

بررسی میزان رضایت‌مندی شهروندان از سازمان زیباسازی و عوامل مؤثر بر آن برای بهبود منظر شهری. مطالعه موردی: منطقه ۶ کلان‌شهر تهران

محمد احمدی^{۱*}، احمد پوراحمد^۲، حسین حاتمی‌نژاد^۳

دانشجوی دکتری رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه تهران، آستاد و عضو هیات‌علمی دانشکده جغرافیا،
دانشگاه تهران، آستادیار و عضو هیات‌علمی دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران
تاریخ دریافت: ۹۲/۱۰/۲۱؛ تاریخ پذیرش: ۹۳/۴/۲۱

چکیده

رضایت‌مندی شهروندان از عملکرد و خدمات شهرداری‌ها، عامل اصلی بهبود مستمر در فرایند کارهایی است که برای افزایش کارایی و بهبود کیفیت مدیریت جامع و خدمات شهری صورت می‌گیرد و توسعه‌ی پایدار و همه‌جانبه شهر زمانی عملی خواهد بود که شهروندان از عملکرد شهرداری و سازمان‌های آن رضایت داشته باشند. زیباسازی شهری همواره از دو بعد کارکردی و بصری مطالعه می‌شود که بعد کارکردی با جسم انسان و بعد بصری با روح انسان در ارتباط است. بنابراین زمانی که منظر شهری زمینه‌های رضایت شهروندان را فراهم آورد، در واقع توانسته سلامتی جسم و روح انسان را تضمین کند. اصطلاح زیبایی در چشمان بیننده است و میزان رضایت فرد از زیباسازی بستگی به نوع فرهنگ، ادراک فرد، آگاهی شهروندی و عوامل گوناگون دارد. بنابراین برای تأمین رفاه و رضایت شهروندان در طراحی شهری و زیباسازی باید همه عوامل را در نظر گرفت. در این پژوهش میزان رضایت‌مندی شهروندان از عملکرد سازمان زیباسازی در منطقه‌ی ۶ کلان‌شهر تهران بررسی می‌شود و عواملی که بر چگونگی رضایت‌مندی مؤثرند، مورد تحلیل قرار می‌گیرد. روش تحقیق، توصیفی تحلیلی بوده، جمع‌آوری اطلاعات با استفاده از پرسش‌نامه انجام شده است و داده‌های حاصل از پرسش‌نامه با استفاده از نرم‌افزار SPSS تجزیه و تحلیل شدند. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که رضایت‌مندی شهروندان از سازمان زیباسازی در وضعیت متوسط قرار دارد. طبق نتایج، میان متغیرهای آگاهی شهروندی و تکالیف شهروندی با متغیر رضایت شهروندی رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد. رابطه میان متغیرهای سواد و سن با متغیر رضایت‌مندی معنادار نیست ولی تفاوت معناداری میان متغیرهای جنس و شغل با متغیر رضایت‌مندی وجود دارد.

واژگان کلیدی: رضایت شهروندی، آگاهی شهروندی، تکالیف شهروندی، سازمان زیباسازی

مقدمه

طرح مسأله

امروزه با پیچیده‌تر شدن ساختارها و وظایف سازمان‌ها در عرصه‌های مدیریت شهری، وظایف شهرداری به عنوان مهم‌ترین نهاد غیردولتی بیش از پیش شده است. شهرداری‌ها به‌عنوان یک سازمان ارائه‌دهنده‌ی خدمات شهری به شهروندان زمانی عملکرد موفقی خواهند داشت که بتوانند آسایش و امنیت شهروندان را فراهم نمایند و خدمات با کیفیتی را به شهروندان ارائه بدهند. عملکرد مناسب و کارآمد این سازمان‌ها موجب مشارکت دادن شهروندان در اداره‌ی امور و انجام فعالیت‌های مربوطه خواهد شد و بر رضایت‌مندی شهروندان خواهد افزود. افزایش جمعیت و رشد روز افزون آن در شهرها مسایل و مشکلات بسیاری را برای شهروندان به همراه داشته است. آلودگی‌های زیست محیطی و بصری از مهم‌ترین مشکلات است و استفاده بیش از اندازه از منابع موجود می‌تواند در آینده مسائلی و مشکلات بسیاری را برای شهروندان به همراه داشته باشد. از این‌رو برنامه‌ریزی برای حل این مشکلات ضروری به نظر می‌رسد. یکی از راه‌کارهای مؤثر در کاهش این مشکلات، برنامه‌ریزی صحیح برای منظر شهری با به کارگیری صحیح منابع و امکانات و سیاست‌هاست.

نیاز به زیبایی جزء ناشناخته‌ترین نیازهاست. مازلو معتقد است این نیاز در برخی افراد وجود دارد. این افراد با دیدن زشتی بیمار می‌شوند و با قرار گرفتن در محیط زیبا بهبود می‌یابند (متولی، ۱۳۸۹: ۳). زیباسازی شهری همواره از دو بعد کارکردی و بصری مورد مطالعه قرار می‌گیرد. بعد عملکرد به جنبه عملکردی عناصر محیط و بعد بصری نیز به مقوله فرم و ترکیب فضا می‌پردازد. در واقع بعد عملکردی با جسم انسان و بعد بصری با روح انسان در ارتباط است. نکته مهم در امر زیباسازی محیط این است که مجموع عوامل کیفی در ظهور فضاهای شهری سبب شکل‌گیری احساس‌هایی نظیر احساس تعلق خاطر به مکان و دوست داشتن محیط زندگی می‌شود و در نتیجه احساس مسئولیت و دلسوزی نسبت به آن مکان را به دنبال دارد (دانش، ۱۳۹۲: ۱). این احساس دلسوزی و مسئولیت زمینه‌ی مشارکت شهروندان در امور زیباسازی شهری را فراهم می‌آورد و در نتیجه روندی از ارتقای روزافزون کیفیت محیط حاصل می‌شود که در نهایت رضایت شهروندان را به همراه دارد. توجه به مقوله‌ی زیبایی شهری امری است برای پاسخ‌گویی به نیازهای روحی و روانی شهروندان در محیط‌های شهری که خصوصاً در جهان امروز به سبب تغییر شیوه‌های زندگی و ظهور نیازهای جدید، بیش از گذشته پرداختن به این مسأله لازم به نظر می‌رسد (جهانشاهی، ۱۳۹۰: ۲). درباره روابط متقابل شهروندان با سازمان زیباسازی شهرداری می‌توان گفت که در یک سوی این رابطه سازمان زیباسازی قرار دارد که با رویکردهای مختلف مدیریتی و شیوه‌های برنامه‌ریزی، حقوق و تکالیف شهروندان را در نظام شهری تعیین می‌کند و شهروندان نیز با داشتن حقوق، وظایف و تکالیفی در طرف دیگر این رابطه

