

«مطالعات جامعه‌شناسی»

سال سوم، شماره یازدهم، تابستان ۱۳۹۰

ص ص ۲۱-۳۵

بررسی تاثیر فضاهای عمومی شهری و فضای مجازی

در شکل‌گیری افکار عمومی جامعه

بهنام قاسم‌زاده^۱

صمد رسول‌زاده‌اقدم^۲

کسری رهبری پور^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۲/۴/۲

تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۳۹۲/۱۲/۱۰

چکیده

اشاعه تکنولوژی اطلاعاتی مدرن در تمام جوامع جهانی بر شیوه زندگی روزمره تاثیر گذار بوده و الگوهای رفتاری جامعه و فضاهای شهری نیز متاثر از این اشاعه سریع است. این تاثیرپذیری صرفاً در محیط‌های فیزیکی و محسوس اطراف نیست، بلکه جامعه از هر دو محیط فیزیکی و مجازی تاثیر می‌پذیرد. پاسخگویی به نیازهای اجتماعی انسان و تأمین فرصت‌های لازم در زمینه‌ی کسب تجارب اجتماعی وی، مستلزم وجود فضا و قرارگاه‌هایی (رفتاری - کالبدی) است. فضای عمومی ظرفیتی عظیم در پاسخ به این جنبه از حیات انسان در جوامع شهری محسوب می‌شود. از این رو مقاله حاضر به بررسی فضاهای عمومی و نقش آن‌ها در شکل‌گیری افکار عمومی شهروندان می‌پردازد. در تحقیق حاضر به اقتضای موضوع و با توجه به امکانات، روش پیمایشی برای گردآوری اطلاعات مد نظر قرار گرفت. جامعه‌ی آماری مورد مطالعه در این پژوهش شهروندان تبریزی می‌باشند که ۳۰۰ نفر بعنوان نمونه بصورت تصادفی ساده از محلات مختلف انتخاب شدند. برای بررسی فرضیات پژوهش از آزمون‌های *t-test*، تحلیل واریانس و ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون چند متغیره استفاده شده است. یافته‌ها حاکی از ارتباط مثبت و معنی‌دار تک تک متغیرهای اصلی تحقیق (سن، جنس، فضاهای عمومی، امکانات فضاهای عمومی و مجازی) با متغیرهای وابسته (میزان استفاده مردم از فضاهای عمومی شهری و مجازی، میزان امنیت شهروندان و پیدایش افکار عمومی) می‌باشد. واژگان کلیدی: فضاهای عمومی، فضاهای شهری، افکار عمومی، فضای مجازی.

۱. کارشناسی ارشد معماری دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز (نویسنده مسئول).

E-mail: behnam.ghasemzadeh@yahoo.com

۲. عضو هیات علمی دانشگاه شهید مدنی آذربایجان، گروه مطالعات خانواده؛ تبریز - ایران.

۳. کارشناسی ارشد معماری دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز.

مقدمه

محیط شهری علاوه بر اسکان جمعیت و فعالیت‌های اقتصادی شکل دهنده روابط اجتماعی و فرهنگی بشر نیز هستند (پورمحمدی و دیگری، ۱۳۹۲: ۳۸). فضاهای عمومی عرضه ظهور وجه اجتماعی زندگی انسان در جامعه است (بصیری‌مژدهی و دیگری، ۱۳۸۹: ۳۸). فضاهایی که مردم برای فعالیت‌های فردی و جمعی به آن می‌روند. این فضاها ممکن است شکل‌ها و نام‌های متفاوتی داشته باشد: پارک، میدان، بازارچه، کافه یا مرکز فرهنگی (کاشانی‌جو، ۱۳۸۹). ممکن است تحت مالکیت عمومی یا خصوصی باشد. اما به هر حال به روی مردم باز است. این فضاها ممکن است به صورت برنامه‌ریزی شده خلق شده باشند یا به صورت خودجوش و در نتیجه استفاده‌ی مکرر مردم از یک فضا برای یک فعالیت معین به وجود بیایند (مدنی‌پور، ۱۳۹۱). البته در تعریف فضاهای عمومی از منظر شهرسازان و جامعه‌شناسان تفاوت‌هایی وجود دارد. از منظر شهرسازی همه‌ی فضاهای باز و در دسترس عموم نظیر خیابان و بازار از جمله فضاهای عمومی شهری تلقی می‌شوند، صرف نظر از آن که در آن چه روی می‌دهد (مظفر و همکاران، ۱۳۹۲). اما از منظر اجتماعی تنها آن دسته از فضاهای باز شهری که کنش جمعی در آن‌ها رخ می‌دهد یا اثرات اجتماعی قابل توجهی دارند. از جمله استراحت و تجدید قوا، معاشرت و تعامل اجتماعی یا خبرگیری و اطلاع‌رسانی در زمره فضاهای عمومی بالفعل تلقی می‌شود، به این اعتبار بسیاری از فضاهای باز شهری تنها به صورت بالقوه، فضاهای عمومی محسوب می‌شوند (تانکیس، ۱۳۸۸). فضاهای شهری بخشی از فضاهای باز و عمومی شهرها هستند که به نوعی تبلور ماهیت زندگی جمعی می‌باشند، یعنی جایی که شهروندان در آن حضور دارند. فضای شهری صحنه‌ای است که داستان زندگی جمعی در آن گشوده می‌شود (میرمقتدایی، ۱۳۸۸). فضایی است که به همه مردم اجازه می‌دهد که به آن دسترسی داشته باشند و در آن فعالیت کنند در این فضا فرصت آن وجود دارد که برخی مرزهای اجتماعی شکسته شوند و برخوردهای از پیش تدوین نیافته به وقوع بپیوندند و افراد در یک محیط اجتماعی جدید با هم اختلاط یابند. این فضا بایستی توسط سازمان عمومی اداره شود تا در جهت منافع عمومی باشد. با این حال فضاهای عمومی حاصل درجات مختلفی از عمومی بودن و خصوصی بودن هستند که دارای اهداف عملکردی و نمادین می‌باشند (Mandeli, 2010). بنابراین شرط اساسی برای این که یک فضای عمومی فضای شهری تلقی شود، این است که در آن تعامل و تقابل اجتماعی صورت گیرد (رفیعیان و دیگری، ۱۳۸۴). کوهن معتقد است که اصطلاح فضای عمومی مفهومی چند شاخه است که از آن تعاریف زیاد و گاه متناقضی وجود دارد (Kohn, 2004: 11-12). فضای شهری با تسهیل جریان شهروندی از طریق حس تعلق انسان به محیط (فضای ساخته شده از جنبه کالبدی) و اجتماع (از طریق تسهیل کنش‌های متقابل انسان‌ها بایکدیگر) حیات مدنی را به کالبد شهر تزریق خواهد نمود (حبیبی، ۱۳۷۸). عملکرد اصلی فضای عمومی، فراهم سازی و بستر سازی حضور مردم می‌باشد؛ لذا ابعاد اجتماعی و فرهنگی آن از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است (رفیعیان و دیگری، ۱۳۸۸: ۲۲۸؛ صادقی‌فسایی و دیگری، ۱۳۹۱).

