

# سنجش و ارزیابی کیفیت پیاده‌راه‌های شهری از منظر شهر خلاق، مورد مطالعاتی: پیاده‌راه مرکزی کلان شهر رشت\*

آمنه اکرا سردشتی<sup>۱</sup> - احسن سجاذزاده<sup>۲</sup>

۱. کارشناسی ارشد طراحی شهری، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران.
۲. دانشیار گروه شهرسازی، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران (نویسنده مسئول).

تاریخ دریافت: ۹۸/۰۷/۰۸ تاریخ اصلاحات: ۹۸/۰۸/۱۹ تاریخ پذیرش نهایی: ۹۸/۱۰/۱۷ تاریخ انتشار: ۰۰/۰۳/۳۱

## چکیده

در سال‌های اخیر، برنامه‌ریزان و طراحان شهری با بهره‌گیری از خلاقیت‌ها و جذابیت‌های فرهنگی و اجتماعی در فضاهای شهری، به‌عنوان فرصتی در جهت ایجاد محیطی توأم با رفاه و تجدیدنظر در سرزندگی و فرصتی برای حضور طبقه خلاق در فضاهای شهری پرداخته‌اند. این مقاله، با هدف بررسی کیفیت‌های مطلوب محیط شهری در نتیجه رویکرد پیاده‌مداری به ارزیابی و سنجش شهر خلاق در پیاده‌راه فرهنگی شهر رشت در ایران پرداخته است. بنابراین به لحاظ روش شناختی بعد از تبیین ماهیت شهر خلاق و همچنین بررسی دیدگاه اندیشمندان در ارتباط با کیفیت‌های محیطی، مدل مفهومی فضای شهری خلاق تدوین شده است. سپس از طریق پرسش‌نامه و تحلیل از طریق نرم‌افزار SPSS و مدل رگرسیون، پیرسون و فریدمن شاخص‌ها و معیارهای فضای شهری خلاق مورد ارزیابی قرار گرفته است. نتیجه حاصل از تحلیل‌های انجام شده بر پنج مؤلفه کالبدی، عملکردی، اجتماعی، ادراکی و زیست‌محیطی در ارتباط با فضای شهری خلاق نشان می‌دهد که مؤلفه‌های اجتماعی، محیط‌زیست فعال و عملکردی از سطح معناداری بیش‌تری نسبت به مؤلفه‌های دیگر برخوردارند، لذا با ارائه راهکارهایی نظیر: توجه به اقتصاد خلاق، دارایی‌های فرهنگی، انعطاف‌پذیری فضایی، مکان‌سازی شهری، توجه به نیروها و دانش‌های بومی و محلی، ارتقا اقتصاد بومی و غیره، محیط شهری خلاق دست یافت. در نهایت پیشنهاداتی نیز مبتنی بر تحلیل‌ها و شواهد تجربی در راستای ارتقاء کیفیت فضاهای شهری به منظور تحقق شهر خلاق ارائه شده است.

واژگان کلیدی: شهر خلاق، پیاده‌راه‌های شهری، کیفیت محیطی.

\* این مقاله برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد نویسنده اول با عنوان «نقش رویدادهای فرهنگی در شکل‌گیری فضای شهری خلاق در شهر ایرانی (نمونه موردی: مجموعه پیاده‌راه‌های شهر رشت)» با راهنمایی نویسنده دوم در دانشکده هنر و معماری در سال ۱۳۹۷ انجام شده است.  
\*\* E\_mail: sajadzadeh@basu.ac.ir

## ۱. مقدمه

در دهه‌های اخیر همزمان با ارتقاء کیفیت محیطی فضاهای شهری نظیر ارتقاء کیفیت پیاده‌مداری در محورها و خیابان‌های شهری، شاهد امکان و فرصت بروز خلاقیت‌های شهری هستیم. به دلیل غلبه ماشین در شهرها و کم‌رنگ شدن حضور عابر پیاده، اهمیت پیاده‌مداری در کشورهای در حال توسعه، پیوسته در حال افزایش است (Iran- manesh, 2008, p. 1). ایجاد فضای مطلوب شهری، نیازمند بهره‌گیری از دانش‌ها و مهارت‌های بومی و محلی است؛ براساس این ویژگی‌ها می‌توان پیاده‌مداری را به شکل موفقیت آمیزی ارتقا داد (Methorst, Monterde-i-Bort, Risser, Sauter, Tight, & Walker, 2010, p. 11). تنوع حضور مردم به‌خصوص حضور کودکان، سالمندان و مردم با ناتوانی خاص، نشان‌گر کیفیت، موفقیت، سلامت و امنیت یک فضای پیاده است (Nosal, 2009, p. 7). مامفورد معتقد است در شهر اولیه روابط زیادی وجود داشت که منجر به نوآوری‌های اجتماعی و خلاقیت در زندگی شهری می‌شد (Sharepour, 2010, p. 48). از نظر وی؛ شهر محل تجلی تمدن است که طی قرن‌ها، نوآوری‌های زیادی را پدید آورده است. وجود فضای عمومی مطلوب در شهر می‌تواند بستر مناسبی برای جذب طبقه خلاق و بروز فعالیت این گروه اجتماعی را فراهم کند (Jacobs, 1969). فضاهایی که می‌تواند با دربرگیری کیفیات مطلوب محیطی نظیر: تنوع، سرزندگی، انعطاف‌پذیری و غیره، زمینه‌ساز جذب افراد، سودرسانی به ابعاد مختلف جامعه نظیر: تولید دانش و خلاقیت، افزایش سرمایه اجتماعی، ایجاد و استحکام شبکه اجتماعی شهری و غیره شوند. این فضاها به دلیل ماهیت خود حق ورود و حضور هر قشر، سن، نژاد و صنفی را بدون هیچ‌گونه محدودیتی به عموم شهروندان می‌دهد و فضایی مناسب را برای گردهمایی و تجمع شهروندان با برقراری ارتباطات و تعاملات بین آن‌ها از طریق ایجاد ارتباط با محیط شهری فراهم می‌کند. از طرف دیگر، فضاهای عمومی می‌تواند مکانی برای نشان دادن خلاقیت‌های هر شهروند باشد، چرا که امروز، گرانی هزینه‌های نمایش خلاقیت‌ها مثلاً نمایشگاه‌ها یا گالری‌های هنری، باعث می‌شود افراد خلاق معمولاً از ارائه خلاقیت خود جلوگیری کنند (Saeedi, 2010).

سوق دادن تصمیمات شهری به سمت شهر خلاق یکی از مسائل مهم امروز در حوزه مدیریت شهری است و ایده شهر خلاق که از دهه ۱۹۸۰ به بعد مطرح شده است، ارتباط مستقیمی با بازآفرینی شهری دارد (Ratiu, 2013, p. 125). در دو دهه گذشته نیز، خلاقیت و ارتباط آن با فضاهای شهری به بحث‌های مهمی در حوزه‌های فرهنگ، اقتصاد، جغرافیا، جامعه‌شناسی و همچنین مطالعات شهری تبدیل شده است (Durmaz, 2015). براین اساس یکی از مهم‌ترین ضروریات پرداختن به شهر خلاق توجه جامع به ابعاد اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی در راستای ارتقاء

