارهای رسمی جامعه است (لومبارد، ۲۰۱۲).

با توجه به ویژگی‌های دوره جوانی، جوانان نیازهای متعددی دارند؛ از جمله کار، مسکن، تفریح، سرگرمی، ازدواج و... یکی از راه‌هایی که بیشتر جوانان برای برطرف کردن نیازهای خود انتخاب می‌کنند، فضاهای باز شهری است که یکی از مهم‌ترین و مؤثرترین مکان‌های برقراری تعامل اجتماعی شهروندان با یکدیگر به‌شمار می‌آیند. غفلت از نیازهای جوانان و سلطه بزرگسالان در تصمیم‌گیری‌های شهری سبب شکاف عمده میان دو گروه می‌شود که برای از بین بردن این شکاف فرهنگی باید از نظرات جوانان و اندوخته‌های آنان در فضای شهری استفاده کرد (لوزیلی، ۲۰۰۷). «فضاهای عمومی جامعه ارزش‌های مشترک بسیاری دارند؛ از جمله مکانی برای انتشار اخبار و ارتباطات اجتماعی هستند» (گین، ۱۹۹۸). شرایط اجتماعی، اقتصادی و سیاسی یک جامعه بر میزان موفقیت جوانان و اینکه چه آینده‌ای برای خود متصورند، مؤثر است. آنچه برای رشد و توسعه جوانان ضروری محسوب می‌شود، محیط‌هایی است که در آن‌ها تحرک، خودمختاری و استقلال، فرصت‌های لازم برای اکتشاف و اجتماعی‌شدن گروه همسالان را فراهم می‌کند. خشونت، فقر یا سرمایه‌گذاری نکردن برای جوانان، آینده‌ای روشن برای آنان رقم نمی‌زند. بی‌توجهی به نیازهای جوانان در شهر سبب احساس ناخوشایند آن‌ها از شهر می‌شود و از نگاه آنان شهری مرده و بی‌روح به حساب می‌آید (هیپفل و همکاران، ۲۰۰۳: ۸۳۵).

اهمیت فضاهای عمومی در عرصه‌های اجتماعی به‌صورت تنوع اجتماعی و قومی در استفاده از فضاهای عمومی، فرصت‌هایی برای برخورد اجتماعی و روابط اجتماعی، پتانسیل فضاهای عمومی برای امکان تماس میان گروه‌های مختلف و پرورش درک میان اقوام همچنین برای افزایش رفاه اجتماعی است (دینس و همکاران، ۲۰۰۶). یکی از فضاهای عمومی مهم در شهرها پیاده‌روها هستند که فضایی برای تعاملات ساکنان شهری محسوب می‌شوند. خیابان‌ها و پیاده‌روهایشان عمده‌ترین مکان‌های عمومی یک شهر و اصلی‌ترین درگاه‌های حیاتی آن هستند. اعتماد به خیابانی در شهر از بسیاری ارتباطات کوچک عمومی پیاده‌رو در طول زمان حاصل می‌شود. گسترش این امر ناشی از توقف مردم در آن سبب شکل‌گیری ارتباطات می‌شود. این ارتباطات به‌ظاهر کم‌مایه‌اند، اما احساس هویت عمومی را برای مردم به‌دنبال دارند؛ شبکه‌ای از احترام و اعتماد عمومی و منبعی برای مواقع نیاز شخصی یا محله‌ای. از دیدگاه جین شهری موفق

است که فرد در خیابان‌های مملو از بیگانگان آن احساس امنیت فردی و اطمینان داشته باشد. نبود خیابان‌های امن سبب ترس مردم از حضور در آن‌ها شده و خود خیابان‌ها را ناامن‌تر می‌کند. اولین چیزی که باید درک کنیم این است که آرامش عمومی - آرامش پیاده‌رو و خیابان‌ها - شهرها اساساً از سوی پلیس به این‌گونه که مشاهده می‌شود، حفظ نمی‌شود. این آرامش ابتدا به‌کمک شبکه پیچیده و اغلب ناآگاهانه از کنترل‌ها و استانداردهای داوطلبانه میان مردم کنترل و به‌وسیله آن‌ها اجرا می‌شود (جین، ۱۳۹۲: ۳۲-۵۹). کشورهای پیشرفته در سال‌های اخیر، به‌ویژه بعد از جنگ جهانی و بازسازی شهرها، سیاست‌هایی را در زمینه حضور بیشتر مردم در فضاهای عمومی و تشویق آن‌ها به پیاده‌روی تدوین کرده‌اند، موضوع جابه‌جایی انسان پیاده را مدنظر قرار داده‌اند و سازمان‌دهی آن را با برنامه‌ریزی دقیق و همه‌جانبه پیگیری کرده‌اند (معینی، ۱۳۸۵). برای داشتن جامعه‌ای پویا به جوانانی نیاز داریم که از نظر روحی، روانی، جسمانی و اجتماعی غنی باشند. برای این منظور نیاز است امکانات رفاهی، تفریحی، بهداشتی، آموزشی و... فراهم شود. از اماکن مفید در این زمینه فضاهای عمومی شهر از جمله پیاده‌روهاست. «جامعه ما، جامعه جوانی است و بیشتر افراد جامعه ایرانی را جوانان زیر سی سال تشکیل می‌دهند؛ بنابراین جوانان یکی از فرصت‌ها و همچنین چالش‌های اساسی جامعه ایرانی هستند. به‌رغم این واقعیت، جوانان کمتر موضوع بررسی‌های علمی، به‌ویژه جامعه‌شناختی بوده‌اند. درحالی‌که در دانشگاه‌های ما، به‌ویژه در رشته‌های علوم انسانی، جوانان موضوع هیچ‌یک از دروس دانشگاهی نیستند. آن‌ها نه تنها در عرصه پژوهش‌های علمی و دانشگاهی نادیده گرفته می‌شوند، بلکه جامعه و مقامات، به‌سادگی از کنار آن‌ها می‌گذرند» (راسخ، ۱۳۸۳: ۹). هدف پژوهش حاضر، بررسی تأثیر فضای پیاده‌روهای شهری بر حیات اجتماعی جوانان است. تاکنون پژوهش‌های زیادی درباره توصیف فضای شهری انجام شده، اما این جنبه کمتر مدنظر قرار گرفته است که کارکرد فضای پیاده‌رو شهری در برطرف کردن نیازهای جوانان چگونه است و فضاهای پیاده‌رو تا چه حد توانسته‌اند نیازهای جوانان را پاسخ بگویند. این پژوهش تلاشی برای پاسخگویی به پرسش‌های زیر است:

پیاده‌روها تا چه حد محیط مناسبی را در شکل‌گیری ارتباطات اجتماعی، گذراندن اوقات فراغت، امنیت فضایی و امکانات و چیدمان، برای جوانان و برطرف کردن نیازهای آن‌ها ایجاد کرده‌اند؟

متغیرهای زمینه‌ای (سن، جنس، میزان تحصیلات، وضعیت تأهل و وضعیت اشتغال) تا چه حد بر میزان استفاده و برطرف‌شدن نیازهای جوانان در فضای پیاده‌روها مؤثر است؟
متغیرهای پایگاه اقتصادی-اجتماعی، سرمایه فرهنگی، سرمایه اجتماعی، میزان استفاده از فضا و مطلوبیت فضایی چه میزان در نحوه استفاده جوانان از فضای پیاده‌روها تأثیرگذار بوده‌اند؟

چارچوب مفهومی

این مقاله مبتنی بر نظریه و چارچوب نظری نیست و براساس مباحث مفهومی فضای شهری و چارچوب مفهومی تدوین شده است. در ادامه مفاهیمی از تعریف فضای شهری و ارتباط آن‌ها با روابط اجتماعی، فراغت، فرم و شکل فضاهای شهر و تأثیر آن بر حضور افراد و امنیت فضاها تعریف شده است. از جمله فضاهای تأثیرگذار شهری در این زمینه پیاده‌روها هستند. دزین (۱۹۷۰) طرحی را که پارسونز و شیلز (۱۹۵۱) تدوین کرده‌اند تشریح کرده و در پنج سطح به‌عنوان سطوح نظریه ارائه داده است. سطح سوم از انواع نظریه، چارچوب مفهومی است. به نظر او طرح‌های مفهومی با ارائه تصویری سامانمند از جهان (همانند سنت هستی‌شناختی) ما را به سطح بالاتری انتقال می‌دهند. در این طرح‌ها گزاره‌هایی درباره روابط میان مفاهیم تدوین می‌شود و در گستره وسیعی از وضعیت‌های گوناگون می‌توان از آن‌ها استفاده کرد. حتی برخی طرح‌های مفهومی ادعای بازنمایی جامعه و اجزای سازنده آن را دارند؛ مانند نظریه نظام کنش پارسونز. مفاهیم طرح‌های مفهومی را می‌توان به‌صورت طرحی از روابط متقابل تدوین کرد که شامل مفروضاتی درباره پیوندهای علی است (بلیکی، ۱۳۹۲: ۱۸۹).

