

## بررسی تأثیر فضای شهری بر احساس شادمانی ساکنان ۹ محله شهر تهران

سوسن باستانی<sup>۱</sup> و سمانه ملکی پور<sup>۲\*</sup>

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۰۹/۰۲ - تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۱۲/۱۶

### چکیده

مطالعه علمی و مداوم موضوع شادمانی می‌تواند توجه اهل اندیشه را به میزان شادمانی و عوامل مرتبط با آن جلب کرده و به مدیران و برنامه‌ریزان اجتماعی و فرهنگی در انتخاب سیاست‌های مناسب کمک کند. هدف از این پژوهش پرداختن به تأثیر فضای شهری (کالبدی و غیر کالبدی) بر احساس شادمانی ساکنان شهر است. بعد غیر کالبدی شامل محیط اجتماعی و محیط فرهنگی است. فرض بر این است که فضای شهری از طریق ارضای نیازها بر احساس شادمانی شهروندان مؤثر است. پژوهش حاضر با روش پیمایش و با استفاده از پرسشنامه انجام شده است. نمونه پژوهش شامل ۲۷۰ نفر از ساکنان ۱۸ سال به بالای ۹ محله واقع در مناطق ۳، ۱۲ و ۱۷ تهران است. بر اساس نتایج پژوهش، احساس شادمانی افراد در حد «متوسط» است. متغیرهای اثرگذار بر احساس شادمانی به ترتیب ارضای نیاز به امنیت، ارضای نیاز به احساس تعلق و ارضای نیاز فیزیولوژیکی است. متغیر ارضای نیاز به امنیت، بیشترین تأثیر را بر میزان احساس شادمانی دارد. متغیرهای مستقل پژوهش حدود ۴۵ درصد از واریانس متغیر احساس شادمانی را تبیین می‌کنند. بعد غیر کالبدی فضای شهری که شامل محیط اجتماعی (میزان و نوع روابط اجتماعی) و محیط فرهنگی (اجرای برنامه‌ها و مراسم) می‌شود و بعد کالبدی به طور غیر مستقیم بر احساس شادمانی اثرگذار است. همچنین نتایج نشان می‌دهد میزان احساس شادمانی ساکنان منطقه ۱۲ با داشتن فضای شهری غنی‌تر از حیث بعد کالبدی و به ویژه بعد غیر کالبدی، بیش از مناطق ۳ و ۱۷ تهران است.

**کلیدواژه‌ها:** ارضای نیاز، شادمانی، فضای شهری.

۱. استاد جامعه‌شناسی دانشگاه الزهرا (سلام... علیها). [sbastani@alzara.ac.ir](mailto:sbastani@alzara.ac.ir)

۲. کارشناسی ارشد دانشگاه الزهرا (سلام... علیها). (نویسنده مسئول) [s\\_malekipour@yahoo.com](mailto:s_malekipour@yahoo.com)

### مقدمه و بیان مسئله

یکی از چالش‌های فراروی انسان در دنیای امروز، احساس شادمانی است؛ زیرا به‌رغم پیشرفت‌های چشمگیر در فناوری و تأمین آسایش انسان، احساس شادمانی وی افزایش نیافته است. فقدان شادی و نشاط در جامعه نتایج منفی بسیاری همانند افسردگی، بدبینی، ارزیابی منفی رویدادها، بی‌علاقگی به کار و فقدان وجدان کاری، اعتیاد به مواد مخدر، ناهنجاری‌های اجتماعی، رواج خشونت در روابط اجتماعی، طلاق، گرایش به فرهنگ بیگانه و غیر خودی را به دنبال دارد. در مقابل اگر افراد شادمان باشند، موجب بهبود و ارتقای عملکرد فردی و اجتماعی، سلامت روان، برخورداری از کیفیت بالای زندگی، ایجاد اجتماعی مثبت، سالم و کارآمد، خوش‌بینی و امید، اعتماد، احساس امنیت بیشتر، آسان گرفتن در تصمیم‌گیری و رضایت بیشتر می‌شود.

برای فهم فقدان یا کمبود شادمانی به عنوان یک مسئله اجتماعی، می‌توان به آمار موجود درباره شادمانی پردازیم. نتیجه موج چهارم پیمایش ارزش‌های جهانیان اینگلهارت نشان داد که متوسط سطح شادمانی نمونه ایران از بین ۶۹ کشور در رتبه ۶۱ قرار دارد و همچنین تحقیق موسوی (۱۳۸۷) نشان داد میزان شادمانی افراد در ایران پایین و کمتر از حد متوسط است. در شهر تهران میانگین شادمانی ۴۸/۸۷ است.

نقصان شادمانی می‌تواند به عنوان مانع جدی در راه شکوفایی استعدادهای فردی و توسعه و ترقی کشور قلمداد شود. عوامل متعددی از جمله روابط اجتماعی توأم با اعتماد، ارضای نیازها، مشارکت اجتماعی غیر رسمی، رضایت از زندگی و فضای شهری مناسب را در ایجاد شادمانی مؤثر دانسته‌اند.

فضاهای شهری با میزان جذابیت خود و اثرگذاری بر ذهن انسان می‌توانند شادابی و سرزندگی در شهرها و محله‌های آن را تأمین کنند. به عنوان مثال خیابان‌ها از مهم‌ترین مؤثرترین فضاهای شهری به حساب می‌آیند، که در مالکیت عموم بوده و توسط اقشار مختلف مردم استفاده می‌شوند. اگر خیابان‌های یک شهر جذاب باشد، شهر جذاب است و اگر خیابان‌هایش کسل‌کننده باشند، شهر نیز کسل‌کننده خواهد بود. این عقیده‌ای است که جین جیکوبز<sup>۱</sup> در مورد خیابان‌های یک شهر دارد (بحرینی، ۱۳۷۵). همچنین اگر شهروندان به عنوان

استفاده‌کنندگان از فضای شهری، شاد باشند روابط اجتماعی تسهیل می‌شود، مشارکت اجتماعی رونق می‌یابد (وینهون<sup>۱</sup>) و روحیه مشارکتی بیشتر می‌شود (مایرز<sup>۲</sup> به نقل از طاهر نشاط دوست، ۱۳۸۸). این شهروندان از نظر اجتماعی شبکه‌های صمیمی‌تری دارند، یعنی خانه‌های گرم‌تری برای اعضا خانواده (فرزندان و همسر) فراهم می‌کنند و در نهایت خانواده سالم آنها می‌تواند پایه جامعه سالم شود.

امروزه نقش فضاهای شهری در تهران به ارتباط‌دهنده مقصدها تقلیل یافته و در آنها زندگی اجتماعی اتفاق نمی‌افتد. تعداد کسانی که در فضاهای شهری دلیلی برای مکث می‌یابند، اندک است، چرا که قابلیت‌های محیط برای پذیرش رفتارهای متنوع بسیار پایین بوده و در نتیجه نیازها و تمایلات عده اندکی را پاسخ می‌گوید. همچنین یکی از تأثیراتی که زندگی مدرن در شهرهای بزرگی مانند تهران داشته است. کاهش تمایل به روابط نزدیک، عمیق و وقت‌گیر است. با وجود این، همچنان نیاز به روابط اجتماعی پابرجاست (غفاری، ۱۳۹۰: ۲).

فضای شهری در دو بعد کالبدی و غیر کالبدی مطرح شده است. منظور از فضای کالبدی یا همان بعد غیر اجتماعی فضا، شامل محیط فیزیکی - زیستی فضای شهری است که دو بعد مصنوع انسان ساخت و طبیعی دارد و فضای غیر کالبدی یا همان بعد اجتماعی فضا، شامل دو محیط اجتماعی (میزان و نوع روابط اجتماعی) و محیط فرهنگی (اجرای برنامه‌ها و مراسم) است. در صورتی که این فضاها نیازهای متفاوت شهروندان را برآورده سازد فرض بر این است احساس شادمانی آنان افزایش می‌یابد. بر این اساس هدف مطالعه حاضر بررسی تأثیر فضای شهری شهر تهران از نظر کالبدی و غیر کالبدی بر احساس شادمانی ساکنان است.

بنابراین این مطالعه به دنبال پاسخگویی به پرسش‌های زیر است:

- آیا فضای شهری بر احساس شادمانی افراد اثرگذار است؟
- با ارضای نیازها به وسیله فضای شهری می‌توان احساس شادمانی افراد را افزایش داد؟

### فضا و شادمانی

شادمانی به درجه یا میزانی اطلاق می‌شود که شخص درباره مطلوبیت کیفیت کلی زندگی خود قضاوت می‌کند؛ به عبارت دیگر شادمانی به این معناست که فرد به چه میزان زندگی خود را دوست دارد (وینهون<sup>۱</sup>، ۱۹۸۴). همچنین داینر<sup>۲</sup> معتقد است شادمانی حداقل دو جنبه دارد، عامل احساسی- عاطفی و شناختی (آوریل، ۱۹۹۷ و لارسن و داینر، ۱۹۹۲، به نقل از کار، ۱۳۸۵: ۴۲).

بعد احساسی- عاطفی، به دو دسته درونی و بیرونی تقسیم می‌شود. بعد عاطفی از جنبه درونی همچنان که داینر معتقد است شامل هیجان مثبت، شغف و خشنودی می‌شود. وینهون نیز شادمانی را میزان و درجه‌ای می‌داند که شخص احساسات مختلف به ویژه احساسات لذت‌بخش را تجربه می‌کند. علاوه بر این جان لاک از جمله مؤلفه‌های بعد عاطفی از جنبه بیرونی را تعداد وقایع لذت‌بخش بیان می‌کند. وینهون در تعریف شادمانی بعد شناختی را با عنوان مطلوبیت کیفیت کلی زندگی و رضایت کلی از زندگی بیان می‌کند و داینر (۱۹۹۲) از مفاهیم رضایت و خرسندی برای بیان این بعد از شادمانی استفاده می‌کند.

