

DOI: 10.30495/jss.2021.1940369.1379

Research Paper

**Explaining the role of environmental quality and cross-cultural characteristics of a place in place satisfaction
Case study: the coastal strip of Karun River**

Behnaz Bababei Morad

*Assistant professor in Urban planning, Ahvaz Branch, Islamic Azad University, Ahvaz, Iran
(Corresponding author). E- mail: behnaz-babaeimorad@iauahvaz.ac.ir*

Farzaneh Hadafi

Assistant professor in Architecture, Heris Branch, Islamic Azad University, Heris, Iran.

Mahnaz Bababei Morad

Instructor in Architecture, Dezfoul Branch, Islamic Azad University, Dezfoul, Iran.

This study aimed to determine the role of environmental quality variables and cross-cultural characteristics of a place in place satisfaction. The study was conducted in the coastal area of the Karun River in Ahvaz, which is both a residential-commercial and recreational-tourism area. The research was conducted by survey method and the statistical population consisted of the local residents over 20 years old and visitors to recreational sites along the Karun River. Face-to-face interviews were performed to collect the data and the participants (n=310) were selected systematically randomly. The environmental quality includes 6 dimensions of activity, physical qualities, ecology, health, safety and security. The cross-cultural characteristics consist of three dimensions of cultural symptoms, cultural interactions, and cultural attitudes. The place satisfaction has three dimensions, including sense of satisfaction, sense of happiness, and sense of calmness or importance. The results of confirmatory factor analysis showed that, these dimensions can adequately measure the variables. Based on the findings, the respondents' mean scores of satisfaction of dimensions of environmental quality, intercultural characteristics, and spatial satisfaction were significantly low. The variables of environmental quality (coefficient of 0.11) and cross-cultural characteristics (coefficient of 0.24) had a positive and significant effect on place satisfaction.

Conflict of interest:

ACCORDING TO THE AUTHORS, THE ARTICLE DID NOT HAVE ANY CONFLICT OF INTEREST.

Key words: *Place Satisfaction, Intercultural Characteristics, Environmental Quality, Karun River.*

تبیین نقش کیفیت محیطی و ویژگی‌های میان فرهنگی مکان در رضایت مکانی مطالعه موردی: نوار ساحلی رود کارون

بهناز بابائی مراد^۱

فرزانه هدفی^۲

مهناز بابائی مراد^۳

تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۴۰۰/۸/۲۶

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۶/۲۳

چکیده

این تحقیق با هدف تعیین نقش متغیرهای کیفیت محیطی و ویژگی‌های میان فرهنگی مکان در رضایت مکانی انجام شد. قلمرو مکانی مطالعه، منطقه نوار ساحلی رود کارون اهواز می‌باشد که هم یک منطقه مسکونی- تجاری و هم از منظر تفریحی- گردشگری حائز اهمیت می‌باشد. تحقیق به روش پیمایشی انجام و جامعه آماری تحقیق را افراد بالای ۲۰ سال ساکن در منطقه و بازدیدکنندگان از سایت‌های تفریحی نوار ساحلی رود کارون تشکیل می‌دهند. حجم نمونه ۳۱۰ نفر بوده و شیوه گردآوری اطلاعات به روش مصاحبه رو در رو و نمونه‌ها به شکل تصادفی سیستماتیک انتخاب گردیدند. متغیر کیفیت محیطی در ۶ بعد فعالیت، کیفیات فیزیکی، زیست بوم، بهداشت، ایمنی و امنیت، متغیر ویژگی‌های میان فرهنگی در سه بعد نشانگان فرهنگی، تعاملات فرهنگی و نگرش‌های فرهنگی و متغیر رضایت مکانی در سه بعد حس رضایت، حس خوشحالی، حس آرامش و حس اهمیت، عملیاتی شده بودند که تحلیل عاملی تاییدی نشان داد به لحاظ تجربی این ابعاد به طرز مناسبی متغیرهای مورد نظر را سنجش می‌کنند. نتایج نشان داد میانگین رضایت پاسخگویان در مورد تمام متغیرها و ابعاد کیفیت محیطی، ویژگی‌های میان فرهنگی و رضایت مکانی به طرز معنی‌داری پایین می‌باشد. هم‌چنین نتایج تحقیق نشان داد دو متغیر کیفیت محیطی با ضریب تاثیر ۰/۱۱ و ویژگی‌های میان فرهنگی با ضریب تاثیر ۰/۲۴ تاثیر مثبت و معنی‌داری بر رضایت مکانی دارند.

واژگان کلیدی: رضایت مکانی، ویژگی‌های میان فرهنگی، کیفیت محیطی، رود کارون.

۱. استادیار گروه شهرسازی، واحد اهواز، دانشگاه آزاد اسلامی، اهواز، ایران (مسئول مکاتبات).

E-mail: behnaz-babaeimorad@iauhvaz.ac.ir

۲. استادیار گروه معماری، واحد هریس، دانشگاه آزاد اسلامی، هریس، ایران.

۳. مربی گروه معماری، واحد دزفول، دانشگاه آزاد اسلامی، دزفول، ایران.

بیان مساله

آن چه در شهرهای امروز، حیات شهری و زندگی سالم شهروندی را بیش از سایر عوامل موجب می‌شود، توجه به ابعاد اجتماعی در طرح‌های شهری است (۴۴). شهرها عرصه اثرگذاری متقابل مولفه‌ها و ویژگی‌های مختلف در ابعاد اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و کالبدی هستند (۴۸) و (۴۷) و (۱۱). شهر نه فقط یک کالبد بلکه بخش ویژه‌ای از فرهنگ عمومی جامعه شهری و از بارزترین نمود تمایل و نیاز بشر به زندگی اجتماعی است، محیطی که از مجموعه برخوردها و روابط حضوری مردم با محیط عینی پیرامون، با خود و دیگران و حضور در محیط‌های اجتماعی شکل می‌گیرد و یکی از موضوعاتی است که امروزه اهمیت زیادی پیدا کرده است (۳۰).

فضای شهری تنها یک مفهوم کالبدی نیست، بلکه کنش تعاملات شهروندی و فعالیت‌های شهری را نیز در بر می‌گیرد، یعنی کالبدی از شهر را مجسم می‌کند که مکان برقراری فعالیت‌های شهری یا عرصه بروز تعاملات اجتماعی است؛ به عبارتی شرط اصلی فضاهای عمومی این است که در آن‌ها تعامل و مراد اجتماعی صورت گیرد، چنان چه آن دسته از فضاهای شهری که بستر تعامل اجتماعی و ارتباطات شهروندی قرار نمی‌گیرند را نمی‌توان فضای شهری دانست (۴۰).

فضاهای عمومی شهری کارآمد فضاهایی هستند که افراد با ویژگی‌های مختلف سنی و جنسی می‌توانند با حضور در این فضاها خواسته‌های خود را محقق سازند و فعالیت‌های متنوع مورد نیازشان را برآورده نمایند. فضاهای عمومی شهری جهت ایجاد فضاهایی برای ارتباط اجتماعی، اطلاع‌رسانی و تبادل فرهنگ ساخته می‌شوند و گاهی نیز در مکان‌هایی با کاربری‌های متفاوت، به سبب ایجاد شرایط حضور همه اقشار اجتماعی یک جامعه، فضاها، عامل تعاملات اجتماعی می‌شوند (۳۰).

فضاهای باز شهری به عنوان مهم‌ترین مکان برقراری تعاملات اجتماعی شهروندان و تجلی‌گاه حیات مدنی شهر و محل وقوع رویدادها و فعالیت‌های اجتماعی شهروندان در زندگی و حیات شهری به شمار می‌آیند (۴۴). منظر شهری مناسب و جذاب می‌تواند احساس تعلق خاطر، خاطره‌انگیزی، جذابیت، زیبایی و خوانایی، امنیت و آرامش، دسترسی و ارتباط، فعالیت و کاربری را تقویت کند که به واسطه آن تعاملات اجتماعی ارتقا می‌یابد و در نهایت منجر به ایجاد هویت منحصر به فرد در شهروندان خواهد شد (۱۴).

با توجه به مقدمات ذکر شده می‌توان گفت در ارزیابی کیفیت یک مکان به ویژه مکان‌های تفریحی و گردشگری علاوه بر کیفیت فیزیکی نباید از عناصر فرهنگی و اجتماعی مکان غافل بود. کیفیت محیطی به عنوان یکی از ابعاد مهم کارکردی مکان‌ها تابعی از عناصر مختلف زیبایی‌شناختی، عملکردی و تناسب اجزاء و کارکردها می‌باشد. این کیفیت در تعامل و همراهی با کیفیت‌های اجتماعی و فرهنگی می‌تواند میزان رضایت بازدید کنندگان را از اماکن تفریحی ارتقاء بخشیده و زمینه فرصت بیشتری را برای جلب رضایت آنان فراهم سازد. مراکز تفریحی و گردشگری فضاهای مناسبی برای گسترش تعاملات اجتماعی محسوب می‌شوند. این فضاها به ویژه زمانی که به عنوان فضاهای بین فرهنگی شهرت دارند

می‌توانند جاذب جمعیت و رشد تعاملات اجتماعی فرهنگ‌ها و اقوام مختلف شوند که این امر ظرفیت لازم را برای تبادل فرهنگی و تعاملات قومی و نژادی فراهم می‌سازد و از این منظر یک ظرفیت مناسبی برای ایجاد انسجام و درک و تفاهم متقابل بین فرهنگی ایجاد می‌کند. بنابراین توجه به ابعاد فرهنگی و اجتماعی مکان‌های گردشگری در کنار ظرفیت‌های کالبدی و کارکردی آن‌ها نه تنها فرصت لازم را برای رشد و توسعه چنین مکان‌هایی فراهم می‌سازد بلکه می‌توان از این فرصت برای توسعه تعاملات و انسجام اجتماعی بهره برد.