کیفیت فضاهای شهری می‌باشد. خلاقیت در شهرها نیازمند ایجاد زیرساخت‌های نرم و سخت شامل: زیرساخت‌های ذهنی، شیوه نگرش شهر به فرصت‌ها و مشکلات و فراهم نمودن شرایط مکانی و فضایی پرورش خلاقیت از طریق ساختارهای قانونی و بسته‌های تشویقی است (Mokhtari Malekabadi, Marsousi, Ali Akbari, & Amini, 2015, p. 162). جنبش خلاقیت در شهر از دو رویکرد پایه‌ای برای نائل شدن به شهر خلاق نشأت می‌گیرد که یکی توسط چارلز لندری (۲۰۰۰) و دیگری توسط ریچارد فلوریدا (۲۰۰۵) مطرح شده است. اولین کسی که بحث «شهر خلاق» را مطرح می‌سازد، چارلز لندری است که در سال‌های ۱۹۹۵ تا ۲۰۰۰ شاخه‌های شهرهای خلاق را بیان می‌کند (Landry, 2000). همچنین، شهر خلاق منزلی برای خلاقیت هنری، نوآوری‌های علمی و فناورانه و صدای فرهنگ‌های رو به رشد است (Ebrahimi, 2010). پرداختن به موضوع فضای شهری خلاق از این جهت اهمیت دارد که طراحی و مدیریت خوب یک قلمرو عمومی، باعث بروز تعاملات اجتماعی شده و حس کنجکاوی را در افراد برمی‌انگیزاند. این امر سبب می‌شود تا شهروندان با برخورداری که با هم‌نوعان خود یا عناصر فضا دارند، به یادگیری آنچه که در محیط پیرامون رخ می‌دهد، بپردازند. به این ترتیب شهروندان از لحاظ فکری رشد یافته که این امر باعث بروز خلاقیت می‌شود. در حقیقت، زمانی خلاقیت به عمل می‌رسد که فرصتی در شهر برای شهروندان فراهم شود تا به تعامل بپردازند و این امر تنها می‌تواند در فضای شهری صورت پذیرد. عدم وجود چنین فضاهایی در شهرهای بزرگ ایران چه از لحاظ کالبدی و چه از لحاظ عملکردی، ضربه هولناکی بر پیکره فضاهای شهری ما بوده و در نهایت سبب گریز مردم از عرصه عمومی شده است. این تحقیق سعی دارد به تبیین راهکارهایی برای این معضل از طریق از طریق بهبود کیفیت پیاده‌راه‌ها بپردازد. در شهر رشت وجود فضای عمومی خلاقانه که از یک طرف هنر را به متن زندگی روزمره مردم جاری سازد و از طرفی دیگر تجربه خلاقانه فضا را به آن‌ها عرضه کند خالی است. به این ترتیب با تبیین این گونه از فضاها، شهروندان در عرصه عمومی برای تجربه‌های خلاقانه متفاوت در فضای شهری و فعالیت‌های متنوع حضور پیدا خواهند کرد. از آنجایی که شهر رشت در سال‌های اخیر در مسیر بازآفرینی فرهنگی گام برداشته است و بخش مرکزی آن به پیاده‌راه تبدیل شده است به دنبال استفاده هرچه بیش‌تر از پتانسیل‌های فرهنگی موجود در راستای ارتقا و بهبود کیفیت فضاهای شهری خود است. این تحقیق ضمن بررسی پیشینه مفهومی شهر خلاق در بخش دوم، به استخراج شاخص‌ها و جنبه‌های معنی‌دار شهر خلاق براساس پنج شاخص: کالبدی، عملکردی، اجتماعی، ادراکی و زیست‌محیطی پرداخته و سپس در بخش سوم با بهره‌گیری از آزمون‌های استنباطی نظیر: آزمون رگرسیون، پیرسون و فریدمن در بخش چهارم به سنجش و ارزیابی

تغییر سیاسی خود منتقل شده است (Savini & Dem- bski, 2016). شهرها همواره مکانی برای ابداع، نوآوری و خلاقیت هستند و در طول تاریخ برای توسعه انسانی، خلاقیت و رشد مهم بوده‌اند (Völker & Kistemann, 2011). فلسفه شهر خلاق آن است که در هر شهری همیشه ظرفیتی بسیار بیش‌تر از آنچه در وهله اول به تصور می‌آید، وجود دارد. در این شهر، مسئولین شهری خدمات همگانی و زیرساخت‌های اجتماعی و اقتصادی را به نوین‌ترین، کاراترین، زیباترین و بهره‌ورترین روش ارائه می‌نمایند.

یک شهر خلاق به پیش‌بینی مامفورد (۱۹۸۳) و جیکوبز (۱۹۶۱)، یک شهر گوناگون و متنوع است و یک شهر گوناگون در واقعیت یک شهر عادلانه است (Shaw, 2014, p. 9). از طرفی پیاده‌راه‌ها با داشتن بیش‌ترین میزان تعاملات اجتماعی و مکانی مناسب جهت برقراری فعالیت‌های جمعی و ارتقاء کیفیت فضای شهری می‌تواند زمینه و بستر مناسبی در راستای تبدیل شدن به فضایی خلاق باشد (Nosal, 2009). بخشی از این اشاعه گسترده ایده‌آل‌های شهر خلاق از طریق راه‌اندازی شبکه جهانی ایده‌آل‌های شهر خلاق در سال ۲۰۰۴ در یونسکو میسر شد و به سرعت در اروپا، آمریکا، آسیا و کشورهای توسعه‌یافته سرتاسر جهان مورد توجه قرار گرفت (Ak- bari Motlagh, 2013). ایده اصلی این است که حرفه‌های خلاق به سادگی با پاداش‌های مادی انگیزه پیدا نمی‌کنند، بلکه، مکانی «خلاق»، «قابل تحمل» و «هیجان انگیز» برای زندگی می‌خواهند (Florida, 2002; Vanolo, 2008). فلوریدا معتقد است شهرها، ظرف بروز خلاقیت هستند که همیشه چرخ‌های حرکت، تمرکز و هدایت انرژی خلاق بشر بوده‌اند. داشتن شهر خلاق نیازمند بستری هست تا از طریق آن، شهروندان بتوانند شهر خلاق را شکل دهند (Florida, 2002). شهر خلاق تاریخ ناشناخته طولانی‌ای دارد. ایده شهر خلاق از کارهای لوئیس مامفورد (۱۹۳۸) با نام فرهنگ شهرها و جین جیکوبز (۱۹۶۱) در کتاب مرگ و زندگی شهرهای بزرگ آمریکا نشأت می‌گیرد. هر دوی آن‌ها یک شهر خوب را به‌عنوان یک شهر متنوع با اجتماع، اقتصاد، فرهنگ و توانمند را به تصویر کشیدند، تنوعی که برگرفته از تولید، مشارکت عمومی و خلاقیت است. سالیان بعد (Landry & Bianchini, 1995) پیشنهاد کردند که خلاقیت در اقتصاد محلی مؤثر است. چارلز لندری شهر خلاق را ابزاری برای نوآوران شهری دانسته و تأکید کرد که در اقتصاد شهری مدرن، ارزش صنایع فرهنگی به‌عنوان یک بخش به هم پیوسته دارای سریع‌ترین رشد است (Landry, 2000, p. 6). همچنین بیانچی و لندری<sup>۱</sup> بر روی استعدادها و خلاق بومی تأکید دارند که اگر پرورش یابند می‌تواند زندگی عمومی و اجتماعی شهر را روحی تازه بخشد (Landry, 2000, p. 22). سیر شکل‌گیری شهر خلاق را در جدول زیر عنوان شده است:

فضاهای شهری پیاده از منظر شهر خلاق پرداخته است. در نهایت در بخش پنجم به بحث و نتیجه‌گیری براساس یافته‌های تحقیق پرداخته شده و پیشنهاداتی نیز ارائه شده است. براین اساس فرضیه‌های زیر را می‌توان بیان نمود:

۱. توجه به ابعاد کیفیت فضایی نظیر سنگ فرش نمودن بدنه‌های شهری و توجه به سیما و منظر شهری نقش مهمی در ارتقاء کیفیت فضاهای شهری از منظر شهر خلاق خواهد داشت.
۲. امکان حضور بازارهای غیررسمی و خرده فروش‌های موقت از منظر اقتصادی و فرهنگی نقش به‌سزایی در تحقق شهر خلاق در فضاهای شهری دارد.
۳. ارتقاء کاربرهای تفریحی و توجه به تنوع کارکردها و عملکردهای شهری در ایجاد زمینه شهر خلاق نقش مهمی ایفاء می‌نماید.

## ۲. پیشینه پژوهش

اصطلاح خلاقیت که به ویژه در رشته‌های بسیاری از جمله در روان‌شناسی، جامعه‌شناسی، انسان‌شناسی و اقتصاد تعریف و بحث شده، آن را به یک حوزه تحقیقاتی فراگیر تبدیل کرده است. تعریف خلاقیت به ویژگی‌های عمومی جامعه و به رشته‌ای خاص که توسط آن بررسی می‌شود، بستگی دارد. این اصطلاح به شکلی گسترده می‌تواند به‌عنوان، ظهور چیزی متعالی و مناسب از منظر یک شخص، گروه یا جامع تعریف شود (Sawyer, 2006, p. 33).