قرار دارند. هر یک از شهروندان در مواجهه با شهرداری ممکن است نقشی فعال و یا منفعل داشته باشند که بستگی به میزان رضایت آن‌ها از عملکرد سازمان دارد. اصطلاح «زیبایی در چشمان بیننده است»، بدان معنی است که هر کس کیفیت متفاوتی را از مشاهده‌ی یک چشم‌انداز ادراک می‌کند؛ ممکن است برخی از افراد چیزی را زیبا ببینند در حالی که بقیه آن را زشت می‌دانند. برای مثال ممکن است یک هیزمشکن، جنگل کوهستانی با درختان بریده را زیبا، در حالی که طرفدار محیط‌زیست آن را زشت ببیند (بل، ۱۳۸۲: ۱۰۹). بنابراین ما باید در طراحی‌های منظر و زیباسازی، فرهنگ، سلیقه، خواست‌ها و نیازهای شهروندان را در نظر بگیریم تا محیطی زیبا مطابق با خواست‌های شهروندان ایجاد کنیم. کلان‌شهر تهران در دهه‌های اخیر به سرعت گسترش یافته و جمعیت زیادی را در خود جای داده است. به موازات گسترش شهر و افزایش جمعیت، مسائل و مشکلات شهر تهران نیز افزایش یافته‌اند. رشد شتابان و بی‌رویه‌ی شهر باعث شده تغییرات و تحولات شهر چندان منطقی و قاعده‌مند پیش نروند و نتایج چنین روندی ناهنجاری و اغتشاشات بسیاری است که در سیما و کالبد فضاهای شهری رخ می‌دهد و به دنبال آن باعث احساس نارضایتی شهروندان، کاهش مشارکت و در نتیجه باعث خدشه‌دار شدن و کاهش روابط شهروندان با سازمان‌های مربوطه می‌شود. در پاسخ به این مسائل برنامه‌ریزی‌هایی صورت گرفته و ایدئولوژی‌های زیادی در زمینه توسعه و اصلاح شهری ارائه شده است. اما به نظر می‌رسد درباره‌ی ایدئولوژی‌های زیبایی و توسعه شهری به مفهوم اجتماعی آن دچار فقر نظریه هستیم و به همین دلیل است که سیاست‌های شهری مان موفق نبوده‌اند.

در کلان‌شهر تهران درباره‌ی زیباسازی شهری در دهه‌های اخیر تحقیقات زیادی انجام شده است، (مانند بررسی‌ای که مرتضوی درباره‌ی موانع مؤثر بر زیباسازی شهری انجام داده است) ولی درباره این که آیا کارهای انجام گرفته درباره‌ی زیبایی با خواست‌های شهروندان مطابقت داشته یا نه و این که به چه میزان شهروندان از زیبایی شهر رضایت دارند، تحقیقات ناچیزی صورت گرفته و بیش‌تر آن‌ها در حد نظریه بوده است. با توجه به اهمیت زیباسازی در کلان‌شهر تهران و لزوم گسترش روابط متقابل شهروندان و سازمان زیباسازی شهرداری، ضروری است که تحقیقاتی با اهداف کاربردی برای بهبود کیفیت منظر شهر و زندگی شهری انجام گیرد. در این راستا این پژوهش میزان رضایت شهروندان از سازمان زیباسازی شهرداری و عوامل تأثیرگذار در این رابطه را در منطقه ۶ تهران بررسی کرده است.

مسئله مهم در این باره این است که آیا شهروندان از زیباسازی منطقه ۶ تهران رضایت دارند؟ چه عواملی در رضایت‌مندی یا نارضایتی آن‌ها مؤثر بوده است؟ و چه راه‌کارهایی را می‌توان برای بهبود زیبایی و منظر شهری ارائه داد؟ با انجام این تحقیق اطلاعاتی درباره‌ی میزان آگاهی شهروندی، چگونگی عملکرد شهروندان در انجام تکالیفشان، چگونگی عملکرد سازمان و میزان رضایت شهروندان از سازمان زیباسازی به دست می‌آید. کارشناسان این سازمان می‌توانند با استفاده از نتایجی که از این

پژوهش به دست می‌آید، آسیب‌ها، چالش‌ها، ظرفیت‌ها و فرصت‌های مربوطه را شناخته و برای بهبود شرایط موجود، راهبردها و سیاست‌های مناسب اتخاذ کنند.

ضرورت و اهمیت تحقیق

پس از انقلاب صنعتی، شهرها به سرعت به صورت بی‌رویه و بی‌برنامه گسترش یافتند. از طرف دیگر توجه به بعد کارکردی و سود اقتصادی که با گسترش مدرنیسم رواج یافت، باعث شد تا زیبایی شهری در حاشیه قرار بگیرد و منظر شهری به مکانی بی‌روح و کسالت‌آور تبدیل شود. این موضوع امروزه در شهرهای بزرگ و کلان‌شهرها به ویژه در جهان سوم مشهود است که کلان‌شهر تهران نمونه‌ای از آن است. زیباسازی شهری همواره از دو بعد کارکردی و بصری مورد مطالعه قرار می‌گیرد که بعد کارکردی با جسم انسان و بعد بصری با روح انسان در ارتباط است (دانش، ۱۳۹۲: ۱).

بنابراین زمانی که منظر شهری زمینه‌های رضایت شهروندان را فراهم آورد، در واقع توانسته سلامتی جسم و روح انسان را تضمین کند. رضایت‌مندی شهروندان از منظر شهری بستگی به چگونگی ادراک فرد از فضاهای شهری دارد. بنابراین ما باید در طراحی‌های شهری نیازها و خواست‌های شهروندان را در نظر بگیریم تا فضاهای شهری با نیازهای شهروندان مطابقت کند و رضایت آن‌ها را در پی داشته باشد. این پژوهش میزان رضایت شهروندان را در زمینه‌های گوناگون بررسی کرده و مؤلفه‌هایی را که ممکن است بر رضایت‌مندی تأثیر داشته باشند، تحلیل نموده است. با انجام این پژوهش تا حدودی نیازهای شهروندان مشخص می‌شود و سازمان زیباسازی می‌تواند برنامه‌ریزی‌ها و طراحی‌های خود را با توجه به اطلاعات به دست آمده در این پژوهش انجام دهد.

اهداف تحقیق

- شناخت وضعیت رضایت‌مندی شهروندان از سازمان زیباسازی.
- شناخت رابطه‌ی میان مؤلفه‌های اجتماعی و رضایت‌مندی شهروندان از سازمان زیباسازی.
- شناخت رابطه‌ی میان آگاهی شهروندی و میزان رضایت‌مندی شهروندان از سازمان زیباسازی.
- شناخت رابطه‌ی میان تکالیف شهروندی و رضایت‌مندی شهروندان از سازمان زیباسازی.
- شناخت و بررسی ضعف‌ها و آسیب‌های مربوط به رضایت‌مندی از سازمان زیباسازی در جهت ارائه راه‌کارهای مناسب برای بهبود منظر شهری.

پیشینه تحقیق

در گذشته و در شهرهای بزرگ فضاهای عمومی و زیبا قبل از هر چیز مکانی مخصوص برای نمایش قدرت حکومت بود و علاوه بر ویژگی کاربردی، همیشه بعدی تزئینی برای شهر داشت. در یونان از نیمه‌ی دوم قرن شش قبل از میلاد مسیح، تزئین شهرها به وسیله‌ی پادشاهان رایج شد. آن‌ها با به کارگیری معماران و مهندسين به برپایی بارو و حصار، تزئین میادین عمومی، ایجاد آب‌نماها و... پرداختند. (موره و دیگران، ۱۳۷۳: ۲۳). در ایران باستان نیز به فضاهای شهری و زیبایی اهمیت می‌دادند و قصرها، برج و باروها و مجسمه‌ها با معماری و زیبایی تمام ساخته می‌شدند.