هریک از رشته‌های علوم انسانی مرتبط با مسائل شهری، از منظر خاصی به شهر و مسائل شهری توجه کرده‌اند. جغرافی‌دانان مطالعات خود را بر ساختمان فیزیکی شهر متمرکز می‌کنند و می‌کوشند شهر را منظره‌ای مصنوعی تعریف کنند که در آن خیابان‌ها، ساختمان‌ها، جدول‌های آب و سایر دستگاه‌ها و بناها ساخته شده‌اند و زندگی شهری را امکان‌پذیر می‌کنند. اقتصاددانان در مطالعات نواحی تجاری به بازارهای خرید و مکان‌های مبادله کالا توجه کرده‌اند و شهر را مرکز تولید و مبادله کالاهای صنعتی و تجاری می‌دانند. به عقیده آن‌ها، دگرگونی

ارزشی شهرها از دگرگونی اقتصادی ریشه می‌گیرد. جامعه‌شناسان شهر را با معیارهای مانند جمعیت، ساختمان شهری، کارکرد شهر، سبک زندگی شهرنشینان، روابط اجتماعی حاکم بر شهر و... تعریف کرده‌اند. به‌طورکلی تعاریف گوناگون از شهر را می‌توان در چهار قالب دموگرافیک، نهادی، فرهنگی و رفتاری دسته‌بندی کرد. دموگرافیک، شهر را براساس جمعیت و تراکم آن تعریف می‌کند و جمعیت در این تعریف اصل است. تعریف نهادی رویکردی ساختی به شهر دارد، اما به محتوای آن توجه نمی‌کند. تعریف فرهنگی بر این مبنا به شهر و شیوه زندگی توجه می‌کند. شهرها با یکدیگر متفاوت‌اند و قالبی فرهنگی به‌شمار می‌آیند. انسان شهری نیز باید از شیوه‌های زیستن تبعیت کند. در تعریف رفتاری، برخی جامعه‌شناسان شهر را براساس رفتار شهرنشینان تعریف کرده‌اند؛ زیرا شهر کالبد فیزیکی محض نیست. ماهیت شهر را رفتار شهرنشینان تشکیل می‌دهد. در این تعریف رفتارهای شهروندان در شهر مدنظر قرار می‌گیرد (نورعلی وند، ۱۳۹۴: ۲۴-۲۸).

فضا عنصر جدانشدنی ساخت مادی و ساختمان‌شدن زندگی اجتماعی است؛ بدین معنا که نمی‌توان آن را جدا از جامعه و روابط اجتماعی فهمید (افروغ، ۱۳۷۷: ۱۸). فضا در مفهوم عمومی آن به‌منزله خیابان‌ها، میدان‌ها و پارک‌هاست که ارتباط میان مکان‌ها و فعالیت‌های مرئی میان آن‌ها می‌تواند در جذابیت و عملکرد بهتر فضاها مؤثر باشد. فضاهای شهری متشکل از شبکه‌ای از فضاهاست که با هم در ارتباط هستند. هر فضا معنای خاصی را به استفاده‌کنندگان آن منتقل می‌کند؛ خواه به‌کمک نمادها یا براساس معلومات مشاهده‌گر از معانی اشکال و حرکات مشهود (بحرینی، ۱۳۹۱: ۲۶۰-۲۶۱). فضا محصول اجتماعی و سیاسی است. فضای شهری را دو گونه تعریف می‌کنند: فضای اجتماعی و فضای ساخته‌شده و مصنوع. فضای اجتماعی تداعی نهادهای اجتماعی است. جامعه‌شناسان فضای شهری را فراتر از محیط فیزیکی می‌دانند و آن را فرایند به‌شمار می‌آورند. تجربه ما از فضا، رویدادی حسی است که در نحوه تعامل ما تأثیر می‌گذارد و ذهنیت ما از فضا را شکل می‌دهد.

عرصه عمومی فعال برای جامعه‌ای سالم ضروری است؛ زیرا ارتباطات رودررو در این فضاها شکل می‌گیرد. فضاهای به‌خوبی مدیریت‌شده، پذیرای گروه‌های مختلف اجتماعی، نژادی و سنی و در خدمت آن‌ها هستند که با هدف از پیش تعیین‌شده این فضاها را به‌کار

می‌برند (مدنی‌پور، ۱۳۷۹: ۲۱۶-۲۲۱). فضا، وسیله و نتیجه، پیش‌شرط و پیامد عینی کنش و رابطه اجتماعی محسوب می‌شود. این روابط می‌تواند رسمی یا نهادی باشد. علاوه بر این ممکن است حس به مکان را در فرد ایجاد کند که این حس می‌تواند هویت مکانی را شکل دهد (افروغ، ۱۳۷۷: ۷۱). بشر همواره با ساختارهایی در شهر، نیاز ذاتی خود را برای برقراری روابط اجتماعی برآورده می‌کند؛ فضاهایی که از نظر اجتماعی فعال هستند و امکان ارتباطات چهره به چهره انسانی را درون اجتماع شهر و در کالبدی سازمان‌یافته فراهم می‌کنند. در گذشته عابر پیاده عنصر اصلی در برنامه‌ریزی و طراحی شهری بود و مقیاس انسانی در همه ابعاد جایگاه اول را داشت (رفیعیان و همکاران، ۱۳۹۰). بیشتر مردم برای تعاملات اجتماعی خود مکانی را در جریان عبور و مرور یا در محل تلاقی راه با میدان انتخاب می‌کنند. بخش کمی از آن‌ها مکان‌های بدون عبور و مرور را برمی‌گزینند و بیشتر تمایل دارند در مکان‌های شلوغ ارتباطات اجتماعی برقرار کنند و متوقف شوند (وایت، ۱۳۹۱: ۲۳). پیاده‌رو - بخشی از خیابان که برای جداسازی و حفاظت مردم از وسایل نقلیه در نظر گرفته شده است - تاریخی طولانی و منقطع دارد. پیاده‌روها ساده‌ترین نوع جابه‌جایی میان مبدأ و مقصد را میسر می‌کنند. در واقع پیاده‌روی گونه‌ای از حمل‌ونقل است که به صورت مستقل و بدون هیچ‌گونه ابزار یا وسیله‌ای خارجی امکان‌پذیر است (نصری، ۱۳۹۰). شرایط محیطی پیاده‌رو باید از نظر شکل و فرم ساختاری مناسب با محیط باشد و از نظر کیفیت نباید با افزایش مصرف و تغییرات آب و هوایی دچار اصطکاک شود. همچنین پیاده‌روها باید حالت ارتباطی مناسب با مناطق مهم و مختلف شهر داشته باشند (لیوایلکورتا و همکاران، ۲۰۱۷).