نوار ساحلی رود کارون به عنوان یکی از مکان‌های گردشگری استان خوزستان به نظر می‌رسد از این جهت برای مطالعه حاضر مناسب می‌باشد که این مکان گردشگران مختلفی را سالانه پذیرا بوده و به سبب این که شهر اهواز به لحاظ فرهنگی یکی از شهرهای چند فرهنگی کشور ایران است می‌توان از این مکان نه تنها برای ایجاد ظرفیت‌های ارتباطی بین گردشگران و شهروندان اهوازی استفاده نمود بلکه این مکان می‌تواند زمینه تعاملات بیشتر را بین خود شهروندان اهوازی فراهم نموده و تفاهم بین فرهنگی را در بین آن‌ها ارتقاء بخشد. لذا تحقیق حاضر به دنبال پاسخگویی به این سوال مهم است که چه ارتباطی بین ویژگی‌های بین فرهنگی نوار ساحلی رود کارون و کیفیت محیطی آن با میزان رضایت از این مکان وجود دارد؟

چارچوب نظری

برخی محققان رضایت مکانی را مجموعه‌ای از برداشت‌های چندبعدی از کیفیت محیط می‌دانند (۱۰). میزان این رضایت وابسته به ادراک افراد از مکان، کیفیت و امنیت مکان (در ابعاد اقتصادی، اجتماعی و فیزیکی) بوده که چنین دریافت‌هایی آگاهانه یا ناآگاهانه، عینی یا ذهنی و فردی یا جمعی بوده و نتیجه آن، امنیت، مراقبه، توسعه و حفظ آن است (۳۰). رضایت‌مندی با میزان برآورده شدن نیازهای فرد در مورد اجزای فیزیکی، خدمات و نوع کارکرد اجتماعی آن رابطه مستقیم دارد (۹). از طرفی مارکوس عقیده دارد، عامل رضایت‌مندی از مکان نیز خود به عواملی چون تسهیلات، تناسب مکان با عملکرد و زمینه، پایداری، مشخصات بصری، مدیریت، ارزش اقتصادی مکان، تجسم افراد (ساکنین) از واحدهای مشابه و بافت اجتماعی مکان بستگی دارد (۳۱).

فضای شهری، عرصه عمومی تظاهرات اجتماعی- فرهنگی است؛ در فضای شهری است که فعالیت‌های فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی جریان می‌یابد، ترکیب کالبدی فضای شهری نیز تبلور انواع فعالیت‌هایی است که در آن جریان دارد (۱۷)، و به عبارتی ساده، محیط شهری چیزی نیست جز فضای زندگی روزمره شهروندان که هر روز به صورت آگاهانه یا ناآگاهانه در طول راه، از منزل تا محل کار، ادراک می‌شود (۱۳۷۶). کیفیت محیط شهری را به مثابه «پدیدار» یا رویدادی که جریان داد و ستدی میان خصوصیات کالبدی و محسوس، از یک طرف و الگوها و رمزهای فرهنگی و توانایی‌های

ذهنی فرد ناظر از سوی دیگر، شکل می‌گیرد، معرفی می‌نمایند (۲۴). کیفیت محیط شهری می‌تواند بر روابط اجتماعی شهروندان تاثیرگذار باشد. افراد براساس منافع خود، ارتباطات اجتماعی را شکل داده و براساس توقعات، هنجارها و نقش‌های معین خود به آن می‌پردازند (۲۱). مقیاس انسانی، خوانایی و جهت-یابی آسان، نورگیری مناسب، خط آسمان، چیدمان فضایی، چند عملکردی بودن، اولویت پیاده، نشانه و نور و سایه، از عوامل کیفیت‌ساز محیطی هستند (۵۰) و (۲۰). تمرکز بر کیفیت‌های محیطی است که کارایی و سرزندگی فضاهای شهری، استمرار حیات شهری و تقویت سرمایه‌های اجتماعی را به دنبال دارد (۴۰).

در مطالعه‌ای که بر روی بیش از هزار فضای عمومی شهری در کشورهای مختلف جهان صورت گرفته است، نشان داده شده است که چهار عامل اساسی در سنجش مطلوبیت کیفی وضعیت فضاهای عمومی شهری از اهمیت بیشتری برخوردارند که عبارتند از: دسترسی و به هم پیوستگی، آسایش و منظر، کاربری‌ها و فعالیت‌ها، اجتماع‌پذیری (۳۹). تشخیص و خوشایندی بصری فضا در جذب مردم موثرند که سبب می‌گردد مردم آن را جهت توقف، قدم زدن و تجربه حیات جمعی انتخاب نمایند (۱۴).

از آن جایی که کارکرد اکثر مناظر شهری همسویی کمتری در انطباق با نیازهای انسانی دارد، لذا لزوم توجه به این نیازها بسیار حائز اهمیت می‌باشد (۱۳). در طراحی و تجهیز فضاهای شهری باید چگونگی کارکرد اجتماعی نیازهای روان‌شناختی مردم، علایق و سلاقی آن‌ها در نظر گرفته شود (۱۴). غنی‌سازی دیداری محیط و ایجاد تمایز آن مکان و سایر مکان‌ها پرداخت و نیز با به کارگیری تمهیداتی، موجبات حضور بیشتر افراد را در محیط‌های عمومی فراهم کرد (۱۴). کیفیت یک فضا در شهر از برآیند مولفه‌هایی حاصل می‌شود که با شناسایی کارکردها و تاثیرات مناسب هر یک از آن‌ها بر فضا می‌توان راهکارهایی برای بهبود کیفیت فضاهای شهری ارائه داد (۲). کیفیت از مفاهیم محوری دانش و حرفه شهرسازی بوده و طبیعتاً از اهمیت نظری و عملی فراوانی برخوردار است (۲). با توجه به این که امروزه فضای شهری کارکردی اجتماعی دارد، وجود فضاهای عمومی شهری، ضرورتی اساسی در برنامه‌های توسعه شهری هستند که این امر حکایت از نقش این فضاها در تقویت وجه فرهنگی- اجتماعی شهر دارد. فضای شهری بستر شکل‌گیری و تقویت ارتباطات اجتماعی در جهت برقراری حس امنیت و اعتماد در فضای عمومی است و از طرف دیگر مکانی مهم برای شکل‌گیری مراسم آیینی است که کمک شایانی به برقراری روابط اجتماعی و زندگی جمعی می‌کند (۱۵).

مطالعه موردی

کرن، کرنک و کوه‌رنگ نام باستانی رود کارون، بزرگ‌ترین رود خاورمیانه با طول حدود ۳۱۶ کیلومتر، از رود شطیط و گرگر و رودخانه دز که بزرگ‌ترین ریزآب‌های کارون هستند و در حوالی محلی به نام بند قیر در نزدیکی شوشتر به هم متصل می‌شوند، شکل می‌گیرد (۳۴). رود کارون از تمدن-

سازترین رودهای جنوب ایران، شهر اهواز را از دوران ساسانی شکل داده (۲۲)، و با طولی برابر ۲۲ کیلومتر و عبور از مرکز شهر در امتداد شمال شرقی - جنوب غربی، بزرگ‌ترین عنصر طبیعی مسلط بر سیمای عمومی آن است. منطقه دو واقع در شمال غربی شهر اهواز بوده که از شرق با رودخانه کارون و از غرب به محدوده قانونی شهر موسوم به منطقه کیانپارس دارای عملکرد غالب مسکونی با قشر سطح بالای اجتماعی - درآمدی محصور است. از لحاظ کالبدی ساخت و ساز جدید و بلندمرتبه به همراه تراکم کارکردهای اداری، تجاری و خدماتی بوده که دارای حجم بالای ترافیک است (۳). ناحیه یک از منطقه دو شامل پارک نواری ساحلی کیانپارس دارای عملکردهای فعال اجتماعی، فرهنگی و گردشگری از جمله کتابخانه مرکزی استان خوزستان، پارک چوبی، پل طبیعت، کافی‌شاپ و رستوران‌ها، زمین‌های ورزشی و آلاچیق‌های متعدد اسکان موقت به همراه پوشش گیاهی غنی و متنوع یکی از مکان‌های تجمع و جاذب اصلی کلانشهر اهواز می‌باشد. در شکل شماره (۱) موقعیت مکانی نوار ساحلی رود کارون و پیرامون آن نشان داده شده است.



شکل شماره (۱): موقعیت مکانی نوار ساحلی رود کارون

روش‌شناسی

تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی و از حیث گردآوری اطلاعات با توجه به این که هدف دریافت دیدگاه‌ها و نگرش‌های نمونه به منظور تعمیم نتایج آن به جامعه می‌باشد، تحقیق حاضر را می‌توان جزء تحقیقات پیمایشی توصیفی قلمداد نمود. از نظر زمانی با توجه به این که قلمرو زمانی تحقیق به یک مقطع زمانی محدود می‌شود و هدف بررسی متغیرها در طول زمان نمی‌باشد، بنابراین می‌توان تحقیق را جزء تحقیقات مقطعی محسوب کرد. هم‌چنین تحقیق حاضر را از نظر گستره تحلیلی می‌توان جزء پژوهش‌های پهنانگر دانست.

