



## Investigating factors affecting the consumption pattern of urban public spaces The Case Study of selected areas of Tehran

Ali Samadi <sup>a</sup>, Yaghub Mousavi <sup>b</sup> ✉, Mostafa Azkia <sup>c</sup>

<sup>a</sup>. Department of Sociology, Islamic Azad University, Science and Research branch, Tehran, Iran

Email: [samadi\\_ali90@yahoo.com](mailto:samadi_ali90@yahoo.com)

<sup>b</sup>. (Corresponding Author), Department of Sociology, Alzahra University, Tehran, Iran

Email: [ymousavi91@alzahra.ac.ir](mailto:ymousavi91@alzahra.ac.ir)

<sup>c</sup>. Department of Sociology, Islamic Azad University, Science and Research branch, Tehran, Iran

Email: [azkia\\_mostafa@yahoo.com](mailto:azkia_mostafa@yahoo.com)

### ARTICLE INFO

#### Keywords:

Urban public space,  
Space consumption,  
Tehran city.

### ABSTRACT

In recent decades, spatial and physical expansion along with population density at the city level and changes in the urban lifestyle have turned urban public spaces into a place to form daily urban life, different social, economic and local interactions and the emergence of inequalities. Urban spaces find meaning and meaning with their users' activities and behavioural patterns. Even though behavioural patterns follow users' culture, environmental factors' role in the correct use of urban spaces cannot be ignored. The current research also believes that the use of public spaces is affected by economic, social and contextual factors. The current research aims to investigate the factors affecting the consumption pattern of urban public spaces. The survey research method and research tool is a questionnaire and research platform of Tehran city. The statistical population of the population over 18 years of age in Tehran in 2015 and the sample size estimated using the cluster method and Cochran's formula is 384 people. Data analysis was done using Lisrel software. According to the investigations carried out and according to economic and social factors, five consumption patterns of urban public space, such as traditional and classic public space, commercial public space, entertainment and recreational public space, etc., consumer public space, a third type of public space It was distinguished and it was found that urban areas according to different economic and social levels tend to a certain pattern of urban space consumption. Also, the results obtained from Lisrel software about the influence of factors on the pattern of consumption of urban public spaces were found to be the most important factors influencing the pattern of economic factors with a coefficient of 0.54, social factors with a coefficient of 0.47 and contextual factors with a coefficient of 0.43. They are the use of public space.

#### Received:

25 May 2023

#### Received in revised form:

30 August 2023

#### Accepted:

25 September 2023

#### Available online:

29 October 2023

pp. 23-39

**Citation:** Samadi, A., Mousavi, Y., & Azkia, M. (2023). Investigating factors affecting the consumption pattern of urban public spaces The Case Study of selected areas of Tehran. *Journal of Sustainable City*, 6 (2), 23-39.

[doi://doi.org/10.22034/JSC.2020.245978.1304](https://doi.org/10.22034/JSC.2020.245978.1304)



© The Author(s)

**Publisher:** Iranian Geography and Urban Planning Association.

This is an open access article under the CC BY license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

## Extended Abstract

### Introduction

Based on this, geographical, social and economic inequalities, image and urban landscape have influenced the type of pattern of consumption of urban public spaces and have undergone changes and made the consumption of public spaces class-based. Due to the arrival of modernity in Iran and its many effects on urban life, the places and the type of their consumption have also changed, due to such events, the use of space has become more class-based. In the meantime, the city of Tehran, having a historical context, is witnessing the prosperity of modern spaces in some of its areas. A metropolis like Tehran physically has different and diverse areas and regions, for this reason, increasing social and economic distance and unequal distribution of facilities and services have turned it into a heterogeneous city in the social environment and hence the urban society. It is deeply polarized in this city. With the emergence of different spaces that are affected by economic and social factors, this city is at the top of the inconsistencies and injustices and challenges of physical development on the one hand and economic, social and political changes on the other hand. This has influenced the type of consumption patterns of public spaces among the city's regions and has turned Tehran into an unequal city in the production, distribution and consumption of urban spaces. In some areas, the consumption of traditional spaces is more than modern spaces and vice versa. Based on this, people living in different areas of the city, based on social and economic differences, do not have the possibility of equal access and use of urban public spaces, and according to their social and economic base, each of them tends towards a certain type of public spaces. Therefore, one of the most important problems and issues of Tehran's metropolis is the lack of balance in the field of distribution, access and use of urban public spaces. Therefore, the current research seeks to examine and study the effects of effective factors on the pattern of consumption of urban public spaces in the regions of Tehran. In this

regard, he tries to answer the following question. What are the factors affecting the consumption pattern of public spaces in Tehran? What is the consumption pattern of urban public spaces among the regions of Tehran?

### Methodology

The current research is a mixed (descriptive-analytical) research in terms of its practical purpose and according to its characteristics and nature. The statistical population of the research is the residents of Tehran. In this research, based on cluster sampling, Tehran is divided into 22 different urban areas and based on the geographical conditions of 5 regions: North (Region 1), South (Region 20), West (Region 5), East (Region 4) and The centre (area 12) was selected as a cluster and 2 areas from each area and 5 blocks from each area were selected randomly and residents who were over 18 years old and had lived in Tehran for 2 years were selected as the sample size. According to Cochran's formula, the number of statistical samples is 384 people.

### Results and discussion

According to Table 8, in the examination of the obtained paths and coefficients, the path of economic characteristics has the greatest effect on social characteristics with a coefficient of 0.30. After that, the path of background features on social features with a coefficient of 0.16 and then all three investigated factors have an effect on the consumption pattern of public spaces with different coefficients. Meanwhile, economic characteristics with a coefficient of 0.54, social characteristics with a coefficient of 0.47, and background characteristics with a coefficient of 0.43 have the most impact on the consumption pattern of urban public spaces, respectively. According to the investigations and based on the theoretical literature of the research, in response to the first question of the research, it was determined that the factors influencing the pattern of consumption of urban public spaces are the social, economic and contextual characteristics,

which were determined by the tests on the degree of the relationship of each factor to the other and Finally, on the pattern of public space consumption, it was determined that they have meaningful and positive internal relationships. Also, in response to the question of the type of use of public spaces among the selected areas of Tehran, according to Table 3, it can be said that the type of use of public spaces is not the same according to the identified factors mentioned above, and the use of spaces is more in the northern areas of Tehran. They are of the modern type and the third type, and the residents of these areas are less inclined to use classic and traditional spaces.

consultants of this paper.

### **Conclusion**

The residents of areas 1, 4 and 5 believe that there is a lack of space to express their beliefs, thoughts and opinions. These people are looking for spaces with political symbols that encourage the collective action of individuals and groups towards participation, trust and expanding the scope of the network of social relations and sociable spaces. Therefore, there are fundamental differences in the eastern and western areas of Tehran with the northern areas of Tehran. One of the most important differences is the process of capitalist development and the formation of the middle class in the city of Tehran. The findings of the research show the essential and influential role of economic characteristics on the pattern of consumption of public spaces in the city of Tehran.

### **Funding**

There is no funding support.

### **Authors' Contribution**

All of the authors approved the content of the manuscript and agreed on all aspects of the work.

### **Conflict of Interest**

Authors declared no conflict of interest.

### **Acknowledgments**

We are grateful to all the scientific

## بررسی عوامل موثر بر الگوی مصرف فضاهای عمومی شهری مطالعه موردی: مناطق منتخب شهر تهران\*

علی صمدی<sup>۱</sup>، سید یعقوب موسوی<sup>۲</sup>✉، مصطفی ازکیا<sup>۳</sup>

۱- گروه جامعه‌شناسی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. Email: [samadi\\_ali90@yahoo.com](mailto:samadi_ali90@yahoo.com)

۲- نویسنده مسئول، گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه الزهراء، تهران، ایران. Email: [ymousavi91@alzahra.ac.ir](mailto:ymousavi91@alzahra.ac.ir)

۳- گروه جامعه‌شناسی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. Email: [azkia\\_mostafa@yahoo.com](mailto:azkia_mostafa@yahoo.com)

### چکیده

### اطلاعات مقاله

در دهه‌های اخیر گسترش فضایی و کالبدی همراه با تراکم جمعیت در سطح شهر و نیز تغییرات در سبک زندگی شهرنشینی فضاهای عمومی شهری را به مکانی برای شکل‌گیری حیات روزمره شهری، تعاملات متفاوت اجتماعی و اقتصادی و محلی و بروز نابرابری‌ها تبدیل کرده است. فضاهای شهری با فعالیت‌ها و الگوهای رفتاری استفاده‌کنندگان خود معنی و مفهوم می‌یابند. علی‌رغم آنکه الگوهای رفتاری اساساً پیرو فرهنگ استفاده‌کنندگان می‌باشد اما نقش عوامل محیطی را بر نحوه استفاده صحیح از فضاهای شهری را نمی‌توان نادیده گرفت. پژوهش حاضر نیز اعتقاد دارد که استفاده از فضاهای عمومی متأثر از عوامل اقتصادی، اجتماعی و زمینه‌ای است. هدف پژوهش حاضر بررسی عوامل موثر بر الگوی مصرف فضاهای عمومی شهری است. روش تحقیق پیمایشی و ابزار تحقیق پرسشنامه و بستر پژوهش شهر تهران می‌باشد. جامعه آماری جمعیت بالای ۱۸ سال شهر تهران در سال ۱۳۹۵ و حجم نمونه که با استفاده از روش خوشه‌ای و فرمول کوکران ۳۸۴ نفر برآورد شده است. تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار لیزرل بهره گرفته شده است. با توجه به بررسی‌های به‌عمل آمده و با توجه به عوامل اقتصادی و اجتماعی پنج الگوی مصرف فضای عمومی شهری از جمله فضای عمومی سنتی و کلاسیک، فضای عمومی تجاری، فضای عمومی سرگرمی و تفریحی و ...، فضای عمومی مصرفی، فضای عمومی نوع سوم از هم متمایز گردید و مشخص شد که مناطق شهری متناسب با سطوح مختلف اقتصادی و اجتماعی گرایش به الگوی خاصی از مصرف فضاهای شهری دارند. همچنین نتایج حاصل از نرم‌افزار لیزرل در ارتباط با تأثیرگذاری عوامل بر الگوی مصرف فضاهای عمومی شهری نیز مشخص شد از بین شاخص عوامل اقتصادی با ضریب ۰/۵۴، عوامل اجتماعی با ضریب ۰/۴۷ و عوامل زمینه‌ای با ۰/۴۳ مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر الگوی مصرف فضای عمومی می‌باشند.