مفهوم شهر خلاق، بر تولیدات فرهنگی متمرکز است، یعنی تولید کالاها و خدمات فرهنگی با فعالیت‌هایی در ارتباط قرار می‌گیرند که مرکز خلاقیت به حساب می‌آیند (Rabbani Khorasgani, Rabbani, AdibiSedeh, & Moazani, 2011, p. 161). امروزه اکثر هنرمندان به دنبال شهرهایی هستند که دارای میراث فرهنگی غنی جهت نوآوری و برگزاری ایده‌های خلاقانه باشند. ایده شهر خلاق این بود که بیش‌تر از پتانسیلی که در یک مکان وجود دارد، می‌توان از آن استفاده کرد (Redaelli, 2011, p. 87). کاکویچی در تحقیقی با عنوان «شهرهای فرهنگی خلاق در ژاپن: واقعیت، چشم‌انداز» به این نتیجه رسید که ارتقاء صنایع دستی سنتی و دیگر اقدامات ظرفیت‌ساز که به افزایش جذابیت شهر کمک می‌کند، به‌طور غیرمستقیم از لوازم خدمت‌رسان گردشگری فرهنگی است؛ بنابراین سیاست شهر خلاق می‌تواند دارایی‌های فرهنگی را افزایش و به تغییر مدل‌های رشد قبلی به یک مدل خدمت‌رسان و پایدار کمک کند (Kakiuchi, 2015). همچنین ساوینی و دمبسکی (۲۰۱۶)، در مقاله‌ای تحت عنوان «ساخت شهر خلاق: نمادها و سیاست آمستردام شمالی» دریافتند با نگاهی به اقدامات نمادین، زبان‌ها و اشیاء ما، توضیح می‌دهد که چگونه از طریق نمادهایی که تصاویر گذشته صنعت تولید و نیروی کار انسانی را پیوند می‌دهد، این

شکل ۱: روند تکاملی رویکرد خلاقیت



از مهم‌ترین راه‌های جذب و حفظ گروه خلاق را ارتقای کیفیت مکان و تأمین ترجیحات محیطی گروه خلاق بیان می‌کند (Dadpour, 2011). شهر خلاق با تأکید بر فضاهای همسایگی و شهری، هویت‌مندی، ایجاد زمینه استفاده از فناوری در فضا، کشف استعداد مردم و کالبدی مبتنی بر فرهنگ و فضاهای جمعی، فضاهای عمومی درخور حضور مردم را فراهم می‌کند و گونه‌های معرفی شده را به‌عنوان پایه‌ای برای شکل‌گیری هویت فرهنگی و اجتماعی استفاده می‌کند و در نهایت، عملکرد تعریف شده‌ای را در سطوح مختلف، در فضای عمومی تعیین می‌کند. ساختار شهر خلاق ویژگی‌هایی دارد که شالوده فضای عمومی با قابلیت حضور بالای مردم را دارد. این ویژگی‌ها با توجه به مباحث مورد بررسی و ساختار معین شده شهر خلاق شامل موارد زیر است:

- الف. شهر خلاق، پیشرفت‌های اجتماعی را در قالب نهادهای اجتماعی و فرهنگی سرعت می‌بخشد.
- ب. در این شهر غلبه یکی بر دیگری وجود ندارد و فرصت برای تمامی اقشار و گروه‌ها به یک میزان وجود دارد.
- ج. محله‌هایی متنوع و فضاهای مستعد
- د. فعالیت‌ها و کاربری‌های متناسب با مقیاس عملکرد و شکوفا کننده استعداد مردم
- ر. فضاهای عمومی با ظرفیت بالای تجمع
- ز. دسترسی مناسب و ارتباط‌دهنده فضاهای عمومی
- س. محله‌های با هویت و منسجم که یک اجتماع محلی منسجم را امکان‌پذیر می‌سازد.
- ش. تنوع فعالیتی و فضایی با برنامه‌ریزی خلاقانه
- و. وجود عرصه اجتماعی باز و مردمسالار برای بیان عقاید و ابراز نظرات مردمی
- ی. مشارکت در برنامه شهری و محلی از طریق برنامه‌ریزی فرهنگی (Irandoost & Gholami, 2015, p. 5).

پایه‌های شهر خلاق را می‌توان در سه زمینه اقتصاد، فرهنگ و مکان در نظر گرفت. محیط‌های قابل اعتماد شهری با آزادی‌های تفریحی و فرهنگی مدیریت می‌شوند، تا افراد خلاق را جذب و حفظ کنند. شهرها به‌عنوان یک نظام فرهنگی توسط میراث‌های انسانی و طبیعی شکل گرفته‌اند و محصول ارزش‌ها و عقاید شهروندان خود هستند. به همین دلیل شهرها برای تولید ثروت، باید محیط‌های شهری قوی بسازند و از نظر فرهنگی از طریق برنامه‌های بهتر بین مکان، اقتصاد و فرهنگ یکپارچگی، ایجاد نمایند (AuthentiCity, 2008, p. 21). ایده مطرح شده در نظریه فلوریدا با عنوان «طبقه خلاق» معروف شده است، به‌طور خلاصه عبارت است از این‌که میزان توسعه اقتصادی شهر با میزان حضور و تمرکز متخصصین تکنولوژی پیشرفته، هنرمندان، موسیقی‌دانان و به‌طور کلی قشر فرهیخته جامعه که او آن‌ها را «طبقه خلاق» می‌نامد، بستگی مستقیم دارد. به نظر فلوریدا این طبقه خلاق است که باعث به وجود آمدن یک جامعه پویا و رو به رشد می‌شود و نخبگان دیگر را نیز به جامعه جذب می‌نماید. از سوی دیگر جامعه‌ای طبقه خلاق را به خود جذب می‌کند که دارای سه مؤلفه فن آوری، استعداد و سازگاری باشد (Florida, Gates, Knudsen, & Stola- rick, 2006). فلوریدا با توجه به تحقیقات گسترده خود در مورد عوامل جذب طبقه خلاق به شهرهای مختلف دنیا به ویژه ایالات متحده، نقش محوری «کیفیت مکان» را در جذب گروه خلاق به یک شهر یا منطقه شهری آشکار ساخته است. در واقع وی برخلاف نظریه‌های پیشین که عامل جذب افراد به یک شهر را وجود شغل مناسب و عوامل اقتصادی می‌دانستند، ادعا می‌کند از نظر گروه خلاق عامل کیفیت مکان توأمان با معیارهای اقتصادی و حتی در برخی موارد بیش از آن‌ها برای انتخاب یک شهر به منظور کار و زندگی اهمیت دارد. در نتیجه او یکی

جدول ۱: شاخص‌های شهر خلاق از دیدگاه نظریه‌پردازان

نظریه‌پردازان	شاخص‌های خلاقیت
ریچارد فلوریدا	امکانات مطلوب گروه خلاق شامل: فعالیت‌های غیررسمی، فعالیت‌های مشارکتی و فعالیت‌های همه شمول امکانات فرهنگی شامل: سالن‌های موسیقی خاص، نمایشگاه هنری، تئاتر و غیره سلامتی و پاکیزگی شهر و محیط طبیعی حفظ ساختمان‌های تاریخی و محلات قدیمی در شهر تنوعی از افراد از لحاظ: نژادی، سنی، فرهنگی، جنسیتی و غیره مطلوبیت قلمرو همگانی نظیر: حمل و نقل مطلوب، مسکن مناسب، نزدیکی به شغل، نزدیکی به طبیعت و غیره
چارلز لندری	تمايز، تلورانس و سرزندگی محیط آموزش‌دهنده ارتباط‌پذیری
یونسکو	هنر مردمی هنر رسانه‌ای طراحی
	زیست‌پذیری و بهزیستی وضوح، اعتماد و دسترسی اکتشاف و نوآوری تغذیه ادبیات فیلم و موسیقی

باید شامل عناصری باشد که توسط نظریه‌پردازان گوناگون مطرح شده است: فضاهای عمومی پر جنب و جوش، تنوع چند فرهنگی، رستوران‌ها و کافه‌ها، وجود معماری تاریخی و فرهنگی، امکانات فراغتی، سرمایه‌گذاری در زمینه‌های هنری (Shaw, 2014, p. 3). پس از بررسی منابع مختلف و کنکاش در نظریه‌های اندیشمندان حوزه شهرسازی، کیفیات‌های مؤثر بر مطلوبیت فضاها و شاخص‌های محیطی مؤثر بر شکل‌گیری پیاده‌راه‌های خلاق گردآوری شده است. که شامل جدول زیر با پنج مؤلفه و ۴۴ سنجه می‌باشد:

کیفیت مکان می‌تواند متأثر از افراد استفاده‌کننده و حاضر در آن مکان شامل ذهنیات، فعالیت‌ها و غیره باشد و یا بالعکس این کیفیت، تأثیرگذار بر جذب یا دفع افراد، نوع و چگونگی انجام فعالیت‌ها، برداشت‌ها و سیمای ذهنی و غیره افراد باشد. فضای عمومی از مزایای و ویژگی‌هایی برخوردار است که می‌تواند نقش بسیار مهمی در ایجاد شهر خلاق داشته باشد؛ مانند: سرزندگی، تنوع، هویت‌دهی، جذابیت، ارزش اقتصادی و مشارکت و به دنبال آن ارتقای کیفیت زندگی شهروندان (Mohamadi & Majidfar, 2010, p. 40). برای جذب یک طبقه خلاق در یک شهر، آن شهر