فضاهای مجازی

گسترش روزافزون استفاده از شبکه‌ی جهانی اینترنت از جنبه‌های گوناگون قابل بررسی و مطالعه است. بنابر نظر لوفبور سه مؤلفه‌ی فضای طبیعی، ذهنی و اجتماعی برای شکل‌دهی به فضای زیستی ارتباطی مناسب، ضروری است (افروغ، ۱۳۷۷؛ پرهیزکار، ۱۳۸۹). فضای مجازی بعنوان یک فضای ارتباطی (هاتف، ۱۳۸۸) از این امر مستثنی نیست فضای مجازی به دلیل توانمندی و امکانات بالقوه‌ی خود در کشورهای توسعه یافته نقشی را به دست آورد که آن را بدیل به فضای شهری تبدیل کرد. نگاه به این فضا با رویکرد انسان‌شناسی شهری علاوه بر ارائه‌ی شناختی از آن و مختصات ویژه‌اش می‌تواند نسبت آن فضا را با فضاهای شهری نشان دهد. این نسبت از دو منظر قابل مطالعه است: الف) فضاهای پیشین یعنی فضاهای شهری که فرد پیش از ورود به فضای مجازی از آن استفاده می‌کرده؛ ب) فضای پسین، یعنی فضای شهری که پس از ورود فرد به فضای مجازی امکان استفاده یا تولید آن به وجود آمده است (صبوری- خسروشاهی و دیگری، ۱۳۹۲). درعین حال نشان دادن این که آیا فضای مجازی در وضعیت کنونی (دوران، ۱۳۸۱؛ عبداللهیان و دیگری، ۱۳۸۷) خود توانسته اساساً کارکرد یک فضای شهری را داشته باشد یا نه و این که چنین کارکردی چه ویژگی‌هایی دارد و چه افرادی با چه خصوصیات از این فضا به تعامل با دیگری می‌پردازند می‌تواند مورد بررسی قرار گیرد.

اهداف تحقیق

هدف کلی تحقیق

بررسی نقش فضاهای عمومی و شهری و مجازی در شکل‌گیری افکار عمومی

اهداف جزئی

۱. بررسی میزان استفاده مردم شهر از فضاهای عمومی برای کسب اطلاعات مختلف
۲. بررسی میزان استفاده مردم شهر از فضاهای مجازی
۳. بررسی میزان امنیت شهروندان از فضاهای عمومی و شهری

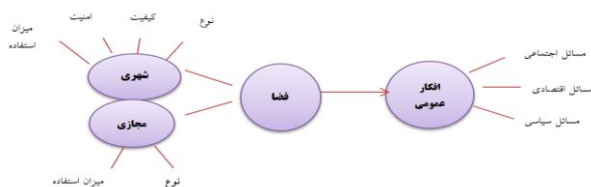
پیشینه تحقیق

جدول شماره (۱): خلاصه‌ای از پیشینه تحقیقات انجام شده

پژوهشگر	موضوع	نتایج منفی	نتایج مثبت
لیتون ۲۰۰۳	فضاهای عمومی شهر	مرزهای نفوذناپذیر و انتشار اطلاعات غلط یا کلیشه‌ای پیامدهای نامطلوبی به جای می‌گذارد.	فضاهای عمومی به عنوان اتاق زندگی بیرونی و مرکز تفریح و فراغت بیرون از خانه
اکیتسون و بلندی، (۲۰۰۵)	تنزل روابط اجتماعی شهری	از دست دادن فضاهای عمومی در شهر منجر به پیامدهای مهم اجتماعی خواهد شد.	فضاهای عمومی مرتبط است با عملکرد حدود فعالیت عمومی و زمینه‌ی مشارکت مردم را فراهم می‌آورد.
اسمیت و لار (۲۰۰۵)	امنیت زنان در فضاهای شهری	مکان‌های شهری محل وقوع اتفاقات شهری است. رشد سریع شهرها، تفاوت‌های غیرمنصفانه بین دو جنس، بی‌عدالتی، عدم احساس امنیت برای زنان را به وجود آورده است.	مدیریت شهری کارآمد با نگاه برابری‌خواهانه به تمام شهروندان می‌تواند به ایجاد تعادل و توازن و امنیت شهر بینجامد.
عساریان (۱۳۸۵)	احساس امنیت و جداسازی جوانان	هراس از حضور در ساعات آخر شب، ترس از تنها ماندن در مکان‌هایی مانند پارک، ترس از رانندگان ماشین‌های شخصی یا حرف زدن با مردان ناشناخت.	حضور روزافزون زنان در شهر و مشارکت آنان در فعالیت‌های اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی که

اجتماعی زنان (۱۳۸۵)	جدایی زنان از عرصه‌های عمومی و خصوصی و محدود شدن زنان به عرصه عمومی.	احساس امنیت در محیط شهر و رفت و آمدهای شهری از مهم‌ترین آن‌هاست که باید مورد توجه برنامه‌ریزان شهری قرار گیرد.
زنجان‌زاده (۱۳۸۰)	عدم حضور زنان در برنامه‌ریزی شهری	شهروند در بهترین صورت خود فردی است سالم و جوان بدون هیچ مسأله‌ای که می‌خواهد تنها در خیابان جابه‌جا شود. بنابراین تمام خدمات شهری برای تأمین نیازهای اوست. نگاه مردانه شهرنیاست شده است اگر خدمات و امکاناتی نیز در زمینه حفظ امنیت شهروندان در نظر گرفته شده در حدی باشد که فقط برای یک مرد کافی است. همین مسأله باعث عدم امنیت بیشتر زنان گردیده است.
بن‌آج بگدیکیان (۱۹۷۲)	برجسته‌سازی وسایل ارتباط جمعی در پیدایش افکار عمومی	رسانه‌ها نمی‌توانند به مردم بگویند چگونه ببینند. آن‌ها می‌گویند که به چه ببینند. آنچه رسانه‌ها گزارش می‌دهند در دستور کار مردم قرار می‌گیرد.
	در برجسته‌سازی به شهروندان القا می‌شود که اولویت‌های فکری آن‌ها چه چیزهایی است و این تعیین اولویت تا حدودی تعیین اولویت افکار عمومی در جامعه نیز خواهد بود.	

باتوجه به آن چه که در ادبیات نظری و پیشینه‌ی تحقیق ذکر شده، مدل نظری تحقیق حاضر را می‌توان به شکل زیر ترسیم نمود.



شکل شماره (۱): مدل تحلیلی تحقیق

فرضیه‌های تحقیق

۱. بین جنس و میزان استفاده از فضاهای مجازی رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد.
۲. فضاهای عمومی شهری در به وجود آمدن افکار عمومی نقش مؤثری دارد.
۳. فضاهای مجازی در به وجود آمدن افکار عمومی نقش مؤثری دارد.
۴. میزان امنیت با توجه به فضاهای عمومی و شهری متفاوت است.