### واژگان کلیدی:

فضای عمومی شهری، مصرف‌فضا، شهر تهران.

### تاریخ دریافت:

۱۴۰۲/۰۳/۰۴

### تاریخ بازنگری:

۱۴۰۲/۰۶/۰۸

### تاریخ پذیرش:

۱۴۰۲/۰۷/۰۳

### تاریخ چاپ:

۱۴۰۲/۰۸/۰۷

صص. ۲۳-۳۹

استناد: صمدی، علی؛ موسوی، سید یعقوب و ازکیا، مصطفی. (۱۴۰۲). بررسی عوامل موثر بر الگوی مصرف فضاهای عمومی شهری مطالعه موردی: مناطق منتخب شهر تهران. *مجله شهر پایدار*، ۶ (۳)، ۲۳-۳۹.

 <http://doi.org/10.22034/JSC.2020.245978.1304>

## مقدمه

در دهه‌های اخیر گسترش فضایی و کالبدی همراه با تراکم جمعیت در سطح شهر و نیز تغییرات در سبک زندگی شهرنشینی فضاهای عمومی شهری را به مکانی برای شکل‌گیری حیات روزمره شهری، تعاملات متفاوت اجتماعی و اقتصادی و محلی و بروز نابرابری‌ها تبدیل کرده است. فضاهای شهری با فعالیت‌ها و الگوهای رفتاری استفاده‌کنندگان خود معنی و مفهوم می‌یابند. علی‌رغم آنکه الگوهای رفتاری اساساً پیرو فرهنگ استفاده‌کنندگان می‌باشد اما نقش عوامل محیطی را بر نحوه استفاده صحیح از فضاهای شهری را نمی‌توان نادیده گرفت (رشیدی و نامداری، ۱۳۹۵: ۱). بر اساس تعریفی از کولوهن در رابطه با فضای شهری، جامعه‌شناسان و جغرافیدانان عمدتاً به بازنمودهای فضایی نهادهای اجتماعی توجه دارند و از این نظر صاحب‌نظران ویژگی‌های فیزیکی محیط مصنوع دارای ویژگی‌های فرا پدیده‌ای است و متأثر از ساختارهای اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی است (بهرامی و همکاران، ۱۳۹۶: ۲). در رابطه با ساختارهای اجتماعی بر محیط شهری باید گفت نابرابری‌های موجود در جامعه یکی از مهم‌ترین عوامل موثر است اما بیشترین نمود نابرابری را می‌توان در نابرابری‌های اقتصادی دید (Glaeser, 2008: 67). بر این اساس نابرابری‌های جغرافیایی، اجتماعی و اقتصادی، سیما و منظر شهری بر نوع الگوی مصرف فضاهای عمومی شهری تأثیر گذاشته و آن را دستخوش تغییراتی کرده است و مصرف فضاهای عمومی را طبقاتی کرده است. با توجه به ورود مدرنیته به ایران و تأثیرات فراوان آن بر زندگی شهری، مکان‌ها و نوع مصرف آن‌ها نیز دستخوش تغییراتی گشته‌اند، با توجه به چنین رویدادهای مصرف فضا بیش‌ازپیش طبقاتی گشته است (بهرامی و همکاران، ۱۳۹۶: ۳). در این میان شهر تهران با داشتن بافتی تاریخی شاهد رونق فضاهای مدرن در بعضی مناطق خود است. کلان‌شهری مانند تهران از لحاظ کالبدی دارای نواحی و مناطق متفاوت و گوناگون است، به این دلیل، افزایش فاصله اجتماعی و اقتصادی و توزیع نابرابر امکانات و خدمات آن را به شهری ناهمگن در محیط اجتماعی تبدیل کرده است (موسوی، ۱۳۸۷: ۱۰۲) و از این‌رو جامعه شهری در این شهر عمیقاً قطب‌بندی شده است (مدنی‌پور، ۱۳۸۱: ۱۶۱) این شهر با ظهور فضاهای متفاوت که متأثر از عوامل اقتصادی و اجتماعی می‌باشد در رأس ناهماهنگی‌ها و بی‌عدالتی‌ها و چالش‌های توسعه کالبدی از یک‌طرف و تغییرات اقتصادی، اجتماعی و سیاسی از طرف دیگر قرار دارد. که این امر بر نوع الگوی مصرف فضاهای عمومی در بین مناطق شهر تأثیرگذار بوده است و شهر تهران را به شهری نابرابر در تولید، توزیع و مصرف فضاهای شهری تبدیل کرده است. به گونه‌ای که در بعضی مناطق مصرف فضاهای سنتی بیشتر از فضاهای مدرن می‌باشد و بالعکس. بر این اساس افراد ساکن در مناطق مختلف شهر بر اساس تفاوت‌های اجتماعی و اقتصادی امکان دسترسی و استفاده برابر از فضاهای عمومی شهری را ندارند و متناسب با پایگاه اجتماعی و اقتصادی‌شان هرکدام به سمت نوع خاصی از فضاهای عمومی گرایش دارند. بنابراین یکی از مهم‌ترین مشکلات و مسائل کلان‌شهر تهران عدم توازن و تعادل در زمینه توزیع، دسترسی و استفاده از فضاهای عمومی شهری است. از این‌رو پژوهش حاضر در پی آن است تا تأثیرات عوامل موثر بر الگوی مصرف فضاهای عمومی شهری در بین مناطق شهر تهران را مورد بررسی و مطالعه قرار دهد. در این راستا سعی دارد به سؤال زیر پاسخ دهد. عوامل موثر بر الگوی مصرف فضاهای عمومی شهر تهران کدام‌اند؟ الگوی مصرف فضاهای عمومی شهری در بین مناطق شهر تهران چگونه است؟

تأثیر فضاهای عمومی بر حیات شهری و نابرابری‌های اجتماعی و اقتصادی افراد در نوع و میزان دسترسی به این فضاها موضوعی مهم و درخور مطالعات نظری و تجربی است. اما تاکنون مطالعات صورت گرفته در این زمینه بیشتر در خصوص عوامل محیطی نوع کاربری‌ها و توزیع آن‌ها در سطح مناطق و ... بوده است لیکن در زمینه عوامل موثر بر نوع

مصرف این فضاها تاکنون توجه چندانی نشده است. بر این اساس این پژوهش درصدد توجه به این بخش از مطالعات فضاهای عمومی است.

هوگلامز<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۸) در پژوهشی عوامل موثر بر استفاده نوجوانان از فضاهای عمومی شهری در شهر وین را مورد مطالعه قرار داده‌اند و به این نتیجه رسیده‌اند که فضاهای آزاد عمومی به‌عنوان مکان‌های مهم برای اوقات فراغت در نظر گرفته نمی‌شوند و جوانان به دلیل ناامنی‌ها و ترس‌های ادراک‌شده برای تفریحاتشان به مناطق خصوصی روی آورده‌اند

مرادی مسیحی و همکاران (۲۰۱۵) در پژوهشی به تحلیل عوامل عملکردی موثر در موفقیت فضاهای عمومی به ارائه الگویی از ارزیابی موفقیت بعد عملکردی فضاهای عمومی برای خیابان امام خمینی شهر تبریز پرداخته‌اند. در این راستا عوامل آسایش، فعالیت، دسترسی، اجتماع‌پذیری و منظر به‌عنوان مهم‌ترین عوامل شناسایی شدند و نتایج نشان داده است که بخش منصور و گلستان از این نظر موفق‌ترین بخش‌های محدوده مورد مطالعه می‌باشند و عوامل آسایش و منظر مهم‌ترین عامل می‌باشند. دای داجان<sup>۲</sup> (۲۰۱۱) در مقاله‌ای تحت عنوان تفاوت‌های قومی/ نژادی، اجتماعی و اقتصادی در دسترس‌پذیری به فضاهای شهری؛ کجاها باید مداخله کرد؟ به این نتیجه رسیده است که اولین عامل در دسترسی به فضاهای عمومی نحوه پراکنش و توزیع جغرافیایی آن‌ها و دومین عامل تفاوت‌های نژادی، قومی و اجتماعی اقتصادی افراد به لحاظ جنسیت، درآمد، تحصیلات و شغل می‌باشد. کرافور و همکاران (۲۰۱۱) در مقاله‌ای تحت عنوان آیا ویژگی‌های فضاهای باز عمومی برحسب پایگاه‌های اجتماعی و اقتصادی محلات متفاوت است تلاش می‌کنند به ارتباط بین پایگاه‌های اجتماعی و اقتصادی ساکنین محلات ویژگی‌های فضاهای باز عمومی بپردازند. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که میزان توزیع فضاهای باز عمومی در سطح محلات شهر ملبورن به‌صورت نابرابر بوده است و دسترس‌پذیری و استفاده از فضاهای عمومی باز توسط شهروندان به‌ویژه کودکان تحت تأثیر شرایط اجتماعی - اقتصادی والدین یا خانواده‌ها قرار گرفته وجود امکانات فیزیکی در فضاهای باز عمومی عامل اصلی در فعالیت فیزیکی کودکان و استفاده آن‌ها از این فضاها بوده است.