کیفیت زندگی از نظر وینهون، به معنای احساسی است که فرد نسبت به رفاه اجتماعی، عاطفی و جسمانی خود دارد. این احساس متأثر از این است که یک فرد در شرایط مختلف زندگی تا چه اندازه به خشنودی شخصی نایل شده است؛ به عبارت دیگر؛ کیفیت زندگی به این معناست که انسان بتواند زندگی خود را هماهنگ با ارزش‌هایش سامان دهد (گب<sup>۳</sup> و همکاران، ۲۰۰۴: ۱۱۲).

همچنین وینهون (۱۹۹۴) بر این عقیده است که شادمانی معلول احساس ارضای نیازهای اساسی و کلی انسان است. نیازهای انسان پاسخ خود را در فضا پیدا می‌کند و برای هر نیازی خاص، ذهن انسان توقع فضایی خاص را دارد و می‌طلبد که فضا بتواند بهترین بستر را برای ارضا نیاز انسان فراهم کند (پاکزاد، ۱۳۸۵: ۱۴۵).

گیدنز<sup>۴</sup> (۱۹۹۰) فضا را مجموعه‌ای کالبدی برای تعاملات اجتماعی می‌داند و منظور از فضای شهری همان فضایی از شهر است که بدون هزینه در دسترس عموم باشد (کووان<sup>۵</sup>،

---

1. Veenhoven  
2. Diener  
3. Gabe  
4. Giddens  
5. Cowan

۲۰۰۵). لینچ فضاهای شهری را بخشی از فضاهای باز و عمومی شهرها می‌داند که به نوعی تبلور ماهیت زندگی جمعی‌اند، یعنی جایی که شهروندان در آن حضور دارند. فضایی است که به مردم اجازه می‌دهد به آن دسترسی داشته باشند و در آن فعالیت کنند؛ بنابراین شرط اساسی برای اینکه یک فضای عمومی، فضای شهری محسوب شود این است که در آن تعامل و تقابل اجتماعی صورت گیرد. همچنین کوین لینچ در کتاب "تئوری شکل شهر" فضای شهری را واجد دو بخش اصلی فرم و محتوا می‌داند. فرم آن، کالبد آن و محتوایش، معنای آن، حیات اجتماعی و اتفاقات درون آن است (لینچ، ۱۳۸۱).

برای دانستن اینکه چه کیفیات شهری، شهر و فضای شهری را برای ساکنان آن مطلوب می‌کند، ابتدا باید با نیازهای افراد و در حقیقت از مطالبات آنها از فضای شهری آگاهی یابیم. جان لنگ (۱۹۹۵) بر این باور است که برای ساختن محیطی که نیازهای انسان را برآورده سازد، نخست باید ماهیت مسائل طراحی را شناخت. مدلی که او برای نیازهای انسانی در نظر می‌گیرد، همان مدل ابراهام مازلو است که لنگ آن را جامع‌ترین مدل از سلسله‌مراتب نیازهای انسان می‌خواند. به باور او محیط ساخته‌شده اگر به گونه‌ای درخور شکل بگیرد، می‌تواند جنبه‌هایی از نیازهای انسان، مانند بقا، امنیت، تعلق، عزت، یادگیری و زیبایی‌شناسی را برآورده سازد. وی معتقد است طراحی شهری متکفل برآورده ساختن نیازهای متفاوت انسانی زیر است: نیازهای فیزیولوژیک؛ نیاز به ایمنی و امنیت؛ نیاز به وابستگی (نیاز به احساس تعلق به یک جمع و گروه خاص داشتن)؛ نیاز به عزت و اعتماد به نفس؛ نیاز به تحقق خویشتن (خودشکوفایی یا نیاز به انجام فعالیتی خلاقانه) و نیازهای شناختی - زیباشناختی (لنگ، ۱۹۹۵). لنگ در مدلی که ارائه می‌دهد به تفصیل به رابطه نیازهای انسان می‌پردازد. وی نشان می‌دهد تمام نیازها به طور مستقیم و غیر مستقیم (از طریق ابعادشان) در ارتباط با یکدیگر قرار دارند. از میان نیازها، نیاز به عزت نفس، نیاز به احساس تعلق و نیاز به تحقق خویشتن با نیاز شناختی - زیبایی‌شناختی رابطه مستقیم متقابل دارند در حالی که نیاز به امنیت از طریق ابعادش با تمام نیازهای دیگر رابطه متقابل دارد. البته لازم به ذکر است که جان لنگ در مدل خود نیاز فیزیولوژیکی را در رابطه با سایر نیازها قرار نداده است (لنگ، ۱۹۹۵).

در تقسیم فضای شهری به دو بعد کالبدی و غیر کالبدی می‌توان گفت کیفیاتی که مربوط به جنبه‌های مادی محیط فیزیکی‌اند، نیازهای فیزیولوژیکی را تأمین می‌کنند و آن دسته از کیفیات که به جنبه‌های اجتماعی و فرهنگی محیط و در حقیقت همان محیط اجتماعی و

فرهنگی متعلق اند، تأمین کننده نیازهای شناختی-زیبایی شناختی، تحقق خویشتن، امنیت، احساس تعلق و عزت و اعتماد به نفس اند. جدول ۱ عوامل تأمین کننده هر یک از نیازها را نشان می دهد:

جدول ۱. عوامل تأمین کننده نیازها به وسیله فضای شهری

عوامل تأمین کننده نیاز به وسیله فضای شهری	نیاز
کیفیت مسکن تسهیلات و تجهیزات کافی آسایش و حفظ تعادل بوم‌شناسی محل	نیاز فیزیولوژیکی
ایمنی معابر اماکن نظارت و مراقبت نفوذپذیری (قابلیت دسترسی)	نیاز به امنیت
تأمین تسهیلات اجتماعی تقویت حس مکان خوانایی	نیاز به احساس تعلق
ایجاد حس فردیت	نیاز به عزت نفس
شخصی سازی فضا مشارکت تنوع در طراحی	نیاز به خودشکوفایی (تحقق خویشتن)
تأمین اماکن فعالیت‌های فرهنگی-تفریحی خلق مناظر شهری و طبیعی خوب ایجاد غنا در کیفیات محیطی	نیاز شناختی-زیبایی شناختی

نیازهای فیزیولوژیکی: نیازهای همچون غذا، سرپناه و بهداشت‌اند. چنین نیازهایی از طریق کیفیت مسکن، تسهیلات و تجهیزات کافی، آسایش و حفظ تعادل بوم‌شناسی محل که در طراحی شهری لحاظ شده باشد، تأمین می‌شوند (گلکار، ۱۳۷۹؛ ۳۰). آسایش و حفظ تعادل بوم‌شناسی محیط است که با رعایت مقیاس انسانی و آسایش اقلیمی که شامل محل نشستن راحت، دسترسی به آفتاب، مصونیت از باد، باران و دیگر عوامل جوی است، در استفاده و رضایت مردم از فضای شهری تأثیر به‌سزایی دارد (مور، ۱۹۹۷). برای رعایت مقیاس انسانی هوای سالم، فضایی برای تمدید قوا و رفع خستگی، فضایی برای تهیه غذا، فضایی برای نشستن، فضایی برای پرورش جسم انسان و تأمین بهداشت را باید مد نظر داشت. همچنین پامیر<sup>۱</sup> معتقد است جایگاه یک فضای عمومی موفق بایستی به گونه‌ای باشد که پذیرای جمع

کثیری از افراد، در نزدیکی مراکز خرده‌فروشی، رستوران‌ها و کافه‌ها، گنجایش تفریحات جمعی و رویدادها و نشیمنگاه مناسب را داشته باشد (پامیر، ۲۰۰۷: ۶۹).

نیاز به امنیت: یکی از کیفیات مؤثر بر خوشبختی در تحقیقات آماری وینه‌پون در سال ۲۰۰۱ امنیت است. تحقیقات نشان می‌دهد میزان احساس خوشبختی عموماً در جوامعی که امنیت بیشتری را برای شهروندان نشان فراهم می‌کنند، بیشتر است. به طور کلی همبستگی زیادی بین امنیت قانونی و فیزیکی و میزان احساس خوشبختی وجود دارد (مروستی، ۱۳۸۶). همچنین چلبی در مورد احساس شادمانی در ایران حوزه امنیت را یکی از منابع نارضایتی و ناشادی کنشگران می‌داند (موسوی، ۱۳۸۷: ۵).

نیاز به ایمنی و امنیت شامل نیازهایی نظیر مصون ماندن از مخاطرات و آلودگی‌ها، برخورداری از عرصه خصوصی مورد نیاز (محرومیت) و رعایت مسئله اشرف است. این نیازها از طریق تأمین کیفیت ایمنی معابر، اماکن نظارت و مراقبت، نفوذپذیری و قابلیت دسترسی برآورده می‌شوند.

چین جیکوبز معتقد است؛ پیاده‌رو فعال و زنده، بر خوشی ساکنان شهر اثر مثبت دارد. در پیاده‌روی زنده، مغازه‌های محلی وجود دارد که بیشتر افراد برای هم آشنا هستند، پس موجب می‌شود افراد برای خوشی دیگران مسئولیت بیشتری داشته باشند. روابط چهره به چهره در پیاده‌روی محله‌های شهر احساس اعتماد و روابط اجتماعی میان ساکنان شهر را تشویق می‌کند (لیدن، ۲۰۱۱: ۸۷۱). لایارد معتقد است کسانی که پیاده رفت و آمد می‌کنند همسایه‌هایشان را بهتر می‌شناسند و بیشتر خوش‌بین و اجتماعی‌اند. آنها از نظر سیاسی نسبت به شهروندانی که وابسته به ماشین‌اند، فعال‌ترند (همان، ۸۷۲).