روش تحقیق

در تحقیق حاضر به اقتضای موضوع و باتوجه به امکانات، روش پیمایشی^۱ به منزله مناسب‌ترین روش برای گردآوری اطلاعات مدنظر قرار گرفت. زیرا چهارچوب تئوریک و فرضیه‌های تحقیق نیز، به کارگیری روش پیمایشی را برای گردآوری و آنالیز داده‌ها بیشتر امکان‌پذیر می‌سازد. در تحقیقات پیمایشی تکنیک‌های متعددی از قبیل مصاحبه عمیق، ساخت‌مند، مشاهده، تحلیل محتوا جهت گردآوری داده‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرند. اما پرسشنامه رایج‌ترین تکنیک مورداستفاده در تحقیق پیمایشی است. در این تحقیق پرسشنامه از ترکیب یک سری از گویه‌ها و به شکل طیف لیکرت بوده است. اعتبار استفاده شده در این تحقیق، اعتبار

¹ Survey Research

صوری است. برای بررسی آلفای کرونباخ پرسشنامه تحقیق حاضر ابتدا نمونه‌ای شامل ۵۰ پرسشنامه در بین شهروندان شهر تبریز که به صورت کاملاً تصادفی انتخاب شدند؛ پخش شد (پیش‌آزمون)، سپس از طریق نرم‌افزار (SPSS) برای هر کدام از متغیرهای مستقل و متغیر وابسته، آلفای کرونباخ بدست آمد. پرسشنامه‌های تحقیق پس از بازبینی و اطمینان از صحت روش گردآوری، کدگذاری شد و اطلاعات پرسشنامه در قالب کد به رایانه منتقل شدند اطلاعات پرسشنامه در نرم‌افزار SPSS در دو بخش پردازش شده‌اند. جامعه‌ی آماری، شهر تبریز و نمونه آماری که به شکل تصادفی ساده از محله‌های مختلف شهر تبریز به تعداد ۳۰۰ نفر است.

یافته‌های توصیفی

توصیف کلی وضعیت پاسخگویان

طبق نتایج به دست آمده از متغیر سن، ۵۶ نفر (۱۸/۶ درصد) افراد در رده‌ی سنی کمتر از ۲۰ سال قرار دارند، ۱۰۱ نفر (۳۳/۶ درصد) در رده‌ی سنی ۲۰ الی ۳۰ سال قرار دارند، ۵۳ نفر (۱۷/۵ درصد) افراد در رده‌ی سنی بین ۳۰ تا ۴۰ سال و ۲۰ نفر (۱۹/۹ درصد) پاسخ دهندگان در رده‌ی سنی بالاتر از ۴۰ سال قرار دارند. بیشترین فراوانی متعلق به رده‌ی سنی ۲۰ تا ۳۰ سال می‌باشد. نتایج مربوط به متغیر جنسیتی نشان می‌دهد که ۱۳۸ نفر (۴۶ درصد) از پاسخگویان را مردان و ۱۵۷ نفر (۵۲/۳ درصد) را زنان تشکیل می‌دهند. بیشترین فراوانی را زنان تشکیل می‌دهند. طبق نتایج به دست آمده از متغیر محل تولد پاسخ دهندگان، ۲۱۹ نفر (۷۳ درصد) در شهرها متولد شده‌اند و ۴۲ نفر (۱۴ درصد) در روستاها متولد شده‌اند. بر اساس یافته‌های به دست آمده از متغیر مدت اقامت در محل سکونت پاسخگویان، ۶۵ نفر (۲۴/۶ درصد) کمتر از ۵ سال است که در این منطقه سکونت دارند، ۸۳ نفر (۲۷/۶ درصد) بین ۸ تا ۲۰ سال، ۴۸ نفر (۱۶/۱ درصد) اعلام کرده‌اند که بیشتر از ۲۰ سال است که در این منطقه سکونت دارند. نتایج مربوط به متغیر وضع مالکیت منزل مسکونی پاسخ دهندگان نشان می‌دهد که، ۱۰۴ نفر (۳۴/۷ درصد) پاسخ دهندگان در منزل ملکی (شخصی) خود زندگی می‌کنند، ۹۹ درصد (۳۳ درصد) در منزل اجاره‌ای و ۷۱ نفر (۱۳/۷ درصد) در منزل پدری خود ساکن هستند. فضاهای عمومی، محلی برای تعاملات انسان‌هاست و انسان‌ها آزادانه می‌توانند در مورد مسائل مختلف به بحث و گفتگو بپردازند، افراد دارای الگوهای رفتاری متفاوتی هستند و هر کدام عقاید و نظریه‌های مختلفی دارند. معمولاً انسان‌ها در فضاهای عمومی شهر نظیر کافه‌ها، میداين و صف‌های نانوايي، پارک‌ها و محل کار و ... با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند و در این ارتباط راجع به مسائل مختلف با یکدیگر گفتگو می‌کنند. که این بحث‌ها باعث شکل‌گیری افکار عمومی در بین مردم می‌گردد. براساس نتایج به دست آمده از نوع بحث و گفتگو در فضاهای عمومی، ۵۷ درصد پاسخگویان اظهار داشته‌اند که مسائل خانوادگی (مشکلات فرزندان، زوجین و ...) را بیشتر در تجمع همسایگان و پارک‌ها مطرح می‌شود. ۶۷ درصد پاسخگویان اعلام کرده‌اند که بحث‌های مربوط به حوادث

طبیعی (سیل و زلزله و ...) بیشتر در پارک‌ها مطرح می‌شود. ۴۹ درصد از پاسخگویان اظهار داشته‌اند که بحث‌های مربوط به انتخابات، گرانی، مسکن و یارانه‌ها در محل کار بیشتر از هر مکان عمومی دیگر صورت می‌گیرد. ۳۸ درصد از پاسخگویان اظهار داشته‌اند که بحث بیکاری جوانان در پارک‌ها بیشتر از هر مکان دیگر مطرح می‌شود. همچنین نتایج تحقیق حاضر نشان می‌دهد، (۵۸ درصد) استفاده کنندگان از فضاهای عمومی (از قبیل پارک‌ها، مراکز خرید و کافی شاپ) زنان می‌باشد. و همچنین (۶۳ درصد) استفاده کنندگان از فضاهای مجازی (اینترنت، چت، بازی‌های رایانه‌ای) مردان می‌باشند.

توصیف کلی متغیرهای اصلی تحقیق

در جدول شماره ۴ نتایج توصیفی متغیرهای اصلی تحقیق ذکر شده است، که افراد در فضاهای عمومی و شهری و مجازی چه مقدار به بحث درباره‌ی مسائل اجتماعی، سیاسی و اقتصادی می‌پردازند.

جدول شماره (۲): نتایج توصیف متغیرهای اصلی

متغیر	بحث‌های مطرح در فضاهای عمومی		
	مسائل اجتماعی	مسائل سیاسی	مسائل اقتصادی
فضاهای عمومی	٪۴۷	٪۲۵	٪۴۳
فضاهای مجازی	٪۳۹	٪۳۲	٪۱۹

نتایج فرضیه‌های تحقیق

در تحقیق حاضر از آزمون‌های *t-test*، تحلیل واریانس، ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون چند متغیره استفاده گردیده است. که نتایج این تحلیل‌ها در جدول شماره ۳ ذکر گردیده است. نتایج این جدول حاکی از ارتباط مثبت و معنی‌دار تک‌تک متغیرهای اصلی تحقیق (سن، جنس، فضاهای عمومی و فضاهای مجازی) با متغیرهای وابسته (میزان استفاده‌ی مردم از فضاهای عمومی و شهری و مجازی، امنیت و پیدایش افکار عمومی) است.