سعیدی و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی به تبیین عوامل موثر بر سرزندگی فضای عمومی در چهارراه ولیعصر شهر تهران پرداخته‌اند. نتایج پژوهش حاکی از آن است که پنج عامل - کیفیت‌های محیطی کارکردی - فضایی - هنجارهای اجتماعی و زمینه‌های لازم برای جامعه‌پذیری - درآمد مناسب و رونق فعالیت‌های اقتصادی - حالت روان، علایق و روحیه فردی - نحوه ادراک و برهم‌کنش دوستانه شهروندان با هم بر سرزندگی فضای عمومی موثر هستند. سهم این عوامل در تبیین واریانس کل متغیرها مجموعاً ۷۰/۳ درصد می‌باشد. درنهایت بر مبنای واریانس تبیین شده هریک از عوامل، مدل چارچوب مفهومی - عملیاتی مناسب و کارآمد ارائه شده است. صمدی و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهشی به تحلیل جامعه‌شناختی - کالبدی فضاهای عمومی شهری مطالعه موردی: کلان‌شهر تهران پرداخته‌اند. نتایج پژوهش نشان داده است که بین عوامل جامعه‌شناختی و عوامل کالبدی فضاهای عمومی رابطه نسبتاً ضعیفی برقرار است و با توجه به نتایج رگرسیون، عوامل کالبدی بر عوامل جامعه‌شناختی به میزان اهمیتی برابر با ۰/۴۸۷ تأثیر دارد. نتایج حاصل بیانگر این است که عوامل کالبدی تأثیر بسیار کمی بر تقویت عوامل جامعه‌شناختی در بین ساکنین شهر تهران دارد. با گسترش دامنه سایر عوامل بستر مناسب‌تری جهت عوامل و تعاملات اجتماعی فراهم می‌شود. موسوی و صمدی (۱۳۹۷) در پژوهشی به تحلیل نابرابری اجتماعی و اقتصادی در دسترسی و استفاده از فضاهای عمومی شهری (نمونه موردی

1. Höghammer

2. Dajun Dai



شهر تهران) پرداخته‌اند. یافته‌های تحقیق نشان داده است که متغیرهای پیش‌بین نزدیک به ۶۸/۴ درصد از تغییرات واریانس متغیر ملاک را تحت تأثیر قرار داده است و مابقی متغیر خارج از عوامل بررسی شده در این پژوهش است. بهرامی و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهشی به مطالعه طبقه و فضای شهری: تیپولوژی الگوی مصرف فضای شهری در اصفهان پرداخته‌اند. نتایج پژوهش نشان داده است که دارندگان سطوح پایین سرمایه اقتصادی و فرهنگی بیشتر الگوی مصرف تهاجمی دارند و تلاش می‌کنند فضای شهری و محیط بیرونی را از آن خود کنند و حضور خود را بر فضا تحمیل نمایند. در مقابل، طبقات متوسط جدید بیشتر خود را با فضا هماهنگ می‌کنند و می‌توان الگوی مصرف آنان را سیال نامید. اعضای طبقات بالاتر به‌ویژه آنان که وجه ممیزه‌شان سرمایه اقتصادی بالا است تا سرمایه فرهنگی، به حرکت از فضای شهری به فضای داخلی و برساختن فضای خصوصی و مصرف تفننی فضا تمایل دارند. در مقابل، برای افراد دارای سطوح بالای سرمایه فرهنگی، مصرف هدفمند فضا الگوی مصرف آنان می‌باشد.

غضنفر پور و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشی به تحلیل تطبیقی دسترسی به فضاهای عمومی و کارکرد سیمای شهری با رویکرد توسعه پایدار در مناطق ۱ و ۲ کرمان پرداخته‌اند. نتایج پژوهش آن‌ها نشان داده است که محلات بافت جدید در رتبه‌های اول و دوم و محلات بافت قدیمی در رتبه‌های سوم و چهارم قرار دارند و از این‌رو دسترسی مناسب به فضاهای عمومی و سیمای شهری بافت جدید شهر کرمان از وضعیت مطلوب‌تری نسبت به بافت قدیم برخوردار می‌باشد. شجاعی و پرتوی (۱۳۹۴) با مطالعه‌ای عوامل موثر بر ایجاد و ارتقاء اجتماع‌پذیری در فضاهای عمومی با مقیاس‌های مختلف شهر تهران (نمونه موردی: فضاهای عمومی دو محله و یک ناحیه در منطقه ۷ تهران) را مورد بررسی قرار داده‌اند و نتایج مطالعه نشان داد که فضای عمومی ناحیه با وجود دسترسی متر و بعد فاصله‌ای بیشتر مورد استقبال بیشتر ساکنین دو محله نسبت به فضاهای عمومی خود قرار گرفته و از اجتماع‌پذیری بالایی برخوردار است. نتیجه حاصل شده نشان می‌دهد که توجه به معیارهای اجتماع‌پذیری در حین برنامه‌ریزی و طراحی فضاها موجب می‌شود آن‌ها در کنار یکدیگر و در مقیاس‌های مختلف به حیات خود ادامه دهند. رشیدپور و سعیدی رضوانی (۱۳۹۴) در مطالعه‌ای به مقایسه تطبیقی عوامل موثر بر موفقیت فضاهای عمومی (خیابان و پارک) در ذهن و رفتار شهروندان آنکارا و تهران با تأکید بر نقش نظام برنامه‌ریزی فضای عمومی در شهرهای مذکور پرداخته‌اند. نتایج تحقیق فرض یکسان بودن اولویت‌ها و نیازهای مردم در شهرهای بزرگ را تأیید نموده و نشان می‌دهد که تفاوت اندکی میان ذهنیت شکل‌گرفته از یک فضای موفق با ترجیح فضا برای حضور در اوقات فراغت وجود دارد و ذهنیت منطبق است. یکسان بودن افق طرح در برنامه‌ریزی از مقیاس ملی تا محلی، وجود شهروندان با عینت اتفاق افتاده تقریباً برنامه‌ریزی در سطح ملی برای جذب توریست و مطرح‌شدن آنکارا به‌عنوان یک شهر جهانی و تالش برای کسب جایگاه در میان کشورهای اروپایی از مواردی است که توجه به کیفیت فضای عمومی در آنکارا را ارتقا داده؛ هر چند برنامه‌ریزی جامع مستقلاً برای فضاهای عمومی در این شهر همانند تهران وجود ندارد. موسویان شریف‌زاده (۱۳۹۲) در پژوهش به مطالعه نحوه تأثیر قدرت بر فضاهای عمومی شهری نمونه موردی پارک‌های شهر تهران در پنج دهه اخیر پرداخته‌اند. نتایج پژوهش نشان داده است که بین سرمایه و نمود رابطه مابین کنشگران و گروه‌های موجود در فضا رابطه معناداری برقرار است. باباگلی (۱۳۹۲) فضاهای نابرابر شهری در تهران (مناطق ۳ و ۱۷) را مورد مطالعه قرار داده و بر آن است تا ارتباط میان پایگاه اجتماعی - اقتصادی افراد را با نابرابری فضایی، حصر اجتماعی و جدایی‌گزینی فضایی بسنجد. نتایج نشان داده که شاخص‌های اجتماعی - اقتصادی به‌طور معناداری با مطلوبیت فضای هر منطقه وابسته است. در سال‌های اخیر شیوه‌های مختلف استفاده از فضای شهری موضوع بسیاری از مطالعات در رشته‌های مختلف نظیر علم انسان‌شناسی، جامعه‌شناسی، جغرافیا و معماری بوده است؛ در این

پژوهش نیز نقش عواملی چون اجتماعی - اقتصادی و زمینه‌ای در الگوی مصرف فضاهای عمومی شهری تهران مورد بررسی قرار گرفته است. با توجه به بررسی مطالعات پیشین مشخص گردیده تاکنون مطالعه‌ای در این زمینه صورت نگرفته است.