خیابان شهری که به خوبی از آن استفاده می‌شود (مستعد آن است که خیابانی امن باشد) سه کیفیت اصلی دارد: اول اینکه مرزبندی روشنی میان فضای عمومی و خصوصی آن وجود داشته باشد. دوم، چشم‌ها باید به روی خیابان گشوده باشند؛ چشم‌هایی که به صاحبان مسلم خیابان تعلق دارند. ساختمان‌های خیابانی که برای مواجهه با بیگانگان همچنین تضمین امنیت آن‌ها و ساکنان خود تجهیز شده باشند، باید به سوی خیابان ساخته شده باشند. نمی‌توان پشت یا سمت خالی ساختمان‌ها را به سوی خیابان ساخت و آن را کور کرد. سوم اینکه پیوسته باید از پیاده‌روها استفاده کرد؛ چه برای افزودن به تعداد چشم‌های کارایی که به خیابان دوخته

می‌شوند و چه برای تشویق تعداد کافی ساکنان در ساختمان‌های طول خیابان برای نگریستن به پیاده‌روها. برای داشتن خیابان و پیاده‌روهای خوب و مناسب، پیش‌نیاز اساسی کمیت قابل توجهی از مغازه‌ها و سایر فضاهای عمومی در طول پیاده‌روهای یک محدوده پراکنده است؛ مانند مغازه‌ها، بارها و رستوران‌ها. دلیل دوم که می‌تواند حضور مردم را در پیاده‌روها افزایش دهد این است که اگر پیاده‌روها جاذبه‌ای ندارند، مانند راه‌هایی برای رسیدن به نقاط دیگر به کار می‌روند (جین، ۱۳۹۲: ۳۵-۳۷). عواملی که بر حضور عابر پیاده تأثیرگذارند، ویژگی طراحی محیط، تجربه فردی و خاطرات ادراکی فرد هستند. همچنین از جمله ویژگی‌های مهم خیابان‌ها و فضاهای عمومی، امن بودن، در دسترس بودن و مکانی الهام‌بخش است. فضای شهری منعکس‌کننده ساختار سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و تغییرات دولتی هستند (مونیکا مونتسرات، ۲۰۱۲: ۳۲۷۲).

مشخصات پیاده‌رو عبارت‌اند از:

۱. پیاده‌روها و تقاطع‌های دارای طراحی دوستانه با عابر پیاده؛
۲. داشتن اتصال خوب با سایز روش‌های حمل‌ونقل، به‌ویژه دوچرخه و حمل‌ونقل عمومی؛
۳. شبکه پیوسته عابر پیاده از مقصدی به مقصد دیگر؛
۴. نزدیک پیاده‌رو و هم‌سطح بودن با خیابان ورودی مغازه؛
۵. قراردادن مقاصد مورد نظر در مسیر پیاده (خانه‌ها، مغازه‌ها، پارک‌ها، تفریحات و...)
۶. قراردادن تجهیزات متعدد (مبلان خیابان، علائم، سطل آشغال و...)
۷. امکان برقراری ارتباط میان افراد و انجام دادن فعالیت‌های متعدد اجتماعی؛
۸. هماهنگی پیاده‌رو و تسهیلات عابر پیاده با کل منظر خیابان (هایوکوان، ۲۰۰۴ به نقل از ایرانمش، ۱۳۸۵).

جین پیاده‌روها را خط تمایز میان دنیای عمومی شهر و دنیای خلوت‌ها می‌داند. براین اساس فراوانی فرصت‌ها برای برقراری ارتباط عمومی در پیاده‌روها زمانی رخ می‌دهد که مردم از این فضا برای رفتن از جایی به جای دیگر استفاده کنند، یا برای خود پرسه بزنند. همچنین به دلیل میزبانان عمومی، بدون آنکه موجب آزار کسی شوند، می‌توانند پیاده‌روها را

حفظ کنند. در چنین فضایی، افراد یک محله با همه مردم بدون گرفتاری‌های ناخواسته، کسالت، ترس از هزینه و... آشنا می‌شوند و این ارتباطات بدون مرز سال‌ها و دهه‌ها ادامه می‌یابد (جین، ۱۳۹۲: ۶۵).

روش پژوهش و ابزار گردآوری داده‌ها

پژوهش حاضر پیمایشی است که در آن از پرکاربردترین ابزار گردآوری داده‌ها یعنی پرسشنامه استفاده شده است. پرسشنامه محقق‌ساخته براساس اهداف و پرسش‌های پژوهش تهیه شده و به‌کار رفته است. پرسش‌های این پرسشنامه در سه بخش زمینه‌ای، متغیرهای مستقل و متغیرهای وابسته مطرح شده است. واحد تحلیل پژوهش حاضر، فرد (جوانان) و تحلیل در سطح خرد است. محدوده مطالعه نیز شهر آمل است. جامعه آماری پژوهش شامل تمامی جوانان ۱۵-۲۹ سال شهر آمل است که براساس آمار سرشماری سال ۱۳۹۰ تعداد آن‌ها، ۶۲.۵۳۷ نفر گزارش شده است.

نمونه آماری در پژوهش حاضر چندمرحله‌ای است. در ابتدا حجم کل نمونه به‌کمک فرمول نمونه‌گیری تصادفی ساده به‌دست آمد و میانگین و واریانس شاخص اصلی پژوهش با استفاده از نمونه‌گیری مقدماتی محاسبه شد. همچنین با خطای ثابت، نمونه نهایی تعیین شد. پس از جای‌گذاری هریک از اطلاعات، حجم نمونه $n=250$ محاسبه شد. اطلاعات حاصل از پیش‌آزمون شاخص پیاده‌روها نشان می‌دهد، میانگین $53/2$ ، واریانس $144/9$ و انحراف معیار $12/0$ است.

در این پژوهش از نمونه‌گیری چندمرحله‌ای با شروع تصادفی ساده استفاده شد؛ به‌طوری‌که ابتدا حجم نمونه کل انتخاب و سپس با انتخاب ۱۰ خوشه از خوشه‌های نقشه‌های آماری شهری به‌صورت تصادفی، ۲۵ نمونه از هر خوشه مشخص شد. به این صورت که نمونه‌گیری از جنوب غربی بلوک مبدأ (بلوک یک) شروع شد. سپس با فاصله سه خانوار، جوانان ۱۵-۲۹ سال برای پاسخگویی انتخاب شدند. این روند تا انتخاب واحد آماری ۲۵ ادامه یافت. با توجه به احتمال ناقص بودن پرسشنامه‌ها به دلیل پاسخ‌ندادن و... در مجموع ۳۴۵ پرسشنامه تکثیر و توزیع شد. پس از کنارگذاشتن پرسشنامه‌های ناقص، در نهایت تجزیه و تحلیل ۳۰۰ پرسشنامه صورت گرفت که برای این منظور از نرم‌افزار SPSS استفاده شد. اعتبار این پژوهش از نوع محتوایی است. ضریب

آلفای کرونباخ برای شاخص‌های استفاده از پیاده‌روها ۰/۸۰۲ به دست آمد که نشان می‌دهد مقیاس‌های این پژوهش پایایی نسبتاً بالایی دارد.

تعریف متغیر وابسته

پیاده‌روها: پیاده‌رو مهم‌ترین شبکه دسترسی شهری است. اهمیت این شبکه به این دلیل است که در مقیاس حرکت انسان قرار دارد؛ از این رو باید از دیدگاه سهولت در حرکت کاملاً بی‌مانع باشد. برای داشتن حرکت سهل و آسان، باید عرض پیاده‌رو، جنس کف و شیب آن مدنظر قرار بگیرد (سعیدینیا، ۱۳۸۳: ۵۷). یکی از فضاهایی که شاهد حضور پررنگ مردم و همچنین نمود فعالیت‌های فیزیکی آن‌ها در شهرها هستیم، پیاده‌روهای شهری است که عضو جدایی‌ناپذیر خیابان‌هاست و تعامل انسان را در کنار ساخته‌هایش یعنی اتومبیل‌ها ممکن کرده است. پیاده‌روی هنوز مهم‌ترین ابزار برای مشاهده مکان‌ها، فعالیت‌ها، احساس شور و تحرک زندگی و کشف ارزش‌ها و جاذبه‌های نهفته در محیط به‌شمار می‌رود. پیاده‌روها فضای عمومی و اصلی شهر و نیز حیاتی‌ترین عضو محسوب می‌شوند که امکان مکاشفه در محیط را برای انسان مهیا می‌کنند. باید توجه داشت که هیچ حرکتی از نظر هماهنگی با احساس و ادراک انسان به پای پیاده‌روی نمی‌رسد. معبر پیاده در فضای عمومی شهر می‌تواند موجب تقویت رابطه اجتماعی و معنوی شهروندان شود (غفاریان شعاعی و همکاران، ۱۳۹۳).