در دوره‌ی رنسانس قوانین زیباشناسی‌ای که ویتروف تعریف کرده بود، دوباره به کار گرفته شدند و هنر پرسپکتیو دوباره شکوفا شد. نماد زیبایی در این دوران، باغ‌های مجللی است که در ایتالیا و فرانسه طراحی می‌شدند؛ باغ‌هایی که مملو از حجاری‌ها و مجسمه‌ها بود (موره و دیگران، ۱۳۷۳: ۳۲). پس از انقلاب صنعتی، شهرها به سرعت و بدون برنامه گسترش یافتند. تراکم جمعیت، ساخت و سازهای بدون برنامه و حاشیه‌نشینی، همگی باعث شدند که زیبایی در حاشیه قرار بگیرد. با گسترش مدرنیسم نیز به زیبایی توجه چندانی نشد و بیش‌تر بعد عملکردی و اقتصادی فضاها مدنظر بود و زیبایی تنها موقعی ظاهر می‌شد که احتیاجات اساسی برآورده می‌شد.

از دهه ۱۹۷۰ اندیشه‌ی ایجاد فضاهایی با کیفیت عالی و زیبا در کشورهای اروپایی و سپس در امریکا ظاهر شد. این اندیشه از طرفی نتیجه‌ی جنبه‌ی کاربردی شدیدی بود که پس از جنگ جهانی دوم تسلط پیدا کرده بود و از طرف دیگر ناشی از نیاز شهروندان به محیطی زیبا و خوشایندتر برای زندگی بود (موره و دیگران، ۱۳۷۳: ۴۷). امروزه جنبه‌ی زیباشناسی شهرها دیگر یک مقوله‌ی تفننی و تجملاتی به شمار نمی‌رود بلکه به عنوان عاملی مهم برای افزایش شادی و بهروزی انسان شهری به خدمت گرفته می‌شود (هیراسکار، ۱۳۸۶: ۶۵). به دلیل صرفه‌جویی در حجم و وضوح بیش‌تر، برخی از مطالعات انجام شده در این زمینه، به صورت جدول در زیر آمده است.

مبانی نظری، مفاهیم و دیدگاه‌ها

یکی از اساسی‌ترین عناصر انجام هر پژوهش یا تحقیق آن است که قبل از ورود به پژوهش از کلمات و عبارات کلیدی ابهام‌زدایی شود و برای تحقق هم‌زمانی و وحدت ادراک مؤلف و محقق، عبارت و کلمات کلیدی تعریف شود.

جدول ۱- برخی مطالعات و تحقیقات انجام شده با رویکردهای نوین

پدید آورنده	عنوان پژوهش	خلاصه نتایج
حسن حکمت‌نیا و میرنجف موسوی (۱۳۸۶)	سنجش میزان و عوامل مؤثر بر رضایت‌مندی شهروندان از عملکرد شهرداری (مطالعه موردی: شهر یزد)	نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که میزان رضایت‌مندی شهروندان از عملکرد شهرداری در سطح متوسط به پایین قرار دارد و رضایت اجتماعی، آگاهی اجتماعی، مشارکت شهروندی، سن، وضعیت اجتماعی و اقتصادی بر میزان رضایت‌مندی شهروندان تأثیرگذار بوده است.
مرتضوی (۱۳۹۱)	بررسی موانع مؤثر بر زیباسازی شهری	این تحقیق به بررسی عوامل و موانع مؤثر در زیباسازی با هدف افزایش مشارکت شهروندان پرداخته است. نتایج نشان می‌دهد که بین مشارکت، رضایت شهروندان و زیباسازی شهری رابطه‌ی معناداری وجود دارد و با افزایش مشارکت، عملکرد سازمان بهتر شده و وضعیت زیباسازی بهبود می‌یابد.
مجتبی رفیعیان و همکاران (۱۳۸۸)	رضایت‌مندی شهروندان از محیط‌های سکونتی شهری	نتایج پژوهش نشان می‌دهد که میزان رضایت‌مندی ساکنان از محیط سکونتی‌شان در سطح متوسط است. از بین مؤلفه‌های تحلیلی، مؤلفه‌ی روابط همسایگی در حد متوسط برآورد شده و ساکنین از سایر مؤلفه‌های محاسباتی (شامل تسهیلات مجتمع، دید و منظر، ویژگی‌های کالبدی) اظهار نارضایتی کرده‌اند.
مجتبی رفیعیان و زهرا خدایی (۱۳۸۸)	بررسی شاخص‌ها و معیارهای مؤثر بر رضایت‌مندی شهروندان از فضاهای عمومی شهری	نتایج حاصل از این پژوهش نشان می‌دهد که سهم تغییر دسترسی به خدمات، امنیت اجتماعی و هویت مکانی از اثرگذارترین عوامل در رضایت‌مندی شهروندان از فضاهای عمومی شهری هستند.
Deniz Akgul (2012)	اندازه‌گیری رضایت شهروندان از خدماتی که شهرداری ارائه کرده است (مطالعه موردی: شهرداری قیرشهر)	این پژوهش به بررسی و اندازه‌گیری میزان رضایت شهروندان از خدماتی که شهرداری قیرشهر ارائه کرده، پرداخته است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که شهرداری قیرشهر انتظارات شهروندان را برآورده نکرده است و میزان رضایت‌مندی با توجه به متغیرهای مختلف از جمله: سطح درآمد، وضعیت تأهل، جنس و سطح تحصیلات متفاوت است و میان سن و خدمات ارائه شده، رابطه‌ی معناداری وجود ندارد.

شهروندی^۱

مارشال معتقد است که شهروندی پایگاهی است که به تمامی افرادی که عضو تمام‌عیار اجتماع هستند، داده می‌شود. این افراد همه جایگاهی برابر، حقوق، وظایف و تکالیف متناسب با این پایگاه دارند

1- Citizenship

(Friedman, 2002: 168). یا به عبارت دیگر شهروندی، سطح برقراری ارتباط با نهادهای جامعه و توانایی تحلیل مسایل اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و اقتصادی همراه با مراقبت از محیط زندگی خود است (Richard, 2004: 8).

آگاهی شهروندی^۱

آگاهی شهروندی به معنای شناخت شهروندان از وظایف حکومت و شهرداری در قبال شهروندان و تلاش برای تحقق حقوق و اجرای تعهداتشان است. آگاهی از حقوق شهروندی باعث می‌شود که مشارکت شهروندان در امور شهری از مراتب پایداری، استمرار و مسئولیت‌پذیری بیش‌تری برخوردار گشته و مثرتر گردد. آگاهی از حقوق شهروندی زمینه‌ی انجام وظایف دو جانبه را فراهم می‌کند (باغستانی برزکی، ۱۳۸۷: ۱۷).

زیباسازی

زیباشناسی معمولاً با طبیعت، معنا و تحسین هنرهای زیبا مانند نقاشی، مجسمه‌سازی، موسیقی، تئاتر، رقص و معماری ارتباط دارد. واژه aesthetics (زیباشناسی) از لغات یونانی کلاسیک aisthanesthai به معنای ادراک کردن و aisthteta به معنای موضوعات ادراک شده مشتق شده است (بل، ۱۳۸۲: ۸۸) و زیباسازی عبارت است از اقدامات آگاهانه در زمینه اثاثیه شهری، احجام هنری، آب-نما، نورپردازی، گرافیک محیطی، فضاهای شهری مرتبط که باعث تلطیف و ارتقای کیفی محیط شهری گردد (جهانشاهی، ۱۳۹۰).