جامعه آماری و شیوه نمونه‌گیری

جامعه آماری تحقیق حاضر را ساکنین منطقه و بازدیدکنندگان از پارک ساحلی نواحی کیانپارس در دی ماه ۱۳۹۸ تشکیل می‌دهد. ویژگی مشترک جامعه آماری این بود که بالای ۲۰ سال داشته‌اند. شیوه نمونه‌گیری در تحقیق حاضر به شکل نمونه‌گیری تصادفی سیستماتیک بود به این شکل که با استفاده از پرسشگران آموزش دیده در نقاط مختلف سایت به شکل طرح از پیش تعیین شده نمونه‌ها انتخاب می‌شدند. در طرح معین شده ملاک بر عبور نفر پنجم از مقابل پرسشگران در اماکنی بود که آن‌ها مستقر شده بودند. محل استقرار پرسشگران برخی از نقاط مسکونی منطقه و نقاط پرتردد و پرتجمع نوار ساحلی تعیین شده بود و از آن‌ها خواسته شده بود بعد از اتمام هر مصاحبه نفر پنجمی که از مقابل پرسشگر عبور می‌کرد را برای مصاحبه دعوت کنند. البته با توجه به این که همه عابریین فرصت یا تمایل به مصاحبه نداشتند نفر بعدی جایگزین می‌شود. تعداد پرسشگران ۱۰ نفر بود که از قبل آموزش‌های لازم را دریافت کرده بودند. در نهایت بعد از ۳۲۵ مصاحبه که با افراد مختلف انجام گرفت تعداد ۳۱۰ مصاحبه در تحلیل حاضر مورد استفاده قرار گرفت و ۱۵ پرسشنامه به دلیل مخدوش بودن یا ناقص بودن اطلاعات کنار گذاشته شدند. در جدول شماره (۱) اطلاعات پاسخگویان به تفصیل ذکر شده است.

جدول شماره (۱): اطلاعات جمعیت‌شناختی پاسخگویان

متغیر	مولفه	فراوانی	درصد	متغیر	مولفه	فراوانی	درصد
جنسیت	زن	۱۲۳	۴۰	تعداد دفعات مراجعه	هر روز	۲۸	۹
	مرد	۱۸۷	۶۰		یک روز	۷۲	۲۳
تحصیل	دیپلم و پایین‌تر	۹۸	۳۱/۵	روزهای تعطیل	۱۱۱	۳۶	
	فوق دیپلم	۵۴	۱۷/۵	متغیر	۹۹	۳۲	
تحصیل	لیسانس	۸۲	۲۶/۵	تعداد همراهان	یک نفر	۹۵	۳۱
	فوق لیسانس و دکتری	۷۶	۲۴/۵		دونفر	۸۵	۲۷
تحصیل	محصل و دانشجوی	۴۷	۱۵	بیش از دو نفر	۲۵	۸	
	فرهنگی	۴۲	۱۳/۵	بدون همراه	۱۰۵	۳۴	
تحصیل	کارمند	۸۴	۲۷	مدت آشنایی با مکان	کم‌تر از یک سال	۶۶	۲۱
	آزاد	۷۱	۲۳		یک سال	۸۹	۲۹
تحصیل	استاد دانشگاه	۱۲	۴	بین یک تا دو سال	۲۸	۹	
	غیر شاغل	۵۴	۱۷/۵	بیش از دو سال	۱۲۷	۴۱	
تحصیل	لر بختیاری	۳۵	۱۱	وضع درآمد	خوب	۶۴	۲۱
	عرب	۶۸	۲۲		متوسط	۱۷۵	۵۶
تحصیل	ترک قشقایی	۲۷	۹	بد	۷۱	۲۳	
	کرد	۳۷	۱۲	وضعیت اقامت	محلی	۱۳۶	۴۴
فارس	۱۲۴	۴۰	مسافر		۱۷۴	۵۶	
سایر	۱۹	۶					

همان طور که اطلاعات جدول شماره (۱) نشان می‌دهد، ۱۲۳ نفر (۴۰ درصد) از پاسخگویان زن و ۱۸۷ نفر (۶۰ درصد) مرد بوده‌اند. از نظر تحصیلات ۹۸ نفر (۳۱/۵ درصد) از پاسخگویان دارای تحصیلات دیپلم و زیر دیپلم، ۵۴ نفر (۱۷/۵ درصد) دارای تحصیلات فوق دیپلم، ۸۲ نفر (۲۶/۵ درصد) دارای تحصیلات لیسانس و ۷۶ نفر (۲۴/۵ درصد) دارای تحصیلات فوق لیسانس و دکتری هستند. از نظر شغلی ۴۷ نفر (۱۵ درصد) از پاسخگویان را دانشجویان و محصلین، ۴۲ نفر (۱۳/۵ درصد) را فرهنگیان، ۸۴ نفر (۲۷ درصد) را کارمندان، ۷۱ نفر (۲۳ درصد) را مشاغل آزاد، ۱۲ نفر (۴ درصد) را اساتید دانشگاه و ۵۴ نفر (۱۷/۵ درصد) را غیرشاغلین تشکیل می‌دهند. از نظر قومیت ۳۵ نفر (۱۱ درصد) از پاسخگویان دارای قومیت لر بختیاری، ۶۸ نفر (۲۲ درصد) دارای قومیت عرب، ۲۷ نفر (۹ درصد) دارای قومیت ترک قشقایی، ۳۷ نفر (۱۲ درصد) دارای قومیت کرد، ۱۲۴ نفر (۴۰ درصد) دارای قومیت فارس و ۱۹ نفر (درصد) از سایر قومیت‌ها بودند. ۲۸ نفر (۹ درصد) از پاسخگویان گفته‌اند تقریباً هر روز از این سایت بازدید می‌کنند. ۷۲ نفر (۲۳ درصد) یک روز در هفته، ۱۱۱ نفر (۳۶ درصد) روزهای تعطیل از سایت بازدید می‌کنند و ۹۹ نفر (۳۲ درصد) عنوان کرده‌اند که بازدید آن‌ها به صورت متغیر است و به صورت غیر برنامه‌ریزی شده از سایت بازدید می‌کنند. ۹۵ نفر (۳۱ درصد) به همراه یک نفر، ۸۵ نفر (۲۷ درصد) به همراه دو نفر، ۲۵ نفر (۸ درصد) به همراه بیش از دو نفر و ۱۰۵ نفر (۳۴ درصد) بدون هیچ همراهی از سایت بازدید کرده‌اند. از نظر مدت زمان آشنایی با مکان ۶۶ نفر (۲۱ درصد) از پاسخگویان کمتر از یک سال است که با مکان آشنا شده‌اند، ۸۹ نفر (۲۹ درصد) یک سال، ۲۸ نفر (۹ درصد) بین یک تا دو سال و ۱۲۷ نفر (۴۱ درصد) بیش از دو سال با مکان آشنایی داشته‌اند. ۶۴ نفر (۲۱ درصد) از پاسخگویان اوضاع مالی خود را خوب، ۱۷۵ نفر (۵۶ درصد) متوسط و ۷۱ نفر (۲۳ درصد) بد ارزیابی کرده‌اند. از نظر وضعیت اقامت ۱۳۶ نفر (۴۴ درصد) از پاسخگویان را افراد محلی و ۱۷۴ نفر (۵۶ درصد) را مسافرین تشکیل می‌دهند.

ابزار و شیوه گردآوری اطلاعات

با توجه به این که واحد تحلیل در تحقیق حاضر فرد بوده است، بنابراین از ابزار پرسشنامه برای گردآوری اطلاعات استفاده شد. از آن جایی که پرسشنامه استاندارد در ارتباط با موضوع این تحقیق وجود نداشت، محققین بر اساس مبانی و تعاریف نظری پرسشنامه‌ای را برای سنجش ابعاد مختلف متغیرها طراحی کردند. پرسشنامه محقق ساخته با استفاده از اعتباریابی صوری در اختیار ۵ نفر از کارشناسان خبره (۳ نفر شهرساز، ۲ طراح منظر، ۲ طراح شهری و ۲ نفر جامعه‌شناس) قرار گرفت و شیوه شاخص‌سازی آن مورد تایید قرار گرفت. همچنین بعد از ۲۰ مصاحبه اول محققین با بررسی پاسخ‌ها پرسشنامه را مورد بررسی محتوایی قرار دادند و اصلاحات لازم را برای درک بهتر محتوای سوالات از جانب پاسخگویان انجام دادند.