نیاز به احساس تعلق: نیاز به وابستگی (نیاز به احساس تعلق به یک جمع و گروه خاص) از طریق تأمین تسهیلات اجتماعی، به نحوی که موجب تشویق مراودات اجتماعی محلی شود و از طریق تقویت حس مکان، هویت و خوانایی پیگیری شود (گلکار، ۱۳۷۹: ۳۰).

دورکیم آثار مثبت پیوند فرد با جامعه از طریق گروه‌های میانه را تنها برای جامعه نمی‌دید. از دیدگاه او، وجود این گروه‌ها سرچشمه شادی و شادکامی برای فرد است. فرد هم به نوبه خویش در وجود این گروه‌ها سرچشمه‌ای برای شادی و شادکامی خویش می‌بیند (کوزر، ۱۳۷۹: ۱۹۶).

ری اولدنبرگ<sup>۱</sup> (۱۹۸۹) معتقد است "مکان‌های سوم" فضای مناسب برای دور هم بودن و کنش متقابل اجتماعی را فراهم می‌آورند. این مکان‌های سوم مکان‌هایی عمومی و متنوع‌اند که میزبان دوره‌هم شدن‌های داوطلبانه و غیر رسمی و شاد اشخاص متعلق به حیطه کار یا خانه هستند. این گونه مکان‌ها برای شهرها و محله‌های شهر لازمند زیرا آنها روابط اجتماعی و شادمانی افراد را افزایش می‌دهند. مکان‌هایی که زندگی عمومی پر جنب و جوش را تشویق می‌کنند، می‌توانند متنوع باشند؛ مانند پارک‌های عمومی و میدان‌های عمومی. در برخی شهرها پارک‌های عمومی در میان اجتماع ارزشمندند، نه به خاطر سبزه‌ها بلکه به علت فرصتی که برای رابطه خودجوش و سازمان‌یافته‌ای برای اعضای اجتماع فراهم می‌کند (لیدن، ۲۰۱۱: ۸۷۱).

نیاز به عزت نفس: داینر (۱۹۸۴) با استناد به ۱۱ پژوهش، به وجود همبستگی بین عزت نفس<sup>۲</sup> و شادمانی اشاره می‌کند. وارت، عزت نفس را اساسی‌ترین عامل شادمانی می‌داند. ویلسون گزارش کرده است که عزت نفس یکی از مهم‌ترین پیش‌بینی‌کننده‌های شادی است (میرشاه جعفری، ۱۳۸۱؛ ۵۲). به زعم هیلد براند فری، یکی دیگر از ویژگی‌هایی که موجب افزایش رضایتمندی از محیط شهر می‌شود این است که شهر دارای تصویر ذهنی مناسب، شهرت و اعتبار خوب باشد و از همه مهم‌تر به مردم حس اعتماد و منزلت دهد (براند فری، ۱۳۸۳؛ ۳۰).

نیاز به خودشکوفایی: این نیاز از طریق فرصت‌هایی که طراحی شهری برای شخصی‌سازی فضا و مشارکت فراهم می‌آورد و همچنین از طریق تنوع در طراحی پاسخ داده می‌شود (گلکار، ۱۳۷۹؛ ۳۰). هیلد براند فری، بالا بودن رضایتمندی از محیط شهر را در گروهی این می‌داند که مردم فرصت خلاق بودن، شکل دادن به فضای شخصی و بیان خودشان را داشته باشند (براند فری، ۱۳۸۳؛ ۳۰).

جیکوبز به بیان شروطی می‌پردازد که تنوع را به فضاهای شهری باز می‌گرداند و فعالیت‌های متنوعی را تأمین می‌کند: ۱. شهر باید تنوعی از فعالیت‌ها و کاربری‌ها را تأمین کند. در این مورد باید به فعالیت‌هایی که مردم در ساعات مختلف انجام می‌دهند و به اهداف مختلفی که مردم دنبال می‌کنند، توجه شود. ۲. علاوه بر تنوعی از فعالیت‌ها، تنوعی از

1. Ray Oldenburg  
2. Self-esteem



ساختمان‌ها نیز برای بازگرداندن زندگی به شهر لازم است. ۳. نهایتاً لازم است که تراکم بالایی از مردم در فضا حضور داشته باشند (جیکوبز، ۱۳۸۶: ۱۶۰).

نیاز شناختی-زیبایی‌شناختی: که بر اساس انگیزش‌های حسی و عقلی ایجاد می‌شود از طریق تأمین امکان فعالیت‌های فرهنگی-تفریحی با طراحی شهری، خلق مناظر شهری و طبیعی خوب و ایجاد غنا در کیفیات محیطی تحقق می‌یابد (گلکار، ۱۳۷۹: ۳۰). هیلد براند فری<sup>۱</sup> شهری که از نظر زیبایی‌شناسی مطبوع و از نظر کالبدی قابل تصور باشد را یک شهر خوب می‌داند که در کنار سایر کیفیات موجب بالا رفتن رضایتمندی از محیط شهری می‌شود (براند فری، ۱۳۸۳).

پاتنام<sup>۲</sup> معتقد است بهترین پیش‌بینی‌کننده شادمانی، گسترش و پهنای روابط اجتماعی است و برخی نظریه‌پردازان دیگر بیشتر شادمانی را به فضای شهری و محیط‌های ساخته‌شده و بیش از همه همسایگی نسبت داده‌اند. وی حضور در کلوب‌های تفریحی و داوطلبانه و حضور در کلیسا را با اینکه مدرک دانشگاهی داشته باشید یا درآمدها دو برابر شود، در تأثیر بر شادمانی هم ارز می‌داند. از نظر هلیول و پاتنام شادمانی با گذران وقت با دوستان و همسایگان رابطه معنادار دارد. همچنین پاتنام معتقد است هرچه وقت بیشتری را به تنهایی در ماشین بگذرانیم، وقت کمتری را برای دوستان و هم محله‌ای‌ها داریم. به عقیده پاتنام ماشین برای زندگی اجتماع بد است (لیدن، ۲۰۱۱: ۸۶۳).

#### پیشینه پژوهش

لیدن<sup>۳</sup> (۲۰۱۱) در مقاله «بررسی شادمانی در ۱۰ شهر بزرگ»، سلامتی، ثروت و روابط اجتماعی را به عنوان پیش‌بینی‌کننده‌های شادمانی مطرح کرده است. از نظر او میان طرح و شرایط شهرها با شادمانی شهروندان در ۱۰ منطقه شهری پیوستگی وجود دارد. هدف مقاله بررسی رابطه شادمانی فردی و فضاهای شهری است و به دنبال پاسخگویی به سؤالات زیر است:

- آیا ارتباط با مکان بر شادمانی اثر دارد؟
- آیا طراحی شهر و محله‌ها و نحوه نگهداری آنها با شادمانی ارتباط دارد؟

1. Frey, Hildbrand  
2. Putnam  
3. Leyden

فرض بر این است که مسیر شهرها و محله‌های شهری می‌توانند روابط اجتماعی را تسهیل کنند زیرا مردم به مکان‌های سرزنده که فرهنگی و برجسته‌اند متصل می‌شوند. البته برخی از محله‌ها می‌توانند رابطه اجتماعی ایجاد کنند و آن دسته از محله‌هایی که جرم‌خیز یا ضد اجتماعی‌اند، تأثیر معکوس دارند و موجب روابط اجتماعی نمی‌شوند. کوین از پیمایش کیفیت زندگی سال ۲۰۰۸ استفاده کرده است. در ابتدا به کیفیت زندگی ۱۰ شهر توجه شده است. کیفیت زندگی شامل هفت عامل سنجش شادمانی است. یافته‌ها نشان می‌دهد روابط اجتماعی در شهر، جنبه‌های طراحی شهر و حفظ حوزه عمومی با شادمانی فردی در ارتباط‌اند. در شهرهایی که دسترسی آسان به حمل و نقل عمومی مناسب و تسهیلات مربوط به فرهنگ و اوقات فراغت دارند، شادمانی افزایش می‌یابد. همچنین شهرهایی که مکان‌های مناسب برای پرورش کودکان‌اند، شهروندان شادتری دارد. برخی مکان‌ها با برانگیختن انواع روابط اجتماعی، بر میزان شادمانی می‌افزایند و بالاخره اینکه جذابیت زندگی در شهر را بالا می‌برند. همچنین جنبه‌هایی از شهر هست که مردم به آنها توجه می‌کنند مانند دستیابی به هنر، سرگرمی و به طور شگفت‌آوری دسترسی به حمل و نقل عمومی خوب. به طور کلی، زیباشناسی شهر و آنچه مربوط به پرورش فرزندان‌شان می‌شود، برای شادمانی مهم است. از منظر این مقاله کیفیت محیط‌های ساخته‌شده شهری یا همسایگی (محله) با برنامه‌ریزی و طراحی و حفظ فضاهای شهری در ارتباط است.