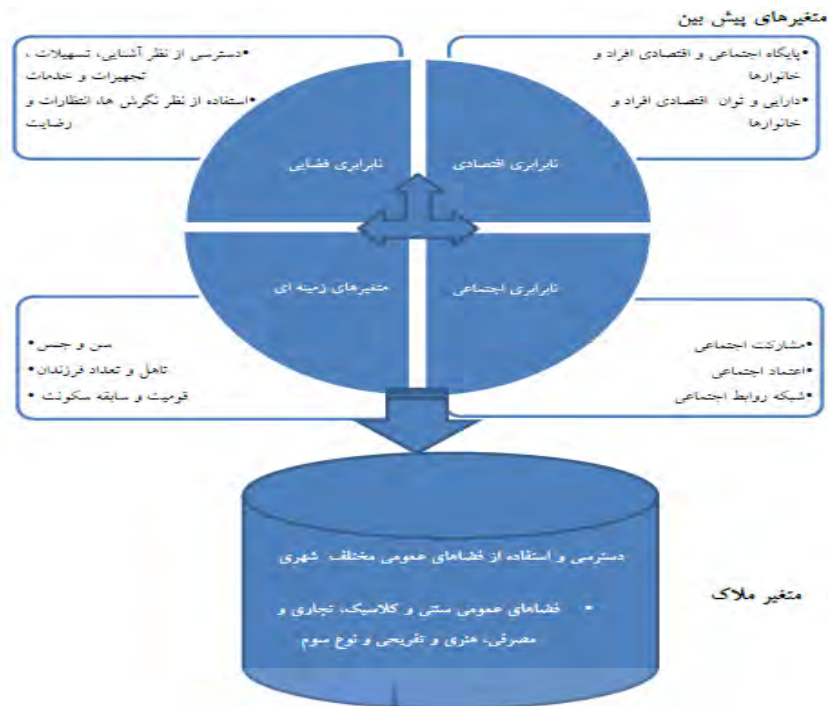
## مبانی نظری

فضاهای عمومی به‌عنوان مجموعه‌ای از فضاهای آزاد و دسترسی آزاد به مالکیت دولتی تعریف می‌شوند (Gomes, 2011: 7). مسئله استفاده از فضای عمومی، رفتارهای فردی و شیوه‌های فضایی در کانون آن‌ها است. درک پویایی‌های آن و بررسی نقش احتمالی شهرسازی در ارتقاء آن، مستلزم این است که شرایط مکانی، اجتماعی و تجربی پدیده در نظر گرفته شود (Silmoes, 2010: 116). فضای شهر شامل کلیه سازه‌های شهری از جمله: خیابان‌ها، ساختمان‌ها، میدان‌ها، آب‌نماها، پارک‌ها و فضاهای سبز، پل‌ها و سایر عناصر شهری است (سلطانی و رضایی، ۱۳۹۲: ۸) و مکانی برای تبادل افکار، اندیشه‌ها و شکل‌گیری روابط اجتماعی است که افراد و گروه‌های مختلف اجتماعی در آن سهیم‌اند. این فضاها محل تعاملات اجتماعی، تبادل اطلاعات و مکانی برای شکل‌گیری شبکه‌های اجتماعی هستند (کیانی و همکاران، ۱۳۹۰: ۳۹). عوامل مختلفی در استفاده و مصرف فضاهای عمومی دخیل می‌باشند که مهم‌ترین آن‌ها عوامل اجتماعی - اقتصادی، جغرافیایی، دسترسی، تفاوت‌های فرهنگی و ... می‌باشند. یکی از موارد مورد بررسی در مصرف فضاهای عمومی دسترسی می‌باشد. دسترسی‌پذیری بیشتر به‌آسانی حرکت و ارتباط بین فعالیت‌ها گفته می‌شود (غضنفر پور و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۰۴) و به مفهوم سهولت نفوذ فیزیکی و دستیابی به بخش‌های مختلف شهری است و قابلیت دسترسی به آن به جنبه‌های گوناگون از جمله: وضعیت جنسی، سنی، روانی، اقتصادی و مالی، ساختار اجتماعی و خانواده افراد بستگی دارد (دوی کیی و ناکانیشی، ۲۰۰۸: ۱۶) قابلیت دسترسی به فضاهای عمومی به ابعاد مختلف اجتماعی، سیاسی، اقتصادی، روانی و هندسی شهر مرتبط است (نیچولس، ۲۰۰۱: ۲۰۱). تفاوت‌های فرهنگی، اجتماعی نیز نه تنها در معماری نمود می‌یابد بلکه در دسترس به فضای عمومی و ادراک این فضاها هم اثر می‌گذارد (رفیعیان و سیفایی، ۱۳۸۴: ۴۰). وجود این عوامل موجب نابرابری در دسترسی و مصرف فضاهای عمومی شده است. لازم به ذکر است که در طی فرآیند مصرف، تنها کالاها و خدمات نیستند که مصرف می‌شوند، حتی فضاهای شهری نیز مخاطب فرآیند مصرف می‌شوند و طی فرآیندی اجتماعی و مکانی، تولید و بازتولید شده و هم‌زمان مصرف می‌شوند. اوری معتقد است مصرف به شیوه‌های ساخت، تجربه، تفسیر و استفاده از فضاها و مکان‌ها نیز اطلاق می‌شود (اوری، ۱۳۹۵) هم‌چنین کارمونا و اندرلیچ معتقدند مفهوم فضای مصرف ممکن است به دو شکل مورد توجه قرار گیرد: ۱. به‌عنوان فضایی که در آن فعالیت مصرف اتفاق می‌افتد. این فعالیت شامل خرید کالا (خرده‌فروشی)، غذا (رستوران، کافه و ...) یا خدمات (تبلیغات و ...) می‌شود. ۲. به‌عنوان مصرف خود فضا، که در این حالت فضا و آنچه در آن اتفاق می‌افتد، تبدیل به نمایی می‌شود که مانند هر محصول دیگری مصرف می‌شود (کارمونا و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۴۰).

جهت مطالعه الگوها و فضاهای مصرفی شهر نظریات مختلفی وجود دارد که از میان آن‌ها، نظریه تولید فضای هانری لوفور می‌باشد. در این نظریه وزن مطالعات اقتصاد سیاسی و جامعه‌شناسی مصرف هم‌سنگ بوده و هم‌زمان به بررسی نقش تولید و مصرف فضا در بقای نظام سرمایه‌داری و هم‌چنین ابعاد جامعه‌شناختی بحث می‌پردازد. اهمیت درک لوفور در آن است که وی می‌خواهد نوعی تحلیل انتقادی از اهمیت فضا در جامعه سرمایه‌داری مدرن ارائه دهد (Lefebvre, 1991: 73). لوفور معتقد است که فضا یک شیء نیست بلکه یک محصول و یک ابزار تولید است (Lefebvre, 1991: 85). از نظر جامعه‌شناسان کلاسیک از جمله کارل مارکس توسعه فضای شهری در معنای کالبدی از



عوامل عمده تحول نظام سرمایه‌داری است، اما این توسعه کالبدی و جغرافیایی فضای شهری سرمایه‌داری همچنان نابرابر و نامتوازن و در جهت منافع طبقه سرمایه‌دار و بورژوازی حرکت می‌کند و معتقد است فضا و محیط شهری محلی برای بیگانگی انسان به خاطر روابط نابرابر اقتصادی و اجتماعی در تولید درون سیستم تولیدی نظام سرمایه‌داری و عدم تحقق فردیت و آزادی واقعی انسان است (مارکس، ۱۹۶۷: ۳۰۱). رابرت پارک نیز به‌عنوان یکی از نظریه‌پردازان مکتب شیکاگو معتقد است که در فرایند رقابت بر سر منابع کمیاب همه برابر نیستند و بروز نواحی طبیعی شهر یا تولید فضاهای جدید و نیز نابرابری در شهر نتیجه رقابت و تمایز یافتگی کارکردی و توزیع فضایی گروه‌های مختلف اقتصادی در نواحی مختلف شهری است (صدیق، ۱۳۶۹: ۸۷). لوفور اظهار داشت که فضای انسان و زمان انسان نیمی در طبیعت و نیمی دیگر در انتزاع ریشه دارد (Elden, 2007: 110). در مجموع می‌توان گفت که لوفور اعتقاد داشت که فضا یک انتزاع واقعی است (Stanek, 2008: 77). او فضای انتزاعی را به‌عنوان ابزاری جهت امکان‌پذیر کردن فرآیندهای سرمایه‌داری تولید، توزیع و مصرف کشف کرد. فضای شهر سرمایه‌داری یک دیالکتیک اساسی بین فرایندهای تمرکز و پراکندگی، شمول و محرومیت از خود نشان می‌دهد (Stanek, 2008: 91). از آنجاکه نیروهای بازار و منافع تجاری آن‌چنان بی‌امان بر شهرها مسلط شده‌اند، دیوید هاروی اعتراف می‌کند که کیفیت زندگی شهری همانند شهر، به یک کالا تبدیل شده است (Harvey, 2003: 21). دلهره پسامدرنیستی برای تشویق به شکل‌گیری گوشه‌های رقابتی بازار - هم در خصوص عادات مصرف‌کننده و هم در خصوص اشکال فرهنگی - تجربه شهری معاصر را با هاله‌ای از آزادی انتخاب احاطه کرده است، البته به شرطی که از تمکن مالی برخوردار باشید. بنابراین، یکی از مشکلات اصلی تغییر ساختار جهانی نئولیبرال این است که شهروندان دموکراتیک را به بند می‌کشد (Purcell, 2002: 99). در پژوهش حاضر فضای عمومی شهری در پنج نوع تحت عناوین فضای عمومی شهری سنتی و کلاسیک، فضاهای عمومی تجاری و فضای عمومی تفریحی، فراغتی، سرگرمی و هنری و فضای عمومی مصرفی و فضای عمومی نوع سوم در نظر گرفته شده است. فضای عمومی مصرفی، آن بخش از فضاهای عمومی شهری است که با هدف عرضه تولیدات مصرفی در سطح خرد و عمده به مصرف‌کنندگان شکل می‌گیرد و کارکرد عمده آن به‌واسطه مصرف‌کنندگان بازنویسی و طراحی شده است (کاستلز، ۱۳۸۰: ساندرز، ۱۳۹۰؛ رنه شورت، ۱۳۹۰). فضای عمومی نوع سوم آن بخش از فضاهای عمومی شهری است که تعادل بین سه عرصه تجربیات زندگی روزمره یعنی خانه، کار و اجتماع را فراهم می‌سازد، این فضاها محدودیت مکانی و زمانی نداشته و افراد علاقه‌مند هستند وقت بیشتری را در آن‌ها صرف نمایند و اوقات فراغتشان را در آن سپری سازند (اولدنبورگ، ۲۰۰۰: شارع پور، ۱۳۹۱؛ والرز، ۱۹۹۵). با توجه به بررسی نظریه و بحث نابرابری‌های اقتصادی، فضایی، اجتماعی ناشی از رویکرد سرمایه‌داری و تأثیر آن بر شکل‌گیری فضاهای متفاوت شهری وجود تأثیر متغیرهای زمینه‌ای مدل مفهومی پژوهش حاضر در شکل ۱ نشان داده شده است.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

## روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و با توجه به ویژگی‌ها و ماهیت آن از نوع تحقیقات آمیخته (توصیفی - تحلیلی) می‌باشد. جامعه آماری پژوهش ساکنین شهر تهران می‌باشند. در این پژوهش بر اساس نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای تهران را به مناطق ۲۲ گانه شهری تقسیم و بر اساس شرایط جغرافیایی ۵ منطقه از نواحی شمال (منطقه ۱)، جنوب (منطقه ۲۰)، غرب (منطقه ۵)، شرق (منطقه ۴) و مرکز (منطقه ۱۲) به‌عنوان خوشه انتخاب و از هر منطقه ۲ حوزه و از هر حوزه ۵ بلوک به‌صورت تصادفی ساده انتخاب و ساکنینی که بالای ۱۸ سال سن و ۲ سال سابقه سکونت در شهر تهران را داشته‌اند به‌عنوان حجم نمونه انتخاب شدند. تعداد نمونه آماری طبق فرمول کوکران ۳۸۴ نفر در نظر گرفته شده است. این میزان به نسبت جمعیت مناطق انتخاب‌شده در بین مناطق متغیر خواهد بود. توزیع نمونه آماری در سطح مناطق ۵ گانه به شرح جدول زیر می‌باشد.