جدول ۲: کیفیات پیاده‌راه‌های خلاق دیدگاه نظریه‌پردازان

شاخص	زیرشاخص	نظریه‌پرداز	سنجه‌های اندازه‌گیری کیفیات شهر خلاق
کاپی	یکپارچگی	(Pakzad, 2004)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- وجود ریتم و هماهنگی در المان‌ها</li> <li>- وجود ریتم در نما</li> <li>- وجود ریتم در کفیوش‌ها</li> <li>- پیوستگی مسیر پیاده از مبدا تا مقصد</li> <li>- وحدت فضایی در طول مسیر</li> <li>- سیمای خلاق</li> <li>- هنرهای تجسمی</li> </ul>
مملکتی	تنوع	(Pourahmad, Hajisharifi, & Ramezanzadeh Lasbooyee, 2012)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- تنوع کاربری‌ها</li> <li>- تنوع فعالیت‌ها: فعالیت رسمی، فراگیر و مشارکتی، تنوع افراد</li> <li>- ترکیبی از فضاهای آرام و هیجان‌انگیز</li> <li>- توجه به مقیاس انسانی در فضا</li> <li>- ارتقا اقتصاد بومی و محلی</li> <li>- همه شمولی</li> </ul>
	انعطاف‌پذیری	(Pakzad, 2004; Pourahmad, Hajisharifi, & Ramezanzadeh Lasbooyee, 2012)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- قابلیت استفاده‌های متفاوت از فضا</li> <li>- قابلیت استفاده از فضا در زمان‌های مختلف</li> <li>- انعطاف‌پذیری در انجام فعالیت‌های برنامه‌ریزی شده و نشده</li> <li>- وجود تناسبات ساختمانی مناسب</li> <li>- وجود طیف رنگ پویا و متنوع در مسیر</li> <li>- محصوریت</li> </ul>
		(Detter, 2000; Mateo-Babiano, 2003; Montgomery, 2003; Hatefi Farajian, Habib, & Mohammadnia Gharaei, 2016)	

شاخص	زیر شاخص	نظریه پرداز	سنجه‌های اندازه‌گیری کیفیات شهر خلاق
انتمایه	سرزندگی	(Pakzad, 2004; Pourahmad, Hajisharifi, & Ramezanzadeh Lasbooyee, 2012; Abbaszade & Tamri, 2012; Mohamadi & Majidfar, 2010)	- آسایش روانی - وجود کاربری‌های ۲۴ ساعته - وجود فعالیتهای پیاده بعد از ساعت کاری - وجود فعالیتهای پر جنب و جوش در ساعات مختلف روز - وجود پیچیدگی، لذت بصری و جذابیت در محیط مصنوع شهری - برگزاری نمایش‌های شبانه
	پویایی	(Montgomery, 2003; Landry, 2000; Hatefi Farajian, Habib, & Mohammadnia Gharaei, 2016)	- حضورپذیری - وجود فضای مکث و قرارگاه‌های رفتاری - وجود مبلمان متنوع در مسیر
ادراکی	اجتماع‌پذیری	(Shojaee & Partovi, 2015; Abbaszade & Tamri, 2012; Shokouhi dolat abadi, & Masoud, 2010)	- فراهم کردن فضاهایی برای اجتماعات در ساعات مختلف شهر - ارتباطات اجتماعی سازمان یافته و تصادفی - حضور طولانی در فضا
	هویت	(Gehl, 2002; NZTA, 2009; Hatefi Farajian, Habib, & Mohammadnia Gharaei, 2016; Leyden, 2003; Show, 2014)	- آسایش و لذت بخشی در فضا - جشنواره‌ها و رخداد‌های فرهنگی - اجراهای خیابانی
معماری	خوانایی	(Montgomery, 2003; Landry, 2000; Hatefi Farajian, Habib, & Mohammadnia Gharaei, 2016)	- وجود خاطرات جمعی در فضا - وجود ساختمان‌های بارز و برجسته از نظر معماری - وجود آثار تاریخی - وجود فعالیتهای بومی و خاطره‌انگیز
	حس تعلق	(Partovi, 2012; Pourahmad, Hajisharifi, & Ramezanzadeh Lasbooyee, 2012) (Detter, 2000; Montgomery, 2003; Hatefi Farajian, Habib, & Mohammadnia Gharaei, 2016)	- امکان تمایز مسیر از دیگر مسیرها و شناسایی آن - وجود عناصر برجسته فیزیکی و بصری و نشانه
معماری	سرسبزی	(Pourahmad, Hajisharifi, & Ramezanzadeh Lasbooyee, 2012)	- وجود بناهای خاطره‌انگیز - وجود کاربری‌های خاطره‌انگیز - وجود عناصر محیطی خاطره‌انگیز
	پایداری	(Florida, 2002) (Landry, 2000; Florida, 2002)	- حفظ میراث طبیعی - بهره‌وری انرژی از طریق توجه به اقلیم و مصالح بومی

پس از مطالعه منابع علمی از اندیشمندان مختلف در حوزه مربوطه و همچنین مطالعات میدانی دقیق در نمونه‌موردی مذکور تدوین شده و مدل نهایی کیفیات پیاده‌راه‌های خلاق در قالب شکل تبیین شده است.

به منظور دستیابی به چارچوب نهایی کیفیت پیاده‌راه‌های خلاق، معیارهای مورد بررسی در ابعاد مختلف آن با توجه به رویکرد شهر خلاق شکل گرفته است. معیارهای منتخب با توجه به تطبیق دقیق شاخص‌ها و عوامل مؤثر در ارتقا کیفیت زندگی و پدیدآوری پیاده‌راه‌های خلاق

شکل ۲: دیاگرام کیفیت پیاده‌راه‌ها از منظر شهر خلاق بر اساس دیدگاه نظریه پردازان



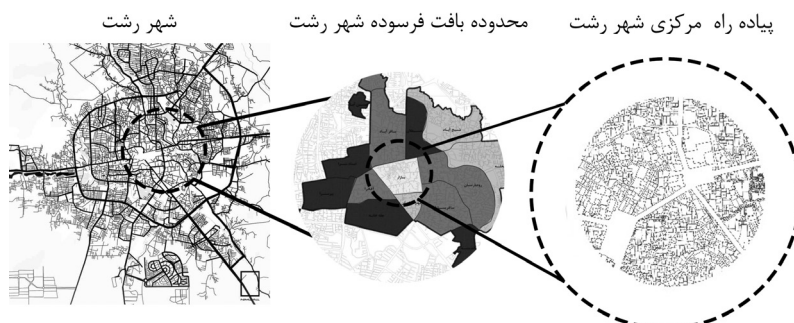
### ۳. روش پژوهش

جهت سنجش کیفیات پیاده‌راه خلاق و بررسی میزان رضایت‌مندی مردم از محدوده مورد مطالعه بر اساس پنج مؤلفه کالبدی، اجتماعی، عملکردی، ادراکی و زیست‌محیطی، پرسشنامه‌ای ۶۰ سؤالی شامل شاخص‌های اصلی و زیرشاخص‌های شهر خلاق تنظیم شده است. جهت انتخاب حجم نمونه با توجه به شلوغ‌ترین ساعات حضور افراد در محدوده و به وسیله آزمون مورگان ۳۰۰ پرسشنامه در نظر گرفته شده است. جهت تحلیل پرسشنامه‌ها از نرم‌افزار SPSS سری ۱۹ استفاده شده است. میزان پایایی پرسش‌نامه با روش آلفای کرونباخ سنجیده شده و عدد ۰.۸۸۰ به دست آمده است، که این امر بیانگر پایا و مورد اطمینان بودن پرسشنامه مورد نظر به منظور تحلیل‌های بعدی می‌باشد. جهت سنجش میزان رضایت‌مندی شهروندان بر اساس پنج شاخص شهر خلاق، از آزمون رگرسیون، پیرسون و فریدمن استفاده شده است. همچنین با برداشت‌های میدانی انجام شده از فضا ثبت فعالیت‌های خلاقانه و فرهنگی فضا در ساعات و روزهای مختلف یک دسته‌بندی کلی از فعالیت‌ها صورت گرفته که به منظور نتیجه بهتر با تحلیل‌های SPSS مقایسه و تحلیل می‌شود.

### ۴. معرفی محدوده مورد مطالعه

مجموعه پیاده‌راه شهر رشت در بافت مرکزی شهر واقع شده است. پروژه پیاده‌راه‌سازی این مجموعه در سال ۹۰ با پیاده‌راه کردن محور علم‌الهدی که یکی از چهار خیابان منتهی به میدان شهرداری می‌باشد آغاز شد و در سال ۱۳۹۵ میدان شهرداری و سه خیابان دیگر آن نیز تبدیل به محور پیاده گشتند. پیاده‌راه فرهنگی رشت در سه محور خیابان امام خمینی (ره) از دهنه بازار بزرگ تا میدان شهدای ذهاب، خیابان سعدی از دهنه استادسرا تا میدان شهدای ذهاب و خیابان شریعتی تا میدان شهرداری است. این پروژه نخستین پروژه بازآفرینی بافت مرکزی سطح کلانشهرها در کشور محسوب می‌شود. مساحت پیاده‌راه مرکزی شهر رشت، ۲۶ هزار و ۵۰۰ مترمربع است و با اعتباری بیش از ۱۶ میلیارد تومان به بهره‌برداری رسیده است. محور در نظر گرفته شده برای مطالعه دارای یک میدان که میدان اصلی شهر است و چهار محور منتهی به آن می‌باشد. هدف از این طرح ارتقاء نقش پیاده‌روی در شهر رشت بوده. ساخت این پیاده‌راه در قالب طرح بازآفرینی این شهر ادامه دارد. پیاده‌راه فرهنگی مرکز شهر رشت اولین گام از طرح بازآفرینی شهر رشت است که این طرح از رودخانه زرجوب آغاز شده و تا تالاب عینک امتداد می‌یابد.