اوقات فراغت: از نظر مفهومی فراغت را می‌توان در سه سطح متقابل بررسی کرد. نخست، می‌توان آن را از زاویه اصطلاح باقی‌مانده نگریست و آن را وقت و فضای مازاد بر میزان مورد نیاز در رفع ضرورت‌های زندگی به‌شمار آورد. دوم اینکه می‌توان آن را وقت و زمانی دانست که آگاهانه در خدمت غنای شخصی و لذت قرار می‌گیرد. سوم می‌توان آن را نوعی فعالیت کارکردی شمرد که اهداف اجتماعی تعریف‌شده‌ای از قبیل هم‌بستگی، تعاون، درک متقابل یا سلامت و بهزیستی جسمی و روانی را دنبال می‌کند. از نظر روانشناسی، فراغت نوعی وضعیت عاطفی خودار تقدارنده و معطوف به آزادی است که تا حدود زیادی نوعی وضعیت ذهنی تلقی می‌شود که با لذت، پاداش و رضایت خاطر پیوند دارد. در تعریفی دیگر، فراغت یعنی افراد، آزادی، انتخاب و خودمختاری دارند (روجک، ۱۳۸۸: ۵۲-۶۶).

امنیت: پس از شکل‌گیری امنیت فردی، افراد برای تحقق امنیت و تحکیم جایگاه خود

ناگزیر از عضویت در اجتماعات یا گروه‌های مختلف اجتماعی هستند که به این امر امنیت جامعه‌ای می‌گویند. این امنیت نوعی احساس اطمینان‌خاطر است که جامعه و گروه در آن مرجع اساسی هستند. برخی پژوهشگران این امنیت را به امنیت اجتماعی‌شده یا امنیت ساخته‌وپرداخته جامعه معنا کرده‌اند؛ یعنی اطمینان‌خاطر گروه‌های مختلف اجتماعی به حفظ موجودیت و هویت خود در برابر تحولات عادی و تحولات عمدی (نصری، ۱۳۹۰: ۱۱).

ارتباطات اجتماعی: تعامل اجتماعی به معنای رابطه میان دو نفر یا بیشتر است که به واکنشی میان آن‌ها منجر شود. این واکنش برای هر دو طرف شناخته شده است؛ بنابراین روابط بدون معنا در زمره این تعریف قرار نمی‌گیرد. البته تعاریف دیگری نیز برای تعاملات اجتماعی وجود دارد؛ برای نمونه، تعامل اجتماعی و برقراری ارتباط می‌تواند موضوعی فیزیکی، نگاه، مکالمه و ارتباط میان افراد باشد که مستلزم تعریف رویدادها و فعالیت‌های متناسب و در نتیجه نقش‌پذیری مردم در فضا و عضویت آن‌ها در گروه‌ها و شبکه‌های اجتماعی است. در فضاهای عمومی، نسل‌های گوناگون با هم حضور دارند. به عبارت دیگر، راه دستیابی به روابط اجتماعی منسجم و پایدار و ارتقای تعامل و حضور در فضاهای عمومی نیازمند این است که دانش ما درباره چگونگی الگوهای مختلف اجتماعی شدن توسعه یابد که این امر حوزه گسترده‌ای از مطالعات را در زمینه‌های گوناگون مانند بررسی تعاملات بین‌نژادی، بین‌سنی، بین‌جنسی و بین‌طبقه را می‌طلبد (بهزادفر و طهماسبی، ۱۳۹۲).

ویژگی محیطی و امکانات: ویژگی محیطی بر تعاملات افراد در فضای شهری تأثیرگذار است. «از مهم‌ترین این عوامل می‌توان به محیط‌زیست شهری، نحوه ارتباطات و دسترسی‌ها، تسهیلات و خدمات رفاهی، امنیت اجتماعی، توجه به قشرهای خاصی از جامعه، فرهنگ و هویت آن‌ها و... اشاره کرد» (فرجی ملائی، ۱۳۹۴).

در پژوهش حاضر، به‌منظور سنجش متغیر شاخص‌های استفاده از پیاده‌رو پرسش‌هایی تدوین شده که به‌صورت بسته از طیف ۵ درجه‌ای (بسیار موافقم: نمره ۵، موافقم: نمره ۴، نظری ندارم: نمره ۳، مخالفم: نمره ۲ و بسیار مخالفم: نمره ۱) استفاده کرده است.

تعریف متغیرهای مستقل

پایگاه اقتصادی-اجتماعی: میزان درآمد، نوع شغل، وسایل و امکانات در دسترس فرد، سرمایه

اقتصادی او را نشان می‌دهد. برای سنجش این متغیر از پرسش‌هایی مانند تحصیلات، درآمد، مالکیت منزل-اتومبیل و نوع شغل استفاده شده است. این پرسش‌ها به صورت باز و بسته هستند. براساس رتبه‌بندی مشاغل، شغل‌ها رتبه‌بندی شدند و بعد ابعاد مربوط به سرمایه اقتصادی استاندارد و پس از ترکیب کردن آن‌ها با هم، متغیر مورد نظر به دست آمد.

سرمایه فرهنگی: برای سنجش متغیر سرمایه فرهنگی از متغیرهای میزان مطالعه کتاب‌های درسی و غیردرسی، ورزش، استفاده از کامپیوتر، روزنامه و مجله، سایت‌های خبری و نشریات الکترونیکی، انواع مدارک و تماشای فیلم استفاده شده است. از پاسخگویان پرسیده شد که در طول هفته چه میزان از این متغیرها استفاده می‌کنند. پرسش‌ها به صورت باز و بسته طراحی شده‌اند.

سرمایه اجتماعی: سرمایه اجتماعی پیوند و ارتباطات یک فرد را شامل می‌شود. برای سنجش متغیر این سرمایه، از متغیرهای روابط محلی و همسایگی، شرکت در امور شهر، اعتماد به اطرافیان، احتیاط در برخورد با دیگران، اعتماد به مردم شهر و شهرداری و... استفاده شد.

میزان استفاده از فضا: یکی از متغیرهای مدنظر در این پژوهش، میزان استفاده از فضا است. بدین صورت که فرد چقدر از فضای مورد مطالعه (پیاده‌روها) استفاده می‌کند؛ زیرا میزان استفاده از فضا می‌تواند بر نوع نگاه فرد تأثیرگذار باشد.

مطلوبیت فضایی: حس مکان به معنای ادراک ذهنی مردم از محیط و احساسات آن‌ها از موقعیت جغرافیایی مشخصی است. برای سنجش این متغیر از عواملی مانند انتخاب این شهر برای ملاقات با دوستان، ورزش، دعوت از دیگران برای دیدن مناطق مختلف شهر، داشتن احساس خوب به شهر و برخورد مردم این شهر با دیگران پرسش شده است.

پاسخ به پرسش‌های سرمایه اجتماعی، میزان استفاده از فضا و مطلوبیت فضایی در طیف ۵ درجه‌ای (بسیار زیاد: نمره ۵، زیاد: نمره ۴، تا حدودی: نمره ۳، کم: نمره ۲ و بسیار کم: نمره ۱) قرار داده شده است.

برای سنجش متغیرهای زمینه‌ای از مواردی مانند جنس، سن، میزان تحصیلات، وضعیت تأهل و وضعیت اشتغال پرسش شده است.

یافته‌های توصیفی

متغیرهای زمینه‌ای: در بررسی متغیر جنسیت، تعداد پاسخگویان پسر ۵۱/۳ درصد و تعداد

پاسخگویان دختر ۴۸/۷ درصد است. توزیع سنی پاسخگویان نشان می‌دهد دو گروه سنی میزان فراوانی برابری دارند که این امر در هر یک از دو گروه سنی ۲۰-۲۴ و ۲۵-۲۹، حدود ۳۷/۳ درصد است. درباره تحصیلات افراد، بیشترین میزان به گزینه دانشجوی کاردانی و کارشناسی مربوط است. وضعیت تأهل افراد نشان می‌دهد ۶۷/۳ درصد افراد مجرد و ۳۲/۷ درصد آن‌ها متأهل هستند. درباره وضعیت اشتغال افراد، وضعیت اشتغال دانشجویی با ۴۰/۷ درصد بیشترین فراوانی را دارد. رتبه بعدی در بیشترین فراوانی متعلق به شاغلان با ۳۶ درصد است.