جدول شماره (۳): نتایج آزمون فرضیه‌های تحقیق

فرضیه	متغیر مستقل	متغیر وابسته	نوع آزمون	مقدار آزمون	سطح معنی‌داری	تأیید یا رد فرضیه
۱ بین سن و میزان استفاده از فضاهای عمومی رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد.	سن	میزان استفاده از فضاهای عمومی		۱۳.۸	۰.۰۰۰	تأیید فرضیه
۲ بین جنس و میزان استفاده از فضاهای عمومی رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد.	جنس	میزان استفاده از فضاهای عمومی	T-test	۲۵	۰.۰۱۲	رد فرضیه
۳ بین سن و میزان استفاده از فضاهای مجازی رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد.	سن	میزان استفاده از فضاهای مجازی		۱۴.۸	۰.۰۰۰	تأیید فرضیه
۴ بین جنس و میزان استفاده از فضاهای مجازی رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد.	جنس	میزان استفاده از فضاهای مجازی	T-test	۴۵	۰.۰۰۰	تأیید فرضیه
۵ بین جنس و احساس امنیت در فضاهای عمومی رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد.	جنس	امنیت فضاهای عمومی	T-test	۴۰	۰.۰۰۰	تأیید فرضیه

۶	فضاهای عمومی و شهری در به وجود آمدن افکار عمومی نقش مؤثری دارد.	فضاهای عمومی و شهری	پیدایش عمومی	افکار	پیرسون	۱۸,۹	۰,۰۰۰	تأیید فرضیه
۷	فضاهای مجازی در به وجود آمدن افکار عمومی نقش مؤثری دارد.	فضاهای مجازی	پیدایش عمومی	افکار	پیرسون	۲۶	۰,۰۰۰	تأیید فرضیه
۸	بین فضاهای عمومی و شهری و امنیت رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد.	فضاهای عمومی	امنیت		پیرسون	۰,۲۷۴	۰,۰۰۰	تأیید فرضیه

سطح معنی‌داری به دست آمده از متغیرهای سن و میزان استفاده از فضاهای عمومی (۰,۰۰۰) نشان دهنده وجود رابطه‌ی معنی‌دار می‌باشد. جوانان به خصوص دختران از فضاهای عمومی (کافی نت، کافی شاپ‌ها، سینما) بیشتر از سایر افراد استفاده می‌کنند. درصد استفاده‌ی افراد میانسال از پارک‌ها بیشتر از سایر افراد می‌باشد. بین جنسیت و میزان استفاده از فضاهای عمومی رابطه‌ی معنی‌دار مشاهده نشد و نشان می‌دهد که زنان و مردان به نسبت یکسانی از فضاهای عمومی و شهری استفاده می‌کنند. سطح معنی‌داری به دست آمده از سن، جنسیت و میزان استفاده از فضاهای مجازی (۰,۰۰۰) نشان دهنده رابطه‌ی معنی‌دار است. جوانان و بخصوص پسران بیشتر از فضاهای مجازی (چت، اینترنت، موبایل و بازی‌های کامپیوتری) استفاده می‌کنند. نتایج متغیرهای سن، جنسیت و میزان رضایت از امکانات فضاهای عمومی با سطح معنی‌داری (۰,۰۰۰) نشان دهنده وجود رابطه‌ی معنی‌دار بین متغیرها می‌باشد. افراد جوان و به خصوص قشر زنان از امکانات فضاهای عمومی ناراضی‌تری بیشتری دارند. هرچه میزان امکانات فضاهای عمومی بیشتر باشد افراد میزان رضایت بیشتری خواهند داشت و برعکس. فضاهای عمومی بیشتر مختص مردان ساخته شده است و زنان در هنگام تردد در سطح شهرها، اغلب احساس ناامنی بیشتری نسبت به مردان دارند. پل‌های زیرگذر ترسناک و وحشتناک هستند، پیاده‌روها ناهموارند و در برخی نقاط بسیار باریک، فاصله پل‌ها روی جوی آب در برخی خیابان‌های شهر بسیار زیاد است و پریدن از روی جوی‌های عریض تنها برای کفش‌های ورزشی جوانان مناسب است و نه زنان. در مجموع می‌توان گفت که در فضاهای شهری تناسبات میل‌مان شهری، کفپوش‌ها، نورپردازی‌ها، طراحی مسیرهای پیاده، امنیت فضاهای رنگ و طراحی فضاهای غالباً با رویکرد مردانه طراحی شده است و تفاوت‌های انسانی، حسی و رفتاری زنان در طراحی فضاهای شهری کمتر مورد توجه بوده است. سطح معنی‌داری ۲ متغیر فضاهای عمومی و شهری و پیدایش افکار عمومی (۰,۰۰۰) نشان دهنده وجود رابطه معنی‌دار بین دو متغیر می‌باشد. افراد در فضاهای عمومی آزادانه می‌توانند در مورد مسائل مختلف به بحث و گفتگو بپردازند. معمولاً انسان‌ها در فضاهای عمومی شهر نظیر (کافه‌ها، میادین، صف‌های نانوائی، پارک‌ها و ...) با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند و همین برقراری ارتباط باعث به وجود آمدن کنش متقابل و شکل‌گیری افکار عمومی در مردم می‌شود. با توجه به سطح معنی‌داری متغیر فضاهای مجازی و نقش آن در به وجود آمدن افکار عمومی نشان دهنده وجود رابطه‌ی معنی‌دار بین دو متغیر می‌باشد. فضای مجازی یک فضای تعاملی و ارتباطی است که این امکان را فراهم می‌کند که افراد بتوانند با یکدیگر ارتباط برقرار کنند. اینترنت و ماهواره علاوه بر محدودیت‌هایی که دارد این امکان را فراهم

ساخته که افراد بتوانند علایق خود را دنبال کرده و دیگرانی که فضاهای فکری و ذهنی مشترکی دارند ارتباط برقرار کنند.

نتایج آزمون‌های رگرسیون چند متغیره

برای بررسی تأثیر متغیرهای مستقل (فضاهای عمومی و فضاهای مجازی) بر متغیرهای وابسته (میزان استفاده، میزان رضایت شهروندان، میزان امنیت و پیدایش افکار عمومی)، از آزمون رگرسیون چند متغیره استفاده شد. نتایج آزمون رگرسیون چند متغیره در جداول زیر می‌آید.