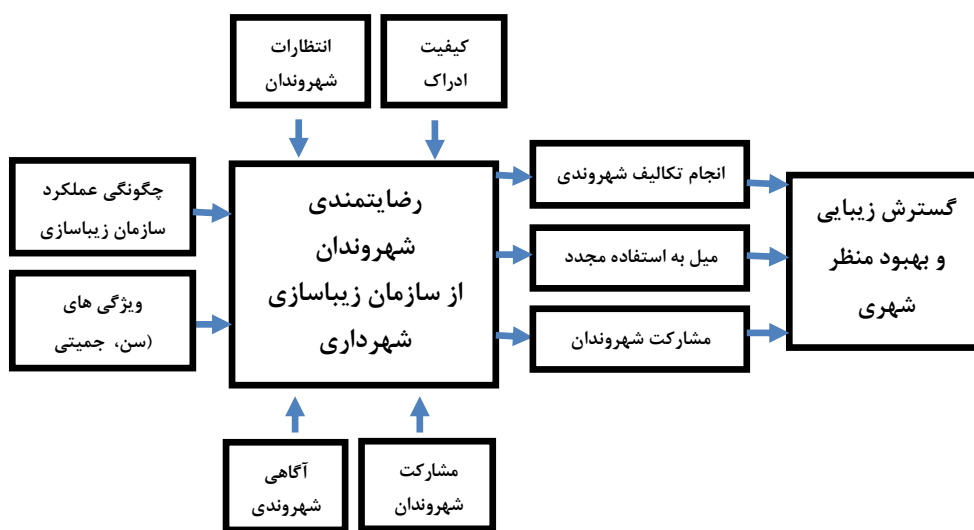
رضایت‌مندی

به عقیده جانسون و کلارک، رضایت‌مندی نتیجه‌ی ارزیابی مصرف‌کننده از خدمات است، مبنی بر درک آن‌ها از دریافت خدمات در مقایسه با توقعات آن‌ها (Aktas & et al., 2009: 2). کیس و کورت سه فاکتور اصلی را در تعاریف مختلف از رضایت‌مندی مصرف‌کننده ارائه می‌دهند.

- رضایت‌مندی مصرف‌کننده یک پاسخ است (احساسی یا شناختی)
- این پاسخ مرتبط با کانون به خصوصی است (توقعات محصول و...)
- این پاسخ در زمان به خصوصی رخ می‌دهد (Gungor, 2007: 44).

دل بوسکه و سن مارتین^۱ با استفاده از تئوری تشبیه بیان می‌دارند هنگامی که افراد اختلافی را میان عملکرد و اعتقادات پیشین خود مشاهده می‌کنند، دچار نوعی تضاد روحی و روانی می‌شوند. متعاقباً مصرف‌کنندگان ادراک خود از محصول را طبق توقعاتشان تنظیم می‌کنند تا این تضاد درونی را کاهش داده و یا از بین ببرند. بنابراین می‌توان گفت رابطه‌ی میان توقعات و رضایت‌مندی، رابطه‌ای مستقیم است (Delbosque & San Martin, 2008: 35).

بررسی و مرور سوابق نظری و تجربی مربوط به میزان رضایت از محیط سکونتی نشان داده است که درک میزان رضایت از سوی هر شخص و در شرایط مختلف متفاوت است. پژوهشگران تأثیر این متغیرها را بر میزان رضایت‌مندی بررسی کرده‌اند. آقای ون پل آئی در رساله‌ای که انجام داده، اشاره می‌کند که در کیفیت درک یک شخص از محیط مسکونی ممکن است دو نوع عوامل محیطی و مشخصات شخصی مانند سن، وضعیت اجتماعی و اقتصادی، جنس و مالکیت تأثیرگذار باشند (Van Poll, 1997: 35). با توجه به مطالعات انجام شده می‌توان دریافت که میزان رضایت‌مندی فرد از کیفیت خدمات، بستگی به عوامل متعددی از جمله: ویژگی‌های محیطی، ویژگی‌های جمعیتی (سن، جنس، سواد و ...)، نوع ادراک فرد از خدمات، نحوه‌ی عملکرد مدیران شهری، میزان مشارکت و آگاهی فرد دارد و بسته به میزان آن، در میل استفاده مجدد از آن و مسئولیت‌پذیری در انجام تکالیف مؤثر است (شکل ۱).



شکل ۱- رضایت‌مندی شهروندان از سازمان زیباسازی شهرداری، (منبع: نویسندگان ۱۳۹۲)

1- Delbosque & San Martin

2- Van Poll. R

روش تحقیق

روش به‌کار رفته در این تحقیق، توصیفی تحلیلی بوده و به‌صورت پیمایشی با استفاده از ابزار پرسش‌نامه انجام شده است. جامعه‌ی آماری مورد مطالعه در فرایند پرسشگری، شامل شهروندان منطقه ۶ تهران است. روش نمونه‌گیری به صورت تصادفی ساده بوده و حجم نمونه با استفاده از مدل کوکران برآورد شد. با توجه به جمعیت منطقه‌ی ۶ تهران (۲۲۵۲۹۰ نفر) با استفاده از روش کوکران، ۳۸۴ پرسش‌نامه مورد نیاز بود که تهیه و به کمک شهروندان تکمیل شد. فرمول شماره ۱: فرمول کوکران. (فرجی، ۱۳۹۱: ۷).

$$n = \frac{384/16}{1 + \frac{1}{225290}(383/16)} \approx 384 \quad \text{معادله (۱)}$$

$$n = \frac{\frac{t^2 pq}{d^2}}{1 + \frac{1}{n}(\frac{t^2 pq}{d^2} - 1)} \quad \text{معادله (۲)}$$

$$d=0.05 \quad p=0.50 \quad \Rightarrow \quad q=0.50 \quad T=1.96 \quad \text{معادله (۳)}$$

نحوه توزیع پرسش‌نامه به این صورت بوده که در هر محله تعداد معینی کوچه به صورت تصادفی انتخاب شد و سپس پرسش‌نامه‌ها توسط ساکنین کوچه تکمیل گردید. پرسش‌نامه حاوی ۳۱ سؤال است. داده‌های حاصل از پرسش‌نامه با استفاده از نرم‌افزار SPSS تجزیه و تحلیل شدند. برای محاسبه‌ی پایایی سؤالات پرسش‌نامه از آزمون آلفای کرونباخ استفاده گردید که میزان پایایی آن برابر با ۰/۸۴ و در سطح قابل قبولی است. برای بررسی وضعیت متغیرها از آزمون t-test استفاده شده است. در این پژوهش دو نوع متغیر اسمی و ترتیبی داشتیم که برای بررسی رابطه میان متغیرهای ترتیبی از آزمون Spearman استفاده شد و برای بررسی رابطه میان متغیرهای اسمی و ترتیبی از آزمون Crosstabs و Chi-Square استفاده شد، بدین گونه که ابتدا جدول توافقی ایجاد شد و داده‌ها پس از Recode شدن با آزمون Crosstabs و Chi-Square تجزیه و تحلیل شدند.

آزمون t: آزمون t مهم‌ترین آزمون آماری پارامتریک است که آزمون فرض درباره میانگین‌های جامعه استفاده می‌شود. در واقع در آزمون t، فاصله‌ی میانگین جامعه با نقطه مورد نظر قابل اندازه‌گیری است (دلور، ۱۳۹۲: ۲۶۷).

روش اسپیرمن: هم‌بستگی رتبه‌ای که اسپیرمن تهیه و تدوین کرده است، شکل خاصی از هم‌بستگی گشتاوری پیرسون است و زمانی به کار می‌رود که داده‌های جمع‌آوری شده از متغیرهای مورد مطالعه به صورت رتبه‌ای باشد (دلور، ۱۳۸۲: ۲۱۱).