جدول ۱. توزیع فراوانی متغیرهای مستقل در پیاده‌روها

متغیرها	پایین	متوسط	بالا
ارتباطات اجتماعی	۶۱	۱۹۷	۴۲
	۲۰/۳	۶۵/۷	۱۴
اوقات فراغت	۱۱۰	۱۸۲	۸
	۳۶/۷	۶۰/۷	۲/۷
ویژگی محیطی و امکانات	۹۲	۱۷۹	۲۹
	۳۰/۷	۵۹/۷	۹/۷
امنیت	۱۵۲	۱۴۰	۸
	۵۰/۷	۴۶/۷	۲/۷

با توجه به جدول ۱، بیشتر پاسخگویان فضای پیاده‌رو را از نظر ارتباطات اجتماعی، اوقات فراغت، ویژگی محیطی و امکانات در حد متوسط ارزیابی کرده‌اند. درحالی‌که این فضا را از نظر امنیت پایین می‌دانند.

یافته‌های استنباطی

با توجه به نتایج آزمون کولموگروف-اسمیرنوف که مقدار آن ۰/۸۰۱ و سطح معناداری اش ۰/۵۴۲ است، نرمال بودن داده‌های پژوهش مشخص می‌شود. به منظور تحلیل، از آزمون‌های t ، پیرسون، آزمون اف و رگرسیون استفاده شده است که در ادامه نتایج هر یک از آزمون‌ها به تفکیک آمده است.

آزمون معناداری شاخص‌های استفاده از پیاده‌رو برحسب متغیرهای زمینه‌ای و مستقل آزمون تفاوت میانگین شاخص‌های استفاده از پیاده‌رو برحسب جنسیت و وضعیت تأهل

جدول ۲. آزمون تفاوت میانگین شاخص‌های استفاده از پیاده‌روها برحسب جنسیت و وضعیت تأهل

متغیر	تعداد	بعد ارتباطات اجتماعی		بعد گذراندن اوقات فراغت		بعد امنیت		بعد ویژگی محیط و امکانات	
		میانگین	سطح معناداری	مقدار t	میانگین	سطح معناداری	مقدار t	میانگین	سطح معناداری
جنسیت	۱۴۶	۲۱/۱۱	۰/۰۰۰	۴/۰۲	۵/۸۹	۰/۱۳۷	۰/۶۳۵	۱۶/۰۹	۰/۳۱۳
	۱۵۴							۲۳/۲۵	۱۶/۳۸
تأهل	۲۰۲	۲۲/۴۸	۰/۱۵۸	۱/۴۱	۶/۲۳	۰/۰۲۵	۰/۴۲۲	۱۶/۰۷	۰/۰۹۹
	۹۸							۲۱/۶۶	۱۶/۸۵
									۱/۰۱
									-۱/۶۵

با توجه به جدول ۲، تفاوت میانگین ارتباطات اجتماعی در پیاده‌روها برحسب جنسیت، میان دختران و پسران با $sig=0/000$ معنادار است؛ یعنی بین دختران و پسران از نظر ارتباطات اجتماعی در فضای پیاده‌روها تفاوت معناداری وجود دارد. همان‌طور که میانگین‌ها نشان می‌دهد، میانگین ارتباطات اجتماعی پسران ۲۳/۲۵ و دختران ۲۱/۱۱ است؛ یعنی ارتباطات اجتماعی پسران در پیاده‌روها به مراتب بیشتر از دختران است. آزمون تفاوت میانگین در زمینه گذراندن اوقات فراغت، امنیت و ویژگی محیط و امکانات برحسب جنسیت، رابطه معناداری را نشان نمی‌دهد.

نتایج آزمون تفاوت میانگین ارتباطات اجتماعی در پیاده‌روها در میان مجردها با میانگین ۲۲/۴۸ و متأهل‌ها با میانگین ۲۱/۶۶، معنادار نیست ($sig=0/158$)؛ یعنی مجردها و متأهل‌ها از نظر ارتباطات اجتماعی در فضای پیاده‌روها تفاوت معناداری ندارند، اما آزمون تفاوت میانگین در زمینه گذراندن اوقات فراغت برحسب وضعیت تأهل با سطح معناداری ۰/۰۲۵ معنادار است. به عبارت دیگر در میان مجردها و متأهل‌ها، تفاوت معناداری از نظر میانگین اوقات فراغت در پیاده‌روها وجود دارد؛ یعنی مجردها بیشتر از متأهل‌ها از فضای پیاده‌روها برای اوقات فراغت خود استفاده می‌کنند. در بررسی تفاوت میانگین امنیت و ویژگی محیطی در پیاده‌روها برحسب وضعیت تأهل، تفاوت اندکی مشاهده شد که معنادار نیست.

آزمون تفاوت میانگین شاخص‌های استفاده از پیاده‌رو برحسب وضعیت اشتغال داده‌های جدول ۳ بیان‌کننده تفاوت ناچیز میانگین شاخص‌های پیاده‌روها برحسب وضعیت اشتغال است که این تفاوت در هیچ‌یک از ابعاد معنادار نیست.

جدول ۳. آزمون تفاوت میانگین شاخص‌های استفاده از پیاده‌روها برحسب وضعیت اشتغال

متغیر	مقوله	بعد ارتباطات اجتماعی			بعد گذراندن اوقات فراغت			بعد امنیت			بعد ویژگی محیط و امکانات	
		میانگین	سطح معناداری	مقدار آف	میانگین	سطح معناداری	مقدار آف	میانگین	سطح معناداری	مقدار آف	میانگین	سطح معناداری
اشتغال	دانش‌آموز	۲۲/۶۹			۷/۶۹			۱۶/۱۳			۰/۶۴۷	۰/۶۶۴
	دانشجو	۲۲/۲۷			۷/۲۶		۱۶					
	شاغل	۲۱/۹۳			۷/۴۸		۱/۲۷			۱۶/۷۴		
	بیکار	۲۳/۷۱			۹/۵۷		۰/۲۷۵			۱۵/۷۱		
	سریاز	۲۴			۸/۵					۱۶/۷۵		
	خانه‌دار	۲۱/۳۱			۷/۸۷					۱۶/۰۶		
		۰/۷۵۰	۰/۵۳۵	۰/۱۰۸	۱/۸۲	۰/۱۰۸	۰/۱۰۸	۰/۱۰۸	۰/۱۰۸	۰/۱۰۸	۰/۱۰۸	۰/۱۰۸

هم‌بستگی میان شاخص‌های استفاده از پیاده‌رو و متغیرهای مستقل و زمینه‌ای

جدول ۴. آزمون هم‌بستگی میان شاخص‌های استفاده از پیاده‌رو و متغیرهای مستقل و زمینه‌ای

متغیر	تعداد	بعد ارتباطات اجتماعی		بعد گذراندن اوقات فراغت		بعد امنیت		بعد ویژگی محیط و امکانات	
		ضریب هم‌بستگی	سطح معناداری	ضریب هم‌بستگی	سطح معناداری	ضریب هم‌بستگی	سطح معناداری	ضریب هم‌بستگی	سطح معناداری
سن	۳۰۰	۰/۱۳۰	۰/۰۲۵	-۰/۱۳۶	۰/۰۱۹	۰/۰۸۰	۰/۱۶۹	۰/۰۸۲	۰/۱۵۹
میزان تحصیلات	۳۰۰	-۰/۱۴۷	۰/۰۱۱	-۰/۰۳۰	۰/۶۰۵	-۰/۰۲۰	۰/۷۲۹	-۰/۰۶۷	۰/۲۴۶
سرمایه اقتصادی	۳۰۰	۰/۱۲۴	۰/۰۳۱	۰/۱۰۳	۰/۰۷۵	۰/۰۲۹	۰/۶۱۱	-۰/۰۹۹	۰/۰۸۷
سرمایه فرهنگی	۳۰۰	۰/۰۵۵	۰/۳۴۷	-۰/۱۴۸	۰/۰۱۰	-۰/۰۰۱	۰/۹۸۴	۰/۱۷۰	۰/۰۰۳
سرمایه اجتماعی	۳۰۰	۰/۱۱۷	۰/۰۴۳	-۰/۰۰۴	۰/۹۴۲	۰/۰۹۰	۰/۱۲۱	-۰/۰۰۹	۰/۸۸۲
استفاده از فضاها	۳۰۰	۰/۱۲۳	۰/۰۳۲	۰/۰۴۶	۰/۴۳۱	۰/۰۹۹	۰/۰۸۸	۰/۱۶۶	۰/۰۰۴
مطلوبیت فضاها	۳۰۰	۰/۱۳۸	۰/۰۱۷	۰/۰۵۴	۰/۲۵۱	۰/۱۷۳	۰/۰۰۳	۰/۲۱۴	۰/۰۰۰