شکل ۳: موقعیت محدوده مورد مطالعه



## ۵. تحلیل یافته‌ها

یکی از جداولی خروجی آزمون رگرسیون چند متغیر، جدول Model Summary می‌باشد که این جدول به بررسی ضریب همبستگی بین متغیرها و ضریب تعیین تعدیل شده می‌پردازد. نتایج حاصل از جدول، حاکی از این می‌باشد که مقدار ضریب همبستگی (R) بین متغیرها ۰.۵۵۸ می‌باشد که نشان می‌دهد بین مجموعه متغیرهای مستقل و متغیر وابسته تحقیق همبستگی بسیار قوی وجود دارد. و از سوی مقدار ضریب تعدیل شده (R Square) برابر است با ۰.۳۱۱ درصد که نشان دهنده این می‌باشد که ۳۱.۱ درصد از کل شاخص شهر خلاق در پیاده‌راه مرکزی

شهر رشت به متغیرهای ذکر شده در معادله بستگی دارد. سپس برازندگی مدل در جدول ANOVA ارزیابی می‌شود. با توجه به معناداری مقدار آزمون F در سطح خطای کوچک‌تر از ۰.۰۰۲ می‌توان نتیجه گرفت که مدل رگرسیونی تحقیق مرکب از پنج متغیر مستقل و یک متغیر وابسته مدل خوبی بوده و معین می‌کند که کدام یک از پنج مؤلفه کالبدی، اجتماعی، عملکردی، ادراکی و زیست‌محیطی در میزان سطح رضایت‌مندی در این پیاده‌راه مهم‌تر بوده است. خروجی بعدی، جدول  $\text{coef-ficients}$  می‌باشد، که این جدول میزان تأثیر هر یک از مؤلفه‌ها در مدل را نشان می‌دهد.

جدول ۳: خلاصه مدل

مد	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
۱	.۵۵۸ <sup>a</sup>	.۳۱۱	.۲۹۳	.۸۲۱۳۴

a. ادراکی، محیطی، اجتماعی، کالبدی، عملکردی: متغیر ثابت.

جدول ۴: تحلیل معناداری مدل<sup>۲</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
۱	رگرسیون	۵۷.۸۰۵	۵	۱۱.۵۶۱	۱۷۱.۱۳۸	.۰۰۰ <sup>a</sup>
	باقیمانده	۱۲۸.۱۷۴	۱۹۰	.۶۷۵		
	جمع	۱۸۵.۹۸۰	۱۹۵			

a. ادراکی، محیطی، اجتماعی، کالبدی، عملکردی: متغیر ثابت.

b. رضایت از فضا: متغیر وابسته.

خلاق مذکور و متغیر وابسته میزان رضایت‌مندی رابطه معناداری وجود دارد و رضایت شهروندان را کسب کرده است. تأثیرگذارترین شاخص از نظر مردم با توجه به ضریب استاندارد شده ( $\beta$ ) شاخص اجتماعی می‌باشد. لذا دستیابی به فضای شهری خلاق نیازمند تدابیری جهت ارتقاء دو شاخص ادراکی و کالبدی می‌باشد.

جدول زیر نشان‌دهنده میزان تأثیرگذاری هر یک از پنج شاخص پیاده‌راه خلاق بر رضایت‌مندی شهروندان در پیاده‌راه شهر رشت می‌باشد. طبق نتایج بالا از پنج شاخص ذکر شده فقط شاخص‌های عملکردی (0.150) و اجتماعی ( $\beta$ : 0.326) و زیست‌محیطی ( $\beta$ : 0.188) دارای sig کم‌تر از ۰.۰۵ می‌باشد. این امر دلالت بر این موضوع دارد که بین این سه شاخص از کیفیات پیاده‌راه

جدول ۵: تحلیل میزان تأثیرگذاری هر یک از مؤلفه‌ها<sup>۲</sup>

مدل	ضرایب غیر استاندارد		t	Sig.
	B	Std. Error		
رضایت‌مندی شهروندان از فضا	۱.۱۹۰	۰.۴۷۳	-۲.۵۱۹	۰.۰۱۳
کالبدی	۰.۰۹۱	۰.۱۷۱	۰.۵۳۱	۰.۵۹۶
عملکردی	۰.۳۰۷	۰.۱۵۱	۲.۰۲۷	۰.۰۴۴
اجتماعی	۰.۷۷۲	۰.۱۸۲	۴.۲۴۲	۰.۰۰۰
زیست محیطی	۰.۱۸۸	۰.۰۷۸	۲.۴۰۲	۰.۰۱۷
ادراکی	۰.۱۳۵	۰.۰۹۶	۱.۴۰۲	۰.۱۶۳



Chi-Square که در سطح خطای کوچک‌تر از ۰.۰۱ معنی‌دار است، باید گفت که به لحاظ آماری میزان اهمیت و نقش هر یک از زیرشاخص‌های پیاده‌راه خلاق در ارزیابی سطح رضایت‌مندی مردم از این پیاده‌راه معنادار بوده است.

تفسیر نتایج آرای آزمون فریدمن، برای این که پی ببریم آیا تفاوت میانگین آرای افراد از شاخص‌ها معنادار است یا خیر، باید از نتایج جدول (با عنوان Test Statistics) استفاده کنیم: در این جدول، با استناد به مقدار آزمون

جدول ۶: آزمون فریدمن

Chi-Square:1785.528		Asymp.Sig:0.00	
کالبدی	عملکردی	اجتماعی	ادراکی
سیمای خلاق	۲۱.۸۵	کاربری جذاب	۲۱.۸۵
وحدت فضایی	۲۳.۱۱	همخوانی کاربری‌ها	۲۸.۸۸
سنگ فرش	۲۵.۴۳	کافی شاپ	۲۷.۴۲
اندازه ساختمان	۳۰.۸۸	کاربری فرهنگی	۳۲.۹۸
رضایت از نما	۳۰.۳۵	تنوع کاربری‌ها	۳۱.۹۴
رضایت از رنگ	۳۰.۸۵	کاربری فعال در شب	۲۶.۸۰
مبلمان	۳۶.۰۱	کاربری تفریحی	۲۷.۲۳
لبه عناصر	۲۸.۶۲	اقتصاد بومی	۲۳.۱۱
		تنوع فضایی	۲۹.۷۸
		مراسمات خاص	۲۱.۳۱
		تعامل با غریبه	۲۹.۶۳
		ماندن در فضا	۲۶.۱۲
		آسایش روانی	۲۶.۳۷
		همه شمولی	۲۳.۱۱
		فعالیت بومی	۴۰.۵۸
		سرزندگی و فعالیت‌های جذاب، خیابانی پایین	
		است، لذا جهت ارتقاء مؤلفه‌های شهر خلاق در این فضا	
		نیازمند بهبود و ساماندهی این مؤلفه‌ها خواهیم بود.	
		به منظور سنجش رابطه بین سه مؤلفه اجتماعی، زیست‌محیطی و عملکردی از ضریب همبستگی پیرسون استفاده می‌کنیم.	

بررسی نتایج نشان می‌دهد که تنوع و کیفیت نیمکت‌ها، فعالیت‌های بومی و حضور اقشار مختلف جامعه به ترتیب بانوان، کودکان و سالمندان، دل‌بستگی و خاطره‌انگیزی فضا، کیفیت کافی شاپ‌ها و تنوع کاربری‌ها به خصوص کاربری‌های فرهنگی و توجه به اقلیم در اولویت نخست مردم قرار دارند و از طرفی سطح رضایت‌مندی افراد در مؤلفه‌هایی نظیر سیمای خلاق، اقتصاد بومی، وجود

جدول ۷: ضریب همبستگی پیرسون

عملکردی	اجتماعی	زیست‌محیطی
۰.۹۱	۰.۲۰۷**	۱
۰.۲۰۲	۰.۰۰۳	۰.۰۰۳
۲۰۰	۲۰۰	۲۰۰

	عملکردی	اجتماعی	زیست محیطی
ضریب بتا	.۵۷۸**	۱	.۲۰۷**
Sig. (2-tailed)	.۰۰۰		.۰۰۳
N	۲۰۰	۲۰۰	۲۰۰
ضریب بتا	۱	.۵۷۸**	.۰۹۱
Sig. (2-tailed)	.۰۰۰	.۰۰۰	.۲۰۲
N	۲۰۰	۲۰۰	۲۰۰