ترانمر<sup>۱</sup> (۲۰۱۲) در مقاله مردم شاد یا مکان‌های شاد؟ با استفاده از مدل‌های چند سطحی، از رویکرد علوم ناحیه‌ای و جغرافیایی برای تحلیل شادمانی و خوشبختی استفاده کرده است. او از مدل‌های چند سطحی داده‌های پیمایش پانل خانگی بریتانیا و از سرشماری جمعیت انگلستان برای رسیدن به ذات و گستره شادمانی و خوشبختی برای تعیین نسبی اهمیت منطقه (ناحیه)، خانواده و خصوصیات فردی بر این پیامدها استفاده می‌کند. بر اساس یافته‌های مقاله تنوع زیادی از شادمانی و خوشبختی قابل استناد به سطوح فردی وجود دارد. با کنترل این ویژگی‌ها تنوع در شادمانی و خوشبختی به طور آماری، رابطه معناداری میان مناطق یافت نشد. لولو و جیان بین شیه<sup>۲</sup> (۲۰۱۰) نیز در مقاله‌ای تحت عنوان «منابع شادمانی: یک تحقیق کیفی» به شناسایی منابع شادمانی پرداخته‌اند. نویسندگان از تحلیل کیفی برای گسترش

---

1. Tranmer

2. Luo Lu & Jian Bin Shih

سنخ‌شناسی استفاده کرده‌اند. ۹ گروه اصلی میان ۱۸۰ منبع برای شادمانی پیدا کرده‌اند که عبارتند از: ۱. رضامندی از نیاز به احترام؛ ۲. تناسب روابط میان فردی؛ ۳. رضایت از نیازهای مادی؛ ۴. دستیابی به کار؛ ۵. آسان گرفتن زندگی؛ ۶. لذت بردن در امور؛ ۷. احساس خود کنترلی و خود مسلم؛ ۸. لذت و احساسات مثبت و ۹. سلامتی. پژوهش بر مبنای مصاحبه با ۵۴ نفر از بزرگسالان ۱۸ تا ۶۰ سال ساکن کاسیونگ تایوان انجام شده است. بر اساس نتایج، مفهوم غربی شادمانی تأکید بیشتری بر روابط بین شخصی یا ارزیابی درونی دارد. در مقابل مفهوم چینی از شادمانی تأکید بیشتری بر ارزیابی بیرونی دارد. همچنین مفهوم چینی شادمانی بخش منحصر به فردی مانند آسان گرفتن زندگی دارد. بر اساس نتایج این مقاله منابع شادمانی در میان ساکنان اجتماع در کاسیونگ<sup>۱</sup> تایوان و غرب به هم شبیه‌اند.

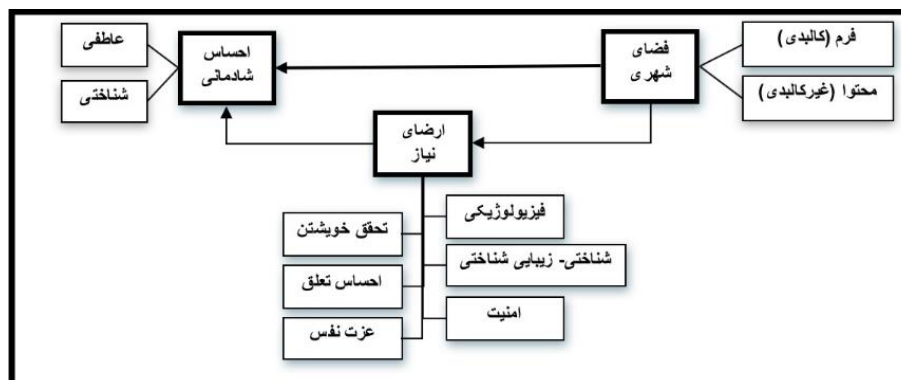
موسوی (۱۳۸۷)، در پژوهشی با عنوان «بررسی جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر شادمانی در سطوح خرد و کلان» کوشش کرد ضمن مرور رویکردهای مختلف در باب شادمانی، با اتخاذ رویکردی جامعه‌شناختی به بررسی شادمانی بپردازد. در این مطالعه از دو روش پیمایش و تطبیقی کمی استفاده شده است. بخش پیمایش با انتخاب ۳۸۶ نفر از شهرهای تهران، یزد، اردکان و میبد و با استفاده از پرسشنامه شادمانی آکسفورد انجام شده است. بخش تطبیقی پژوهش با استفاده از داده‌های ثانویه موج چهارم پیمایش ارزش‌های جهانیان اینگلهارت صورت گرفته است. نتایج نشان داد که متوسط سطح شادمانی نمونه ایران از بین ۶۹ کشور در رتبه ۶۱ قرار دارد. داده‌های پیمایش نیز میانگین شادمانی در چهار شهر مزبور را در سطحی پایین نشان می‌دهند یافته‌های پژوهش همچنین نشان می‌دهد که روابط اجتماعی توأم با اعتماد، بر شادمانی اثر تعیین‌کننده‌ای دارند و در این میان خانواده به عنوان عمده‌ترین تأمین‌کننده شادمانی افراد محسوب می‌شود.

مروستی (۱۳۸۶) در پژوهش «سنجش میزان احساس خوشبختی شهروندان تهرانی و عوامل مؤثر بر آن» برای بررسی رابطه میان متغیرهای مستقل و وابسته از تئوری‌های مقایسه اجتماعی، تئوری شکاف اینگلهارت و تجربیات مؤثر استفاده کرده است و با روش پیمایش، فرضیات آزمون شدند. جامعه آماری، شهروندان ۱۸ سال به بالای تهرانی‌اند. نتایج نشان می‌دهد هرچه میزان احساس آزادی فردی، میزان دینداری، میزان حمایت اجتماعی، رضایت زناشویی و رضایت شغلی بیشتر، میزان احساس خوشبختی بیشتر خواهد بود و هرچه مقایسه

فرد با دیگران، با گذشته و وضعیت مطلوب و میزان تقدیرگرایی بیشتر، میزان احساس خوشبختی کمتر خواهد بود. در ضمن بین ویژگی‌های فردی، پایگاه اقتصادی و سن افراد با میزان احساس خوشبختی آنها رابطه‌ای وجود ندارد. درحالی که وضعیت شغلی افراد و تأهل آنها با میزان احساس خوشبختی‌شان رابطه دارد. این بدان معناست که شاغلان و متأهلان بیش از سایر گروه‌ها احساس خوشبختی می‌کنند.

### مدل تحلیلی تحقیق

در مدل تحلیلی تحقیق، تأثیر فضای شهری - با دو بعد کالبدی و غیر کالبدی - بر احساس شادمانی - با دو بعد عاطفی و شناختی - و همچنین تأثیر فضای شهری با ابعاد آن از طریق متغیر میانی - ارضای نیاز با شش بعد - بر احساس شادمانی و ابعاد آن بررسی شده است.



شکل ۱. مدل تحلیلی تحقیق

### فرضیات پژوهش

- فضای شهری با احساس شادمانی رابطه دارد.
- ارضای نیاز با احساس شادمانی رابطه دارد.
- فضای شهری با ارضای نیاز رابطه دارد.
- فضای شهری بر احساس شادمانی با کنترل متغیر ارضای نیاز مؤثر است.

روش پژوهش

اطلاعات این بررسی با استفاده از روش پیمایش و از طریق پرسشنامه جمع‌آوری شده است. جامعه آماری تحقیق را ساکنان شهر تهران تشکیل می‌دهند. حجم نمونه مورد مطالعه با استفاده از جدول دواس (۱۳۷۶) با خطای ۵ درصد ۲۷۰ نفر برآورده شد. نمونه به صورت تصادفی از بین ساکنان بالای ۱۸ سال محله‌های دروس، سید خندان و حسن آباد زرگنده از منطقه ۳، محله‌های دروازه شمیران، کوثر و پامنار از منطقه ۱۲ و محله‌های بلورسازی، امام زاده حسن شمالی و آذری از منطقه ۱۷ شهر تهران انتخاب شد.

**نحوه سنجش متغیرها:** متغیر احساس شادمانی در دو بعد، عاطفی- احساسی که خود از دو بعد درونی (شعف، هیجان مثبت و خشنودی) و بیرونی (تعداد وقایع لذت‌بخش) تشکیل شده است. بعد شناختی نیز در دو بعد رضایت از زندگی (رضایت شخصی، اقتصادی، سیاسی و اجتماعی) و رضایت از محل زندگی (رضایت از کشور، شهر، محله و مسکن) سنجش شده است (جدول ۲).

جدول ۲. تعریف عملیاتی احساس شادمانی

متغیر وابسته	ابعاد	مؤلفه ۱	مؤلفه ۲	مؤلفه ۳	مؤلفه ۴		
شادمانی	عاطفی- احساسی	درونی	شعف، هیجان مثبت، خشنودی				
		بیرونی	تعداد وقایع لذت‌بخش				
	شناختی	رضایت، خرسندی	رضایت از زندگی		شخصی	اعمال و رفتار	
						تحصیلات	
						شغل	
					اقتصادی	درآمد خود شخص	
						وضع اقتصادی خانواده	
						حل مشکلات مردم	
			سیاسی	صدافت مسئولین			
				تعهد			
				اجتماعی	زندگی خانوادگی		
					دوستان		
	اقوام						
			رضایت از محل زندگی		کشور	وضع جامعه	
						شهر	محله
							محله
همسایه							
مسکن					امکانات محله		

متغیر فضای شهری نیز در دو بعد کالبدی و غیر کالبدی، سنجش شد: بعد کالبدی فضای شهری شامل محیط فیزیکی انسان ساخت و طبیعی است و بعد غیر کالبدی فضای شهری که شامل محیط اجتماعی (میزان و نوع روابط اجتماعی) و محیط فرهنگی (اجرای برنامه‌ها و مراسم) می‌شود (جدول ۳).