جدول ۱. توزیع نمونه آماری در سطح مناطق ۵ گانه

حوزه‌های شهری	منطقه انتخاب‌شده	جمعیت	حجم نمونه
شمالی	۱	۴۷۳۰۳۹	۶۰
غربی	۵	۸۹۱۶۵۷	۱۱۳
مرکزی	۱۲	۲۳۲۲۶۸	۳۰
شرقی	۴	۸۴۸۳۰۸	۱۰۷
جنوبی	۲۰	۵۹۳۵۰۰	۷۵
جمع	۵	۳۰۳۸۷۷۲	۳۸۴

روایی پژوهش در پژوهش حاضر با توجه به چند رشته‌ای بودن مفاهیم اساسی (فضای عمومی، فضای شهری، نابرابری اجتماعی و اقتصادی) از نظرات ۱۰ کارشناس شهرسازی، جامعه‌شناسی شهری و جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری که با این

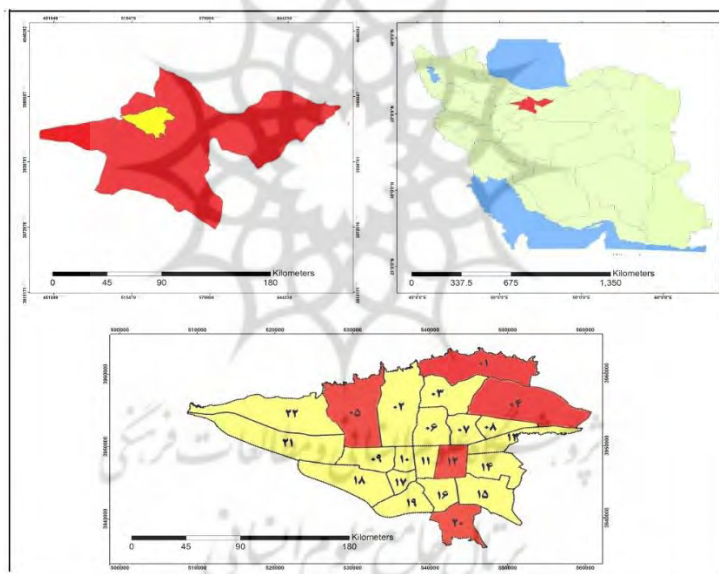
شاخص‌ها آشنا و پژوهش‌های در این زمینه انجام داده بودند و به شیوه در دسترس انتخاب شدند، بهره گرفته شده است. شاخص‌های شناسایی شده در قالب پرسشنامه به این افراد ارائه شد و سپس بعد از جرح و تعدیل توسط آن‌ها شاخص‌های که از نظر آن‌ها کمترین اهمیت داشتند حذف گردید و سپس شاخص‌های جدول ۲ باقی ماندند. برای سنجش پایایی پرسشنامه نیز از روش کرونباخ استفاده شده است. که نتایج حاصل از این آزمون برابر با  $0/873$  به دست آمده که نشان از همگرایی بالای بین سؤالات پرسشنامه را می‌رساند. در ادامه برای دستیابی به تحلیلی جامع با استفاده از روش معادلات ساختاری و آزمون لیزرل این شاخص‌های تأیید شده مورد واکاوی قرار می‌گیرند. با استفاده از این آزمون میزان روایی و پایایی سازه و شاخص‌های برازش مدل (انطباق پذیری حجم نمونه با واقعیت) و همچنین میزان اثرگذاری و ضریب مسیر هر عامل و شاخص بر الگوی مصرف فضاهای عمومی مورد بررسی و تحلیل قرار گرفته است. سپس با استفاده از اطلاعات و نتایج به دست آمده از گروه ساکنینی که مورد پرسش قرار گرفته‌اند نحوه مصرف هر فضا در هر منطقه (مناطق مورد نمونه) نیز مشخص گردید. در ادامه نیز جدول شاخص‌های پژوهش آورده شده است.

جدول ۲. شاخص‌های مطرح شده در پژوهش

ابعاد	زیر شاخص‌ها	سنجه
اقتصادی	پایگاه اجتماعی و اقتصادی	شغل
		درآمد
		تحصیلات
		منطقه سکونت
دارایی و توان اقتصادی	دارایی و توان اقتصادی افراد و خانوارها	فعالیت‌های مدنی
		فعالیت‌های فرهنگی و هنری
اجتماعی	دامن شبکه روابط اجتماعی	فعالیت‌های محلی
		نقش آشنایان
		نقش همسایگان
		نقش هم‌محلی‌ها
اعتماد اجتماعی	اعتماد اجتماعی	انجمن‌ها و گروه‌های مردمی
		فردی تعمیم یافته نهادی
زمینه‌ای	زمینه‌ای	سن
		جنس
		تاهل
		تعداد فرزندان
الگوی فضای عمومی شهری	فضای عمومی سنتی و کلاسیک	سابقه سکونت
		کوچه، خیابان، میدان و میدانچه، چهارراه، فلکه‌ها، بلوار، پارک و... (محو، منطقه‌ای، و در مقیاس کلان شهر تهران)
	فضای عمومی تجاری	بازار، پاساژها، مگامال‌ها و ...
		شهربازی، نمایشگاه، باغ‌های تفریحی
فضای عمومی مصرفی	فضای عمومی سرگرمی و تفریحی و ...	فروشگاه‌های زنجیره‌ای، مراکز خرید سنتی و مدرن و ...
		کافی‌شاپ، رستوران، کتابخانه، قهوه‌خانه‌های سنتی و مدرن و خانوادگی، لابی سالن‌های جشنواره‌ها، کنسرت‌ها، سینماها، و سالن تئاتر و سینما و ...

### محدوده مورد مطالعه

محدوده مورد مطالعه شهر تهران به عنوان پایتخت ایران، و مرکز استان تهران می‌باشد. شهر تهران با مساحت ۷۳۰ کیلومترمربع از نظر موقعیت جغرافیایی در حدفاصل ۵۱ درجه و ۳ دقیقه تا ۵۱ درجه و ۴۴ دقیقه طول شرقی (به طول تقریبی ۵۰ کیلومتر) و ۳۵ درجه و ۳۲ دقیقه تا ۳۵ درجه و ۵۶ دقیقه عرض شمالی (به عرض تقریبی ۳۰ کیلومتر) گسترده شده است (سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان تهران، ۱۳۹۶). این شهر از شمال به سلسله جبال البرز، از شرق به لواسانات، از غرب به کرج و از جنوب به ورامین محدوده شده است. شهر تهران پرجمعیت‌ترین شهر و پایتخت ایران و مرکز استان و شهرستان تهران است. با جمعیتی برابر با ۸۶۹۳۷۰۶ نفر پانزدهمین شهر پرجمعیت جهان و بیست و هشتمین شهر بزرگ دنیا از نظر جمعیت و از نظر مساحت صدویست و پنجمین کلان‌شهر دنیا و پرجمعیت‌ترین شهر باختر آسیا به شمار می‌رود. این کلان‌شهر دومین کلان‌شهر پرجمعیت خاورمیانه است. شهر تهران از نظر تقسیمات اداری به ۲۲ منطقه و ۱۲۳ ناحیه و ۳۷۴ محله تقسیم می‌شود. (آمارنامه شهرداری تهران، ۱۳۹۴). در بین مناطق شهر تهران، بیشترین مساحت به مناطق ۴، ۲۲ و ۱ و کمترین مساحت به مناطق ۱۷، ۱۰ و ۱۳ تعلق دارد. مناطق مورد مطالعه در این پژوهش مناطق ۱، ۴، ۵، ۱۲ و ۲۰ می‌باشند. که در شکل ۱ موقعیت جغرافیایی آن‌ها در کشور، استان و شهر تهران مشخص شده است.



شکل ۲. نقشه موقعیت جغرافیایی شهر تهران در کشور و استان تهران

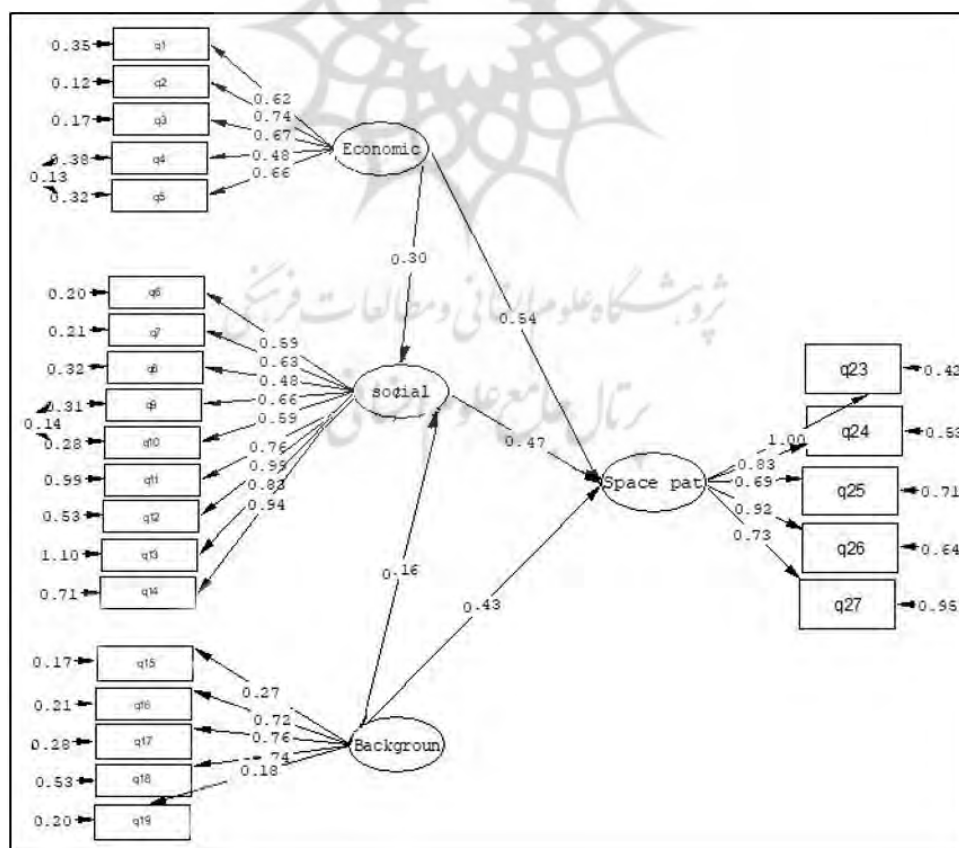
### یافته‌ها

هدف از این بخش توصیف و بررسی واقعیت‌های موجود جامعه آماری و حجم نمونه است. پاسخ‌دهندگان از لحاظ جنسیت ۳۹/۶ درصد زن و ۶۰/۴ درصد مرد، از نظر میزان سن نیز بیشترین درصد (۳۹/۳) مربوط به سن ۶۰-۴۱ سال و ۳۳/۶ درصد مربوط به سن ۴۰-۲۶ و ۲۲/۷ درصد نیز مربوط به سن ۲۵-۱۸ سال و ۴/۴ درصد مربوط به سن بالای ۶۰ سال می‌باشند. از نظر تأهل نیز ۶۶/۷ درصد متأهل و مابقی مجرد بوده‌اند. از نظر تحصیلات نیز ۴/۲ درصد بی‌سواد، ۱۷/۷ درصد دیپلم، ۴۰/۱ درصد دیپلم و کاردانی، ۲۷/۳ درصد لیسانی و ۱۰/۷ ارشد و بالاتر می‌باشند. در ادامه نیز میزان استفاده از نوع فضاهای عمومی به تفکیک مناطق آورده شده است.