جدول شماره (۴): نتایج آزمون تحلیل رگرسیون فضاهای عمومی و میزان استفاده

R ²	سطح معنی‌داری	Beta	
	۰,۰۰۰	۰,۴۰	پارک‌ها و فضاهای سبز
	۰,۰۰۰	۰,۱۶	کافه‌ها و قهوه‌خانه‌ها
۰,۶۷	۰,۰۰۰	۰,۰۹	سینما فضاهای عمومی
	۰,۰۰۰	۰,۲۳	کافی نت
	۰,۰۰۰	۰,۱۲	کلوپ و باشگاه
	۰,۰۰۰	۰,۲۵	بازارچه و مراکز خرید
	۰,۰۰۰	۰,۱۸	کافی شاپ

با انجام تحلیل رگرسیون چند متغیره بین متغیر وابسته (میزان استفاده) و متغیرهای مستقل تحقیق (فضاهای عمومی)، که نتایج آن در جدول ۴ نشان داده شده است به این نتیجه می‌رسیم که مقدار ضریب تعیین (R²) نشان می‌دهد که متغیرهای مستقل ذکر شده روی هم رفته به میزان ۶۷ درصد از تغییرات میزان استفاده‌ی شهروندان از فضاهای عمومی را تبیین می‌کند، یعنی به ۶۷ درصد از میزان استفاده‌ی شهروندان از فضاهای عمومی ذکر شده اشاره دارد. هم‌چنین نتایج این جدول حاکی از آن است که میزان استفاده شهروندان از پارک‌ها ۴۰ درصد، قهوه‌خانه‌ها ۱۶ درصد، سینما ۹ درصد، کافی‌نت ۲۳ درصد، کلوپ و باشگاه ۱۲ درصد، بازارچه و مراکز خرید ۲۵ درصد و کافی شاپ ۱۸ درصد می‌باشد. این ارقام با توجه به سطح معنی‌داری بدست آمده به لحاظ آماری معنی‌داری باشد. این نتایج نشان می‌دهد که با افزایش کیفیت و بهبود فضاهای عمومی میزان استفاده شهروندان از این فضاها بیشتر خواهد شد.

جدول شماره (۵): نتایج آزمون تحلیل رگرسیون فضاهای مجازی و میزان استفاده

میزان استفاده			
R ²	سطح معنی‌داری	Beta	متغیر
	۰,۰۰۰	۰,۳۶	اینترنت
۰,۵۹	۰,۰۰۰	۰,۱۵	چت
	۰,۰۰۰	۰,۱۷	بازی‌های رایانه‌ای فضاهای مجازی
	۰,۰۰۰	۰,۴۶	ماهواره
	۰,۰۰۰	۰,۶۸	موبایل

با انجام تحلیل رگرسیون چند متغیره بین متغیر وابسته (میزان استفاده) و متغیرهای مستقل تحقیق (فضاهای مجازی)، که نتایج آن در جدول ۵ نشان داده شده است به این نتیجه می‌رسیم که مقدار ضریب تعیین (R^2) نشان می‌دهد که متغیرهای مستقل ذکر شده روی هم رفته به میزان ۵۹ درصد از تغییرات میزان استفاده‌ی شهروندان از فضاهای مجازی را تبیین می‌کند، یعنی به ۵۹ درصد از میزان استفاده شهروندان از فضاهای مجازی ذکر شده اشاره دارد. همچنین نتایج این جدول حاکی از آن است که میزان استفاده شهروندان از اینترنت ۳۶ درصد، چت ۱۵ درصد، بازی‌های رایانه‌ای ۱۷ درصد، ماهواره ۴۶ درصد و موبایل ۶۸ درصد می‌باشد. این ارقام با توجه به سطح معنی‌داری به دست آمده به لحاظ آماری معنی‌دار می‌باشد. این نتایج نشان می‌دهد که مردم به خاطر محدودیت‌هایی که در فضاهای عمومی دارند، علاوه بر فضاهای عمومی و روابط چهره به چهره با دیگرانی که فضای فکری و ذهنی مشترکی دارند ارتباط برقرار می‌کنند.

جدول شماره (۶): نتایج آزمون تحلیل رگرسیون فضاهای عمومی و شهری و میزان امنیت

میزان امنیت			
متغیر	Beta	سطح معنی‌داری	R^2
پارک‌ها و فضاهای سبز	۰,۳۲	۰,۰۰۰	۰,۴۰
کافه‌ها و قهوه‌خانه‌ها	۰,۱۲	۰,۰۰۰	
سینما	۰,۱۷	۰,۰۰۰	
کافی نت	۰,۱۰	۰,۰۰۰	
کلوب و باشگاه	۰,۱۷	۰,۰۱	
بازارچه و مراکز خرید	۰,۲۸	۰,۰۰۱	
کافی شاپ	۰,۲۵	۰,۰۰۰	

نتایج تحلیل رگرسیون چند متغیره بین متغیر وابسته (میزان امنیت) و متغیرهای مستقل (فضاهای عمومی)، که نتایج آن در جدول شماره ۶ آورده شده است به این نتیجه می‌رسیم که مقدار ضریب تعیین (R^2) نشان می‌دهد که متغیرهای مستقل ذکر شده روی هم رفته به میزان ۴۰ درصد از تغییرات میزان امنیت فضاهای عمومی را تبیین می‌کند، یعنی به ۴۰ درصد از میزان امنیت فضاهای عمومی ذکر شده اشاره دارد. همچنین نتایج این جدول حاکی از آن است که میزان امنیت شهروندان در پارک‌ها ۳۲ درصد، قهوه‌خانه‌ها ۱۲ درصد، سینما ۱۷ درصد، کافی نت ۱۰ درصد، کلوب و باشگاه ۱۷ درصد، بازارچه و مراکز خرید ۲۸ درصد و کافی شاپ ۲۵ درصد می‌باشد. این ارقام با توجه به سطح معنی‌داری به دست آمده به غیر از (کلوب‌ها و باشگاه‌ها و مراکز خرید) به لحاظ آماری معنی‌دار می‌باشد. این نتایج نشان می‌دهد که با افزایش امنیت فضاهای عمومی و شهری میزان احساس امنیت شهروندان از این فضاها نیز بیشتر خواهد شد.

جدول شماره (۷): نتایج آزمون تحلیل رگرسیون فضاهای عمومی و نوع پیدایش افکار عمومی

افکار عمومی (مسائل اجتماعی)			
متغیر	Beta	سطح معنی‌داری	R ²
فضاهای عمومی			
پارک‌ها و فضاهای سبز	۰,۴۷	۰,۰۰۰	
کافه‌ها و قهوه‌خانه‌ها	۰,۱۴	۰,۰۰۰	۰,۴۷
صف‌های نانوائی	۰,۳۱	۰,۰۰۰	
تجمع همسایگان	۰,۴۶	۰,۰۰۰	

نتایج تحلیل رگرسیون چند متغیره بین متغیر وابسته (مسائل اجتماعی) و متغیرهای مستقل (فضاهای عمومی و شهری)، که نتایج آن در جدول شماره ۷ آورده شده است به این نتیجه می‌رسیم که مقدار ضریب تعیین (R²) نشان می‌دهد که متغیرهای مستقل ذکر شده روی هم رفته به میزان ۴۷ درصد از تغییرات فضاهای عمومی را تبیین می‌کند، یعنی به ۴۷ درصد از بحث‌ها و مسائل اجتماعی در فضاهای عمومی و شهری اشاره دارد. هم‌چنین نتایج این جدول حاکی از آن است که مسائل اجتماعی مطرح در پارک‌ها ۴۷ درصد، کافه‌ها و قهوه‌خانه‌ها ۱۴ درصد، صف‌های نانوائی ۳۱ درصد و تجمع همسایگان ۴۶ درصد می‌باشد. این ارقام با توجه به سطح معنی‌داری به دست آمده به لحاظ آماری معنی‌دار می‌باشد. این نتایج نشان می‌دهد که مردم در فضاهای عمومی ذکر شده بیشتر در مورد مسائل ومشکلات اجتماعی صحبت می‌کنند.