مجموع سوالات و گویه‌های پرسشنامه ۶۴ مورد بوده است که از این بین ۵۵ گویه برای سنجش سه متغیر اصلی «کیفیت محیطی»، «میان فرهنگی» و «رضایت مکانی» و ۹ سوال برای شناسایی وضعیت جمعیت‌شناختی پاسخگویان بوده است. از این بین ۵۵ گویه مربوط به متغیرهای اصلی ۳۷ گویه مربوط به «کیفیت محیطی» است که از این بین ۵ گویه مربوط به بعد «فعالیت»، ۱۳ گویه مربوط به «کیفیات فیزیکی»، ۵ گویه مربوط به بعد «زیست بوم»، ۴ گویه مربوط به بعد «بهداشت»، ۶ گویه مربوط به بعد «ایمنی» و ۴ گویه مربوط به بعد «امنیت» بوده است. تعداد ۱۴ گویه مربوط به متغیر «میان فرهنگی» است که از این بین ۴ گویه مربوط به بعد «نشاندگان میان فرهنگی»، ۵ گویه مربوط به بعد «تعاملات میان فرهنگی» و ۵ گویه مربوط به بعد «نگرش میان فرهنگی» است. ۴ گویه نیز برای سنجش متغیر «رضایت مکانی» تدوین شده است.

گویه‌های پرسشنامه در قالب طیف ۵ درجه‌ای لیکرت تهیه شده بود که در این طیف از ۵ درجه «خیلی زیاد»، «زیاد»، «متوسط»، «کم» و «خیلی کم» برای ارزیابی نگرش پاسخگویان نسبت به گویه-های مطرح شده استفاده شد که به ترتیب نمرات ۵ تا ۱ برای هر کدام از این درجات تعلق می‌گرفت. میزان پایایی ابزار تهیه شده با استفاده از شاخص آلفای کرونباخ مورد محاسبه واقع شد که این میزان برای متغیر کیفیت محیطی برابر ۰/۹۷، برای متغیر میان فرهنگی برابر ۰/۸۷ و برای متغیر رضایت مکانی ۰/۷۶ محاسبه شد که همه این ضرایب حاکی از پایایی مناسب ابزار می‌باشد. برای گردآوری اطلاعات زمان‌های بعد از عصر یعنی ساعت ۴ تا ۹ در نظر گرفته شده بود چون در این فواصل زمانی بیشترین جمعیت در سایت تردد می‌کنند. مدت زمان مصاحبه برای هر نفر به طور میانگین ۱۵ دقیقه بوده است. انجام مصاحبه‌ها ۲۰ روز طول کشید و به طور متوسط هر روز تقریباً ۱۵ مصاحبه انجام شد.

شیوه تحلیل اطلاعات

تحلیل نتایج تحقیق حاضر در دو قالب انجام گرفت. در قالب اول سعی شده است با استفاده از جداول فراوانی وضعیت توزیع متغیرهای جمعیت‌شناختی تحقیق توصیف شود که نتایج آن در جدول شماره (۱) قابل رویت می‌باشد. همچنین با استفاده از آزمون تفاوت میانگین‌های تک گروهی سعی شده است علاوه بر نشان دادن میانگین نگرش پاسخگویان نسبت به متغیرهای اصلی تحقیق تفاوت معنی‌دار نگرش‌های آن‌ها در مورد هر کدام از ابعاد متغیرها نیز نشان داده شود. در این قالب از نرم‌افزار SPSS 26 بهره برده شده است. در قالب دوم سعی شده برای آزمون فرضیات تحقیق از مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) بهره گرفته شود که این مدل‌سازی دارای دو بخش اندازه‌گیری و ساختاری است که از بخش اندازه‌گیری برای آزمون فرضیات ۱ تا ۳ و از بخش ساختاری (تحلیل مسیر) برای آزمون فرضیات ۴ و ۵ استفاده شده است. در این قالب از نرم‌افزار AMOS 26 استفاده شده است.

یافته‌ها

همان گونه که قبلاً نیز ذکر شد تحقیق حاضر دارای سه متغیر اصلی است که توزیع میانگین نمرات آن‌ها به همراه ابعاد هر کدام در جدول شماره (۲) قابل مشاهده است. با توجه به این که سوالات در طیف ۵ درجه‌ای لیکرت ارزیابی شده است بنابراین در مورد ابعاد متغیرها بیشترین نمره ۵ و کمترین نمره (۱) می‌باشد که هر چه این مقدار به ۵ نزدیک‌تر باشد، بیانگر ارزیابی مثبت و هر چه قدر به ۱ نزدیک‌تر باشد بیانگر ارزیابی منفی است. همان گونه که ارقام جدول شماره (۲) نشان می‌دهد تمامی میانگین‌ها از مقدار متوسط طیف (۳) کوچک‌تر بوده و این مساله نشان می‌دهد که پاسخگویان عمدتاً نظراتی متمایل به نارضایتی از وضعیت ابعاد تحقیق داشته‌اند. برای مثال در مورد بعد «فعالیت» میانگین ۲/۳۳ به دست آمده است که این میانگین با مقدار t برابر با ۱۲/۳۲۴ و سطح معنی‌داری ۰/۰۰۰ نشان می‌دهد که پاسخگویان به طرز معنی‌داری از فعالیت‌هایی که در مکان مورد بررسی انجام می‌شود رضایت نداشته‌اند چرا که میانگین رضایت آن‌ها از این فعالیت‌ها از مقدار متوسط طیف پایین‌تر بوده است. این موضوع در مورد سایر ابعاد نیز صدق می‌کند و نشان از عدم رضایت نسبی از تمامی ابعاد مکان دارد.

در مورد خود متغیرهای تحقیق نیز این وضعیت مشاهده می‌شود. همان گونه که ملاحظه می‌شود متغیر کیفیت محیطی میانگین ۱۳/۹۵ را از حداکثر ممکن (۱۸۵) کسب کرده است و این مقدار از متوسط طیف (۹۲/۵) به طرز معنی‌داری با مقدار t برابر با ۲۷۰/۳۵۴ و سطح معنی‌داری ۰/۰۰۰ پایین‌تر بوده است. در مورد متغیر میان فرهنگی میانگین ۷/۱۷ از حداکثر ممکن (۷۰) به دست آمده است که این مقدار از متوسط طیف که ۳۵ می‌باشد به طرز معنی‌داری با مقدار t برابر با ۲۴۸/۲۵۷ و سطح معنی‌داری ۰/۰۰۰ پایین‌تر بوده است. در مورد متغیر رضایت از مکان نیز میانگین ۷/۳۶ از حداکثر ممکن (۲۰) به دست آمده است که به طرز معنی‌داری با مقدار t برابر با ۱۵/۱۱۱ و سطح معنی‌داری ۰/۰۰۰ پایین‌تر بوده است.

جدول شماره (۲): میانگین نمرات پاسخگویان در مورد متغیرها

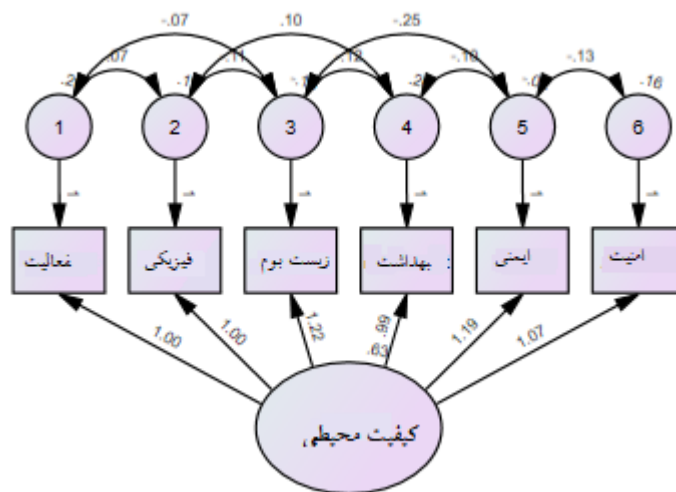
میانگین	انحراف استاندارد	t	sig	
۲/۳۳	۰/۹۶	-۱۲/۳۲۴	۰/۰۰۰	فعالیت
۲/۴۰	۰/۸۶	-۱۲/۳۷۱	۰/۰۰۰	کیفیات فیزیکی
۲/۲۸	۰/۹۲	-۱۳/۷۲۵	۰/۰۰۰	زیست بوم
۲/۲۷	۰/۹۲	-۱۳/۹۶۷	۰/۰۰۰	بهداشت
۲/۳۹	۰/۹۳	-۱۱/۴۹۴	۰/۰۰۰	ایمنی
۲/۲۹	۰/۹۳	-۱۳/۳۰۵	۰/۰۰۰	امنیت
۲/۵۷	۰/۸۱	-۹/۲۸۷	۰/۰۰۰	نشانگان میان فرهنگی
۲/۲۸	۰/۶۹	-۱۸/۴۰۶	۰/۰۰۰	تعاملات میان فرهنگی
۲/۳۲	۰/۸۳	-۱۴/۵۲۴	۰/۰۰۰	نگرش‌های میان فرهنگی
۱/۸۳	۰/۹۵	-۲۱/۷۳۹	۰/۰۰۰	حس رضایت
۱/۸۹	۰/۹۵	-۲۰/۵۱۵	۰/۰۰۰	حس خوشحالی
۱/۸۲	۰/۸۶	-۲۴/۱۷۴	۰/۰۰۰	حس آرامش
۱/۸۲	۰/۹۲	-۲۲/۶۳۳	۰/۰۰۰	حس اهمیت
۱۳/۹۵	۵/۱۱	-۲۷۰/۳۵۴	۰/۰۰۰	کیفیت محیطی
۷/۱۷	۱/۹۷	-۲۴۸/۲۵۷	۰/۰۰۰	میان فرهنگی
۷/۳۶	۳/۰۷	-۱۵/۱۱۱	۰/۰۰۰	رضایت مکانی

فرضیه اول: کیفیت محیطی به عنوان عامل مرتبه دوم از ابعاد فعالیت، کیفیات فیزیکی، زیست بوم، بهداشت، ایمنی و امنیت تشکیل یافته است.