جدول ۳. میزان استفاده حجم نمونه از فضاهاى عمومى به تفکیک مناطق مورد مطالعه

مناطق	فضای عمومی سنتی و کلاسیک		فضای عمومی تجاری		فضای عمومی سرگرمی و تفریحی و فراوانی		فضای عمومی مصرفی		فضای عمومی نوع سوم	
	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی
۱	۳۲	۸/۳	۱۳۲	۳۴/۳	۸۹	۲۳/۱	۵۶	۱۴/۵	۷۵	۱۹/۵
۴	۳۴	۸/۸	۱۰۱	۲۶/۳	۵۴	۱۴	۱۱۱	۲۸/۹	۸۴	۲۱/۸
۵	۴۳	۱۱/۱	۱۲۱	۳۱/۵	۴۱	۱۰/۶	۹۴	۲۴/۴	۸۵	۲۲/۱
۱۲	۱۰۶	۲۷/۶	۶۲	۱۶/۱	۷۶	۱۹/۷	۶۰	۱۵/۶	۸۰	۲۰/۸
۲۰	۸۹	۲۳/۱	۸۹	۲۳/۱	۱۰۱	۲۶/۳	۴۳	۱۱/۱	۶۲	۱۶/۱

شاخص‌های مورد مطالعه در این پژوهش که برگرفته از ادبیات تحقیق و مطالعات پیشین می‌باشد از چهار شاخص اصلی اقتصادی (Economic)، اجتماعی (social)، و زمینه‌ای (Background) و الگوی مصرف فضای عمومی شهر (Space pattern) تشکیل شده است. جهت بررسی و تحلیل بیشتر هر کدام از این شاخص‌ها نیز سنجه‌های در نظر گرفته شده است. که با معادله ساختاری و نرم‌افزار لیزرل مورد بررسی قرار گرفته‌اند. شکل ۳ که مدل ساختاری استاندارد شده حاصل از خروجی نرم‌افزار لیزرل می‌باشد ضریب استاندارد شده و تحلیل مسیر روابط درونی و پنهانی متغیرها را نشان می‌دهد. در شکل ۲ هر دایره نشان‌دهنده یک متغیر پنهان و هر مستطیل نشان‌دهنده یک متغیر آشکار است. در این پژوهش چهار متغیر پنهان عبارت‌اند از ویژگی‌های اقتصادی، ویژگی اجتماعی و ویژگی‌های زمینه‌ای و الگوهای مصرف فضای عمومی شهری که به وسیله متغیرهای نشان داده شده در مستطیل‌ها سنجیده شده‌اند.



شکل ۳. مدل ساختاری اصلاح شده پژوهش در حالت تخمین ضرایب استاندارد

بعد از ارائه مدل ساختاری اصلاح شده بایستی با تحلیل مدل اندازه گیری مشخص گردد که آیا مدل اندازه گیری از اعتبار (روایی) و تعمیم پذیری (پایایی) مناسبی برخوردار است یا خیر. از این رو در ادامه به بررسی این مهم پرداخته می شود. لازم به ذکر است روایی و پایایی سازه هر متغیر به صورت مجزا در جدول ۴ آورده شده است. همچنین در جدول ۵ روایی همگرا و اگرایی مدل اندازه گیری با استفاده از آزمون فورنل و لارکر مورد بررسی قرار گرفته است.

جدول ۴. بررسی پایایی و روایی سازه

	CR	AVE	MSV	ASV
Economic	۰/۸۳۷	۰/۵۰۸	۰/۴۵۴	۰/۳۱۸
social	۰/۸۸۵	۰/۶۱۱	۰/۰۱۶۷	۰/۰۹۱
Background	۰/۸۳۹	۰/۵۱۳	۰/۲۸۶	۰/۱۵۰
Space pattern	۰/۸۴۲	۰/۵۲۰	۰/۳۶۴	۰/۲۱۱

جدول ۵. بررسی روایی واگرایی فورنل و لارکر

الگوی فضای عمومی	زمینه ای	اجتماعی	اقتصادی	
			۰/۷۱۳	اقتصادی
		۰/۷۸۱	۰/۴۰۹	اجتماعی
	۰/۷۴۸	۰/۳۷۶	۰/۶۷۴	زمینه ای
۰/۷۱۷	۰/۳۴۳	۰/۱۳۳	۰/۵۳۵	الگوی فضای عمومی

جمع بندی نتایج جداول بررسی روایی و پایایی سازه نشان می دهد که خوشبختانه مدل اندازه گیری اصلاح شده هم دارای پایایی سازه و هم دارای روایی سازه می باشد و اکنون مدل اندازه گیری اصلاح شده بایستی از نظر تعمیم پذیری و انطباق آن در جامعه آماری مورد بررسی قرار گیرد. در رابطه با تأیید روایی مدل و دریافت این که مدل پیشنهادی تا چه اندازه با واقعیت جامعه آماری انطباق دارد، رجوع به شاخص های برازش کمک کننده خواهد بود. به عبارت دیگر معیارهای علمی قابل قبول برای تأیید مدل با استفاده از داده های گردآوری شده خود بحث اصلی در شاخص های برازش را تشکیل می دهد. جدول ۶ نمایانگر شاخص های برازش مدل اندازه گیری می باشد.

جدول ۶. شاخص های برازش مدل اندازه گیری اصلاح شده

شاخص های برازش	نوع شاخص برازش	حد مجاز	مقدار به دست آمده
X2/df	شاخص های مقتصد	کوچک تر از ۳	۱/۷۷۴
RMSEA	شاخص های مقتصد	کوچک تر از ۰/۰۸	۰/۰۵۱
PNFI	شاخص های مقتصد	بزرگ تر از ۰/۵	۰/۸۳
GFI	شاخص های مطلق	بزرگ تر از ۰/۸	۰/۸۹
AGFI	شاخص های مطلق	بزرگ تر از ۰/۹	۰/۸۶
NFI	شاخص های مقایسه ای	بزرگ تر از ۰/۹	۰/۹۵
NNFI	شاخص های مقایسه ای	بزرگ تر از ۰/۹	۰/۹۷
CFI	شاخص های مقایسه ای	بزرگ تر از ۰/۹	۰/۹۸
RFI	شاخص های مقایسه ای	بزرگ تر از ۰/۹	۰/۹۴
IFI	شاخص های مقایسه ای	بزرگ تر از ۰/۹	۰/۹۸

با توجه به نتایج حاصل از تحلیل شاخص های برازش مدل پژوهش در نرم افزار لیزرل برازش مدل قابل قبول است زیرا مدل اندازه گیری اصلاح شده پژوهش هم از نظر شاخص های مقتصد، هم مطلق و هم مقایسه ای در بهترین وضعیت

برازشی ممکن قرار دارد. زیرا همه شاخص‌ها حد مجاز موردنظر را رعایت نمودند و محقق می‌تواند ادعا نماید که مدل پژوهش از نیکویی برازش برخوردار است و مشاهدات ما در نمونه با واقعیت موردنظر در جامعه انطباق دارد. پس می‌توان گفت مدل موردنظر هر وظیفه موردنظر خود را انجام داده است و محقق می‌تواند با این نگاه که مدلی معتبر، تعمیم‌پذیر و منطبق با واقعیت دارد به آزمون بررسی جهت و ضریب مسیرهای موردنظر در متغیرهای پژوهش می‌پردازیم. جدول ۷ بیانگر ضرایب مسیرهای مختلف تأثیر متغیرهای آشکار بر هر متغیر پنهان است.

جدول ۷. ضرایب مسیرها در شاخص‌ها

متغیرهای پنهان	متغیر آشکار	ضریب مسیر
اقتصادی	شغل	۰/۶۲
	درآمد	۰/۷۴
	تحصیلات	۰/۶۷
	منطقه سکونت	۰/۴۸
	دارایی و توان اقتصادی افراد	۰/۶۶
	دارایی و توان اقتصادی خانوارها	۰/۵۴
اجتماعی	فعالیت‌های مدنی	۰/۵۹
	فعالیت‌های فرهنگی و هنری	۰/۶۳
	فعالیت‌های محلی	۰/۴۸
	نقش آشنایان	۰/۶۶
	نقش همسایگان	۰/۵۹
	نقش هم‌محلی‌ها	۰/۷۶
زمینه‌ای	انجمن‌ها و گروه‌های مردمی	۰/۹۹
	تعمیم‌یافته نهادی	۰/۸۳
	سن	۰/۲۷
	جنس	۰/۷۲
	تأهل	۰/۷۶
	تعداد فرزندان	۰/۷۴
الگوی فضای عمومی شهری	سابقه سکونت	۰/۱۸
	فضای عمومی سنتی و کلاسیک	۰/۵۳
	فضای عمومی تجاری	۰/۸۳
	فضای عمومی سرگرمی و تفریحی و ...	۰/۶۹
	فضای عمومی مصرفی	۰/۹۲
	فضای عمومی نوع سوم	۰/۷۳

جدول ۸. مسیرها در بین متغیرهای پنهان

متغیر پنهان	ضریب
ویژگی‌های اجتماعی	۰/۳۰
ویژگی‌های اجتماعی	۰/۱۶
الگوی مصرف فضاهای شهری	۰/۵۴
الگوی مصرف فضاهای شهری	۰/۴۷
الگوی مصرف فضاهای شهری	۰/۴۳

## بحث

بر اساس جدول ۸ در بررسی مسیرها و ضرایب به‌دست‌آمده مسیر ویژگی‌های اقتصادی بر ویژگی‌های اجتماعی با



ضریب ۰/۳۰ بیشترین تأثیر را دارد. بعدازآن مسیر ویژگی‌های زمینه‌ای بر ویژگی‌های اجتماعی با ضریب ۰/۱۶ و سپس هر سه عامل موردبررسی بر الگوی مصرف فضاهای عمومی با ضرایب متفاوتی تأثیرگذار هستند. دراین‌بین مسیر ویژگی اقتصادی با ضریب ۰/۵۴ و ویژگی‌های اجتماعی با ضریب ۰/۴۷ و ویژگی‌های زمینه‌ای با ضریب ۰/۴۳ به ترتیب بیشترین اثرگذار بر الگوی مصرف فضاهای عمومی شهری را دارند. با توجه به بررسی‌های صورت گرفته و بر اساس ادبیات نظری پژوهش در پاسخ به سؤال اول پژوهش مشخص گردید که عوامل موثر بر الگوی مصرف فضاهای عمومی شهری ویژگی‌های اجتماعی، اقتصادی و زمینه‌ای می‌باشند که با آزمون‌های صورت گرفته بر روی میزان روابط هر عامل بر دیگری و نهایتاً بر الگوی مصرف فضاهای عمومی مشخص گردید روابط درونی معنادار و مثبتی با هم دارند. همچنین در پاسخ به سؤال نوع مصرف فضاهای عمومی در بین مناطق منتخب شهر تهران نیز با توجه به جدول ۳ می‌توان گفت نوع مصرف فضاهای عمومی با توجه به عوامل شناسایی شده که ذکر آن‌ها در بالا بیان گردید به‌صورت یکسان نبوده و در مناطق شمالی تهران بیشتر مصرف فضاهای از نوع مدرن و نوع سوم می‌باشند و ساکنین این مناطق تمایل کمتری به استفاده از فضاهای کلاسیک و سنتی دارند.