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

نشان دهنده ارتباط مستقیم و دوطرفه و زیادی به میزان ۰.۲۰۷ می باشد و ارتقا هر یک سبب ارتقا دیگری می شود. در تحلیلی دیگر که به برداشت فعالیت های خاص در فضا اقدام شده است، فعالیت های موجود دسته بندی شده و نمودار زیر استخراج شده است:

نتایج تحلیل نشان می دهد که بین مؤلفه های زیست محیطی و اجتماعی و همچنین اجتماعی و عملکردی ارتباط معناداری وجود دارد (سطح معناداری کم تر از ۰.۰۵ می باشد). ضریب بتا نیز میزان و درجه این تأثیرگذاری را نشان می دهد. به عنوان نمونه مؤلفه زیست محیطی و اجتماعی دارای ضریب بتای ۰.۲۰۷ می باشد که

#### شکل ۴: فعالیت های فرهنگی و خلاق پیاده راه شهر رشت



مؤلفه های شهر خلاق در فضا صورت گرفته است. به منظور این سنجش ۳۰۰ پرسش نامه پراکنده است که ۴۱ درصد از پاسخ دهندگان مرد و ۵۸ درصد آن را بانوان تشکیل داده اند. پس از جمع آوری پرسش نامه ها و تحلیل آن ها به وسیله Spss به این نتایج دست یافته ایم که از بین مؤلفه های تعیین شده و کیفیات آن ها در تحقق پیاده راه خلاق، مؤلفه های اجتماعی، عملکردی و زیست محیطی بر رضایت مندی شهروندان تأثیر مستقیم و بیش تری دارد. از طرفی بین سه مؤلفه ذکر شده مؤلفه اجتماعی داری ارتباط مستقیم با هر دو مؤلفه عملکردی و زیست محیطی می باشد به این معنا که با ارتقای شاخص های نامبرده شده در مؤلفه اجتماعی، مؤلفه های زیست محیطی و عملکردی نیز ارتقا می یابند. همچنین با سنجش شاخص های مؤلفه های ذکر شده به صورت جداگانه مشخص شد که از نظر شهروندان ویژگی های کمی و کیفی مبلمان (۳۶.۰۱)، نمای ساختمان ها (۳۰.۳۵) و رنگ آن ها (۳۰.۸۵) و ویژگی کمی و کیفی کاربری های فرهنگی (۳۲.۹۸) و

مشاهدات میدانی نیز مطابق شکل فوق صحت تحلیل های پرسش نامه ای را هم تأیید می کند، همان طور که در تحلیل رگرسیون، شاخص اجتماعی به عنوان یکی از شاخص های با رضایت مندی بالا به دست آمد، با بررسی میدانی و مشاهده ای فعالیت های موجود در محور نیز این موضوع را تصدیق کرد. این پیاده راه با برگزاری برنامه های متنوع در اعیاد و مراسمات گوناگون و همچنین فعال نگه داشتن فضا در تمامی ساعات شبانه روز به وسیله مردم و مسئولین و از همه مهم تر فراهم کردن زمینه مناسب برای حضور افراد به خصوص جوانان اجازه شکوفایی افراد و درگیر شدن افراد را در فضا فراهم کرده است به طوری که همواره فعالیت های خودجوشی نظیر موسیقی های خیابانی در گوشه کنار این محور به چشم می خورد.

#### ۶. بحث و نتیجه گیری

این پژوهش به منظور سنجش پیاده راه های فرهنگی از منظر شهر خلاق جهت تعیین میزان رضایت مندی شهروندان از

رخدادهای فرهنگی، بازارچه‌های محلی و هنری، تنوع کاربری‌ها و فضای سبز که همگی از شاخص‌های شهر خلاق می‌باشند می‌توان به این نتیجه دست یافت که وجود شاخص‌های شهر خلاق و رساندن فضای شهری به کیفیاتی که مورد انتظار یک فضای شهری خلاق است می‌تواند سطح رضایت‌مندی شهروندان را از آن فضا ارتقا دهد. لذا برای رسیدن پیاده‌راهی با کیفیات شهر خلاق، باید ارتقاء ابعاد دیگر شاخص‌های ذکر شده مورد توجه قرار بگیرد. از آنجایی که مؤلفه‌های اجتماعی، عملکردی و زیست‌محیطی اولویت بیش‌تری برای شهروندان دارند با ارتقاء این مؤلفه‌ها در محدوده مورد مطالعه می‌تواند تأثیر به‌سزایی در فرصت‌سازی جهت دستیابی به محیطی خلاق داشت.

به‌طور کلی تنوع کاربری‌ها (۳۱.۹۴)، فعالیت‌های بومی (۴۰.۵۸) نمایشگاه‌ها (۲۸.۸۹)، تعاملات با افراد غریبه (۲۹.۶۳)، حضور بانوان (۴۰.۵۸) و سالمندان (۳۰.۴۲)، کودک‌مداری (۳۴.۰۸)، خاطره‌انگیزی (۳۵.۸۹)، توجه به ابنیه تاریخی (۲۱.۱۱)، دلبستگی به فضا (۲۱.۱۱)، توجه به ویژگی‌های اقلیمی محیط (۳۵.۸۹)، بیش‌ترین تأثیر را در ارتقاء کیفیات محیط در راستای دستیابی به پیاده‌راه خلاق دارد.

مجموع بررسی‌ها در این پژوهش حکایت از تأثیر معنادار شاخص‌های اجتماعی، عملکردی و زیست‌محیطی بر میزان رضایت‌مندی شهروندان از فضاهای شهری دارد. با توجه به زیرشاخص‌های تعیین شده برای این ابعاد از فضای شهری نظیر: کاربری ۲۴ ساعته، وجود فضاهای مکث و حرکت متنوع، اجراها و نمایش‌های زنده، جشنواره‌ها و

شکل ۵: راهکارهایی جهت ارتقای شاخص‌های شهر خلاق در پیاده‌راه فرهنگی شهر رشت



پی‌نوشت

1. Landry & Bianchini
2. ANOVA
3. Coefficients<sup>a</sup>

## REFERENCES

- Abbaszade, Sh., & Tamri, S. (2012). Analysis of Factors Affecting the Improvement of Pedestrian Walkway Spatial Quality and Pedestrian-oriented Spaces, in order to Increase the Social Interactions Level of People (The Case Study: Tarbiat & Valiasr Axis, Tabriz metropolitan). *Urban Studies Journal*, 1(4), 95-104. <https://civilica.com/doc/531786/>
- Akbari Motlagh, M. (2013). Feasibility Study of Sustainable Development of Urban Economy Based on Creativity and Innovation with Emphasis on Global Experiences, National Conference on Creative City, Ideas and Challenges, International Campus of Tehran University. <https://www.researchgate.net/profile/Mostafa-Akbari-Motlagh/publication/259717469>
- AuthentiCity. (2008). "Creative City Planning Framework a Supporting Document to the Agenda for Prosperity: Prospectus for a Great City" Prepared for the City of Toronto . 21.
- Bianchini, F., & Landry, Ch. (1994). *The Creative City*. Published by Comedia .
- Dadpour, S. (2011). Attracting the Creative Class in Tehran with the Help of Urban Design. *Sofeh Scientific Research Journal*, 21(4), 51-65. [https://soffeh.sbu.ac.ir/?\\_action=article&au=823597&\\_au=Dadpour,%20Sara%20&lang=en](https://soffeh.sbu.ac.ir/?_action=article&au=823597&_au=Dadpour,%20Sara%20&lang=en)
- Detter. (2000). *Urban Planning in the Planning System*, London, DETR & CABA.
- Durmaz, S.B. (2015). Analyzing the Quality of Place: Creative Clusters in Soho and Beyoğlu. *Journal of Urban Design*, 20(1), 93-124. <https://doi.org/10.1080/13574809.2014.972348>
- Ebrahimi, M. (2010). Creative City Meeting: Concepts, Policies, Case Study of Successful and Unsuccessful Cities; Tehran City Studies and Planning Center, July, Niavaran Cultural Center, Tehran. <http://teesa.ir/Uploaded-Files/BookFiles/161LargeSize.pdf>
- Florida, R. (2002). The Rise of the Creative Class, and how it's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life. *New York, NY: Basic Books*.1 (17), 353-354. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8691.2006.00398.x>
- Florida, R. (2005). The Creative Spirit of Docklands. In J. Keeney (Ed.), *Waterfront Spectacular Creating Melbourne Docklands: The People's Waterfront*. Roseville,
- Gehl, J. (2002). *Public Spaces and Public Life*, City of Adelaide, the Danish Architectural Press.
- Hatefi Farajian, F., Habib, F., & Mohammadnia Gharaei, F. (2016). Strategies to Make Creative Urban Space with an Emphasis on Interactive Lighting (Case Study: Ahmadabad Avenue of Mashhad- Iran). *International Journal of Architecture and Urban Development*. 1 <http://www.reading.ac.uk>
- Irandoost, K., & Gholami, M. (2015). Promoting Public Participation through Public Spaces of the Creative City (Case Study: City of Yazd), *Journal of Beautiful Arts*. 20(2), 47-58. <https://dx.doi.org/10.22059/jfaup.2015.56717>
- Iranmanesh, N. (2008). Pedestrianisation a Great Necessity in Urban Designing to Create a Sustainable City in Developing Countries, 44th ISOCARP Congress.
- Jacobs, J. (1969). The Death and Life of Great American Cities. In New York (71, p. Alexander, C., Ishikawa, S., Silverstein, M. (19). <https://doi.org/10.2307/794509>
- Kakiuchi, E. (2015). Culturally Creative Cities in Japan: Reality and Prospects, *City. Culture and Society*, 7(2), 1-8. <http://dx.doi.org/10.1016/j.ccs.2015.11.003>
- Landry, C. (2000). *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*. UK: Comedia.
- Landry, C., & Bianchini, F. (1995). *The Creative City*. London: Demos.
- Leyden, K. (2003). Social Capital and the Built Environment: The Importance of Walkable Neighborhoods. *American Journal of Public Health*, 93(9), 1546-1551. <https://doi.org/10.2105/AJPH.93.9.1546>
- Mateo-Babiano, I. (2003). Pedestrian Space Management as a Strategy in Achieving Sustainable Mobility, From website: [http://www.oikos-international.org/fileadmin/oikos\\_international/international/Summer\\_Academies\\_old\\_ones\\_/edition\\_2003/Papers/paper\\_babiano.pdf](http://www.oikos-international.org/fileadmin/oikos_international/international/Summer_Academies_old_ones_/edition_2003/Papers/paper_babiano.pdf)
- Methorst, R., Monterdei Bort, H., Risser, R., Sauter, D., Tight, M., & Walker, J. (2010). PQN Final Report. COST Office (1-140). WALK21. <https://doi.org/978-0-9566903-0-2>
- Mohamadi, K., & Majidfar, F. (1389). The Era of Creative Cities. *ShahrdarihaJournal*. 100, 16-21. <https://www.magiran.com/paper/884843>
- Mohammadi, K., & Majidfar, F. (2010). The Age of Creative Cities. *Journal of Municipalities*, 100, 21-16.
- Mokhtari Malekabadi, R., Marsousi, N., Ali Akbari, A., & Amini, D. (2015). Indigenous Indicators of a Creative City with an Iranian-Islamic Approach. *Geography*, 13 (47), 161-177.
- Mokhtari Malekabadi, R., Marsusi, N., Aliakbari, E., & Amini, D. (2015). Content Validity and Reliability Analysis of Indigenous Indices for Creative City, *Geography*, 13(47), 161, <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=266519>
- Montgomery, J. (2003). "Cultural Quarters as Mechanisms for Urban Regeneration. Part 1: Conceptualizing Cultural Quarters. *Planning Practice and Research*, 18(4), 293-306. <https://doi.org/10.1080/1561426042000215614>