جدول شماره (۸): نتایج آزمون تحلیل رگرسیون فضاهای عمومی و نوع پیدایش افکار عمومی

افکار عمومی (مسائل اقتصادی)			
متغیر	Beta	سطح معنی‌داری	R ²
فضاهای عمومی			
پارک‌ها و فضاهای سبز	۰,۲۲	۰,۰۰۰	
کافه‌ها و قهوه‌خانه‌ها	۰,۱۸	۰,۰۰۰	۰,۴۳
صف‌های نانوائی	۰,۴۲	۰,۰۰۰	
تجمع همسایگان	۰,۵۲	۰,۰۰۰	

نتایج تحلیل رگرسیون چند متغیره بین متغیر وابسته (مسائل اقتصادی) و متغیرهای مستقل (فضاهای عمومی و شهری)، که نتایج آن در جدول شماره ۸ آورده شده است به این نتیجه می‌رسیم که مقدار ضریب تعیین (R²) نشان می‌دهد که متغیرهای مستقل ذکر شده روی هم رفته به میزان ۴۳ درصد از تغییرات فضاهای عمومی را تبیین می‌کند، یعنی به ۴۷ درصد از بحث‌ها و مسائل اقتصادی در فضاهای عمومی و شهری اشاره دارد. هم‌چنین نتایج این جدول حاکی از آن است که بحث‌های مربوط به مسائل اقتصادی در پارک‌ها ۲۲ درصد، کافه‌ها و قهوه‌خانه‌ها ۱۸ درصد، صف‌های نانوائی ۴۲ درصد و تجمع همسایگان ۵۲ درصد می‌باشد. این ارقام با توجه به سطح معنی‌داری به دست آمده به لحاظ آماری معنی‌دار می‌باشد. این

نتایج نشان می‌دهد که مردم در فضاهای عمومی (صف‌های نانوائی و تجمع همسایگان) بیشتر در مورد مسائل و مشکلات اجتماعی صحبت می‌کنند.

جدول شماره (۹): نتایج آزمون تحلیل رگرسیون فضاهای عمومی و نوع پیدایش افکار عمومی

افکار عمومی (مسائل سیاسی)			
متغیر	Beta	سطح معنی‌داری	R ²
فضاهای عمومی			
پارک‌ها و فضاهای سبز	۰,۱۲	۰,۰۱	۰,۲۵
کافه‌ها و قهوه‌خانه‌ها	۰,۱۵	۰,۱۸	
صف‌های نانوائی	۰,۱۰	۰,۰۵	
تجمع همسایگان	۰,۱۹	۰,۱۲	

نتایج تحلیل رگرسیون چند متغیره بین متغیر وابسته (مسائل سیاسی) و متغیرهای مستقل (فضاهای عمومی و شهری)، که نتایج آن در جدول شماره ۹ آورده شده است به این نتیجه می‌رسیم که مقدار ضریب تعیین (R²) نشان می‌دهد که متغیرهای مستقل ذکر شده روی هم رفته به میزان ۲۵ درصد از تغییرات فضاهای عمومی را تبیین می‌کند، یعنی به ۲۵ درصد از بحث‌ها و مسائل سیاسی مطرح در فضاهای عمومی و شهری اشاره دارد. همچنین نتایج این جدول حاکی از آن است که بحث‌های مربوط به مسائل سیاسی در پارک‌ها ۱۲ درصد، کافه‌ها و قهوه‌خانه‌ها ۱۵ درصد، صف‌های نانوائی ۱۰ درصد و تجمع همسایگان ۱۹ درصد می‌باشد. این ارقام با توجه به سطح معنی‌داری بدست آمده به لحاظ آماری معنی‌دار نمی‌باشد. این نتایج نشان می‌دهد که مردم در فضاهای عمومی از صحبت کردن در مورد مسائل سیاسی اجتناب می‌کنند.

جدول شماره (۱۰): نتایج آزمون تحلیل رگرسیون فضاهای عمومی و شهری و پیدایش افکار عمومی

پیدایش افکار عمومی			
متغیر	Beta	سطح معنی‌داری	R ²
فضاهای عمومی			
پارک‌ها و فضاهای سبز	۰,۲۴	۰,۰۰۰	۰,۴۸
کافه‌ها و قهوه‌خانه‌ها	۰,۱۷	۰,۰۰۰	
صف‌های نانوائی	۰,۲۳	۰,۰۰۰	
تجمع همسایگان	۰,۳۸	۰,۰۰۰	

نتایج تحلیل رگرسیون چند متغیره بین متغیر وابسته (پیدایش افکار عمومی) و متغیرهای مستقل (فضاهای عمومی)، که نتایج آن در جدول شماره ۱۰ آورده شده است به این نتیجه می‌رسیم که مقدار ضریب تعیین (R²) نشان می‌دهد که متغیرهای مستقل ذکر شده روی هم رفته به میزان ۴۸ درصد از تغییرات پیدایش افکار عمومی را تبیین می‌کند، یعنی به ۴۸ درصد از افکار عمومی در فضاهای عمومی ذکر شده شکل می‌گیرد. همچنین نتایج این جدول حاکی از آن است که پیدایش افکار عمومی در پارک‌ها ۲۳ درصد، قهوه‌خانه‌ها ۱۷ درصد، صف‌های نانوائی ۲۳ درصد و تجمع همسایگان ۳۸ درصد می‌باشد. این ارقام با توجه به سطح معنی‌داری به دست آمده به لحاظ آماری معنی‌دار می‌باشد. این نتایج نشان می‌دهد

که مردم بیشتر در تجمع همسایگان در مورد مسائل مختلف با یکدیگر صحبت می‌کنند که باعث شکل-گیری افکار عمومی می‌گردد.

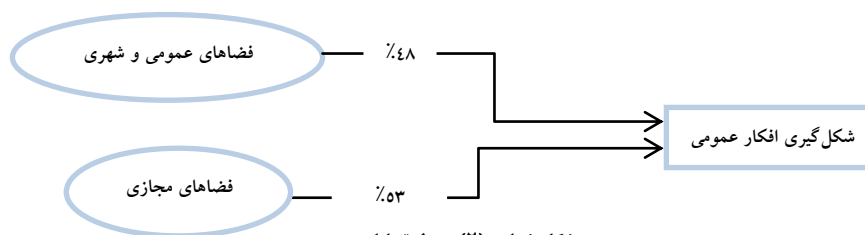
جدول شماره (۱۱): نتایج آزمون تحلیل رگرسیون فضاهای مجازی و پیدایش افکار عمومی

پیدایش افکار عمومی				
متغیر	Beta	سطح معنی‌داری	R ²	
اینترنت	۰,۴۹	۰,۰۰۰		
چت	۰,۱۴	۰,۱۴	۰,۵۳	فضاهای مجازی
ماهواره	۰,۳۹	۰,۰۰۰		

نتایج تحلیل رگرسیون چند متغیره بین متغیر وابسته (پیدایش افکار عمومی) و متغیرهای مستقل (فضاهای مجازی)، که نتایج آن در جدول شماره ۱۱ آورده شده است به این نتیجه می‌رسیم که مقدار ضریب تعیین (R²) نشان می‌دهد که متغیرهای مستقل ذکر شده روی هم رفته به میزان ۵۳ درصد از تغییرات پیدایش افکار عمومی را تبیین می‌کند، یعنی ۵۳ درصد از افکار عمومی در فضاهای مجازی ذکر شده شکل می‌گیرد. همچنین نتایج این جدول حاکی از آن است که نقش اینترنت در پیدایش افکار عمومی ۴۹ درصد، چت ۱۴ درصد و نقش ماهواره در پیدایش افکار عمومی ۳۹ درصد می‌باشد. این ارقام با توجه به سطح معنی‌داری بدست آمده (به غیر از شاخص چت) به لحاظ آماری معنی‌دار می‌باشد. این نتایج نشان می‌دهد که اینترنت و ماهواره نقش مؤثری می‌تواند در شکل‌گیری افکار عمومی داشته باشد.