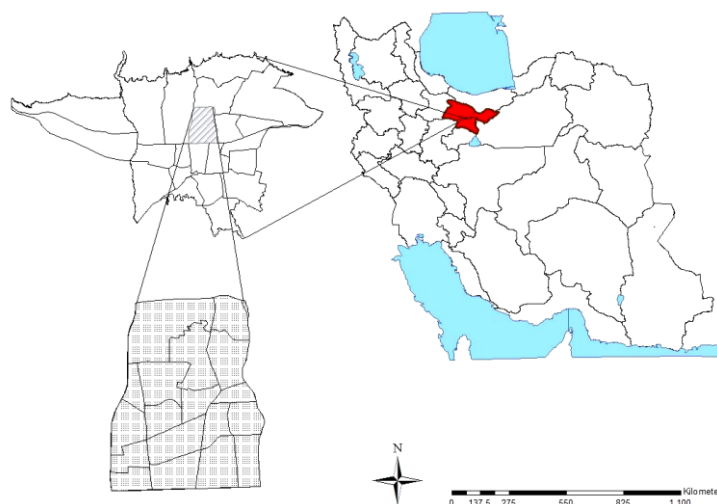
روش کا اسکوتر: شکل خاصی از آزمون‌های نا پارامتریک است که برای داده‌های اسمی و رتبه‌ای به کار می‌رود (دلور، ۱۳۹۲: ۲۷۲).

جدول توافقی: جدول توافقی برای بررسی رابطه‌ی میان متغیرهای اسمی و ترتیبی به کار می‌رود. در واقع یک جدول توافقی نشان می‌دهد که آیا میزان رضایت یا مشارکت فرد وابسته به جنس، تأهل و شغل وی است یا خیر (بایزیدی و دیگران، ۱۳۸۸: ۵۸).

محدوده و قلمرو پژوهش

منطقه ۶ شهرداری تهران با مساحتی معادل ۲۱/۲ کیلومتر مربع، حدود ۳/۲ درصد از سطح شهر را در بر می‌گیرد. این منطقه به ۶ ناحیه و ۱۸ محله تقسیم شده و به لحاظ موقعیت جغرافیایی در حوزه مرکزی شهر تهران واقع است. منطقه ۶ با جمعیت ۲۲۵۲۹۰ نفر، ۲/۸۱ درصد جمعیت شهر را در خود جای داده است. البته در طول روز، رقم جمعیت در این منطقه به یک میلیون نفر هم می‌رسد (شهرداری منطقه ۶، ۱۳۹۲).

محدوده مورد مطالعه (منطقه شش تهران)



شکل ۲- محدوده مورد مطالعه (موحد و دیگران، ۱۳۹۳: ۶۴)

بحث اصلی

مؤلفه بنیان‌های اجتماعی

از ۳۸۴ شهروندی که مورد پرسش قرار گرفته‌اند، ۲۰۷ نفر مرد و ۱۸۷ نفر زن هستند. ۱۴۱ نفر از پاسخ‌گویان کارمند، ۹۵ نفر دانشجو، ۳۹ نفر شغل آزاد، ۵۲ نفر خانه‌دار، ۱۲ نفر بیکار و ۴۵ نفر سایرین

هستند. ۲۲۶ نفر از پاسخ‌گویان متأهل و ۱۵۸ نفر مجرد هستند. از نظر تحصیلات ۱۱ نفر در مقطع دکتری، ۴۲ نفر کارشناسی‌ارشد، ۶۵ نفر کارشناسی، ۵۲ نفر کاردانی، ۱۴۵ نفر دیپلم، ۴۳ نفر سیکل، ۱۶ نفر ابتدایی و ۱۰ نفر بی‌سواد هستند. از نظر سن، ۷۸ نفر بین ۱۰-۲۰ سال، ۹۹ نفر بین ۲۰-۳۰ سال، ۹۸ نفر ۳۰-۴۰ سال، ۶۰ نفر ۴۰-۵۰ سال، ۲۷ نفر ۵۰-۶۰ سال، ۱۱ نفر ۶۰-۷۰ سال و ۱۱ نفر ۷۰-۸۰ سال سن دارند.

بررسی مؤلفه رضایت شهروندی

برای بررسی میزان رضایت مردم از سازمان زیباسازی از ۱۶ سؤال استفاده شده و سؤالات ۱۵ تا ۳۱ پرسش‌نامه مختص همین مؤلفه است. همان‌گونه که جدول نشان می‌دهد، میزان رضایت در حوزه‌های گوناگون متفاوت است. بیش‌ترین میزان رضایت‌مندی در زمینه‌ی فضای سبز منطقه مشاهده می‌شود که نشان می‌دهد معاونت فضای سبز و سازمان زیباسازی در این زمینه بسیار موفق بوده است. همچنین سازمان در زمینه‌های زیبایی میادین و رنگ‌آمیزی موفق عمل کرده و رضایت شهروندان را به ارمغان آورده است. شهروندان از برخورد کارکنان سازمان تا حدودی رضایت دارند. میزان رضایت از مبلمان شهری، طراحی تابلوها، نورپردازی، آب‌نماها و پارک‌های کودک در سطح متوسط و در سایر زمینه‌ها پایین است. نتایج نشان می‌دهد که سازمان در زمینه‌ی مشارکت‌پذیری بسیار ضعیف عمل کرده است. شهروندان معتقدند با اینکه علاقمند به مشارکت در این زمینه هستند، اما عملاً سازمان‌پذیری مشارکت آنان نیست. طبق نظر شهروندان، وضعیت پیاده‌روها بسیار نامطلوب است. در واقع آنان به شلوغی پیاده‌روها و شغل‌های غیررسمی در پیاده‌روها اشاره می‌کردند که باعث شلوغی و مشکلات عبور و مرور می‌شود. به عقیده شهروندان در زمینه‌های اطلاع‌رسانی و فرهنگ‌سازی سازمان باید از ابزارها و سیاست‌های مناسب‌تر مثل رادیو، تلویزیون استفاده کند تا مردم از قوانین، برنامه‌ها، همایش‌ها، اهداف و عملکردهای سازمان آگاه شوند. در کل میزان رضایت‌مندی در سطح متوسط است که این نشان می‌دهد سازمان زیباسازی نتوانسته به درستی خواسته‌های شهروندان را برآورده کند و شهروندان انتظار بیش‌تری از این سازمان دارند.

جدول ۲- رضایت‌مندی شهروندان از سازمان زیباسازی شهرداری

Sig	T	Test value	میانگین	Frequency					رضایت‌مندی
				بسیار ضعیف	ضعیف	متوسط	خوب	بسیار خوب	
۰,۰۰۰	۸,۲۷۴	۳	۳,۴۶	۱۷	۵۳	۱۲۵	۱۱۵	۷۴	رضایت از زیباسازی میادین
۰,۰۰۰	-۷,۰۲۵	۳	۲,۶۳	۵۵	۱۱۹	۱۴۰	۵۳	۱۷	رضایت از اطلاع‌رسانی‌ها
۰,۰۰۰	۱۴,۵۱۴	۳	۳,۸۲	۱۶	۳۸	۶۴	۱۴۹	۱۱۷	رضایت از زیبایی فضای سبز
۰,۰۰۰	۸,۹۲۵	۳	۳,۵۲	۱۲	۷۶	۸۵	۱۲۳	۸۸	رضایت از رنگ‌آمیزی فضاها