جدول ۳. تعریف عملیاتی فضای شهری

متغیر مستقل	ابعاد ۱	ابعاد ۲	مؤلفه ۱	مؤلفه ۲	مؤلفه ۳	مؤلفه ۴
فضای شهری	کالبدی	محیط فیزیکی-زیستی	مصنوع انسان ساخت	ارتباطی	حمل و نقل عمومی	تاکسی، اتوبوس، مترو
					مسیرهای ارتباطی	خیابان
					ساختمان (کاربری)	پیاده‌رو
						تجاری
						خدماتی
	غیر کالبدی	محیط اجتماعی	طبیعی	ساختی	منابع آبی، رودخانه، قنات، فضای سبز، درختان	ایستگاه، نیمکت وسایل روشنایی، صندوق پستی، باجه تلفن، دکه روزنامه‌فروشی و...
					عناصر زیبایی‌بخش	مجسمه، آبنما، فواره، نقاشی دیواری، تابلوهای تبلیغاتی
					میلان شهری تجهیزات شهری	
					میزان رابطه با همسایگان	
					نوع رابطه با همسایگان	
محیط فرهنگی	مراسم	جشن و عزاداری	۲۲ بهمن، دسته عزاداری، نیمه شعبان			
			برنامه‌های فرهنگی	اجرای موسیقی زنده، نمایش خیابانی، جشن، مسابقات جمعی		

متغیر ارضای نیاز با شش بعد: نیاز فیزیولوژیکی، نیاز شناختی-زیبایی شناختی، نیاز امنیت، نیاز تحقق خویشتن، نیاز احساس تعلق و نیاز عزت نفس، سنجش شد. ارضای نیاز فیزیولوژیکی ۳ بعد مسکن (موقعیت مکانی مسکن)، غذا (نزدیکی به مراکز مواد خوراکی) و بهداشت (به دور از آلودگی‌های صوتی، تصویری و هوایی) دارد. نیاز شناختی-زیبایی شناختی شامل دو بعد غنای حسی (فراهم بودن شرایط دیدن و شنیدن) و زیبایی بصری (هنری و طبیعی) است. نیاز به تحقق خویشتن دارای دو بعد آزادی در انتخاب (وجود تنوع) و مشارکت اجتماعی (مشارکت در روند طراحی و مدیریت محله و عضویت در گروه‌های داوطلبانه محله) است. نیاز به احساس تعلق از سه بعد فضایی (توجه به محله و آشنایی به محیط کالبدی)، زمانی (وابستگی خاطره) و روانی (آرامش و پیوند احساسی) تشکیل شده است. نیاز به عزت نفس شامل دو بعد احساس احترام و احساس برابری و عدالت (میان محله‌ها و ساکنان محله) او نیاز به امنیت شامل ۷ بعد (روانی، اجتماعی، مالی، سیاسی، جانی، ناموسی و کالبدی) است. ضریب آلفای کرونباخ شاخص احساس شادمانی ۰/۹۱۷، فضای شهری ۰/۷۳۷ و ارضای نیاز ۰/۹۱۶ بیانگر سطح قابل قبولی از قابلیت اطمینان متغیرهای مورد بررسی است.

#### یافته‌های پژوهش

**مشخصات نمونه مورد مطالعه:** ۵۴/۸ درصد از پاسخگویان زن و ۴۵/۲ درصد از آن‌ها مرداند. سن پاسخگویان بین ۱۸ تا ۸۰ سال و میانگین سنی برابر با ۳۶/۸۵ سال است. ۳۱/۵ درصد از پاسخگویان مجرد و ۶۵/۶ درصد از آنها متأهل‌اند، بیشتر پاسخگویان شاغل مرد بوده‌اند و بیشترین فراوانی افراد شاغل در طبقه کارمند و کمترین آن متعلق به طبقه مدیر است. متوسط درآمد خانوارها در ماه تقریباً یک میلیون و هفتصد هزار تومان و متوسط هزینه حدود یک میلیون و چهارصد هزار تومان است.

**احساس شادمانی:** احساس شادمانی در دو بعد عاطفی- احساسی و شناختی سنجش شد. نتایج حاکی از آن است که میانگین احساس شادمانی افراد ۴/۲ یعنی در حد «متوسط» است. میانگین بعد عاطفی- احساسی شادمانی پاسخگویان در حد «زیاد» گزارش شده است. میزان احساس شادمانی حاصل از بعد عاطفی- احساسی ساکنان منطقه ۱۲ از دو منطقه دیگر

بیشتر است. در صورتی که میان دو منطقه دیگر یعنی منطقه ۳ و منطقه ۱۷ تفاوت چندانی وجود ندارد.

بعد شناختی احساس شادمانی در دو بعد رضایت از زندگی با ابعاد رضایت شخصی، اقتصادی، سیاسی و اجتماعی و رضایت از محل زندگی با ابعاد رضایت از کشور، شهر، محله و مسکن سنجیده شد. بعد شناختی احساس شادمانی پاسخگویان در حد متوسط تا زیاد است. احساس شادمانی حاصل از بعد شناختی ساکنان محلات منطقه ۳ از دو منطقه دیگر بیشتر است و احساس شادمانی حاصل از بعد شناختی ساکنان محلات منطقه ۱۷ کمتر از دو منطقه دیگر است؛ و در کل احساس شادمانی ساکنان منطقه ۱۲ بیش از دو منطقه دیگر و احساس شادمانی ساکنان منطقه ۱۷ کمتر از دو منطقه دیگر است.

رضایت شخصی ساکنان محله‌های منطقه ۳ بیش از دو منطقه دیگر و رضایت شخصی ساکنان منطقه ۱۷ کمتر از دو منطقه دیگر است. رضایت اقتصادی ساکنان محله‌های منطقه ۱۷ از دو منطقه دیگر کمتر است. رضایت سیاسی در مقایسه با سایر انواع رضایت در هر سه منطقه پایین‌ترین سطح رضایت را در بر داشت و رضایت سیاسی ساکنان محلات منطقه ۳ از دو منطقه دیگر کمتر و ساکنان منطقه ۱۲ از رضایت سیاسی بیشتری نسبت به دو منطقه دیگر برخوردارند. رضایت اجتماعی ساکنان منطقه ۳ بیشتر از دو منطقه دیگر و رضایت اجتماعی ساکنان منطقه ۱۷ کمتر از دو منطقه دیگر است. رضایت از محل زندگی که شامل رضایت از کشور، شهر، محله و مسکن است در منطقه ۱۷ از دو منطقه دیگر کمتر است.

**فضای شهری:** در این مطالعه به فضای شهری در دو بعد کالبدی و غیر کالبدی توجه شد. در بعد کالبدی بر طبق نتایج به دست آمده، افراد به طور میانگین حضور کل عناصر کالبدی و غیر کالبدی فضای شهریشان را «کم» دانسته‌اند. از نظر پاسخگویان میانگین حضور عناصر کالبدی فضای شهری که شامل محیط فیزیکی شهر است در سطح «متوسط» است. بیشترین کاربری موجود در محله‌های منطقه ۳، کاربری مواد غذایی است و بیشترین کاربری موجود در محله‌های منطقه ۱۲ و منطقه ۱۷ کاربری مذهبی است. کاربری تجاری منطقه ۳ از نظر پاسخگویان از دو منطقه دیگر با فاصله زیادی بیشتر است. همچنین وجود عناصر زیباساز محیط اعم از طبیعی مانند رودخانه، قنات و درختان کهن و غیر طبیعی مانند تابلو تبلیغاتی، نقاشی دیواری و ... در منطقه ۳ بیش از دو منطقه دیگر است. کاربری مذهبی منطقه ۱۲ از نظر پاسخگویان از دو منطقه دیگر بیشتر است؛ بنابراین منطقه ۱۷ از نظر حضور عناصر کالبدی از



دو منطقه دیگر کمتر است به استثنای وجود تجهیزات شهری که به مقدار اندکی از دو منطقه دیگر بیشتر است. میزان حضور عناصر کالبدی فضای شهری در منطقه ۳ بیشتر از دو منطقه دیگر و در منطقه ۱۷ کمتر از دو منطقه دیگر است.

نتایج بعد غیر کالبدی با دو محیط اجتماعی و فرهنگی حاکی از آن است که از نظر پاسخگویان میانگین حضور عناصر غیر کالبدی فضای شهری در حد متوسط رو به پایین است. میزان حضور عناصر غیر کالبدی از نظر افراد مورد مطالعه کمتر از میزان حضور عناصر کالبدی در فضای شهری است. بیشترین میزان حضور عناصر غیر کالبدی فضای شهری در محله‌های منطقه ۱۲ و کمترین آن متعلق به محله‌های منطقه ۳ است. دو محیط اجتماعی و فرهنگی در منطقه ۳ نقش کم‌رنگ‌تر و در منطقه ۱۲ نقش پر رنگ‌تری ایفا می‌کنند.

ساکنان محله‌های منطقه ۱۲ بیش از دو منطقه دیگر فضای شهری را از حیث کالبدی و غیر کالبدی غنی دانسته‌اند و ساکنان محله‌های منطقه ۱۷ حضور مجموع عناصر کالبدی و غیر کالبدی فضای شهریشان را کمتر از دو منطقه دیگر دانسته‌اند.