با توجه به داده‌های جدول ۴، میان متغیر ارتباطات اجتماعی در پیاده‌روها و همه متغیرهای مستقل به‌جز سرمایه فرهنگی، رابطه معناداری وجود دارد. به این صورت که در بررسی متغیر ارتباطات اجتماعی با سن و میزان تحصیلات، با افزایش این متغیرها میزان ارتباطات اجتماعی افراد در فضای پیاده‌روها کاهش می‌یابد. سنجش متغیر ارتباطات اجتماعی در پیاده‌روها با سرمایه اقتصادی، سرمایه اجتماعی، استفاده از فضا و مطلوبیت فضایی نشان می‌دهد با افزایش هر یک از متغیرهای سرمایه اقتصادی، سرمایه اجتماعی، استفاده از فضا و مطلوبیت فضایی، میزان ارتباطات اجتماعی در فضای پیاده‌روها افزایش می‌یابد.

همبستگی میان بعد گذراندن اوقات فراغت در پیاده‌روها با متغیر سن و سرمایه فرهنگی معنادار، اما جهت تأثیر منفی است؛ یعنی با افزایش سن و سرمایه فرهنگی افراد، گذراندن اوقات فراغت در پیاده‌روها کاهش می‌یابد. همچنین در بررسی رابطه میان بعد امنیت پیاده‌روها با متغیرهای مستقل، تنها متغیر مطلوبیت فضایی ضریب همبستگی ۰/۱۷۳ و سطح معناداری ۰/۰۰۳ دارد؛ یعنی با افزایش احساس مطلوبیت از فضا، احساس امنیت در پیاده‌رو بیشتر می‌شود.

در بررسی شاخص ویژگی محیطی و امکانات پیاده‌روها با سرمایه فرهنگی، استفاده از فضا و مطلوبیت فضایی رابطه معناداری مشاهده می‌شود و جهت رابطه مثبت است؛ یعنی با افزایش میزان سرمایه فرهنگی، استفاده از فضا و مطلوبیت فضایی، نگرش مثبت به ویژگی محیطی و امکانات پیاده‌روها افزایش می‌یابد.

رگرسیون چندگانه شاخص‌های استفاده از پیاده‌روها بر اساس متغیرهای مستقل و زمینه‌ای با توجه به جدول ۵، ضریب همبستگی چندگانه متغیرهای مستقل با وابسته، ۰/۳۲۱ است. ضریب تعیین تعدیل شده ۰/۰۷۵ نشان می‌دهد که حدود ۷ درصد از واریانس متغیر وابسته، یعنی شاخص‌های استفاده از پیاده‌رو به‌کمک متغیرهای مستقل تبیین می‌شود و باقی‌مانده به عواملی مربوط است که در این پژوهش سنجیده نشده است. میان شاخص‌های استفاده از پیاده‌روها و متغیرهای مستقل و زمینه‌ای، رابطه معناداری وجود دارد ($\text{sig}=0/000$).

داده‌های جدول ۵ نشان می‌دهد هیچ‌یک از انواع سه‌گانه سرمایه (اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی) تأثیر معناداری بر استفاده از پیاده‌رو ندارند.

جدول ۵. رگرسیون چندگانه شاخص‌های استفاده از پیاده‌روها بر اساس متغیرهای مستقل و زمینه‌ای

مدل	b	Beta	T	sig	هم‌بستگی ^۱			آمار هم‌خطی ^۲
					مرتبه ^۳ صفر ^۴	تفکیکی ^۴	نیمه‌تفکیکی	
سرمایه اقتصادی	۰/۳۵۵	۰/۰۶۹	۱/۲۱۲	۰/۲۲۷	۰/۰۶۷	۰/۰۷۱	۰/۰۶۷	۱/۰۴۲
سرمایه اجتماعی	۰/۰۰۱	۰/۰۰۰	۰/۰۰۵	۰/۹۹۶	۰/۰۸۷	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۱/۱۷۳
سرمایه فرهنگی	۰/۱۶۸	۰/۰۸۳	۱/۳۷۲	۰/۱۷۱	۰/۱۲۰	۰/۰۸۰	۰/۰۷۶	۱/۱۷۸
استفاده از فضا	۰/۵۰۲	۰/۱۲۹	۲/۱۳۵	۰/۰۳۴	۰/۱۶۱	۰/۱۲۴	۰/۱۱۹	۱/۱۸۶
مطلوبیت فضایی	۰/۳۹۶	۰/۱۳۳	۲/۰۸۸	۰/۰۳۸	۰/۲۰۹	۰/۱۲۲	۰/۱۱۶	۱/۳۱۷
جنسیت ^۵	-۲/۶۳۷	-۰/۱۴۲	-۲/۳۷۱	۰/۰۱۸	-۰/۱۶۳	-۰/۱۳۸	-۰/۱۳۲	۱/۱۶۶
سن	-۰/۰۱۵	-۰/۰۰۷	-۰/۰۹۱	۰/۹۲۸	-۰/۰۴۲	-۰/۰۰۵	-۰/۰۰۵	۱/۷۵۹
میزان تحصیلات	-۰/۵۵۴	-۰/۱۴۳	-۲/۲۵۹	۰/۰۲۵	-۰/۱۱۱	-۰/۱۳۱	-۰/۱۲۶	۱/۳۰۱
وضعیت تأهل ^۶	-۰/۵۷۶	-۰/۰۲۹	-۰/۴۲۰	۰/۶۷۵	-۰/۰۱۴	-۰/۰۲۵	-۰/۰۲۳	۱/۵۶۴
ضریب هم‌بستگی چندگانه ^۱ ضریب تعیین ^{۱۱} ضریب تعیین تعدیل‌شده ^{۱۱} F ^{۱۱} سطح معناداری								
۰/۳۲۱ ۰/۱۰۳ ۰/۰۷۵ ۳/۶۹۸ ۰/۰۰۰								

متغیر استفاده از فضا تأثیر معناداری بر شاخص‌های استفاده از پیاده‌روها دارد (sig.=۰/۰۳۴)؛ یعنی افرادی که بیشتر از فضا استفاده می‌کنند، شاخص‌های استفاده از پیاده‌رو آنها بیشتر است. به‌علاوه متغیر مطلوبیت فضایی نیز تأثیر معناداری بر شاخص‌های استفاده از پیاده‌روها دارد (sig.=۰/۰۳۸)؛ یعنی افرادی که احساس مطلوبیت فضایی بیشتری دارند بیشتر از شاخص‌های پیاده‌روها استفاده می‌کنند. با توجه به داده‌های جدول ۵ در ارتباط با متغیر جنسیت، این متغیر

1. Correlation
2. Collinearity statistics
3. Zero- order
4. Partial
5. Part
6. Tolerance
7. VIF

۸. متغیر جنسیت به‌صورت متغیر تصنعی با کدبندی صفر و یک وارد رگرسیون شده است.

۹. متغیر وضعیت تأهل به‌صورت متغیر تصنعی با کدبندی صفر و یک وارد رگرسیون شده است.

10. R
11. R square
12. Adjusted R square

تأثیر معناداری بر متغیر وابسته دارد ($\text{sig.} = 0/018$). بدین صورت که میزان استفاده پسران از شاخص‌های فضای پیاده‌روها بیشتر است.

متغیر سن تأثیر معناداری بر شاخص‌های استفاده از پیاده‌روها ندارد ($\text{sig.} = 0/928$). در بررسی تأثیر متغیر میزان تحصیلات بر شاخص‌های استفاده از پیاده‌رو مشخص شد که تحصیلات، تأثیر معنادار منفی بر متغیر وابسته دارند؛ یعنی افراد با تحصیلات بالاتر از شاخص‌های پیاده‌روها کمتر استفاده می‌کنند. در نهایت مشخص شد که وضعیت تأهل، تأثیر معناداری بر شاخص‌های استفاده از پیاده‌روها ندارد ($\text{sig.} = 0/675$).