ادامه جدول ۲-

۰,۰۰۰	-۵,۷۰	۳	۲,۷	۵۲	۱۱۰	۱۴۰	۶۶	۱۶	رضایت از فرهنگ‌سازی
۰,۰۰۰	۸,۱۱۵	۳	۳,۴۱	۱۲	۴۲	۱۶۸	۱۰۲	۶۰	رضایت از برخورد کارکنان
۰,۰۰۰	-۵,۳۵۵	۳	۲,۷۲	۴۰	۱۱۴	۱۷۱	۳۰	۲۹	رضایت از شفافیت قوانین
۰,۰۰۰	-۶,۹۷۴	۳	۲,۶۸	۲۴	۱۱۴	۱۶۳	۳۶	۱۷	رضایت از برگزاری همایش
۰,۰۰۰	-۱۰,۱۱۶	۳	۲,۴	۱۱۱	۹۵	۱۰۹	۵۲	۱۷	رضایت از مشارکت‌پذیری
۰,۰۰۰	۴,۵۰۳	۳	۳,۲۷	۴۰	۵۲	۱۱۶	۱۱۵	۶۱	رضایت از مبلمان شهری
۰,۰۰۰	۴,۱۵۲	۳	۳,۲۷	۳۹	۷۵	۹۶	۹۱	۸۳	رضایت از طراحی تابلوها
۰,۳۸	-۲,۰۸۳	۳	۲,۸۶	۷۰	۸۷	۱۰۹	۶۲	۵۶	رضایت از تبلیغات دیواری
۰,۳۰۴	۱,۰۲۹	۳	۳,۰۶	۳۵	۱۰۱	۱۰۷	۸۷	۵۴	رضایت از طراحی آب‌نماها
۰,۵۱۴	۰,۶۵۴	۳	۳,۰۴	۵۸	۸۹	۸۱	۹۰	۶۶	رضایت از نورپردازی
۰,۰۰۰	-۸,۸۵۳	۳	۲,۴۳	۱۱۶	۹۹	۹۲	۴۳	۳۴	رضایت از معابر پیاده
۰,۵۵۱	۰,۵۹۷	۳	۲,۹۶	۷۰	۹۲	۷۰	۸۸	۶۴	رضایت از پارک‌های کودک

منبع: نویسندگان، ۱۳۹۲

جدول ۳- یکسان سازی نمره متغیرها برای تکالیف شهروندی

t	Test value	Mean	Compute
۰,۳۶۱	۴۸	۴۸,۲۲۹	رضایت

منبع: نویسندگان، ۱۳۹۲

بررسی رابطه میان بنیان‌های اجتماعی و رضایت‌مندی

برای بررسی رابطه میان متغیرهای سن و تحصیلات با متغیر رضایت‌مندی که هر دو از متغیرهای ترتیبی هستند، از آزمون Spearman استفاده شد. نتایج حاصل از تحقیق نشان داد که میان متغیرهای سن و تحصیلات با متغیر رضایت‌مندی، رابطه معنی‌دار وجود ندارد.

جدول ۴- رابطه میان متغیرهای سن و تحصیلات با متغیر رضایت‌مندی

تحصیلات	سن	آزمون همبستگی اسپیرمن	رضایت‌مندی
۰,۰۸۰	۰,۰۴۸	ضریب همبستگی	
۰,۰۸۰	۰,۳۵۱	معناداری	
۳۸۴	۳۸۴	N	

منبع: نویسندگان، ۱۳۹۲

برای بررسی رابطه‌ی میان متغیرهای جنس و شغل (متغیرهای اسمی) با متغیر رضایت‌مندی (متغیر ترتیبی) از آزمون Crosstabs و Chi-Square با استفاده از جدول توافقی استفاده شد. جدول توافقی نشان می‌دهد که آیا میزان رضایت‌مندی فرد وابسته به جنس و شغل او است یا خیر (بایزیدی و دیگران، ۱۳۸۸: ۵۸). طبق نتایج تحلیل میان متغیرهای جنس و شغل با متغیر رضایت‌مندی، رابطه معنادار وجود دارد. در متغیر شغل، افراد دارای شغل آزاد و کارمندان از وضعیت زیبایی منطقه ناراضی هستند و افراد خانه‌دار، دانشجویان و افراد بیکار معتقدند زیبایی منطقه در سطح متوسط قرار دارد. در زمینه‌ی جنسیت، میزان رضایت‌مندی اکثر زنان و مردان از زیبایی منطقه در سطح متوسط و متوسط به پایین قرار دارد.

جدول ۵- آزمون کا اسکوئر برای رابطه میان شغل و رضایت‌مندی

Sig. (2-sided)	Value	Chi-Square Tests
.۰,۰۰۰	۳۸,۲۸۳	پیرسون - کا اسکوئر
.۰,۰۰۰	۴۸,۸۰۰	نسبت احتمال

منبع: نویسندگان، ۱۳۹۲

بررسی مؤلفه آگاهی شهروندی

برای بررسی مؤلفه‌ی آگاهی شهروندی از پنج گویه استفاده شده است و در پرسش‌نامه، سؤالات یک تا پنج را در بر می‌گیرد. دو سؤال اول درباره‌ی آگاهی از حقوق و وظایف خود، دو سؤال دوم در مورد آگاهی از حقوق و وظایف سازمان و سؤال آخر درباره آگاهی از قوانین و مقررات است. نتایج نشان می‌دهد که آگاهی شهروندان از حقوق خود، در وضعیت مناسب، آگاهی از حقوق سازمان در وضعیت متوسط و آگاهی از قوانین و مقررات در وضعیت بسیار نامناسب است. در مجموع این متغیر کمی بالاتر از سطح متوسط قرار دارد (جدول ۶).

جدول ۶- آگاهی شهروندی

Sig	T	Test value	میانگین	فراوانی					آگاهی شهروندی
				خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	بسیار زیاد	
.۰۰۰	۱۱,۷۲۶	۳	۳,۷۰	۲۱	۵۳	۵۱	۱۵۵	۱۰۴	آگاهی از وظایف خود
.۰۰۰	۵,۳۲۵	۳	۳,۳۶	۴۳	۶۹	۶۸	۱۱۶	۸۸	آگاهی از حقوق خود
.۰۰۰	۶,۰۶۴	۳	۳,۳۸	۳۲	۷۴	۶۵	۱۴۳	۷۰	آگاهی از وظایف سازمان
.۰۰۰	-۴,۸۱۳	۳	۲,۷۰	۷۴	۱۱۹	۷۱	۹۰	۳۰	آگاهی از حقوق سازمان

آگاهی، قوانین و مقررات سازمان	۲۱	۸۰	۵۲	۱۰۳	۱۲۸	۲,۳۸	۳	-۹,۴۱۰	۰۰۰
-------------------------------	----	----	----	-----	-----	------	---	--------	-----

منبع: نویسندگان، ۱۳۹۲

جدول ۷- یکسان سازی و ترکیب نمره متغیرها برای آگاهی شهروندی

T	Test value	mean	Compute
۲,۰۳۵	۱۵	۱۵,۵۱	آگاهی شهروندی

منبع: نویسندگان، ۱۳۹۲

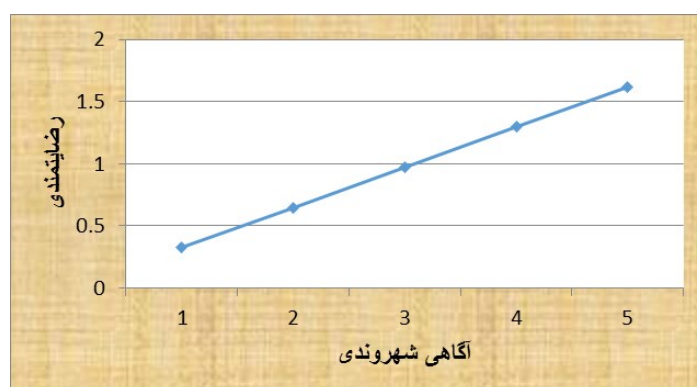
بررسی روابط میان آگاهی شهروندی و رضایت‌مندی

افزایش آگاهی در مورد ساختار و ادراک فرایندهای منظر سبب می‌شود تا ارتباط میان واکنش زیبایی و منظر به وضوح نمایان شود و افزایش آگاهی موجب ارتقای زیبایی از ادراک حسی اولیه به چیزی بامعنا و ارزشمند می‌شود (بل، ۱۳۸۲: ۹۳). نتایج تحلیل نشان می‌دهد که رابطه‌ی معنادار و مثبتی میان رضایت‌مندی و آگاهی شهروندی وجود دارد و با افزایش میزان آگاهی، رضایت‌مندی نیز افزایش می‌یابد. بنابراین سازمان برای افزایش رضایت شهروندان باید سیاست‌های مناسبی برای افزایش آگاهی شهروندان اتخاذ کند.