جدول ۴. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب فضای شهری کل به تفکیک منطقه سکونت

فضای شهری کل							
جمع	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	اصلاً	طبقات پاسخ
۹۰	۰	۱۴	۲۸	۲۳	۱۵	۱۰	فراوانی
۱۰۰	۰	۱۵,۶	۳۱,۱	۲۵,۶	۱۶,۷	۱۱,۱	درصد
۹۰	۱	۱۰	۴۲	۲۶	۹	۲	فراوانی
۱۰۰	۱,۱	۱۱,۱	۴۶,۷	۲۸,۹	۱۰	۲,۲	درصد
۹۰	۱	۱۰	۲۷	۲۱	۱۸	۱۳	فراوانی
۱۰۰	۱,۱	۱۱,۱	۳۰	۲۳,۳	۲۰	۱۴,۴	درصد
۲۷۰	۲	۳۴	۹۷	۷۰	۴۲	۲۵	فراوانی
۱۰۰	۰,۷	۱۲,۶	۳۵,۹	۲۵,۹	۱۵,۶	۹,۳	درصد

**ارضای نیاز:** ارضای نیاز با شش بعد نیاز فیزیولوژیکی، نیاز شناختی-زیبایی شناختی، نیاز امنیت، نیاز تحقق خویشتن، نیاز احساس تعلق و نیاز عزت نفس سنجش شد. افراد به طور میانگین میزان ارضای نیازشان را در سطح «متوسط» گزارش کرده‌اند. ارضای نیاز به امنیت بیشترین و ارضای نیاز به تحقق خویشتن کمترین میانگین را داراست. از نظر ساکنان هر سه منطقه، کمترین ارضای نیاز فیزیولوژیکی از حیث بهداشت (صوتی، تصویری و هوایی) بوده

است؛ که از این میان فضای شهری منطقه ۱۷ کمترین بهداشت را داشته است. همچنین فضای شهری محله‌های منطقه ۱۷ از حیث مسکن و غذا در مقایسه با دو منطقه دیگر کمترین موفقیت را در ارضای نیاز فیزیولوژیکی داشته است. فضای شهری منطقه ۱۲ از نظر ساکنان این منطقه بیش از دو منطقه دیگر در ارضای نیاز فیزیولوژیکی ساکنان‌اش موفق بوده است. فضای شهری هر سه منطقه در ارضای نیاز شناختی-زیبایی شناختی از حیث بعد زیبایی بصری کمتر از بعد غنای حسی موفق بوده است. همچنین ساکنان منطقه ۱۷ غنای حسی و زیبایی بصری کمتری برای فضای شهری منطقه‌شان نسبت به دو منطقه دیگر ابراز کرده‌اند. منطقه ۳ بیش از دو منطقه دیگر در ارضای نیاز شناختی-زیبایی شناختی ساکنان موفق بوده است. فضای شهری منطقه ۳ بیشتر و فضای شهری منطقه ۱۷ کمتر از دو منطقه دیگر آزادی انتخاب برای ساکنانشان فراهم کرده‌اند. مشارکت اجتماعی به عنوان بعد دیگر نیاز به تحقق خویشتن نشان داد که ساکنان منطقه ۳ کمترین و ساکنان منطقه ۱۷ بیشترین مشارکت را داشته‌اند. فضای شهری منطقه ۱۲ شرایط لازم برای ارضای نیاز به تحقق خویشتن ساکنان این منطقه را بیش از دو منطقه دیگر فراهم کرده است. از نظر ارضای نیاز به امنیت، منطقه ۳ کمترین امنیت سیاسی و بیشترین امنیت کالبدی، روانی، مالی و جانی، منطقه ۱۲ کمترین امنیت کالبدی و بیشترین امنیت اجتماعی، سیاسی و ناموسی و منطقه ۱۷ کمترین امنیت روانی، اجتماعی، مالی، ناموسی و جانی را دارد. در مجموع میزان ارضای نیاز به امنیت ساکنان محله‌های منطقه ۱۲ توسط فضای شهری بیش از دو منطقه دیگر بوده است. نیاز به احساس تعلق از سه بعد تشکیل شده است. ساکنان منطقه ۳ بیشترین و ساکنان منطقه ۱۷ کمترین احساس تعلق از حیث بعد فضایی یعنی آشنایی و توجه به منطقه‌شان را دارند. ساکنان منطقه ۳ بیشترین و ساکنان منطقه ۱۷ کمترین احساس تعلق از حیث بعد زمانی یعنی خاطره‌انگیزی محیط را دارند. در آخر ساکنان منطقه ۱۲ بیشترین و ساکنان منطقه ۱۷ کمترین احساس تعلق از حیث بعد روانی به منطقه‌شان را دارند. فضای شهری منطقه ۳ بیش از دو منطقه دیگر در ارضای نیاز به احساس تعلق ساکنان‌اش موفق بوده است. نیاز به عزت نفس شامل دو بعد است. ساکنان منطقه ۳ بیش از دو منطقه دیگر احساس احترام و احساس عدالت می‌کنند و ساکنان منطقه ۱۷ با اختلاف زیادی بیش از دو منطقه دیگر احساس بی‌عدالتی می‌کنند. ارضای نیاز به عزت نفس ساکنان منطقه ۳ بیش از دو منطقه دیگر است.

جدول ۵. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب ارضای نیاز به تفکیک منطقه سکونت

ارضای نیاز							طبقات پاسخ		منطقه سکونت
اصلاً	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	جمع	فراوانی	درصد	
۰	۱	۱۰	۳۷	۳۹	۳	۹۰	منطقه ۳	فراوانی	۰
۰	۱,۱	۱۱,۱	۴۱,۱	۴۳,۳	۳,۳	۱۰۰	درصد	فراوانی	۰
۰	۳	۷	۳۰	۴۰	۹	۸۹	منطقه ۱۲	فراوانی	۰
۰	۳,۴	۷,۹	۳۳,۷	۴۴,۹	۱۰,۱	۱۰۰	درصد	فراوانی	۰
۰	۶	۲۱	۳۸	۲۱	۳	۸۹	منطقه ۱۷	فراوانی	۰
۰	۶,۷	۲۳,۶	۴۲,۷	۲۳,۶	۳,۴	۱۰۰	درصد	فراوانی	۰
۰	۱۰	۳۸	۱۰۵	۱۰۰	۱۵	۲۷۰	جمع	فراوانی	۰
۰	۳,۷	۱۴,۲	۳۹,۲	۳۷,۳	۵,۶	۱۰۰	درصد	فراوانی	۰

### آزمون فرضیه‌های پژوهش

رابطه فضای شهری و احساس شادمانی: برای بررسی فرض اصلی پژوهش، با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون، به بررسی رابطه فضای شهری و ابعاد آن و همچنین شاخص احساس شادمانی و ابعاد آن پرداخته شد. نتایج بیانگر هم جهت بودن تغییرات دو متغیر است به این معنا که با افزایش میزان حضور عناصر (کالبدی و غیر کالبدی) فضای شهری، میزان احساس شادمانی نیز افزایش می‌یابد. هرچه فضای شهری از نظر بعد کالبدی غنی‌تر باشد، احساس شادمانی نیز بیشتر می‌شود. بعد غیر کالبدی فضای شهری با بعد شناختی احساس شادمانی رابطه معناداری دارد.

جدول ۶. رابطه فضای شهری و ابعاد آن با احساس شادمانی و ابعاد آن

نوع ضریب همبستگی پیرسون	بعد کالبدی	بعد غیر کالبدی	فضای شهری
ضریب پیرسون	۰,۱۶۸	۰,۰۷۲	۰,۱۶۷
مقدار معناداری	۰,۰۰۶	۰,۲۴۱	۰,۰۰۶
ضریب پیرسون	۰,۳۷۱	۰,۲۷۴	۰,۳۵۹
مقدار معناداری	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰
ضریب پیرسون	۰,۲۴۴	۰,۱۸۲	۰,۲۸۶
مقدار معناداری	۰,۰۰۰	۰,۰۰۳	۰,۰۰۰

رابطه ارضای نیاز با احساس شادمانی: از آنجایی که شاخص ارضای نیاز و ابعاد آن و همچنین شاخص احساس شادمانی و ابعادش در سطح سنجش فاصله‌ای سنجیده شده است، از ضریب همبستگی پیرسون استفاده کرده‌ایم. بر اساس نتایج به دست آمده رابطه میان احساس شادمانی و ارضای نیاز و ابعاد آن مثبت است که نشان می‌دهد جهت تغییرات دو متغیر مستقیم است، به این معنا که هرچه میزان ارضای نیاز بیشتر باشد، میزان احساس شادمانی افزایش می‌یابد و بالعکس با کاهش ارضای نیاز میزان احساس شادمانی کاهش می‌یابد. تمام مقادیر همبستگی در سطح ۰,۰۰۰ معنادار است. در بین ابعاد ارضای نیاز، نیاز به امنیت با احساس شادمانی، همبستگی بیشتری را نشان می‌دهد. میزان همبستگی ارضای نیاز و احساس شادمانی ۰/۵۶۲ است که همبستگی تقریباً زیادی را نشان می‌دهد.

جدول ۷. رابطه ارضای نیاز و ابعاد آن با ابعاد احساس شادمانی و ابعاد آن

ارضای نیاز	نیاز عزت نفس	نیاز احساس تعلق	نیاز امنیت	نیاز خودشکوفایی	نیاز زیبایی شناختی -	نیاز فیزیولوژیکی	نوع ضریب همبستگی پیرسون	
۰,۳۷۳	۰,۲۹۱	۰,۳۰۳	۰,۳۴۲	۰,۰۸۴	۰,۱۳۳	۰,۳۱۵	ضریب پیرسون	بعد عاطفی -
۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۱۶۸	۰,۰۲۹	۰,۰۰۰	مقدار معناداری	احساسی
۰,۶۴۳	۰,۳۸۳	۰,۴۷۲	۰,۵۶۲	۰,۲۷۸	۰,۳۸۲	۰,۴۶۲	ضریب پیرسون	بعد شناختی
۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	مقدار معناداری	
۰,۵۶۲	۰,۳۷۹	۰,۴۳۱	۰,۵۰۱	۰,۱۹۲	۰,۲۷۶	۰,۴۳۴	ضریب پیرسون	احساس شادمانی
۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۲	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	مقدار معناداری	

رابطه فضای شهری و احساس شادمانی با کنترل متغیر ارضای نیاز: با توجه به نتایج جدول ۸، رابطه فضای شهری و احساس شادمانی با کنترل متغیر ارضای نیاز معنادار نبوده است و نشان می‌دهد رابطه این دو متغیر به واسطه حضور متغیر ارضای نیاز معنادار است یعنی فضای شهری از طریق ارضای نیاز بر احساس شادمانی تأثیر می‌گذارد.