تحلیل مسیر

برای تحلیل و بررسی کل مدل، از روش تحلیل مسیر استفاده شد. در این روش، ضمن تعیین درستی یا نادرستی مدل نظری تحقیق، وزن هر یک از متغیرها نیز در تبیین متغیر وابسته تعیین می‌گردد. متغیر فضاهای عمومی شهری و مجازی رابطه و تأثیر مستقیم بر شکل‌گیری افکار عمومی، رضایت شهروندان، امنیت شهروندان دارد.



شکل شماره (۲): مدل تحلیل مسیر

نتیجه‌گیری

این مقاله در صدد آن بود تا کیفیت فضاهای عمومی و شهری و مجازی را در پیدایش افکار عمومی و هم‌چنین میزان امنیت و رضایت شهروندان از این فضاها مورد مطالعه قرار دهد. فضای عمومی شهر که در آن تعامل و تقابل اجتماعی میان افراد از قشرها، سنین و نژادهای مختلف صورت می‌گیرد، به عبارت دیگر فضای عمومی، فضایی است که ما با دیگری و دیگران اشتراک داریم. جامعه شکوفا و سالم نیاز به چنین فضاهایی دارد که در جهت آسایش و رفاه گروه‌های مختلف عمل نموده و رفتارهای مطلوب را تشویق و رفتارهای ناشایست را از خود دور کند. از دیدگاه برنامه‌ریزان شهری، فضاهای عمومی، نقش-های زیادی در جامعه شهری دارند از جمله: ارزش اقتصادی فضاهای عمومی، نقش آن‌ها در شکل‌دهی به شخصیت کودکان و جوانان، سلامت فیزیکی و روانی، کاهش جرم و جنایت، ایجاد تنوع و سرزندگی در جامعه شهری، ایجاد تحرک در درون فضاهای شهری و غیره. نقش اصلی و حیاتی فضاهای عمومی شهر، فراهم آوردن امکاناتی برای تسهیل روابط انسان‌ها با یکدیگر است. در نبود چنین فضایی در شهرهای ماست که مفهوم شهروندی هنوز برای جامعه شهری یک مفهوم مبهم و نامأنوس است. چرا که مردم عادت کرده‌اند که در نبود فضاهای عمومی، آزادی را فقط در چارچوب خانه‌های خود و به قولی همان "چهاردیواری اختیاری" ببینند. نتیجه آن شهروندانی خنثی و بی‌تفاوت است که هیچ عکس‌العملی نسبت به سرنوشت شهر و جامعه خود ندارند. هرچه قدر امکانات فضاهای عمومی در مناطق مسکونی و فضاهای عمومی بهتر باشد و استفاده کنندگان از فضاهای عمومی احساس امنیت بیشتری کنند و باعث افزایش مشارکت آنان در فضاهای عمومی خواهد شد. طبق نتایج به دست آمده از نقش فضاهای عمومی و مجازی در شکل‌گیری افکار عمومی و با توجه به سطح معنی‌داری متغیرها (0,000+) نشان دهنده وجود رابطه‌ی معنی‌دار بین دو متغیر می‌باشد. افراد در فضاهای عمومی آزادانه می‌توانند در مورد مسائل مختلف به بحث و گفتگو بپردازند. معمولاً انسان‌ها در فضاهای عمومی شهر نظیر (کافه‌ها، میادین، صف‌های نانوایی، پارک‌ها و ...) با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند و همین برقراری ارتباط باعث به وجود آمدن کنش متقابل و شکل‌گیری افکار عمومی در مردم می‌شود و هم‌چنین فضای مجازی یک فضای تعاملی و ارتباطی است که این امکان را فراهم می‌کند که افراد بتوانند با یکدیگر ارتباط برقرار کنند. اینترنت و ماهواره علاوه بر محدودیت‌هایی که دارد این امکان را فراهم ساخته که افراد بتوانند علایق خود را دنبال کرده و دیگرانی که فضاهای فکری و ذهنی مشترکی دارند ارتباط برقرار کنند. فضای مجازی به دلیل از بین بردن مسافت امکانات جدیدی را در اختیار افراد می‌گذارد. به دلیل در دسترس بودن همیشگی این فضا و عدم نیاز به تحرک و جابه‌جایی در آن برای رسیدن به فضاهای دلخواه، فضای مجازی نوعی فضای شهری محسوب می‌شود در عین حال به دلیل کمبودهای خاص خود و نیاز افراد به وجه مادی یک رابطه‌ی انسانی پس از برقرار شدن ارتباط بین افراد و حاصل شدن شناخت اولیه، زمینه‌ی لازم را برای ملاقات در فضای واقعی، در فضای شهری آماده می‌سازد.