- Mumford, L. (1938). *The Culture of Cities*. New York: Harcourt, Brace and Company. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- New Zealand Transport Agency [NZTA] (2009). *Pedestrian Planning and Design Guide*. Wellington: New Zealand Transport Agency.
- Nosal, B.H. (2009). *Creating Walkable and Transit-Supportive Communities in Halton*, Region Health Department of Halton University, 7.
- Partovi, P. (2012). *Public Space and Women*. Seminar on Women and Urban Issues. Tehran: Tehran Municipality.
- Pakzad, J. (2004). *Designing Guidelines for Urban Spaces*. Ministry of Housing and Urban Development Publication.
- Pourahmad, A., Hajisharifi, A., & Ramezanzadeh Lasbooyee, A. (2012). Evaluation and Compare of Sidewalk in Haft Hose and Moghadam. *Geographical Planning Space Quarterly Journal*, 2(6), 37-56. [http://gps.gu.ac.ir/article\\_5366.html?lang=en](http://gps.gu.ac.ir/article_5366.html?lang=en)
- Rabbani Khorasgani, A., Rabbani, R., Adibi Sedeh, M., & Moazani, A. (2011). A Study of the Role of Social Diversity in Creating Creative and Innovative Cities (Case Study: Isfahan). *Geography and Development Quarterly*, 9(21), 159-180. [DOI:10.22111/GDIJ.2011.586](https://doi.org/10.22111/GDIJ.2011.586)
- Ratiu, D. (2013). Creative Cities and/or Sustainable Cities: Discourse and Practices. *City, Culture and Society*, 4(3), 125-135. [DOI:10.1016/j.ccs.2013.04.002](https://doi.org/10.1016/j.ccs.2013.04.002)
- Redaelli, E. (2011). Analyzing the "Creative City" Governance: Relational Processes in Columbus, Ohio. *City, Culture and Society*, 2(2), 85-91.
- Saeedi, H. (2010). Creative City. *Journal of Municipalities*, 11(100), 5-11.
- Savini, F., & Dembski, S. (2016). Manufactures the Creative City: Symbols and Politics of Amsterdam North. *Cities*, 55, 139-147. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2016.02.013>
- Sawyer, K.R. (2006). *Explaining Creativity the Science of Human Innovation*. Copyright © 2006 by Oxford University Press, Inc. [https://doi.org/10.1016/0140-1750\(88\)90050-4](https://doi.org/10.1016/0140-1750(88)90050-4)
- Sharepour, M. (2010). *Urban Sociology; Third Edition*, Tehran, Samat Publications.
- Shaw, K. (2014). Melbourne's Creative Spaces Program: Reclaiming the 'Creative City' (if not Quite the Rest of it). *Journal of City, Culture and Society*, 5(3), 139-147. <https://doi.org/10.1016/j.ccs.2014.07.002>
- Shojaee, D., & Partovi, P. (2015). Analysis of Factors Affecting the Creation and Promotion of Sociability in Public Spaces in Different Scales of Tehran City (Case Studies: Two Neighborhoods and an Area in District 7 Tehran). *Bagh-E Nazar*, 12(34), 93-108. <https://www.sid.ir/en/journal/ViewPaper.aspx?id=494352>
- Shokouhi dolat abadi, M., & Masoud, M. (2010). Sidewalks are a Factor in Increasing Social Capital. *Journal of Iranian Architecture and Urbanism*, 1(1), 55-66. <http://dx.doi.org/10.30475/isau.2010.61925>
- Smith, R., & Warfield, K. (2007). The Creative City: A Matter of Values, 3,4
- Vanolo, A. (2008). "The Image of the Creative City. Some Reflections on Urban Branding in Turin," *Cities*, 25 (6), 370-382. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2008.08.001>
- Völker, S., & Kistemann, T. (2011). The Impact of Blue Space on Human Health and Well-being Salutogenetic Health Effects of Inland Surface Waters: a Review. *International Journal of Hygiene and Environmental Health*, 214(6), 449-460.

#### نحوه ارجاع به این مقاله

اکرا سردشتی، آمنه و سجاذزاده، حسن. (۱۴۰۰). سنجش و ارزیابی کیفیت پیاده‌راه‌های شهری از منظر شهر خلاق، مورد مطالعاتی: پیاده‌راه مرکزی کلان شهر رشت. نشریه معماری و شهرسازی آرمان‌شهر، ۱۴(۳۴)، ۱۶۹-۱۸۱.

DOI: 10.22034/AAUD.2020.202474.2006

URL: [http://www.armanshahrjournal.com/article\\_131922.html](http://www.armanshahrjournal.com/article_131922.html)



#### COPYRIGHTS

Copyright for this article is retained by the author(s), with publication rights granted to the Armanshahr Architecture & Urban Development Journal. This is an open- access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution License.

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>





# Measuring and Evaluating the Quality of Urban Walkways from the Perspective of the Creative Urban Space; Case Study: Central Urban Walkways in Rasht City of Iran \*

**Ameneh Ekra Sardashti<sup>a</sup>- Hassan Sajadzadeh<sup>b\*\*</sup>**

<sup>a</sup> M.A. Urban Design, Department of Urban Design, Faculty of Art and Architecture, University of Bu-Ali Sina, Hamedan, Iran.

<sup>b</sup> Associate Professor of Urban Design, Department of Urban Design, Faculty of Art and Architecture, University of Bu-Ali Sina, Hamadan, Iran (Corresponding Author).

Received 30 September 2019; Revised 10 November 2019; Accepted 07 January 2020; Available Online 21 June 2021

## ABSTRACT

In recent years, urban planners and designers have taken benefits of creativity and cultural and social attractions in urban spaces, as an opportunity to create an environment along with well-being and reconsideration in vitality and an opportunity for the creative class to be present in urban spaces. The current article aims to assess the appropriate qualities of the urban environment as a result of the sidewalk approach to evaluate and measure the creative city on the cultural sidewalk of Rasht in Iran. Consequently, regarding the research method, after explaining the nature of the creative city and also examining the thinkers' views concerning environmental qualities, a conceptual model of creative urban space has been developed. Then, via questionnaire and analysis through SPSS software and regression model, Pearson and Friedman, the indicators and criteria of creative urban space have been evaluated. The results of the analysis of the five physical, functional, social, perceptual, and environmental components concerning the creative urban space reveal that the social, active, and functional components have a more significant level than the other components. Attention to the creative economy, cultural assets, spatial flexibility, urban placemaking, attention to indigenous and local forces and knowledge, promotion of indigenous economy, etc., creative urban environment was achieved. Lastly, based on analysis and empirical evidence, some suggestions are presented to improve the quality of urban spaces to achieve a creative city.