جدول ۸. رابطه فضای شهری و احساس شادمانی با کنترل متغیر ارضای نیاز

ابعاد متغیر وابسته	نوع ضریب همبستگی	بعد کالبدی	بعد غیر کالبدی	فضای شهری
بعد عاطفی -	ضریب پیرسون	۰,۰۵۲	-۰,۰۸۳	-۰,۰۰۷
احساسی	مقدار معناداری	۰,۳۹۹	۰,۱۷۷	۰,۹۱۵
بعد شناختی	ضریب پیرسون	۰,۰۸۴	۰,۰۴۰	۰,۰۹۲
	مقدار معناداری	۰,۱۷۱	۰,۵۱۴	۰,۱۳۲
احساس شادمانی	ضریب پیرسون	۰,۰۷۶	-۰,۰۴۲	۰,۰۳۸
	مقدار معناداری	۰,۲۱۴	۰,۴۹۱	۰,۵۴۱

### تحلیل رگرسیون چندمتغیره

با استفاده از روش تحلیل رگرسیون می‌توان به اثر خالص هر متغیر و سهم نسبی آن در پیش‌بینی متغیر وابسته (احساس شادمانی) پی برد. استفاده از تحلیل رگرسیون چندگانه شرایط و ضوابطی دارد که در این بررسی به آن توجه شده است. در این پژوهش تحلیل رگرسیون چندگانه به روش stepwise انجام گرفت. در ادامه جداول مربوط به نتایج رگرسیون احساس شادمانی بر اساس متغیرهای مستقل تحقیق را در میان کل پاسخگویان نشان می‌دهد. از ابعاد شاخص‌ها یعنی بعد کالبدی و غیر کالبدی و نیاز فیزیولوژیکی، نیاز شناختی-زیبایی‌شناختی، نیاز به امنیت، نیاز به احساس تعلق و نیاز به عزت نفس و همچنین متغیرهای زمینه‌ای (به استثنای آنهایی که سطح سنجشان اسمی بوده است) رگرسیون گرفته شد. نرم‌افزار ورود ۳ متغیر را به معادله رگرسیون مجاز دانسته است. اینها متغیرهایی‌اند که به ترتیب بیشترین تأثیر معنادار را بر افزایش ضریب تعیین مدل خواهند داشت و باقی متغیرهایی که از مدل حذف شده‌اند، تأثیر معناداری بر افزایش ضریب تعیین نداشته‌اند. همان گونه که از یافته‌های جدول ۹ برمی‌آید، مقدار ضریب تعیین مدل مذکور در نهایت با ورود متغیرهای صلاحیت‌دار ۰/۴۵۹ است. این بدان معناست که ۳ متغیر نیاز به امنیت، نیاز به احساس تعلق و نیاز فیزیولوژیکی ۴۵ درصد واریانس احساس شادمانی را تبیین می‌کنند.

جدول ۹. بررسی تأثیر متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته در هر گام

Sig.	F	Std. Error of the Estimate	Adjusted R Square	R Square	R	Model
۰,۰۰۰	۱۳۵,۳۶۲	۱۳,۰۰۲۲۲	۰,۳۳۴	۰,۳۳۶	۰,۵۸۰	نیاز به امنیت
۰,۰۰۰	۸۷,۴۸۵	۱۲,۴۲۰۰۰	۰,۳۹۲	۰,۳۹۷	۰,۶۳۰	نیاز به احساس تعلق
۰,۰۰۰	۷۴,۹۸۱	۱۱,۷۸۲۹۴	۰,۴۵۳	۰,۴۵۹	۰,۶۷۸	نیاز فیزیولوژیکی

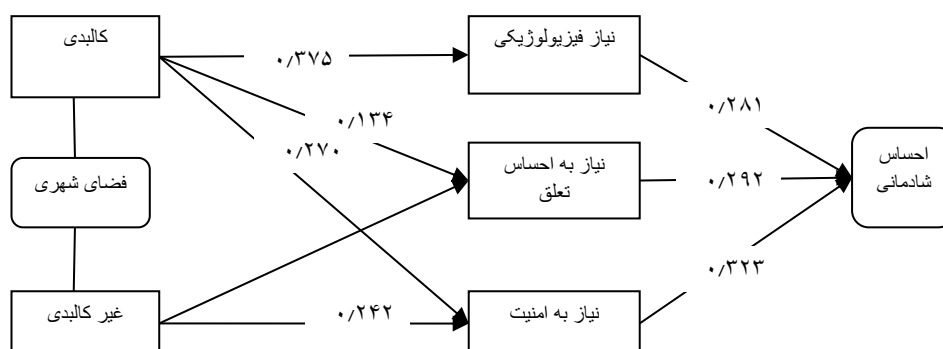
همچنین یافته‌های جدول ۱۰ حاکی از آن است که اثر خالص متغیر نیاز به امنیت بر احساس شادمانی با مقدار بتای ۰/۳۲۳ و بعد از آن به ترتیب متغیر نیاز به احساس تعلق با بتای ۰/۲۹۲ و نیاز فیزیولوژیکی با بتای ۰/۲۸۱ بیشترین سهم خالص در توزیع متغیر وابسته یعنی احساس شادمانی را دارد.

جدول ۱۰. بررسی رگرسیون متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته

Sig.	T	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		Model
		Beta	Std. Error	B	
۰,۰۰۰	۳,۶۸۱		۳,۶۰۲	۱۳,۲۵۸	(Constant)
۰,۰۰۰	۵,۷۶۸	۰,۳۲۳	۰,۰۶۵	۰,۳۷۵	نیاز به امنیت
۰,۰۰۰	۵,۷۷۸	۰,۲۹۲	۰,۰۴۰	۰,۲۳۱	نیاز به احساس تعلق
۰,۰۰۰	۵,۵۲۶	۰,۲۸۱	۰,۰۴۶	۰,۲۵۳	نیاز فیزیولوژیکی

### تحلیل مسیر

تحلیل مسیر گسترش مدل رگرسیون چند متغیری است که در آن میزان معناداری ارتباط‌های علی فرض شده بین مجموعه‌ای از متغیرها بررسی شده است. تحلیل مسیر به عنوان روشی برای مطالعه تأثیرات مستقیم و غیر مستقیم متغیرهایی که به عنوان علت در نظر گرفته شده‌اند، در متغیرهایی که معلول فرض شده‌اند، طراحی شده است. به عبارت دیگر روش تحلیل مسیر برای آزمون نظریه و نه ایجاد آن سودمند است و از مزایای آن این است که می‌تواند امکان مقایسه تطبیقی مدل نظری با واقعیت تجربی را ایجاد کند (کرلینجر و پدهاوزر، ۱۳۸۸: ۴۱۶). در پژوهش حاضر تحلیل مسیر بر روی مدل تحقیق انجام پذیرفته است. متغیر بعد کالبدی از طریق سه نیاز فیزیولوژیکی، نیاز به احساس تعلق و نیاز به امنیت بر احساس شادمانی اثر می‌گذارد و بعد غیر کالبدی فضای شهری از طریق دو نیاز احساس تعلق و نیاز به امنیت بر احساس شادمانی اثر می‌گذارد.



شکل ۲. مدل تحلیل مسیر بر اساس ابعاد شاخص‌های کل

## نتیجه گیری

نتایج این مطالعه نشان می‌دهد احساس شادمانی در بین ساکنان محلات مورد مطالعه در سطح «متوسط» است. نتایج این پژوهش نشان داد که فضای شهری از طریق ارضای نیازها بر احساس شادمانی ساکنان شهر اثرگذار است. در بین ابعاد ارضای نیاز، نیاز به امنیت از سایر نیازها تأثیر می‌پذیرد و در عین حال بر سایر نیازها تأثیر می‌گذارد. ابعاد ارضای نیاز با ابعاد فضای شهری رابطه معناداری دارد. رابطه میان نیاز فیزیولوژیکی با بعد غیر کالبدی فضای شهری و نیاز به خودشکوفایی و نیاز به عزت نفس با بعد کالبدی معنادار نبودند.

مقایسه مناطق مورد مطالعه نشان می‌دهد میزان احساس شادمانی در بین ساکنان محله‌های منطقه ۱۲ تهران بیش از دو منطقه دیگر و میزان احساس شادمانی ساکنان محله‌های منطقه ۱۷ تهران کمتر از دو منطقه دیگر است. علت این امر در تفاوتی است که منطقه ۱۲ تهران از حیث کالبدی و غیر کالبدی دارد. از حیث کالبدی، ساکنان این منطقه وجود وسایل نقلیه عمومی، کاربری‌های خدماتی، درمانی و به ویژه کاربری مذهبی را بیش از دو منطقه دیگر دانسته‌اند و از طرف دیگر از حیث غیر کالبدی میزان برگزاری مراسم (به ویژه مراسم‌های مذهبی) و میزان روابط اجتماعی (رفت و آمد با همسایگان) بیش از دو منطقه دیگر است. در زمینه ارضای نیازها هم بین مناطق تفاوت وجود دارد. فضای شهری منطقه ۱۲ تهران توانسته بود بیش از دو منطقه دیگر نیازهای ساکنان به ویژه نیاز فیزیولوژیکی و نیاز به امنیت را ارضا کند و میزان ارضای نیازها ساکنان محله‌های منطقه ۱۷ تهران توسط فضای شهری کمتر از دو منطقه دیگر بود.