مطالعه باباگلی (۱۳۹۲) در خصوص قشربندی اجتماعی استفاده‌کنندگان فضاهای عمومی شهری در منطقه ۳ و ۱۷ تهران، ارتباط بین شاخص‌های اجتماعی و اقتصادی را به‌طور معناداری با مطلوبیت فضایی هر منطقه نشان می‌دهد یا مطالعه محمودی (۱۳۸۹) در خصوص مقایسه شاخص‌های اقتصادی - اجتماعی و کالبدی موجود در مناطق ۱ و ۱۷ تهران بیانگر بخشی از نابرابری‌های فضایی و اقتصادی و اجتماعی و تفاوت معنادار بین مناطق شمالی و جنوبی شهر تهران است و همچنین تحقیقی که توسط حجازی (۱۳۹۱) صورت گرفته است بیانگر این واقعیت است که اقشار طبقاتی با تأثیرپذیری از عادت واژه‌های بوردوی به حصر اجتماعی و مرزبندی‌های اجتماعی - فضایی دامن می‌زنند.

### نتیجه‌گیری

شهرنشینی در ایران طی سال‌های اخیر رشدی تصاعدی داشته و در حال حاضر جمعیت شهرنشین ایران طبق مرکز آمار ایران در سال ۱۳۹۵ بالغ بر ۷۳ درصد و در رأس شهرهای کشور، شهر تهران ۹۴ درصد می‌باشد. یکی از مشکلات ناشی از این تراکم جمعیت شهرنشینی نابرابری در دسترسی به فضاهای عمومی و اختلاف سطح در دسترسی و نوع مصرف فضاهای عمومی شهری ناشی از نابرابری‌های اقتصادی و اجتماعی در مناطق و محلات مختلف شهری است. این نابرابری‌ها موجب گردیده تا هر منطقه و محله‌ای متناسب با وضعیت اجتماعی و اقتصادی خود الگوی مصرف فضاهای عمومی را در سطح شهر شکل دهند. در این راستا پژوهش حاضر درصدد است تا میزان عوامل موثر بر الگوی مصرف فضاهای عمومی شهر تهران را مورد کنکاش قرار دهد و همچنین بررسی شود که مناطق به سمت چه نوع الگوی از فضاهای شهری گرایش دارند. برای این منظور پنج نوع از الگوهای فضاهای عمومی شهری را شناسایی و عوامل موثر بر آن از ادبیات تحقیق مستخرج شده است. که در این راستا عوامل اقتصادی و اجتماعی و زمینه‌ای به‌عنوان عوامل موردبررسی انتخاب شدند و بررسی مبانی علمی و نظری نشان می‌دهد که این عوامل در الگوی مصرف فضاهای عمومی موثر هستند. لازم به ذکر است از جهت‌های اصلی جغرافیایی شهر تهران (یعنی شمال، جنوب، شرق، غرب و مرکز مناطق ۱، ۴، ۵، ۱۲ و ۲۰) یک منطقه برای انتخاب حجم نمونه در دستور کار قرار گرفت تا بهترین نتیجه از پژوهش به دست آید. با توجه به نتایج به‌دست‌آمده از نرم‌افزار لیزرل مشخص گردید که سهم این عوامل در تبیین الگوی مصرف فضای عمومی یکسان نبوده و روابط درونی این عوامل با هم برابر نمی‌باشد به‌گونه‌ای که عوامل اقتصادی و

عوامل زمینه‌ای بر عوامل اجتماعی اثرگذارند. و ضریب تأثیرگذاری هرکدام از این عوامل متفاوت است. در نهایت اینکه عامل اقتصادی با ضریب مسیر ۰/۵۴ و عامل اجتماعی با ضریب ۰/۴۷ و عامل زمینه‌ای با ۰/۴۳ بر الگوی مصرف فضاهای عمومی اثرگذار هستند. بنابراین می‌توان گفت برای بررسی الگوهای مصرف فضاهای عمومی شهری بایستی این سه عامل اصلی محور مطالعات در این زمینه باشد. همچنین برداشت‌های میدانی و نظرات پاسخ‌دهندگان پژوهش و بررسی فضاهای شهری در مناطق مورد مطالعه نشان می‌دهد که فضاهای باارزش شهری در مناطق ۱، ۴ و ۵ به دلایل دسترسی به منابع قدرت در قالب فضاهای حکومتی و امنیتی به تصرف درآمده و با گذشت زمان با تبدیل کاربری به مسکونی و تجاری به شکاف طبقاتی دامن زده و افرادی که به واسطه شغلشان از این فضاها بهره‌مند می‌شوند. پس شغل و عوامل زمینه‌ای از جمله عوامل موثر در دسترسی و استفاده از فضاهای عمومی ایفای نقش می‌کند. با توجه به این که اکثر ساکنین مناطق شمالی، شرقی و غربی تهران با پیشینه تاریخی دارای مشاغل حکومتی ثابت و بخش خصوصی با درآمدهای بالاتر از متوسط هستند در دسترسی و استفاده از فضاهای عمومی شهری نسبت به سایر مناطق از وضعیت بهتری برخوردارند. در عین حال معیارها و شاخص‌های فضاهای اجتماع‌پذیر از نظر این گروه‌ها با مناطق جنوبی شهری تفاوت‌های بنیادی دارد. بر اساس تحلیل‌های توصیفی سؤالات پرسشنامه توسط نمونه آماری، افراد ساکن در مناطق شمالی، غربی و شرقی شهر تهران از فضاهای عمومی سنتی و کلاسیک مثل خیابان و بازار سنتی روی گردان و به فضاهای عمومی تجاری و مصرفی و نوع سوم روی آورده‌اند. این گروه از افراد در این مناطق دارای مشاغل با ثبات دولتی یا حقوق‌بگیر بخش خصوصی هستند، درآمد آن‌ها از میانگین درآمد شهر تهران بالاتر و دارای تحصیلات عالیه دانشگاهی هستند. در میان این گروه‌ها مفاهیم مشارکت و اعتماد اجتماعی از سطح نهادهای اجتماعی به سطح خرد کنش اجتماعی در محدوده خانواده محدود می‌شود؛ زیرا این افراد از واقعیت‌های اجتماعی بینش دقیق‌تر واقع‌بینانه‌تری دارند. بنابراین به دنبال فضاهایی متناسب با خواسته‌ها و انتظارات خودشان هستند. ساکنین این مناطق نیز معتقد بودند که کمبود فضاهای برای بیان اعتقادات و اندیشه‌ها و عقایدشان وجود دارد این افراد به دنبال فضاهای با نمادهای سیاسی که کنش جمعی افراد و گروه‌ها را به سمت مشارکت، اعتماد و گسترش دامنه شبکه روابط اجتماعی و فضاهای اجتماع‌پذیر سوق دهد، می‌باشند. بنابراین در مناطق شرقی و غربی تهران با مناطق شمالی شهر تهران تفاوت‌های اساسی دارد. که یکی از مهم‌ترین این تفاوت‌ها فرایند توسعه سرمایه‌داری و چگونگی شکل‌گیری طبقه متوسط در شهر تهران است یافته‌های تحقیق نشان از نقش اساسی و تأثیرگذار ویژگی‌های اقتصادی بر الگوی مصرف فضاهای عمومی در شهر تهران را دارد.

### حامی مالی

این اثر حامی مالی نداشته است.

### سه‌م نویسنده‌گان در پژوهش

نویسنده‌گان در تمام مراحل و بخش‌های انجام پژوهش سهم برابر داشتند.

### تضاد منافع

نویسنده‌گان اعلام می‌دارند که هیچ تضاد منافی در رابطه با نویسندگی و یا انتشار این مقاله ندارند.

## تقدیر و تشکر

نویسنده از همه کسانی که در انجام این پژوهش به ما یاری رساندند، به ویژه کسانی که کار ارزیابی کیفیت مقالات را انجام دادند، تشکر و قدردانی می‌نماید.