جدول ۸- رابطه میان آگاهی شهروندی و رضایت‌مندی

آگاهی شهروندی	آزمون هم‌بستگی اسپیرمن	رضایت‌مندی
۰,۳۲۴	ضریب هم‌بستگی	
۰,۰۰۰	معناداری	
۳۸۴	N	

منبع: نویسندگان، ۱۳۹۲



شکل ۳- رابطه آگاهی شهروندی و رضایت‌مندی (منبع: نویسندگان)

بررسی مؤلفه تکالیف شهروندی

نتایج تحلیل که در جدول ۹ نیز مشاهده می‌شود، نشان می‌دهد که شهروندان وظایف خود را در بیش‌تر زمینه‌ها و در قبال سازمان به خوبی انجام می‌دهند و به حقوق و قوانین سازمان احترام می‌گذارند. اما در زمینه دنبال کردن برنامه‌های سازمان ضعف وجود دارد که شهروندان معتقدند این عامل ناشی از ضعف در اطلاع‌رسانی سازمان و عدم آگاهی آنان است.

جدول ۹- تکالیف شهروندی در زیباسازی شهری

Sig	T	Test value	میانگین	Frequency				تکالیف شهروندی	
				کاملاً مخالف	مخالف	بی‌نظر	موافق		کاملاً موافق
۰,۰۰۰	۷۷,۷۵۱	۳	۴,۷۸	۰	۰	۵	۷۶	۳۰۳	مهم بودن زیبایی شهر
۰,۰۰۰	۳۳,۳۴۲	۳	۴,۲۸	۵	۰	۴۰	۱۷۵	۱۶۴	تلاش برای زیبایی شهر
۰,۰۰۰	۳۴,۱۲۵	۳	۴,۳۵	۵	۵	۲۶	۱۶۴	۱۸۴	احترام به حقوق و قوانین سازمان
۰,۰۰۰	۱۴,۶۲۶	۳	۳,۹	۲۰	۳۸	۶۷	۹۳	۱۶۶	پرداخت عوارض
۰,۰۰۰	۱۱,۷۷۶	۳	۳,۷۶	۲۲	۶۲	۴۷	۱۰۷	۱۴۶	نگهداری از فضای سبز و گیاهان
۰,۰۰۰	-۴,۹۹۳	۳	۲,۶۶	۸۸	۱۱۱	۷۱	۷۰	۴۴	دنبال کردن برنامه‌های سازمان
۰,۰۰۰	۳,۳۱۹	۳	۳,۲۳	۵۰	۷۶	۷۸	۹۷	۸۳	تماس با سازمان برای رفع مشکل
۰,۰۰۰	۲۴,۵۷۶	۳	۴,۱۸	۵	۲۷	۳۱	۱۵۰	۱۷۱	تلاش برای زیبایی نمای ساختمان
۰,۰۰۰	۲۲,۸۱۱	۳	۳,۹۷	۰	۲۱	۷۶	۱۸۰	۱۰۷	برداشت زباله از زمین
۰,۰۰۰	۱۲,۹۳۰	۳	۳,۷۹	۲۲	۳۱	۹۹	۸۵	۱۴۷	پاسخ به نظرسنجی و نظرخواهی

منبع: نویسندگان، ۱۳۹۲

جدول ۱۰- یکسان‌سازی نمره متغیرها برای تکالیف شهروندی

Sig	t	Test value	Mean	Compute
۰,۰۰۰	۳۳,۱۷۴	۳۰	۳۸,۹۱	تکالیف

منبع: نویسندگان، ۱۳۹۲

بر اساس نتایج تحلیل، رابطه‌ی معنادار و مثبتی میان رضایت‌مندی و متغیر وظایف شهروندی وجود دارد و به ازای افزایش یک واحد متغیر رضایت، متغیر وظایف ۰/۳۰۲ واحد افزایش می‌یابد. یعنی هر

چقدر شهروندان از عملکرد سازمان رضایت بیش تری داشته باشند، در انجام وظایف خود مصمم تر می شوند. بنابراین ما نتیجه می گیریم که انجام وظایف شهروندی تابعی است از عملکرد سازمان.

جدول ۱۱- رابطه میان رضایتمندی و تکالیف شهروندی

تکالیف شهروندی	رضایتمندی	آزمون همبستگی اسپیرمن	رضایتمندی
۰,۳۰۲	۱	ضریب همبستگی	
۰,۰۰۰	---	معناداری	
۳۸۴	۳۸۴	N	

منبع: نویسندگان، ۱۳۹۲



شکل ۴- رابطه رضایت شهروندی و انجام تکالیف شهروندی (منبع: نویسندگان)

نتیجه گیری

ایجاد حس رضایتمندی در شهروندان در اداره شهر، نیازمند برنامه ریزی منظم و همه جانبه است که مدیریت شهری را قادر می سازد با ارائه تصویری مطلوب از شهرداری و ایجاد تعاملی مؤثر، شهروندان را در عرصه فعالیت های شهری امیدوار سازد؛ زیرا نارضایتی از نهادهای شهری و احساس تبعیض از ارائه خدمات از سوی شهرداری موجب یأس، ناامیدی و مسئولیت ناپذیری شهروندان می شود. بنابراین باید طرح های شهری با توجه به نظر و سلیقه مردم انجام گیرد.

در این باره نیازمند پژوهش هایی هستیم تا به شناخت میزان رضایتمندی و تجزیه و تحلیل آن بپردازد تا طرح های شهری هماهنگ با نیازهای شهروندان باشد. با توجه به اهمیت منظر شهری، در این پژوهش رضایتمندی شهروندان از زیباسازی شهری و علل و عوامل آن مورد توجه قرار گرفت. نتایج پژوهش نشان می دهد که میزان رضایت شهروندان از سازمان زیباسازی در سطح متوسط است. این

بدین معنی است که سازمان زیباسازی نتوانسته به درستی خواسته‌های شهروندان را برآورده کند و شهروندان انتظار بیش‌تری از این سازمان دارند.

بیشترین میزان رضایت‌مندی در زمینه‌ی فضای سبز، زیبایی میداین و رنگ‌آمیزی منطقه مشاهده می‌شود که نشان می‌دهد سازمان زیباسازی در این زمینه‌ها بسیار موفق بوده است و کم‌ترین میزان رضایت‌مندی در زمینه‌های مشارکت، وضعیت پیاده‌روها و در زمینه‌های اطلاع‌رسانی و فرهنگ‌سازی سازمان است. طبق نتایج، میان متغیرهای سن و تحصیلات با متغیر رضایت‌مندی، رابطه معنادار وجود ندارد. به عبارت دیگر تحصیلات مختلف افراد و تفاوت سنی تأثیر چشمگیری بر رضایت‌مندی ندارد. میان متغیر جنس و متغیر رضایت‌مندی، رابطه معناداری وجود دارد و میزان رضایت‌مندی اکثر زنان و مردان از زیبایی منطقه در سطح متوسط و متوسط به پایین قرار دارد. در متغیر شغل، افراد دارای شغل آزاد و کارمندان از وضعیت زیبایی منطقه ناراضی هستند و افراد خانه‌دار، دانشجویان و افراد بیکار معتقدند زیبایی منطقه در سطح متوسط قرار دارد.