برای آزمون این فرضیه از بخش اندازه‌گیری مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شد. در این بخش با استفاده تحلیل عاملی تاییدی سعی شده است از طریق بارهای عاملی مولفه‌های مرتبط با متغیر اصلی و شاخص‌های نیکویی برازش فرضیه مورد نظر مورد آزمون قرار گیرد. در این مدل هر کدام از بارهای عاملی بیانگر نقش ابعاد در سنجش متغیر اصلی است که هر چه این مقدار بزرگ‌تر باشد بیانگر اعتبار آن شاخص در سنجش متغیر می‌باشد. نتایج این آزمون در جدول شماره (۳) و نمودار مربوطه نشان داده شده است. همان گونه که در جدول مشخص است مولفه «فعالیت» ضریب استاندارد برابر $0/831$ را کسب کرده است که این مقدار با توجه به این که از $0/70$ بالاتر است بیانگر نقش مهم مولفه «فعالیت» در اندازه‌گیری متغیر «کیفیت محیطی» است. همین طور مولفه‌های «کیفیات فیزیکی» با ضریب $0/922$ ، «زیست بوم» با ضریب $1/077$ ، «بهداشت» با ضریب $0/838$ ، «ایمنی» با ضریب $1/012$ و «امنیت» با ضریب $0/907$ نشان می‌دهند که نقش معنی‌داری در تعیین فضای مفهومی متغیر «کیفیت محیطی» دارند. تمامی ضرایب در سطح معنی‌داری $0/000$ معنی‌دار هستند، یعنی احتمال خطای برآورد برای آن‌ها کمتر از $0/01$ می‌باشد. تمامی شاخص‌های نیکویی برازش بالای $0/90$ و مقدار شاخص RMR زیر $0/05$ می‌باشد که بیانگر برازش مناسب داده‌های تجربی با مدل نظری طرح شده می‌باشد که فرضیه اول را تایید می‌کند. پس در این صورت می‌توان گفت کیفیت محیطی به عنوان عامل مرتبه دوم از ابعاد: فعالیت، کیفیات فیزیکی، زیست بوم، بهداشت، ایمنی و امنیت تشکیل یافته است.

جدول شماره (۳): تحلیل عاملی تاییدی متغیر کیفیت محیطی

Standardized Regression Weights	P	C.R.	S.E.	Estimate		
۰/۸۳۱				۱/۰۰۰	کیفیت محیطی	<---
۰/۹۲۲	***	۲۸/۵	۰/۰۳۵	۱/۰۰۱	کیفیت محیطی	<---
۱/۰۷۷	***	۲۳/۹	۰/۰۵۱	۱/۲۲۳	کیفیت محیطی	<---
۰/۸۳۸	***	۱۸/۶	۰/۰۵۳	۰/۹۸۷	کیفیت محیطی	<---
۱/۰۱۲	***	۲۱/۳	۰/۰۵۶	۱/۱۹۳	کیفیت محیطی	<---
۰/۹۰۷	***	۱۸/۶	۰/۰۵۷	۱/۰۶۹	کیفیت محیطی	<---



شاخص‌های نیکویی برازش

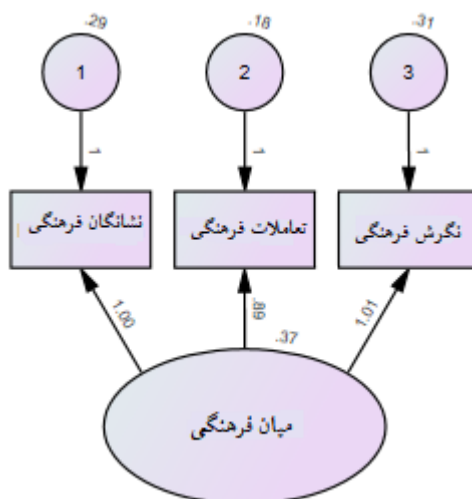
RMR	CFI	IFI	NFI	GFI
۰/۰۴۰	۰/۹۶۰	۰/۹۶۰	۰/۹۵۹	۰/۹۰۱

فرضیه دوم: ویژگی‌های میان فرهنگی مکانی به عنوان عامل مرتبه دوم از ابعاد نشانگان میان فرهنگی، تعاملات میان فرهنگی و نگرش‌های میان فرهنگی تشکیل یافته است. برای آزمون این فرضیه هم از بخش اندازه‌گیری مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شد. در این مدل هم با استفاده از تحلیل عاملی تاییدی هر کدام از بارهای عاملی بیانگر نقش ابعاد در سنجش متغیر اصلی است که هر چه این مقدار بزرگ‌تر باشد بیانگر اعتبار آن شاخص در سنجش متغیر می‌باشد. نتایج این آزمون در جدول شماره (۴) و نمودار مربوطه نشان داده شده است. همان گونه که در جدول مشخص است مولفه «نشانگان فرهنگی» ضریب استاندارد برابر ۰/۷۵۰ را کسب کرده است که این مقدار با توجه به این که از ۰/۷۰ بالاتر است، بیانگر نقش مهم مولفه «نشانگان فرهنگی» در اندازه‌گیری متغیر «میان فرهنگی» است. همین طور مولفه‌های «تعاملات فرهنگی» با ضریب ۰/۷۸۶ و «نگرش فرهنگی» با ضریب ۱/۷۴۳ نشان می‌دهند که نقش معنی‌داری در تعیین فضای مفهومی متغیر «میان فرهنگی» دارند.

تمامی ضرایب در سطح معنی‌داری $0/000$ معنی‌دار هستند یعنی احتمال خطای برآورد برای آن‌ها کمتر از $0/01$ می‌باشد. تمامی شاخص‌های نیکویی برازش بالای $0/90$ و مقدار شاخص RMR زیر $0/05$ می‌باشد که بیانگر برازش مناسب داده‌های تجربی با مدل نظری طرح شده می‌باشد که فرضیه دوم را تایید می‌کند. پس با این حساب می‌توان گفت ویژگی‌های میان فرهنگی مکانی به عنوان عامل مرتبه دوم از ابعاد نشانگان میان فرهنگی، تعاملات میان فرهنگی و نگرش‌های میان فرهنگی تشکیل یافته است.

جدول شماره (۴): تحلیل عاملی تاییدی متغیر میان فرهنگی

Standardized Regression Weights	P	C.R.	S.E.	Estimate		
0/750				1/000	میان فرهنگی	<---
0/786	***	11/04	0/080	0/887	میان فرهنگی	<---
1/743	***	10/9	0/092	1/008	میان فرهنگی	<---



شاخص‌های نیکویی برازش

RMR	CFI	IFI	NFI	GFI
0/031	0/95	0/96	0/96	0/920

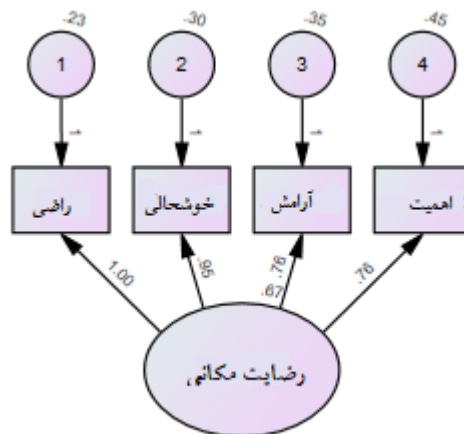
فرضیه سوم: رضایت مکانی به عنوان عامل مرتبه دوم از حس رضایت، حس خوشحالی، حس آرامش و حس اهمیت شکل یافته است.

برای آزمون این فرضیه هم از بخش اندازه‌گیری مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شد. در این مدل هم با استفاده از تحلیل عاملی تاییدی هر کدام از بارهای عاملی بیانگر نقش ابعاد در سنجش متغیر اصلی است که هرچه این مقدار بزرگ‌تر باشد بیانگر اعتبار آن شاخص در سنجش متغیر می‌باشد. نتایج این آزمون در جدول شماره (۵) و نمودار مربوطه نشان داده شده است. همان گونه که در جدول مشخص

است مولفه «حس رضایت» ضریب استاندارد برابر $۰/۸۶۳$ را کسب کرده است که این مقدار با توجه به این که از $۰/۷۰$ بالاتر است بیانگر نقش مهم مولفه «حس رضایت» در اندازه‌گیری متغیر «رضایت مکانی» است. همین طور مولفه‌های «حس خوشحالی» با ضریب $۰/۸۱۹$ ، «حس آرامش» با ضریب $۰/۴۲۴$ و «حس اهمیت» با ضریب $۰/۶۸۲$ نشان می‌دهند که نقش معنی‌داری در تعیین فضای مفهومی ویژگی‌های «میان فرهنگی» دارند. تمامی ضرایب در سطح معنی‌داری $۰/۰۰۰$ معنی‌دار هستند، یعنی احتمال خطای برآورد برای آن‌ها کمتر از $۰/۰۱$ می‌باشد. تمامی شاخص‌های نیکویی برازش بالای $۰/۹۰$ و مقدار شاخص RMR زیر $۰/۰۵$ می‌باشد که بیانگر برازش مناسب داده‌های تجربی با مدل نظری طرح شده می‌باشد که فرضیه سوم را تایید می‌کند. پس در این صورت می‌توان گفت رضایت مکانی به عنوان عامل مرتبه دوم از حس رضایت، حس خوشحالی، حس آرامش و حس اهمیت شکل یافته است.