## منابع

- بهرامی، زهرا؛ قاسمی، وحید و ربیعی، کامران. (۱۳۹۶). طبقه و فضای شهری: تیپولوژی الگوی مصرف فضای شهری در اصفهان، موسسه آموزش عالی دانش پژوهان پیشرو. کنفرانس بین‌المللی توسعه پایدار و عمران شهری، ۱۶-۱.
- سلطانی، علی و رضایی، مهشید. (۱۳۹۲). فضاهای عمومی شهری و تعاملات اجتماعی (مجموعه زنده شیراز). کنفرانس بین‌المللی معماری مهندسی عمران و توسعه پایدار شهری شهر تبریز.
- شجاعی، دلارام و پرتوی، پروین. (۱۳۹۴). عوامل موثر بر ایجاد و ارتقاء اجتماع‌پذیری در فضاهای عمومی با مقیاس‌های مختلف شهر تهران (نمونه موردی: فضاهای عمومی دو محله و یک ناحیه در منطقه ۷ تهران). باغ نظر، ۱۲ (۳۴)، ۹۳-۱۰۸.
- سعیدی، مهدی؛ خیرالدین، رضا و بهزادفر، مصطفی. (۱۳۹۹). تبیین عوامل موثر بر سرزندگی فضای عمومی مطالعه موردی: چهارراه ولیعصر شهر تهران. مجله شهر پایدار، ۳ (۲)، ۱۰۵-۱۲۳. DOI:10.22034/JSC.2020.234241.1252
- رشیدی، فاطمه؛ نامداری، بنت‌الهدی و نامداری، وهاب. (۱۳۹۵). بررسی تأثیر عوامل طراحی شهری بر الگوهای رفتاری در فضای شهری. اولین کنفرانس بین‌المللی و سومین کنفرانس ملی معماری و منظر شهری پایدار، مشهد، موسسه بین‌المللی معماری، شهرسازی مهرآز شهر.
- رشیدپور، نازیلا و سعیدی رضوانی، نوید. (۱۳۹۴). مقایسه تطبیقی عوامل موثر بر موفقیت فضاهای عمومی (خیابان و پارک) در ذهن و رفتار شهروندان آنکارا و تهران با تأکید بر نقش نظام برنامه‌ریزی فضای عمومی. مطالعات شهری، (۴) ۱۴، ۵-۱۸.
- رفعیان، مجتبی و سیفایی، مهسا. (۱۳۸۴). فضاهای عمومی شهری، بازنگری و ارزیابی کیفی، نشریه هنرهای زیبا، ۲۳، ۳۵-۴۲.
- موسوی، سید یعقوب و صمدی، علی. (۱۳۹۷). تحلیل نابرابری اجتماعی و اقتصادی در دسترسی و استفاده از فضاهای عمومی شهری (نمونه موردی شهر تهران). مطالعات جامعه‌شناسی شهری، (۸) ۲۶، ۳۱-۶۲.
- کارمونا، متیو؛ هیت، تیم؛ اک، تنر و تیسدل، استیون. (۱۳۸۸). مکان‌های عمومی، فضاهای شهری: ابعاد گوناگون طراحی شهری. ترجمه فریبا قرائی، مهشید شکوهی، زهرا اهری و اسماعیل صالحی، تهران: دانشگاه هنر.
- کیانی، اکبر؛ سالاری سردری، فرضعلی. (۱۳۹۰). بررسی و ارزیابی اولویت‌های مدنظر فضاهای عمومی شهر عسلویه با استفاده از مدل ANP. فصلنامه باغ نظر، ۸ (۱۸)، ۲۵-۳۸.
- صمدی، علی؛ موسوی، سید یعقوب و ازکیا، مصطفی. (۱۳۹۸). تحلیل جامعه‌شناختی - کالبدی فضاهای عمومی شهری مطالعه موردی: کلان‌شهر تهران. مجله شهر پایدار، ۲ (۴)، ۱۰۱-۱۱۴. DOI:10.22034/JSC.2019.202647.1130
- غضنفر پور، حسین؛ مغانی رحیمی، بهنام و بلوچ امدادی، فاطمه. (۱۳۹۵). تحلیل تطبیقی دسترسی به فضاهای عمومی و کارکرد سیمای شهری با رویکرد توسعه پایدار (مطالعه موردی: مناطق ۱ و ۲ شهر کرمان). جغرافیای اجتماعی شهری، ۳ (۳)، ۱۲۴-۱۰۱. Doi:10.22103/JUAS.2016.1832
- مدنی پور، علی. (۱۳۸۱). تهران ظهور یک کلان‌شهر، تهران: انتشارات پردازش و برنامه‌ریزی شهری وابسته به شهرداری تهران.
- موسوی، یعقوب. (۱۳۸۷). بازسازی محله‌های شهری در چارچوب برنامه‌ریزی توسعه اجتماعی محله‌ای تهران، نشریه انجمن جامعه‌شناسی ایران، مجله مطالعات اجتماعی ایران، ۲ (۴)، ۹۹-۱۲۳.

## References

Bahrami, Z., Ghasemi, V., & Rabiee, K. (2017). Class and Urban Space: Typology of Urban

- Space Consumption Pattern in Isfahan. *Pishroo Danesh-e-Pazroo Higher Education Institute, International Conference on Sustainable Development and Urban Development*. [in Persian].
- Carmona, M., Heath, T., Tanner, E., & Tisdell, S. (2009). *Public Places, Urban Spaces: Various Dimensions of Urban Design*. Translated by Fariba Gharaei, Mahshid Shokouhi, Zahra Ahari and Ismail Salehi, Tehran: University of Arts. [in Persian].
- Castells, M. (1978). *City, class and power*. In *City, class and power*, Palgrave, London.
- Dai, Dajun. (2011). Racial/ethnic and socioeconomic disparities in urban green space accessibility: Where to intervene?. *Landscape and Urban Planning*, 102(4), 234-244. <https://doi.org/10.1016/j.landurbplan.2011.05.002>.
- Elden, S. (2007). There is a politics of space because space is political: Henri Lefebvre and the production of space. *Radical philosophy review*, 10 (2), 101-116. DOI:10.5840/radphilrev20071022
- Ghazanfarpour, H., Rahimi, B. M., & Emjadi, F. (2016). A Comparative Analysis of Access to Public Spaces and urban Function with a Sustainable Development Approach (Case Study: The Zone of 1 & 2 Kerman City). *JOURNAL OF URBAN SOCIAL GEOGRAPHY*, 3(3), 101-124 [in Persian].
- Glaeser, Edward L., Resseger, Matthew G., & Tobio, K. (2008). *Urban Inequality*. (working paper, MA). National Bureau of Economic Reserch, Cambridge.
- GOMES, P. S. (2011). *Vivacidade. A animação do espaço público como estado e como acção municipal*. Master's dissertation, Lisbon, Universidade Técnica de Lisboa.
- Harvey, D. (2003). The right to the city. *International journal of urban and regional research*, 27 (4), 939-941. <https://doi.org/10.1111/j.0309-1317.2003.00492>.
- Hoghammer, A., Muhar, A., Stokowski, P., Schuppenlehner, T., & Eder, R. (2018). Factors affecting adolescents' use of urban public spaces in their leisure time: an exploratory study from the city of Vienna. *The International Journal of Justice and Sustainability*, 23(8), 814-829. <https://doi.org/10.1080/13549839.2018.1477744>.
- Kiani, A., & Fazlali, S.S. (2011). Studying Priorities for Designing Urban Landscape of Public Spaces in Assalouyeh Using ANP Model. *BAGH- E NAZAR*, 8(18), 25-38 [in Persian].
- Lefebver, H. (1997). *Writing on Cites*. Tran By Korman, E. and Lebase. E. Oxford. Blackwell Publisher.
- Madanipour, A. (2002). *Tehran The Rise of a Metropolis*. Tehran: Urban Processing and Planning Publications affiliated to Tehran Municipality. [in Persian].
- Moradi Masihi, V., Modiri, A., Rashidpour, N., & Zoghi, A. (2015). Explanation of functional factors affecting the success of public spaces and providing a model for assessing success through its functional dimension (Case study: Imam Khomeini Street, Tabriz, Iran). *International Journal of Architectural Engineering & Urban Planning*, 25 (2), 120-133. <https://doi.10.22068/ijaup.25.2.120>.
- Mousavi. S. Y., & Samadi. A. (2018). Analysis of Social and Economic Inequality in Access to and Use of Public Urban Spaces (Case Study of Tehran). *Urban Sociological Studies*, 8(26), 31-62. [in Persian].
- Mousavi. Y. (2008). Reconstruction of urban neighborhoods in the framework of social development planning in Tehran neighborhoods. *Journal of Iranian Sociological Association, Iranian Journal of Social Studies*, 2(2), 123-99. [in Persian].
- Purcell, M. (2002). Excavating Lefebvre: The right to the city and its urban politics of the inhabitant. *GeoJournal*, 58 (2-3), 99-108.
- Rafieian, M., & Sifaei, M. (2005). Urban Public Spaces, Quality Review and Evaluation. *Journal HONAR-HA-YE-ZIBA*, 23, 42-35. [in Persian].
- Rashidi, F., Namdari, B. Al-H., & Namdari, W. (2016). The effect of urban design factors on

- behavioral patterns in urban space. *the first international conference and the third national conference on sustainable architecture and urban landscape, Mashhad, International Institute of Architecture, Mehrzashahr urban planning*. [in Persian].
- Rashidpour, N., & Rezvani, S. N. (2015). Comparison of effective factors in the success of public spaces (parks & streets) in the minds and behavior of citizens in Ankara and Tehran, emphasizing the role of public space planning in these cities. *Motaleate Shahri*, 4(14), 5-18 [in Persian].
- Saidi, M., Kheirodin, R., & Behzadfar, M. (2020). Explaining the effective factors in vibrant of public space case study: Valiasr crossroad of Tehran City. *Journal of Sustainable City*, 3(2), 105-123 [in Persian].
- Samadi A., Mousavi Y., & Azkia, M. (2020). Sociological and Physical Analysis of Urban Public Spaces (Case Study: Tehran City). *Journal of Sustainable City*, 2 (4), 101-114 [in Persian].
- Shojaee, D., & Partovi, P. (2015). Analysis of Factors Affecting the Creation and Promotion of Sociability in Public Spaces in Different Scales of Tehran City (Case studies: Two Neighborhoods and an Area in District 7 Tehran). *BAGH- E NAZAR*, 12(34), 93-108. [in Persian].
- Silmoes, Aelbrecht, P. (2010). Rethinking urban design for a changing public life, *Journal of Place Management and Development*, 3(2), 113-129. DOI:10.1108/17538331011062667.
- Soltani, A., & Rezaei, M. (2013). Urban Public Spaces and Social Interactions (Zandieh Complex, Shiraz). *International Conference on Civil Engineering Architecture and Sustainable Urban Development, Tabriz*. [in Persian].
- Stanek, L. (2008). *Space as concrete abstraction: Hegel, Marx, and modern urbanism in Henri Lefebvre*. In *Space, Difference, Everyday Life*, Routledge.