طبق نتایج، میزان آگاهی شهروندان در وضعیت متوسط قرار دارد و با توجه به این‌که میان متغیر آگاهی با متغیر رضایت‌مندی رابطه‌ی معنادار و مثبتی وجود دارد، سازمان برای کسب رضایت شهروندان باید سیاست‌هایی را در پیش بگیرد تا بر میزان آگاهی افزوده شود. میان متغیر رضایت‌مندی با تکالیف نیز رابطه معناداری وجود دارد و با افزایش رضایت‌مندی، شهروندان وظایف و تکالیف خود را بهتر انجام می‌دهند. شهروندان پیوسته عملکرد سازمان را ارزیابی می‌کنند. وقتی سازمان در جهت منافع آنان عمل کند، در انجام تکالیف خود مصمم‌تر می‌شوند. در واقع انجام تکالیف شهروندی تابعی است از چگونگی عملکرد سازمان.

پیشنهادها

- توجیه نهادهای مربوطه برای بررسی قوانین و مقررات در جهت ابهام زدایی و اصلاح آن‌ها
- استفاده از ابزارهای مناسب تبلیغاتی برای اطلاع‌رسانی بیش‌تر (به خصوص تلویزیون و رادیو)
- بهبود و گسترش زمینه‌های فرهنگی از طریق سیاست‌های مناسب برای آگاهی شهروندان، همکاری شهروندان و سازمان و تعهد شهروندان در انجام تکالیف خود.
- ایجاد سیاست‌هایی برای مشارکت‌پذیری مردم در تهیه، اجرا و نظارت طرح‌های شهری
- ایجاد سیاست‌های تشویقی برای گسترش روابط شهروندان با سازمان
- ایجاد نمادها و مجسمه‌هایی متناسب با فرهنگ اسلامی- ایرانی
- تخصیص فضاهایی برای شغل‌های غیررسمی و انتقال آن‌ها از خیابان‌ها به آنجا و سامان دادن به جغرافیای پیاده‌روها

- ایجاد فضاهای زیبا و سرگرم‌کننده در نقاط مختلف منطقه

منابع

۱. باغستانی برزکی، حوریه. ۱۳۸۷. بررسی تأثیر آگاهی شهروندان از حقوق شهروندی بر توسعه شهروندی فعال و پاسخ‌گویی و شفافیت شهرداری تهران. پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، رشته مدیریت امور شهری، دانشگاه تهران.
۲. بایزیدی و دیگران. ۱۳۸۸. تحلیل داده‌های پرسشنامه‌ای با کمک نرم‌افزار SPSS (PASW)18. تهران، انتشارات عابد.
۳. بل، سایمون. ۱۳۸۲. منظر: الگو، ادراک و فرایند. ترجمه بهناز امین‌زاده. چاپ اول، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
۴. جهانشاهی، محمد. ۱۳۹۰. زیباسازی-خلاقیت در شهرسازی. قابل دسترسی از طریق سایت: <http://articlepersian.persianblog.ir>
۵. حکمت نیا، حسن و میر نجف موسوی. ۱۳۸۶. سنجش میزان و عوامل مؤثر بر رضایت‌مندی شهروندان از عملکرد شهرداری (مطالعه موردی: شهر یزد)، مجله جغرافیا و توسعه، بهار و تابستان.
۶. دانش، جابر. ۱۳۹۲. زیباسازی شهری، ضرورت توسعه‌ی همگون شهر. قابل دسترسی از طریق سایت: <http://www.memarnet.com>
۷. رفیعیان، مجتبی و زهرا خدایی. ۱۳۸۸. بررسی شاخص‌ها و معیارهای مؤثر بر رضایت‌مندی شهروندان از فضاهای عمومی شهری، فصل‌نامه‌ی راهبرد، سال هجدهم، شماره‌ی ۵۳، زمستان ۱۳۸۸، صفحات ۲۲۷-۲۴۸.
۸. رفیعیان، مجتبی و همکاران. ۱۳۸۸. رضایت‌مندی شهروندان از محیط‌های سکونتی شهری، علوم محیطی، سال هفتم، شماره‌ی اول، پاییز، صفحات ۵۷-۶۸.
۹. شهرداری تهران. ۱۳۹۲. حقوق شهروندی. قابل دسترسی از طریق سایت: <http://www.tehran.ir>
۱۰. فرجی سبکبار، حسن‌علی. ۱۳۹۲. جزوه کلاسی درس GIS. مقطع کارشناسی‌ارشد، رشته برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه تهران.
۱۱. ماتلاک، جان. ل. ۱۳۷۹. آشنایی با طراحی محیط و منظر. ترجمه معاونت آموزش و پژوهش سازمان پارک‌ها و فضای سبز شهر تهران. جلد دوم، تهران، انتشارات سازمان پارک‌ها و فضای سبز شهر تهران.
۱۲. متولی، مسعود. ۱۳۸۹. بررسی و سنجش کیفیت زیبایی در منظر شهری بر اساس مفهوم دیده‌های متوالی (مطالعه موردی: مسیر گردشگری داراباد تهران)، آرمانشهر، شماره ۵، صفحات ۱۲۳-۱۳۹.
۱۳. موحد، علی و دیگران (۱۳۹۳). تحلیل نابرابری‌های فضایی خدمات در سطح محلات منطقه ۶ تهران. مجله آمایش سرزمین. شماره اول. ص ۸۲-۵۹.
۱۴. مرتضوی، سید حمزه. ۱۳۹۱. موانع مؤثر بر زیباسازی شهری. قابل دسترسی از طریق سایت: <http://mohammadshatian.blogfa.com>

۱۵. موره، ژان پیر و دیگران. ۱۳۷۳. فضاهای شهری: طراحی، اجرا، مدیریت. ترجمه‌ی حسین رضایی؛ میرمعزالدین مجایی و محسن رسولی. چاپ اول، انتشارات مونی‌تور.
۱۶. هیراسکار، جی‌کی. ۱۳۸۶. درآمدی بر مبانی برنامه‌ریزی شهری. ترجمه محمد سلیمانی و احمدرضا یکانی فرد. چاپ اول، تهران، دانشگاه تربیت معلم.
17. Aktas, A. et al. 2009. Assessing holiday satisfaction of German and Russian tourists visiting alanya. *Journal of tourism and hospitality Management*. 1(1): 1-12.
18. Del Bosque, I.R and San martin, H. 2008. Tourist satisfaction: cognitive-affective model. *Annals tourism research*. 35 (2): 551-573.
19. Deniz, A. 2012. Measuring the satisfaction of citizens for the services given by the municipality: the case of Kirsehir municipality. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. pp. 555-560
20. Friedman, J. 2002. *The prospect of cities*. University of Minnesota Press. Minneapolis
21. Gungor, H. 2007. *Emotional satisfaction of customer contacts*. Amsterdam, Amsterdam university press.
22. Richards, M. et al. 2003. Impacts of illegality and barriers to legality: a diagnostic analysis of illegal logging in Honduras and Nicaragua. *International Forestry Review*. pp. 282-292
23. Van Poll, R. 1997. *The Perceived Quality of the Urban Residential Environment A Multi-Attribute Evaluation*. Gronigen University Press.