جدول شماره (۵): تحلیل عاملی ناپیدی متغیر رضایت مکانی

Standardized Regression Weights	P	C.R.	S.E.	Estimate		
$۰/۸۶۳$				$۱/۰۰۰$	رضایت مکانی	<---
$۰/۸۱۹$	***	$۱۵/۶۹$	$۰/۱۰۶$	$۰/۹۵۳$	رضایت مکانی	<---
$۰/۴۲۴$	***	$۱۳/۶۶$	$۰/۰۵۶$	$۰/۷۵۹$	رضایت مکانی	<---
$۰/۶۸۲$	***	$۱۲/۶۸$	$۰/۰۶۰$	$۰/۷۶۴$	رضایت مکانی	<---



شاخص‌های نیکویی برازش

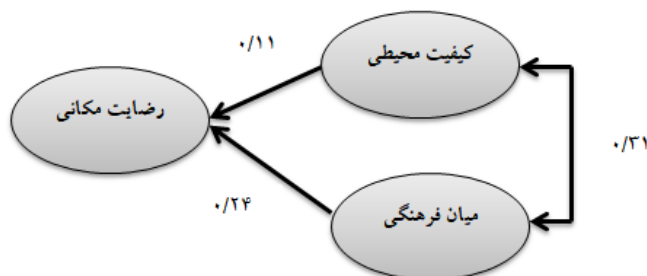
RMR	CFI	IFI	NFI	GFI
$۰/۰۱۴$	$۰/۹۹۵$	$۰/۹۹۵$	$۰/۹۹۱$	$۰/۹۹۲$

فرضیه چهارم: کیفیت مکانی به طرز معنی‌داری میزان رضایت مکانی را پیش‌بینی می‌کند.
فرضیه پنجم: ویژگی‌های میان فرهنگی مکان به طرز معنی‌داری رضایت مکانی را پیش‌بینی می‌کند.

جهت آزمون فرضیه‌های چهارم و پنجم از بخش ساختاری مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شد. در این آزمون ضرایب استاندارد بیانگر تاثیر خالص متغیرهای مستقل بر وابسته است. نتایج این آزمون‌ها در جدول شماره (۶) نشان داده شده است. همان‌گونه که ضرایب استاندارد نشان می‌دهد متغیر کیفیت محیطی با ضریب ۰/۱۲ و متغیر میان فرهنگی با ضریب ۰/۳۷۰ نقش معنی‌داری در پیش‌بینی متغیر رضایت مکانی دارند. همچنین نمودار مربوطه نشان می‌دهد دو متغیر کیفیت محیطی و ویژگی‌های میان فرهنگی دارای همبستگی ۰/۳۱۰ می‌باشند که نشان می‌دهد تغییرات این دو متغیر با یکدیگر در ارتباط است. تمامی شاخص‌های نیکویی برازش بالای ۰/۹۰ و مقدار شاخص RMR زیر ۰/۰۵ می‌باشد که بیانگر برازش مناسب داده‌های تجربی با مدل نظری طرح شده می‌باشد که فرضیه چهارم و پنجم را تایید می‌کند. پس با این حساب می‌توان گفت کیفیت و مکانی و ویژگی‌های میان فرهنگی نقش تعیین‌کننده‌ای در پیش‌بینی رضایت مکانی دارند.

جدول شماره (۶): مدل ساختاری نقش کیفیت محیطی و ویژگی‌های میان فرهنگی در پیش‌بینی رضایت مکانی

Standardized Regression Weights	P	C.R.	S.E.	Estimate		
۰/۱۱۲	۰/۰۵۰	۱/۹۶	۰/۰۳۴	۰/۰۶۷	رضایت مکانی	<---
۰/۲۳۸	***	۴/۱۶	۰/۰۸۹	۰/۳۷۰	رضایت مکانی	<---



شاخص‌های نیکویی برازش

RMR	CFI	IFI	NFI	GFI
۰/۰۱۱	۰/۹۷	۰/۹۸	۰/۹۸	۰/۹۴

بحث و نتیجه‌گیری

تحقیق حاضر با رویکردی اکتشافی و تحلیلی سعی داشت، وضعیت منطقه حوزه رودخانه کارون را از جهت کیفیت محیطی و ویژگی‌های میان فرهنگی و تاثیر آن‌ها بر رضایت مکانی از نواحی ساحلی رود کارون با کاربری مسکونی، تجاری و سیاحتی مورد مطالعه قرار دهد. برای این منظور ۳۱۰ نفر از ساکنین و بازدیدکنندگان سایت انتخاب و با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته مورد مطالعه قرار گرفتند. نتایج

مطالعه نشان داد هم پاسخگویان که از اقوام و زبان‌های مختلف بودند رضایت چندانی از کیفیت محیطی منطقه نداشتند. رضایت پایین نسبت به کیفیت محیطی در تمامی ابعاد مد نظر پژوهش حاضر ملاحظه گردید به گونه‌ای که می‌توان گفت فعالیت‌ها و عملکردهای مختلفی که برای بهره‌برداری شهروندان از خدمات و تسهیلات مکان در نوار ساحلی رود کارون قرار داده شده است نتوانسته نظر بازدیدکنندگان را جلب کند. هم‌چنین از نظر زیست بوم و کیفیت فیزیکی نیز رضایت چندانی در پاسخگویان مشاهده نشد که این موضوع در کنار سایر نارضایتی‌های نسبی که در مورد بهداشت و امنیت و ایمنی این مجموعه دیده شد نشان می‌دهد که متولیان و مدیران شهری باید توجه ویژه‌ای بر انجام اقدامات مرتبط با ارتقاء کیفیت محیطی این مکان داشته باشند.

در تحقیق حاضر مشخص شد کیفیت محیطی تحت تاثیر مولفه‌هایی نظیر فعالیت‌های محیطی، کیفیات فیزیکی، زیست بوم، بهداشت، ایمنی و امنیت می‌باشد که این یافته با نتایج پژوهش‌های (۵) و (۲۰) و (۳۰) و (۲۹) و (۳۶) و (۴۴) و (۶) و (۴۶) و (۲۴) و (۴۳) و (۳۷)، مطابقت دارد. تایید تجربی مولفه‌های کیفیت محیطی توسط تحلیل عاملی تاییدی علاوه بر این که دال بر اعتبار ابزار سنجش می‌کند می‌تواند بر اهمیت هر کدام از این ابعاد در ارزیابی شهروندان از کیفیت محیطی نیز داشته باشد. لذا به نظر می‌رسد برای ارتقاء ارزیابی‌های مثبت شهروندان از کیفیت محیطی و در نتیجه ارتقاء رضایت آن‌ها از مکان که یکی از ملاک‌های مهم وابستگی و وفاداری نسبت به مکان محسوب می‌شود توجه به ابعاد مختلف کیفیت محیطی بسیار اهمیت دارد.

در تحقیق حاضر مشخص شد که ویژگی‌های میان فرهنگی یک سازه مرتبه دوم متشکل از ابعاد نشانگان فرهنگی، تعاملات فرهنگی و نگرش‌های فرهنگی است که این یافته نیز با یافته‌های (۱۸) و (۴۱) و (۴۳) و (۲۴) و (۴۷) و (۱۵)، در تطابق می‌باشد و با یافته‌های (۳۱) و (۱۱) و (۸) و (۱۸) و (۲۷) و (۲۵) و (۷)، متفاوت است. وجود چنین ارتباطی بین ابعاد و سازه متغیر ویژگی‌های بینا فرهنگی مکان حاکی از اهمیت این ابعاد در قضاوت پاسخگویان در مورد نقش نشانگان فرهنگی، تعاملات فرهنگی و نگرش‌های فرهنگی در سنجش مشخصه‌های بینا فرهنگی مکان دارد در حالی که یافته‌های تحقیق حاضر نشان داد از این منظر نیز رضایت چندان مناسبی در بین پاسخگویان وجود نداشته است. نشانگان فرهنگی به عنوان نمادهای هویت‌بخش و معنی‌بخش به مکان‌های فرهنگی و گردشگری می‌تواند نقش بسیار مهمی در نگرش و تفسیر شهروندان و بازدیدکنندگان از مکان‌های گردشگری داشته باشد. لذا معمولاً ملاحظه می‌شود در اماکن گردشگری از نمادها و نشانگان خاصی برای ایجاد تصاویر و خاطرات ذهنی مرتبط با مکان استفاده می‌شود. هم‌چنین وجود بستری مناسب برای تعامل، گفتگو، مشارکت و تبادل افکار بین فرهنگ‌های مختلف یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های مکان‌های بینا فرهنگی است که از این منظر نمرات نه چندان مناسب پاسخگویان حاکی از عدم موفقیت نوار ساحلی رود کارون برای ایجاد چنین تعاملاتی دارد. نتایج تحقیق نشان می‌دهد این مکان نه یک مکانی برای گسترش تعاملات بلکه

مکان گذرایی برای حضور یا عبور گردشگران یا شهروندان بومی و محلی محسوب می‌شود و فضای مکنی برای تعامل و ارتباط بین فرهنگ‌های مختلف در آن وجود نداشته یا اگر هم چنین فضاهایی وجود دارد نتوانسته از این ظرفیت برای ایجاد تعامل بهره‌برداری کند. در صورتی که زمینه تعامل بین فرهنگی وجود نداشته باشد طبیعی است که امکان شناخت و تفاهم فرهنگی هم وجود نخواهد داشت و این موضوع شاید بتواند میانگین پایین ظرفیت ایجاد نگرش‌های فرهنگی را در نوار ساحلی رود کارون توجیه کند.