منابع

- افروغ، ع. (۱۳۷۷). **فضا و نابرابری اجتماعی: الگویی برای جدایی‌گزینی فضایی و پیامدهای آن**. تهران: انتشارات دانشگاه تربیت مدرس. چاپ اول.
- بصیری‌مژده‌ی، ر؛ و دیگری. (۱۳۸۹). فضای عمومی، ماهیتی پیچیده و چند مفهومی؛ پیشنهادی چند وجهی برای گونه‌بندی فضاهای عمومی. **مجله منظر**. شماره ۷۷، خرداد، صص ۳۸-۴۱.
- تانکیس، ف. (۱۳۸۸). **فضا، شهر و نظریه اجتماعی؛ مناسبت‌های اجتماعی و شکل‌های شهری**. ترجمه: حمیدرضا پارسا و دیگری. تهران: انتشارات دانشگاه تهران. چاپ اول.
- پاکزاد، ج. (۱۳۸۵). **مبانی نظری و فرآیند طراحی شهری**. تهران: انتشارات وزارت مسکن و شهرسازی. چاپ اول.
- پورمحمدی، م؛ و دیگری. (۱۳۹۲). ارزیابی و تحلیل فضاهای عمومی شهری با استفاده از مدل تاپسیس (مطالعه موردی: شهر تبریز). **مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای**. سال پنجم، شماره هفدهم، تابستان، صص ۳۷-۵۳.
- پوراحمد، ا؛ و دیگران. (۱۳۹۲). امنیت شهری؛ فضاهای عمومی بررسی و سنجش سطح امنیت پارک‌های شهری در منطقه ۲ شهر قم. **پژوهش‌های راهبردی امنیت و نظم اجتماعی**. سال دوم، شماره پیاپی ۵، شماره اول، بهار و تابستان، صص ۲۴-۱.
- پرهیزکار، ا؛ و دیگران. (۱۳۸۹). **سهام فضای مجازی از فضای خدمات شهری تهران و تاثیر خصوصیات شهروندان در میزان استفاده از خدمات فضای مجازی؛ مورد مطالعه منطقه شش شهرداری تهران**. مدرس علوم انسانی - برنامه‌ریزی و آمایش فضا. دوره چهاردهم، شماره ۳، پاییز، صص ۳۵-۲۱.
- چرمیاف، س؛ و دیگری. (۱۳۵۳). **عرصه‌های زندگی خصوصی و زندگی جمعی، به جانب یک معماری انسانی**. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- حبیبی، م. (۱۳۷۸). **جامعه مدنی و حیات شهری**. نشریه هنرهای زیبا، شماره ۷، صص ۳۱-۲۱.
- دانشپور، ع؛ و دیگری. (۱۳۸۶). فضاهای عمومی و عوامل موثر بر حیات جمعی. **مجله باغ نظر**. شماره ۷، بهار و تابستان، صص ۲۸-۱۹.
- دوران، ب. (۱۳۸۱). **تاثیر فضای سایبرنتیک بر هویت اجتماعی**. رساله‌ی دکتری جامعه‌شناسی دانشگاه تربیت مدرس تهران.
- رفیعیان، م؛ و دیگری. (۱۳۸۴). فضاهای عمومی شهری؛ بازنگری و ارزیابی کیفی. **نشریه هنرهای زیبا**. شماره ۲۳، پاییز، صص ۴۲-۳۵.
- رفیعیان، م؛ و دیگری. (۱۳۸۸). بررسی شاخص‌ها و معیارهای موثر بر رضایت‌مندی شهروندان از فضاهای عمومی شهری. **فصلنامه راهبرد**. شماره ۵۳، صص ۲۴۸-۲۷۷.
- صادقی‌فسایی، س؛ و دیگری. (۱۳۹۱). ارزیابی پیامدهای اجتماعی برنامه‌های پیشگیری از جرم در فضاهای عمومی شهری. **فصلنامه مسائل اجتماعی ایران**. سال سوم، شماره دوم، زمستان، صص ۹۳-۱۱۸.
- صبوری‌خسروشاهی، ح؛ و دیگری. (۱۳۹۲). فضای مجازی و هویت جهانی؛ مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی. **فصلنامه‌ی مطالعات راهبردی جهانی شدن**. دوره ۴، شماره ۱۰، بهار، صص ۲۸-۱.
- راست‌بین، س؛ و دیگران. (۱۳۹۱). رابطه همبستگی بین کیفیت‌های محیطی و تداوم حیات شهری در عرصه‌های عمومی؛ نمونه موردی: جلفای اصفهان. **مجله باغ نظر**. سال نهم، شماره ۲۱، تابستان، صص ۳۵-۴۶.
- فرین‌مهر، ر؛ و دیگری. (۱۳۹۱). بررسی تاثیرات شهر الکترونیک بر ساختار کالبدی شهر؛ نمونه مورد مطالعه فردیس کرج. **معماری و شهرسازی آرمانشهر**. شماره ۹، پاییز و زمستان، صص ۳۷۳-۳۸۵.
- کاشانی‌جو، خ. (۱۳۸۹). بازساخت رویکردهای نظری به فضاهای عمومی شهری. **نشریه هویت شهر**. سال چهارم، شماره ۶، بهار و تابستان، صص ۱۰۶-۹۵.

- عبداللهیان، ح؛ و دیگری. (۱۳۸۷). خود و اظهار خود در فضای مجازی: مطالعه‌ی موردی کاربران سایت کلوب دات کام. **فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات**. سال چهارم، شماره ۱۳، زمستان، صص ۳۰-۱۱.
- هاتف، م. (۱۳۸۸). چالش‌ها و چشم‌اندازهای امنیت در فضای مجازی. **دو فصلنامه توسعه انسانی پلیس**. سال ششم، شماره ۲۲، فروردین و اردیبهشت، صص ۹۳-۱۱۷.
- مدنی‌پور، ع. (۱۳۹۱). **فضاهای عمومی و خصوصی شهر**. ترجمه: فرشاد نوریان. تهران: انتشارات سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات شهرداری تهران. چاپ سوم.
- مدنی‌پور، ع. (۱۳۷۹). **طراحی فضای شهری**. ترجمه: فرهاد مرتضایی. تهران: انتشارات شرکت پردازش و برنامه‌ریزی شهری.
- مظفر، ف؛ و دیگران. (۱۳۹۲). رویکردهای معاصر در پژوهش‌های محیطی فضاهای باز شهری. **فصلنامه آمایش محیط**. شماره ۲۱، صص ۸۹-۱۱۰.
- میرمقتدایی، م. (۱۳۸۸). معیارهای سنجش امکان شکل‌گیری، ثبت و انتقال خاطرات جمعی در شهر. **نشریه هنرهای زیبا**. شماره ۳۷، صص ۵-۱۶.
- Atkinson, R. & Blandy, S. (2005). **Introduction: international perspectives on the new enclavism and the rise of gated communities**.
- Alizadeh, H. (2007). Changes conceptions of women's public space in the Kurdish city. **Cities**, Vol. 24, No. 6, p. 410-421.
- Ardalan, N. (1980). **Places of public gathering**. In *Places of Public*.
- Baukwill, A. (2002). Lots of conviviality. **The Garden**, September 2002, pp: 693-697.
- Carmona, M. & Others. (2003). **Places Urban Spaces**. Architectural Press, Amsterdam & Others.
- Cullen, G. (1961). **The concise Townscape**. Architectural Press, London.
- Cohen, J., & Arato, A. (1992). Political theory and civil society. Cambridge: **MIT Press**.
- Gathering in Islam, L Safran (ed.), and pp. 5-16. **Aga Khan Award for Architecture**. Philadelphia.
- Gehl, J. (1987). Life between Building. **Translated by J. Koch**, NewYork.
- Gosling, D. (1996). Gordon Cullen: Vision of Design. **Academy Editions**, Britain.
- Halprin, L. (1972). **Cities**. **the MIT Press**, Massachusetts.
- Hillier, B. (1996). Space is the Machine. **Cambridge University Press**, Cambridge.
- Hagelskamp, C. (2003). Please touch: How Aachen's public art adds to its public life. **Project for Public Space Newsletter**, September 2003.
- Hajer, M. and Arnold, R. (2001). **In search of new public Domail: Rotterdam**, NAI publisher.
- Kirby, A. (2008). The production of private space and its implications for urban social relations. *Political Geography* 27 .74-95
- Kostof, S. (1992). **The City Assembled: The Elements of Urban Form through History**. Thames and Hudson, London.
- Kohn, M. (2004). **Brave New Neighbourhoods: The Privatization of Public Space**, London, Routledge.
- Speiregen, P. (1960). **The Architecture of Towns and Cities**. **the American Institute of Architecture**.
- Jacobs, J. (1993). **Tod und Lebengrober Amerikanischer Stadte**. **Verlage uhlstein GmbH**, Frankfurt.
- Lipton, S. (2003). The value of public space :How high quality parks and public spaces create economic, social and environmental value.
- Mandeli, K. N. (2010). **Promoting public space governance in Jeddah**. Saudi Arabia. *Cities*, 27: 443-455.