بر اساس یافته‌ها متغیر ارضای نیاز به امنیت در میان ابعاد مختلف ارضای نیاز، بیشترین تأثیر را بر میزان احساس شادمانی دارد. این یافته مؤید این مطلب است که چنانچه همه شرایط و عوامل مؤثر بر کاهش احساس شادمانی در زندگی یک فرد وجود داشته باشد، که بتواند از شادمانی فرد بکاهد، با وجود ارضای نیاز به امنیت به وسیله فضای شهری، میزان احساس شادمانی فرد افزایش می‌یابد.

دومین متغیر اثرگذار احساس شادمانی ارضای نیاز به احساس تعلق است. این متغیر شامل توجه و شناخت محل سکونت، احساس بکرنگی و پیوند احساسی با محل سکونت و داشتن خاطره از محل سکونت است. سومین متغیر تأثیرگذار بر احساس شادمانی متغیر ارضای

نیاز فیزیولوژیکی به وسیله فضای شهری است. این متغیر شامل موقعیت محل سکونت فرد نسبت به ارضای نیازهایی همچون غذا، مسکن و بهداشت است. این نتیجه که ارضای نیاز به امنیت و ارضای نیاز به احساس تعلق را به عنوان متغیرهای اثرگذار بر شادمانی می‌داند، با نظریات مطرح شده به ویژه نظر وینهون، جان گل، جین جیکویز، هیلد براند بری و ری اولدنبرگ همخوانی دارد و آنها را تأیید می‌کند. علت اینکه سه نیاز دیگر یعنی نیاز به عزت نفس، نیاز به خودشکوفایی و نیاز شناختی-زیبایی شناختی اثری مستقیم بر احساس شادمانی ندارد را می‌توان اینگونه توضیح داد که در سلسله مراتب نیاز مازلو (به صورت: نیازهای جسمانی، نیاز به ایمنی، نیاز به تعلق داشتن، نیاز به حرمت و نیاز به خودشکوفایی) نیازهای رده بالاتر ظاهر نمی‌شوند مگر اینکه نیازهای رده پایین تر لااقل تا حدودی ارضا شده باشند. همچنین ارضای نیازهای سطوح بالاتر پیش آمادگی‌ها و پیچیدگی‌های بیشتری را می‌طلبد و ارضای نیازهای رده‌های بالاتر بیشتر مستلزم شرایط بیرونی بهتر (اجتماعی، اقتصادی و سیاسی) است تا ارضای نیازهای رده پایین تر.

همچنین بنا به نظر نظریه پردازانی چون جان گل<sup>۱</sup> و هیلد براند فری<sup>۲</sup>، نیاز به خودشکوفایی و نیاز شناختی-زیبایی شناختی بر دو نیاز به امنیت و نیاز به احساس تعلق اثر داشتند و بنابراین اثری غیر مستقیم بر شادمانی دارند و در کنار برآورده شدن سایر نیازها و کیفیات محیطی اند که می‌توانند اثرگذار باشند. به عنوان مثال جان گل معتقد است که زیبایی بصری در کنار سایر کیفیات در ایجاد سرزندگی و امنیت مؤثر است و یا هیلد براند فری شهری را از نظر زیبایی شناسی مطبوع می‌داند که در کنار سایر کیفیات موجب بالا رفتن رضایتمندی از محیط شهری شود.

ابعاد کالبدی و غیر کالبدی فضای شهری به طور غیر مستقیم بر شادمانی اثر دارند. بدین صورت که بعد کالبدی فضای شهری بر سه نیاز اثرگذار بر شادمانی اثر دارد و همچنین بعد غیر کالبدی فضای شهری بر نیاز به امنیت و نیاز به احساس تعلق تأثیر دارد. محیط اجتماعی فضای شهری با در نظر گرفتن نوع و میزان روابط اجتماعی افراد با همسایگان شان و محیط فرهنگی شامل برگزاری مراسم‌های ملی و مذهبی و اجرای برنامه‌های فرهنگی در محله بر

---

1. John Gehl  
2. Hildbrand Frey



احساس شادمانی تأثیر دارند. جامعه‌شناسان و طراحان شهری بر اهمیت روابط اجتماعی برای انسان‌ها و نقش فضای شهری در ایجاد، تسهیل و تقویت روابط اجتماعی تأکید دارند؛ تا جایی که کسانی چون پاتنام احساس شادمانی را حاصل از گذران وقت با دوستان و روابط همسایگی می‌دانند تا درآمد.

### منابع

- بحرینی، سید حسین (۱۳۷۵). *تحلیل فضای شهری*. دانشگاه تهران.
- براند فری، هیلدر (۱۳۸۳). *طراحی شهری به سوی یک شکل پایدارتر شهر*. ترجمه: حسین بحرینی. انتشارات شرکت پردازش و برنامه‌ریزی شهری.
- برزگر مروستی، فرزانه (۱۳۸۶). *سنجش میزان احساس خوشبختی شهروندان تهرانی و عوامل مؤثر بر آن*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه الزهرا (سلام... علیها).
- پاکزاد، جهان‌شاه (۱۳۸۵). *مبانی نظری و فرآیند طراحی شهری*. انتشارات شهیدی.
- جیکوبز، جین (۱۳۸۶). *مرگ و زندگی شهرهای بزرگ آمریکایی*. ترجمه: حمیدرضا پارسی و آرزو افلاطونی. انتشارات دانشگاه تهران.
- دواس، دی، ای (۱۳۷۶). *پیمایش در تحقیقات اجتماعی*. ترجمه: هوشنگ نایی. نشر نی.
- طاهر نشاط دوست، حمید و همکاران (۱۳۸۸). *تعیین عوامل مؤثر در شادکامی کارکنان شرکت فولاد مبارکه*. *جامعه‌شناسی کاربردی*، شماره پیاپی ۳۳، شماره ۱، ۱۱۸-۱۰۵.
- عبدی، عباس (۱۳۸۸). *نمونه‌گیری، خوشه‌بندی محله‌های تهران: روش‌شناسی و روش‌های تحقیق*. در دست انتشار. (از این مقاله خلاصه‌ای در سایت انجمن جامعه‌شناسی ایران به نشانی [www.isa.org.ir](http://www.isa.org.ir) در دسترس است.)
- علیزاده اصلی، افسانه؛ فرقانی رامندی، فاطمه؛ علیرضائی، نصرت‌الله؛ علیخانی، حسین آقا؛ قدیری، حسن (۱۳۹۰). *عوامل روان‌شناختی و جمعه‌شناختی مؤثر بر خودکشی در زنان شهرهای شال و دانشفهان استان قزوین*. *فصلنامه پژوهش‌های روان‌شناسی اجتماعی*، سال ۱، شماره ۳.
- غفاری، لیلا (۱۳۹۰). *طراحی فضای شهری با امکان انتخاب رفتارهای چندانگانه؛ راهنمای طراحی شهری معطوف به تقویت زندگی اجتماعی در خیابان شریعتی تهران*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته طراحی شهری، دانشگاه شهید بهشتی تهران.
- کار، آلان (۱۳۸۵). *روان‌شناسی مثبت؛ علم شادمانی و نیرومندی‌های انسان*. ترجمه: حسن پاشا شریفی و جعفر نجفی زند. تهران: انتشارات سخن.
- کوزر، لوئیس (۱۳۷۹). *زندگی و اندیشه بزرگان جامعه‌شناسی*. ترجمه: محسن ثلاثی. نشر علمی.

گلکار، کوروش (۱۳۷۹). مؤلفه‌های سازنده کیفیت طراحی شهری. نشریه صفا، شماره ۳۲، صص ۶۵-۳۸.

لنگ، جان (۱۳۸۱). آفرینش نظریه معماری، نقش علوم رفتاری در طراحی محیط. ترجمه: علیرضا عینی‌فر. دانشگاه تهران.

لینچ، کوین (۱۳۸۱). تئوری شکل خوب شهر. ترجمه: حسین بحرینی. دانشگاه تهران.  
موسوی، سید محسن (۱۳۸۷). بررسی جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر شادمانی در سطوح خرد و کلان. مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره نهم، شماره ۱ و ۲، صص ۳۴-۵۷.

میر شاه جعفری، ابراهیم (۱۳۸۱). شادمانی و عوامل مؤثر بر آن. تازه‌های علوم شناختی، سال ۴، شماره ۳، صص ۵۸-۵۰.

Cowan, R. (2005). *The Dictionary of Urbanism*. Streetwise press.

Giddens, A. (1990). *Sociology*. New York: Polity press.

Lang, J. (1995). The Human Dimension of Urban Design. *Urban Futures*, No.17: 25-36.

Leyden, K, Goldberg, A and Michelbach, P. (2011). Understanding the Pursuit of Happiness in Major Cities. *Urban Affairs Review*, 47(6) 861-888.

Moore, G. (1997). *Advances in Environment, Behavior, and Design. Volume 4: Toward the Integration of Theory, Methods, Research, and Utilization*. New York: Plenum Press.

Paumier, C. (2007). *Creating a Vibrant City Center*. (ULI) Urban Land Institute, Washington, D.C.

Rapoport, A. (1977). *Human Aspects of Urban Form*. New York: Pergamon Press.