ارتباط ویژگی‌های میان فرهنگی با رضایت از مکان نشان می‌دهد که نقش عناصر فرهنگی در شکل‌گیری رضایت از مکان بسیار اهمیت دارد و این یافته با نتایج مطالعات (۴۳) و (۳۱) و (۴۷)، مطابقت دارد. نمرات پایین پاسخگویان در ابعاد مختلف رضایت از مکان و ارتباط این متغیر با متغیرهای کیفیت محیطی و ویژگی‌های بینا فرهنگی مکان نشان می‌دهد وجود عناصری هم‌چون تعاملات بینا فرهنگی، احساس مثبت در مورد کیفیت محیطی می‌تواند دلایل خوبی برای ایجاد حس آرامش، خوشحالی و رضایت‌مندی از مکان محسوب شود. هم‌چنین برای ارتقاء اهمیت مکان نیز توجه به این عوامل ضروری به نظر می‌رسد.

طراحی، پیش‌بینی فعالیت‌های زنده و جاذب منجر به تشدید استفاده از فضای شهری، تقویت ارتباطات اجتماعی، افزایش حس تعلق افراد به محیط می‌شود و احساس مسئولیت آن‌ها را در بهره‌برداری از فضا تقویت می‌نماید (۱). نتایج این تحقیق، رضایت مکانی را تابعی از شاخص‌های حس رضایت، حس خوشحالی، حس آرامش و حس اهمیت می‌داند که با یافته‌های حاصل از پژوهش‌های (۲۶) و (۲۲) و (۴) و (۴۹) و (۹)، مطابقت دارد.

به طور کلی نتایج تحقیق نشان داد رضایت‌مندی مکانی تابعی از عناصر عینی و ذهنی می‌باشد. در عناصر عینی ارتباط ملموس انسان با مکان عامل تعیین‌کننده می‌باشد که در این بین کیفیت محیط و مرتفع شدن نیازهای اساسی انسان‌ها نظیر بهداشت، ایمنی و امنیت از جمله فاکتورهای سازنده رضایت از مکان می‌باشد. این بعد از رضایت مکانی شاید بیانگر شکاف بین آمال و واقعیت‌های زندگی روزمره شهروندان باشد که کمبودها و کاستی‌های موجود سبب عمیق‌تر شدن این شکاف‌ها می‌شود. اما نتایج تحقیق حاضر نشان داد عناصر ذهنی و فرهنگی حتی بیش از عناصر عینی می‌توانند در انسان‌ها حس رضایت‌مندی ایجاد کنند. انسان به عنوان یک موجود اجتماعی در یک اتمسفر فرهنگی زندگی می‌کنند و تعدد فرهنگ‌ها این فرصت را به وجود می‌آورد که گروه‌های مختلف با فرهنگ‌های مختلف تعاملات سازنده‌ای ایجاد کنند که فضاهای شهری به ویژه اماکن تفریحی و سیاحتگاهی باید این ظرفیت را ایجاد کنند که روح عناصر فرهنگی در اماکن عمومی شهر جریان یافته و زمینه برای تعامل و رشد نگرش‌های مثبت نسبت به همه فرهنگ‌ها ایجاد شود. متأسفانه نتایج پژوهش حاضر نشان داد با وجود اهمیت ویژگی‌های میان فرهنگی در رضایت‌مندی مکانی نوار ساحلی کارون حائز شرایط لازم برای ایفای نقش

تعاملات و انسجام میان فرهنگی نیست. در حالی که به نظر می‌رسد شهر اهواز با توجه به تنوع قومی، مذهبی و فرهنگی بیش از هر شهر دیگری نیازمند ایجاد فضاهای عمومی در جهت تعامل و کنش‌های متقابل فرهنگی بین اقوام مختلف می‌باشد. بنابراین شاید یکی از مهم‌ترین دستاوردهای تحقیق حاضر این باشد که توجه مسئولین و متولیان مدیریت شهری اهواز به این امر معطوف گردد که با ایجاد بسترهای لازم عینی و فرهنگی در حوزه‌های شهری که ظرفیت لازم را برای تعاملات فرهنگی دارند بتوانند نقش موثری در انسجام فرهنگی و رضایت مکانی ایفا کنند. توجه به شاخص‌های فرهنگی مکان نه تنها در شکل‌گیری رضایت مکانی و تقویت انسجام قومی موثر خواهد بود بلکه می‌تواند فرصت‌های لازم را برای هویت بخشی و برندسازی شهری نیز فراهم سازد. در ادامه نتایج حاصل از تحقیق به صورت راهکارهای طراحی پیشنهاد می‌شود:

- تنوع‌بخشی و ارتقاء کیفیت خدمات محیطی می‌تواند در تامین نیازهای بازدیدکنندگان مکان تاثیرگذار باشد

- همان طور که نتایج این تحقیق نشان می‌دهد توجه به بهداشت، ایمنی و امنیت نوار ساحلی رود کارون از عوامل مهم ایجاد حس رضایت‌مندی در بازدیدکنندگان محسوب می‌شود، لذا توجه به نظافت و پاکیزگی مکان، رفع آلودگی‌های زیست‌محیطی، توجه به اصول و استانداردهای ایمنی مکان از جمله نصب علائم و هشدارهای ایمنی، نصب حفاظ‌ها و گاردهای محافظتی و توجه به چیدمان و مبلمان این مکان می‌تواند در ارتقاء حس امنیت و همچنین نگرش مثبت نسبت به مکان موثر باشد.

- نمادپردازی با بهره‌گیری از فرهنگ‌های متعامل در چینش عناصر و المان‌ها می‌تواند در ایجاد تصاویر ذهنی و خاطرات فراموش‌نشده در مکان موثر باشد.

- از آن جایی که نتایج پژوهش حاکی از اهمیت ظرفیت‌های تعاملات اجتماعی و فرهنگی در ارتقاء رضایت از مکان دارد، لذا پیشنهاد می‌شود اولاً فضاهایی عمومی برای تعامل بیشتر فرهنگ‌ها طراحی شود و همچنین با برپایی برنامه‌ها و اجتماعات مفرح می‌توان نوار ساحلی رود کارون را به کانونی برای تعاملات و روابط بینا فرهنگی تبدیل نمود.

تعارض منافع

«بنا بر اظهار نویسندگان مقاله حاضر فاقد هر گونه تعارض منافع بوده است.»

منابع

1. Akbari Riabi, M., Amir Azadi, H. (2019). Public space Design Strategies to Form Social Interactions in the Gonabad Neighborhood of Kazerun. *Journal of Urban Design Studies and Urban Research*, 2 (2), P.p: 1-15.
2. Alipour, R., Khademi, M., Senemari, M., & Rafieyan, M. (2012). Surveying Environment Quality Indicators in Detection of Interfering Priorities in the Deteriorated Fabric of Bandar Lengeh city. *Bagh-E Nazar*, 20 (20), P.p: 13-22.
3. A Comprehensive Strategic development plan of Ahvaz City. (2011). Housing and Urban Development Organization of Khuzestan province, Arseh Architectural and Urban Planning Company.
4. Behzadfar, M., Ghazizdeh, N. (2011). Residential Open Space Satisfaction Case studied: selected residential complexes in Tehran. *Honar-Ha-Ye-Ziba: Memary Va Shahrsazi*, 3 (45), P.p: 15-24.
5. Birenboim, A. (2017). The influence of urban environments on our subjective momentary experiences. *Environment And Planning B: Urban Analytics And City Science*, 45 (5), P.p: 915-932. <https://doi.org/10.1177/2399808317690149>
6. Bonaiuto, M., Fornara, F., & Bonnes, M. (2003). Indexes of perceived residential environment quality and neighbourhood attachment in urban environments: a confirmation study on the city of Rome. *Landscape And Urban Planning*, 65 (1-2), P.p: 41-52. [https://doi.org/10.1016/s0169-2046\(02\)00236-0](https://doi.org/10.1016/s0169-2046(02)00236-0)
7. Croucher, S., Sommier, M., & Rahmani, D. (2015). Intercultural communication: Where we've been, where we're going, issues we face. *Communication Research And Practice*, 1 (1), P.p: 71-87. <https://doi.org/10.1080/22041451.2015.1042422>
8. Dooly, M., & Vallejo Rubinstein, C. (2017). Bridging across languages and cultures in everyday lives: an expanding role for critical intercultural communication. *Language And Intercultural Communication*, 18 (1), P.p: 1-8. <https://doi.org/10.1080/14708477.2017.1400508>.
9. Fanni, Z., Barghamadi, M., Eskandarpour, M., Soleimani, M. (2013). Evaluation of the satisfaction level experienced by tourists visiting Gorgan. *Tourism Management Studies*, 7 (20), P.p: 31-48. doi: 10.22054/tms.2013.3981
10. Fathebaghali, A., Ghasemzadeh, B., & Mohammadi, S. (2016). Relationships Between Place Attachment and Satisfaction in the Natural and Historical Site of Kandovan Village. *Journal of Housing And Rural Environment*, 35 (155), P.p: 127-142.
11. Fazeli, N. (2016). *Culture and City: Cultural Rotation in Urban Discourses*, Third Edition, Tisa Publications: Tehran.
12. Fox, C. (1997). The authenticity of intercultural communication. *International Journal Of Intercultural Relations*, 21 (1), P.p: 85-103. [https://doi.org/10.1016/s0147-1767\(96\)00012-0](https://doi.org/10.1016/s0147-1767(96)00012-0).
13. Gharehbaglou, M., Nezhad Ebrahimi, A., & Javidmehr, M. (2016). Environmental Response Criteria for Urban Landscape Design. *Haft Shahr*, 4 (55,56), P.p: 103-117.
14. Ghasemi, M., Abdolazadefard, A., & Shakoor, A. (2018). Promotion of the Urban Identity by Changing the Urban Landscape with Increase the Social Interactions Approach (Case Study: The Passage through Imamzade Zanjiri Shiraz). *Journal of Studies of Human Settlements Planning*, 13 (3), P.p: 559-575.
15. Ghalambor Dezfully, M., Naghizadeh, M. (2014). Urban Design in the Context of Social Interaction Enhancement (Case Study: Street between Neighborhoods). *Hoviatshahr*, 8 (17), P.p: 15-24.