بحث و نتیجه‌گیری

فضا براساس تعاملات اجتماعی شکل می‌گیرد. حضور افراد سبب ایجاد امنیت، پویایی و سرزندگی فضاهای عمومی شهر از جمله پیاده‌روها می‌شود. نحوه چیدمان فضا و شکل‌گیری ارتباطات اجتماعی در سطح شهر، سرمایه اجتماعی را به وجود می‌آورد و با شکل‌گیری این ارتباطات بسیاری از نیازهای افراد جامعه برطرف می‌شود. با حل مشکلات و نیازهای اولیه افراد، جامعه به سوی پیشرفت و توسعه قدم برمی‌دارد. پژوهش‌های متعددی در زمینه فضاهای شهری از جمله پیاده‌روها انجام شده است که به طراحی شهر و کیفیت این فضا پرداخته‌اند (سلطانی و همکاران ۱۳۹۱، رضویان و کوشکی ۱۳۹۲، شاهپوندی و قلعه‌نویی ۱۳۹۲ و...)، اما هدف اصلی این پژوهش بررسی تأثیر فضای پیاده‌روها بر نیازهای اجتماعی جوانان بوده است. به عبارت دیگر این پژوهش به بررسی ویژگی و نحوه استفاده جوانان از فضای پیاده‌روها می‌پردازد که براین اساس برای این فضا چهار شاخص (شکل‌گیری ارتباطات اجتماعی، اوقات فراغت، امنیت، ویژگی محیطی و امکانات) در نظر گرفته شده است.

نتایج آزمون‌های استنباطی نشان می‌دهد پسران از فضای پیاده‌روها برای برقراری ارتباطات اجتماعی استفاده می‌کنند و در این زمینه فعال‌ترند و دوست‌یابی آن‌ها در این فضاها بیشتر از دختران است. در مورد سایر شاخص‌ها مانند اوقات فراغت، امنیت و ویژگی محیطی تفاوتی میان دو جنس وجود ندارد. احساس ناامنی در پیاده‌روها در پژوهش سلطانی و همکاران (۱۳۹۱) بررسی شده است. البته این پژوهش فضای پیاده‌رو را در طول شب برای زنان ناامن

می‌داند، اما در پژوهش حاضر در مورد امنیت فضای پیاده‌روها تفاوتی میان دو جنس مشاهده نمی‌شود و هر دو گروه احساس ناامنی می‌کنند. همچنین شاهپوندی و قلعه‌نویی (۱۳۹۲) امنیت پیاده‌روها را بررسی کرده‌اند. یکی از محورهای مدنظر در این مطالعه، زنان و کودکان هستند که احساس امنیت نمی‌کردند که این مقوله با یافته‌های پژوهش حاضر مغایر است.

یکی از متغیرهای زمینه‌ای در پژوهش حاضر سن است. در شاخص‌های مورد بررسی در زمینه فضای پیاده‌روها، بعد ارتباطات اجتماعی و گذراندن اوقات فراغت برای افراد در ابتدای سن جوانی مناسب است، اما افراد در سن بالاتر، مخالف برقراری ارتباطات اجتماعی و گذراندن اوقات فراغت هستند؛ به طوری که در ابتدای سن جوانی از فضای پیاده‌روها برای دوست‌یابی، قدم‌زدن، قرار گذاشتن با دوستان، گذراندن وقت و گردش کردن استفاده می‌کنند. فضا باید ایجادکننده تعاملات برای تمامی گروه‌های سنی باشد و امکان حضور همه افراد را فراهم کند. درحالی که تنها پاسخگوی نیازهای افراد در ابتدای جوانی است.

یکی دیگر از متغیرهای زمینه‌ای که تأثیر مهمی در پژوهش حاضر دارد، متغیر میزان تحصیلات است؛ به نحوی که این متغیر بر میزان استفاده افراد از فضا تأثیرگذار است. براین اساس افراد با تحصیلات بالاتر ارتباطات اجتماعی کمتری در این فضا برقرار می‌کنند؛ بنابراین می‌توان گفت تحصیلات، نگاه افراد را در مورد برقراری ارتباطات در فضای پیاده‌روها تغییر داده است؛ به طوری که مانع حضور آنها در این فضا شده است.

وضعیت تأهل افراد بر شاخص‌های استفاده از پیاده‌روها تأثیر متفاوتی دارد. بین افرادی با وضعیت تأهل متفاوت، در زمینه بعد گذراندن اوقات فراغت تفاوت وجود دارد؛ به طوری که مجردها از این فضا برای اوقات فراغت و گشتن و پرسه‌زدن در زمان بیکاری استفاده می‌کنند. این یافته نشان می‌دهد که این فضا برای مجردها جذابیت بیشتری دارد و آنها این فضا را برای فراغت خود مناسب می‌دانند؛ درحالی که متأهل‌ها از این فضا برای فراغت خود استفاده نمی‌کنند.

همچنین پایگاه اقتصادی-اجتماعی افراد بر تعاملات آنها در فضای پیاده‌روها تأثیر می‌گذارد. براین اساس افرادی که پایگاه اقتصادی-اجتماعی بالاتری دارند، ارتباطات اجتماعی

آن‌ها در این فضا نیز بیشتر است. بدین ترتیب می‌توان گفت طبقات اجتماعی بالاتر سعی دارند از فضای پیاده‌رو برای رفع نیازهای اجتماعی خود مانند برقراری روابط اجتماعی استفاده کنند. متغیر مستقل دیگری که در این پژوهش بررسی شده است، سرمایه فرهنگی است. افراد با سرمایه فرهنگی بالاتر، فضای پیاده‌رو را برای اوقات فراغت خود مناسب نمی‌دانند. سرمایه فرهنگی نشان‌دهنده سبک زندگی افراد است. براین اساس سرمایه فرهنگی بالاتر جوانان مانع از استفاده فراغتی آنان از فضای پیاده‌روها می‌شود. درحالی‌که همین جوانان ویژگی محیطی فضای پیاده‌روها را مناسب می‌دانند.

سرمایه اجتماعی یکی دیگر از متغیرهای تأثیرگذار بر استفاده از فضای پیاده‌رو محسوب می‌شود و بر ارتباطات اجتماعی در پیاده‌روها تأثیرگذار است؛ به طوری‌که افراد با سرمایه اجتماعی بالاتر ارتباطات اجتماعی بیشتری در پیاده‌روها دارند، بیشتر خواهان برقراری این ارتباطات با دیگران هستند و در این زمینه فعال‌ترند. همچنین این فضا را برای دوست‌یابی، قدم‌زدن و قرار گذاشتن مناسب می‌دانند.

همچنین در بررسی متغیر مستقل میزان استفاده جوانان از فضای پیاده‌رو و نوع نگاه آن‌ها در مورد این فضا بیان می‌کند افراد از این فضا بیشتر برای برقراری ارتباطات اجتماعی از جمله دوست‌یابی، قدم‌زدن، قرار گذاشتن با دیگران و... استفاده می‌کنند. همچنین نوع نگاه این افراد به وضعیت پیاده‌روها مثبت است و آن را مناسب و زیبا می‌دانند.

نکته مهم دیگر این است که هرچقدر فرد احساس مطلوبیت بیشتری به محیط شهر خود داشته باشد، در فضای پیاده‌روها ارتباطات بیشتری برقرار می‌کند، این فضا را امن می‌داند و نگاه مثبت‌تری به امکانات و ویژگی فضای پیاده‌رو دارد.

پیشنهادهای پژوهشی: با توجه به یافته‌های پژوهش حاضر، موضوعاتی به پژوهشگران علاقه‌مند به این زمینه پیشنهاد می‌شود که به شرح زیر است.