16. Gudykunst, W. (2007). *Theorizing about intercultural communication*. Sage.
17. Habibi, S. M. (2001). *Urban Space: Theoretical Viewpoint*, Soffeh, Volume 11, No. 33, P.p: 4-13.
18. Habib, F. (2012). *An Analysis of the Interaction between Urban Culture and Body; A case study of Isfahan-Safavid*. *Hoviatshahr*, 3 (4), P.p: 83-94.
19. Halverson, C., & Tirmizi, S. (2008). *Effective Multicultural Teams*. Springer London.
20. Hassanpour, A., Omidvari, S., Sadra Rohami, M. H. (2018). *Investigating the Effective Factors on the Promotion of Social Interactions in Urban Spaces: A Case Study of Jolfa-Isfahan Square*, *Journal of Architecture*, 1 (5), P.p: 1-9.
21. Hatami, Y., & Zakerhaghighi, K. (2017). *Evaluation of the effect of the quality of the urban environment on the social relations of space use (case study: Abu Ali Sina walkway in Hamedan)*. 8 (30), P.p: 245-266.
22. Hemmati, M., & Amiri, A. (2017). *Karun's lips: etiology of an urban edge Evaluation of urban approaches and actions on relationship of Ahvaz city and Karun River*. *Manzar*, 8 (37), P.p: 22-31.
23. Ispas, A., Untaru, E., Candrea, A., & Han, H. (2021). *Impact of Place Identity and Place Dependence on Satisfaction and Loyalty toward Black Sea Coastal Destinations: The Role of Visitation Frequency*. *Coastal Management*, P.p: 1-25. <https://doi.org/10.1080/08920753.2021.1899914>
24. Karimi Moshaver, M., & Sina, S. (2018). *Promoting Urban Area Quality by Taking Benefit from Color Indicator, Case Study: Imam Khomeini (PBUH) Square in Tehran*. *Armanshahr Architecture & Urban Development*, 10 (21), P.p: 205-216.
25. Khatibi, A., & Nikzad, A. (2020). *Investigating the relationship between urban culture and social interactions in urban spaces of Malayer City*. *Urban Sociological Studies*, 9 (33), P.p: 81-108.
26. Klyukanov, I. (2021). *Principles of intercultural communication*. Routledge.
27. Lee, K., & Jeong, M. (2020). *Residential environmental satisfaction, social capital, and place attachment: the case of Seoul, Korea*. *Journal Of Housing And The Built Environment*, 36 (2), P.p: 559-575. <https://doi.org/10.1007/s10901-020-09780-2>
28. Liu, S., Volcic, Z., & Gallois, C. (2014). *Introducing Intercultural Communication*. SAGE Publications.
29. Liu, Y., Zhang, Y., Jin, S., & Liu, Y. (2020). *Spatial pattern of leisure activities among residents in Beijing, China: Exploring the impacts of urban environment*. *Sustainable Cities And Society*, 52, 101806. <https://doi.org/10.1016/j.scs.2019.101806>
30. Mansour Mahani, S. (2015). *Impact of Social Interactions on Urban Architecture and Public Space*, The First Annual Conference on Architectural, Urban Planning, and Urban Management Research, Yazd.
31. Marcus, C. C. (1992). 'Environmental memories'. In Low, S.M. and Altman, I. (Eds.) *Place Attachment*, New York, Plenum Press.
32. Mesch, G., & Manor, O. (1998). *Social Ties, Environmental Perception, And Local Attachment*. *Environment And Behavior*, 30 (4), P.p: 504-519. <https://doi.org/10.1177/001391659803000405>
33. Naqizadeh, M. (2016). *Contemplations on Cultural Transactions regarding Ideas and Idioms, Case Study: Space and Place*. *Journal Of Iranian Architecture Studies*, 4 (8), P.p: 89-106.
34. Nouri Mokarram, A. (2018). *The role of place attachment in giving identity to urban rivers; A case study of Karun river*, *Journal of Urban Design Studies and Urban Research*, 1 (2), P.p: 25-32.

35. Pakzad, J. (2010). *An intellectual History of Urbanism (2) from Quantity to Quality*, New Towns Development Company, first edition, Tehran.
36. Pakzad, J. (2006). *Theoretical foundations and processes of urban design*, first publication, Ministry of Housing and Urban Development Publications, Tehran.
37. Perloff, H. (2016). *The quality of the urban environment*. Routledge.
38. Qaderi, J., Rastegar, E., & Ghahri, M. (2019). Identification and Analysis of Effective Factors on the Economic, Social, and Physical Dimensions of Quality Of Life in Urban Neighborhood (Case: Tehran Municipality District 7). *Journal of Urban Economics And Management*, 7 (27), P.p: 56-64.
39. Qanbaran, A. H., Jafari, M. (2014). Investigating the Factors Affecting Promotion of Social Interactions among Residents of a Residential Neighborhood; A Case Study of Darakeh Tehran Neighborhood, *Journal of Iranian Architecture & Urbanism (JIAU)*, 5 (1), P.p: 57-64.
40. Rastbin, S., Jafary, Y., Daram, Y., & Moazezi Mehr Tehran, A. (2012). Environmental between Relationship Realm Public in Life Urban of Continuation and Qualities. *Bagh-E Nazar*, 9 (21), P.p: 39-50.
41. Safdari, S., Pourjafar, M., & Ranjbar, E. (2014). Culture led regeneration, grounds of promoting cultural interactions (Case Study: the historical context of Mashhad). *Haft Shahr*, 4 (47,48), P.p: 25-39.
42. Sajadzadeh, H., & Mohammadi, F. (2017). The Role of Environmental Quality in the Improvement of Social Interactions in Urban Streets: The Case of Imam Khomeini Street in Amol. *Journal of Urban And Regional Development Planning*, 1 (2), P.p: 149-175.
43. Shahi Aqbelaghi, A., Zanganeh, Y., Khodabandehlo, H., & Dorodinia, A. (2016). Evaluation of the quality of urban environmental Factors, Case study: housing Mehr, Sabzevar. *Journal of Arid Regions Geographic Studies*, 7 (26), P.p: 54-72.
44. Sheikhi, H., & Rezaei, M. (2017). Evaluating environmental quality of walking- based urban spaces and social responding (case study: Ferdowsi Street of Ilam). *Journal Of Urban Planning And Research*, 8 (29), P.p: 83-98.
45. Torkaman, A., Ghaed, M., Shemtoub, S. (2018). Hangout, the urban and architectural public space for social and cultural interactions (Case study: Borazjan city). , 8 (31), P.p: 225-248.
46. Van Kamp, I., Leidelmeijer, K., Marsman, G., & de Hollander, A. (2003). Urban environmental quality and human well-being. *Landscape And Urban Planning*, 65 (1-2), P.p: 5-18. [https://doi.org/10.1016/s0169-2046\(02\)00232-3](https://doi.org/10.1016/s0169-2046(02)00232-3)
47. Weber, R., & Crane, R. (2015). *The Oxford Handbook of Urban Planning*. Oxford University Press.
48. Wolfe, C., & Haas, T. (2021). *Sustaining a City's Culture and Character: Principles and Best Practices*. Rowman & Littlefield Publishers.
49. Wood, P., & Landry, C. (2008). *The intercultural city*. Earthscan.
50. Zandieh, M. (2012). Tailoring of Cityscape for the Elderly. *Salmand: Iranian Journal of Ageing*, 7 (2), P.p: 7-18.
51. Zhang, Y., Park, K., & Song, H. (2021). Tourists' Motivation, Place Attachment, Satisfaction and Support Behavior for Festivals in the Migrant Region of China. *Sustainability*, 13 (9), 5210. <https://doi.org/10.3390/su13095210>