الف) با توجه به اینکه سرمایه فرهنگی بالا در جوانان تأثیری منفی در شکل‌گیری ارتباطات دارد، درحالی‌که آن‌ها از ویژگی محیطی این فضا راضی هستند، بررسی مقوله‌های زیر پیشنهاد می‌شود:

- بررسی تأثیر سرمایه فرهنگی بر نحوه استفاده از فضاهای شهری؛

- بررسی تأثیر سرمایه فرهنگی بر سبک زندگی جوانان.
- (ب) همان‌طور که در پژوهش حاضر نشان داده شده است، سرمایه اجتماعی یکی از متغیرهای مهم و اثرگذار در نحوه استفاده از فضاست. درحالی‌که تعداد کمی از جوانان سرمایه اجتماعی بالایی دارند. براین اساس می‌توان بررسی موضوعات زیر را پیشنهاد کرد:
 - بررسی عوامل تأثیرگذار در زمینه شکل‌گیری و تقویت سرمایه اجتماعی جوانان؛
 - چگونگی افزایش سرمایه اجتماعی جوانان.
- (ج) در بررسی امنیت فضای پیاده‌روها که چرا هر دو گروه از دختران و پسران در این فضا احساس ناامنی می‌کنند، مطالعه موضوع زیر پیشنهاد می‌شود:
 - بررسی امنیت از نگاه جوانان و چگونگی افزایش احساس امنیت در فضای پیاده‌روها. پیشنهادهای کاربردی: با توجه به نتایج این پژوهش که جوانان تحصیل‌کرده از فضاهای پیاده‌رو فاصله می‌گیرند و در این فضا ارتباطات اجتماعی برقرار نمی‌کنند، به شهرسازان پیشنهاد می‌شود برای بهبود این فضا، در نظرسنجی از جوانان تحصیل‌کرده، فضای پیاده‌روها را با توجه به نیاز این جوانان و نظر آنان تغییر دهند.
 - پیشنهادهای کاربردی درمورد فضای پیاده‌روها برای جذب بیشتر افراد به این فضا به شرح زیر است:
 - عریض‌تر شدن پیاده‌روها سبب تشویق بیشتر افراد به این فضاها می‌شود و ارتباطات اجتماعی بیشتری در این فضاها شکل می‌گیرد. البته به‌همراه داشتن سنگ‌فرش‌های مناسب، زیبایی و امکانات رفاهی برای حضور همه افراد در این زمینه مؤثر است.
 - یکی از مشکلات مهم در فضای پیاده‌روها، نبود امنیت است که بیشتر افراد و هر دو گروه دختران و پسران با آن مواجه هستند. براین اساس پیشنهادهای زیر مطرح می‌شود:
 - ایجاد مغازه‌ها و رستوران‌های متعدد و زیبا در مسیر پیاده‌روها که سبب جذب بیشتر افراد به این فضاها می‌شود و نوعی امنیت را ایجاد می‌کند. علاوه‌براین از آنجا که بیشتر جوانان از مراکز خرید پیاده‌روها استفاده می‌کنند و مراکز خرید پیاده‌روها را مناسب می‌دانند، نوعی گردش اقتصادی مناسبی شکل می‌گیرد.

منابع

- افروغ، عماد (۱۳۷۷)، **فضا و نابرابری اجتماعی (ارائه الگویی برای جداگزینی فضایی و پیامدهای آن)**، تهران: انتشارات دانشگاه تربیت مدرس.
- ایرانمش، نسیم (۱۳۸۵)، «مناسب‌سازی محیط شهری برای عابر پیاده»، **همایش ملی مناسب‌سازی محیط شهری**، تهران: پژوهشکده مهندسی و علوم پزشکی جانبازان.
- بحرینی، سید حسین (۱۳۹۱)، **فرایند طراحی شهری**، چاپ هشتم، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- بهزادفر، مصطفی و طهماسبی، ارسلان (۱۳۹۲)، «شناسایی و ارزیابی مؤلفه‌های تأثیرگذار بر تعاملات اجتماعی، تحکیم و توسعه روابط شهروندی در خیابان‌های شهری با نمونه مطالعه سنندج»، **مجله باغ نظر**، سال دهم، شماره ۲۵: ۱۷-۲۸.
- جین، جیکوبز (۱۳۹۲)، **مرگ و زندگی شهرهای بزرگ آمریکا**، ترجمه حمیدرضا پارسی و آرزو افلاطونی، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- ذکائی، محمدسعید (۱۳۸۷)، **جامعه‌شناسی جوانان ایران**، تهران: مؤسسه انتشارات آگاه.
- رفیعیان، مجتبی؛ صدیقی، اسفندیار و پورمحمدی، مرضیه (۱۳۹۰)، «امکان‌سنجی ارتقای کیفیت محیط از طریق پیاده‌راه‌سازی محورهای شهری؛ مورد: محور خیابان ارم بخش مرکزی شهر قم»، **مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای**، سال سوم، شماره ۱۱: ۴۱-۵۶.
- روجک، کریس (۱۳۸۸)، **نظریه فراغت اصول و تجربه‌ها**، ترجمه عباس مخبر، تهران: مؤسسه نشر شهر، معاونت امور اجتماعی و فرهنگی دفتر مطالعات اجتماعی و فرهنگی.
- سعیدنیا، احمد (۱۳۸۳)، **طراحی فضاها و مبلمان شهری**، تهران: انتشارات سازمان شهرداری‌ها و دهیاری کشور، جلد دوازدهم.
- شفرز، برنهارد (۱۳۸۳)، **مبانی جامعه‌شناسی جوانان**، ترجمه کرامت‌الله راسخ، تهران: نشر نی.
- غفاریان شعاعی، مهران؛ نقصان محمدی، محمدرضا و تاجدار، وحید (۱۳۹۳)، «شناسایی نحوه و میزان تأثیر عناصر پیاده‌روهای شهری بر ابعاد و مؤلفه‌های سلامت عابران»، **فصلنامه مطالعات شهری**، شماره ۷: ۱۵-۳۰.

- فرجی ملائی، امین (۱۳۹۴)، «بررسی ابعاد کیفیت محیط بافت فرسوده در محله مفت‌آباد منطقه ۱۳ تهران»، پژوهش‌های منظر شهر، سال دوم، شماره ۳: ۶۱-۷۳.
- معینی، سید محمدمهدی (۱۳۸۵)، «افزایش قابلیت پیاده‌مداری، گامی به سوی شهری انسانی‌تر»، مجله هنرهای زیبا، شماره ۲۷: ۵-۱۶.
- مدنی‌پور (۱۳۷۹)، طراحی فضای شهری، نگرشی بر فرایندی اجتماعی و مکانی، ترجمه فرهاد مرتضایی، تهران: نشر شرکت پردازش و برنامه‌ریزی شهری.
- نصری، قدیر (۱۳۹۰)، درآمدی نظری بر امنیت جامعه‌ای (مفاهیم، مؤلفه‌ها و نظریه‌ها)، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- نورعلی‌وند، علی (۱۳۹۴)، جامعه‌شناسی شهری، جلد ۱، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- وایت، ویلیام (۱۳۹۱)، زندگی اجتماعی فضاهای شهری کوچک، ترجمه مسعود اسدی محل چالی، تهران: انتشارات آرمان‌شهر.
- Dines, N. et al. (2006), Public Spaces, Social Relations and Well-Being in East London **Bristol Journal of English Studies**, 15-43.
- Goheen, P. G. (1998), Public Space and the Geography of the Modern City , **Progress in Human Geography**, Vol. 22, No. 4: 479-496.
- Hipfl, B., Bister, A., and Strohmaier, P. (2003), Youth Identities Along the Eastern Border of the European Union **Journal of Ethnic and Migration Studies**, Vol. 29, No. 5: 835-848.
- Lombard, K. (2012), Social Entrepreneurship in Youth Culture: Morgantics, Russell Simmons and Emile "XY" Jansen **Journal for Cultural Research**, Vol. 16, No.1: 1-20.
- Looseley, D. (2007), Conceptualising Youth Culture in Postwar France , **Modern and Contemporary France**, Vol. 15, No. 3: 261-275.
- Leiva Villacorta, F., Vargas Nordebeck, A., and Aguiar Moya, J. (2017), Permanent Deflection Relationship from Pavement Condition Assessment , **International Journal of Pavement Research and Technology**, No. 10: 352-359.
- Monica Montserrat, D., and Gillian, R. (2012), The Sensory Experiencing of Urban Design: The Role of Walking and Perceptual Memory **Article Urban Studies**, Vol. 49, No. 15: 3271-3287.