**Keywords:** Creative City, Urban Sidewalks, Environmental Quality.

\* This article is taken from the first author's master's thesis entitled "The role of cultural events in the formation of creative urban space in the Iranian city" Case study: Rasht sidewalks complex and it is done with the guidance of the second author in the Faculty of Art and Architecture in 2018.

\*\* E\_mail: sajadzadeh@basu.ac.ir

## 1. INTRODUCTION

In recent decades, along with the improvement of the environmental quality of urban spaces, such as the improvement of the quality of sidewalks in urban axes and streets, we are observing the possibility and opportunity of urban creativity. Due to the dominance of cars in cities and the declining presence of pedestrians, the importance of pedestrianization in developing countries is constantly increasing (Iranmanesh, 2008, p. 1). Creating a satisfactory urban environment necessitates the use of local and indigenous knowledge and skills. Based on these characteristics, walkability can be successfully upgraded (Methorst, Montere-i-Bort, Risser, Sauter, Tight & Walker, 2010, p. 11). The variety of people's presence, especially the presence of children, the elderly, and people with special disabilities, indicates the quality, success, health, and safety of a pedestrian space (Nosal, 2009, p. 7). Mumford believes that in the early city many relationships led to social innovation and creativity in urban life (Sharepour, 2010, p. 48). According to him, the city is the manifestation of civilization that has created many innovations over the centuries. The existence of a favorable public space in the city can provide a good context for attracting the creative class and the occurrence of the activities of this social group (Jacobs, 1969). Spaces that can include desirable environmental qualities such as diversity, vitality, flexibility, etc., pave the way for attracting people, benefit to various dimensions of society such as the production of knowledge and creativity, increase social capital, create and strengthen the urban social network and. Due to their nature, these spaces allow the right to enter and attend any class, age, race, and guild without any restrictions to the public, and provides an appropriate space for citizens to gather and communicate by establishing communication and interaction between them by establishing a connection with the urban environment. On the other hand, public spaces can be a place to showcase the creativity of every citizen, because today, the high cost of displaying creations, such as exhibitions or art galleries, makes creative people often prevent them from presenting their creativity (Saeedi, 2010). Guiding urban decisions towards the creative city is one of the most important issues in the field of urban management today, and the idea of the creative city, which has been proposed since the 1980 decade, is directly related to urban regeneration (Ratiu, 2013, p. 125). In the last two decades, creativity and its relationship with urban spaces have become important discussions in the fields of culture, economics, geography, sociology as well as urban studies (Durmaz, 2015). Consequently, one of the most significant necessities of addressing the creative city is comprehensive attention to social, cultural and economic dimensions to improve the quality of urban spaces. Creativity in cities needs the creation of soft and hard infrastructure, including mental

infrastructure, the way the city views opportunities and problems, and provide spatial conditions and fostering creativity is through legal structures and incentive packages (Mokhtari Malekabadi, Marsousi Ali Akbari, & Amini, 2015, p.162). The Creativity Movement in a city stems from two basic approaches to achieving the creative city, one proposed by Charles Landry (2000) and the other by Richard Florida (2005). The first to raise the issue of the "creative city" was Charles Landry, who outlined the branches of creative cities in years 1995 to 2000 (Landry, 2000). Likewise, the creative city is home to artistic creativity, scientific and technological innovations, and the voice of growing cultures (Ebrahimi, 2010).

Paying attention to the issue of creative urban space is important because the good design and management of a public domain evokes social interactions and arouses curiosity in people. This allows citizens to learn what is happening in the environment through their interactions with their fellow human beings or elements of space. In this way, citizens have grown intellectually, which leads to creativity. Creativity occurs when there is an opportunity in the city for citizens to interact, and this can only happen in an urban space. The absence of such spaces in the big cities of Iran, both physically and functionally, has been a terrible blow to the body of our urban spaces and has ultimately caused people to flee from the public arena. This study tries to elucidate the solutions to this problem by improving the quality of sidewalks.

In the city of Rasht, there is not a creative public space that, on the one hand, introduces art to the text of people's daily lives and, on the other hand, offers them the creative experience of space. This way, by explaining these types of spaces, citizens will be present in the public arena for different creative experiences in urban spaces and various activities. Since the city of Rasht has taken a step in the direction of cultural regeneration in recent years and its central part has become a sidewalk, it seeks to use more and more of the existing cultural potentials to recover the quality of its urban spaces. This study, while examining the conceptual background of the creative city in the second part, extracted indicators and significant aspects of the creative city based on five indicators: physical, functional, social, perceptual, and environmental, and then in the third part using inferential tests such as regression test, Pearson and Friedman, in the fourth section, assesses and evaluates urban pedestrian spaces from the perspective of a creative city. Lastly, in the fifth section, the discussion and conclusion are discussed based on the research findings, and some suggestions are presented. Based on this, the following hypotheses can be expressed.

1. Paying attention to the spatial quality dimensions such as paving urban bodies and paying attention to the appearance and urban landscape will play a central role in improving the quality of urban spaces from the perspective of a creative city.



2. The possibility of the presence of informal markets and temporary retailers from an economic and cultural perspective plays a significant role in the manifestation of a creative city in urban spaces.
3. Promoting recreational users and paying attention to the diversity of urban functions and functions play an important role in creating a creative city.

## 2. RESEARCH BACKGROUND

The term creativity, as defined and discussed in many fields, including psychology, sociology, anthropology, and economics, has made it a pervasive field of research. The definition of creativity depends on the general characteristics of society and the specific disciplines by which it is studied. The term can be broadly defined as the emergence of something transcendent and appropriate from the perspective of an individual, group, or society (Sawyer, 2006, p. 33). The concept of a creative city is focused on cultural productions, i.e. the production of cultural goods and services that are related to activities that are the center of creativity (Rabbani Khorasgani, Rabbani, AdibiSedeh, & Moazani, 2011, p. 161). Nowadays, most artists are looking for cities that have a rich cultural heritage to innovate and hold creative ideas. The idea of the creative city was that it could be used more than the potential that exists in one place (Redaelli, 2011, p. 87). Kakiuchi in a study entitled “Culturally Creative Cities in Japan: Reality and Prospects, City, Culture and Society”, concluded that the promotion of traditional handicrafts and other capacity-building measures that help increase the attractiveness of the city is indirectly the equipment of cultural tourism service providers; therefore, creative city policy can increase cultural assets and help change previous growth models to service and sustainable model). (Kakiuchi, 2015). Likewise Savini and Dembski (2016) in an article entitled “Manufacturing the creative city: Symbols and politics of Amsterdam North” found that by looking at symbolic actions, languages , and objects, one can explain that how through symbols that link past images of the manufacturing industry and the human labor force, this political change has been transferred (Savini & Dembski, 2016). Cities have always been a place for innovation, novelty, and creativity and have historically been important for human development, creativity,

and growth (Kistemann, 2011). The philosophy of the creative city is that in any city there is always a much greater capacity than first thought. In this city, city officials provide public services and social and economic infrastructure in the newest, most efficient, most beautiful, and most productive way.

A creative city as predicted by Mumford (1983) and Jacobs (1961), is a diverse city, and a diverse city is a fair city (Shaw, 2014, p. 9). On the other hand, sidewalks with the highest amount of social interactions and a suitable place to establish collective activities and improve the quality of urban space, can be a good ground for becoming a creative space (Nosál, 2009). Part of this widespread distribution of creative city ideals was made possible by the launch of the Global Network of Creative City Ideals in UNESCO in 1995, and quickly gained attention in Europe, the Americas, Asia, and developed countries around the world (Akbari Motlagh, 2013). The main idea is that creative professions are not simply motivated by material rewards, but they need “creative”, “tolerable” and “exciting” places for life (Florida, 2002; Vanolo, 2008).

Florida believes that cities are the context of creative manifestation that have always been the wheels of movement, concentration, and direction of human creative energy. Having a creative city necessitates a platform through which citizens can form a creative city. (Florida, 2002). Creative cities have a long unknown history. The idea of a creative city originates from the work of Lewis Mumford (1938) named Culture of Cities and Jane Jacobs (1961) in the book The Death and Life of Great American Cities. They both portrayed a good city as a diverse city with a community, economy, culture, and empowerment, a diversity derived from production, public participation, and creativity. Years later Landry and Bianchini (1995) suggested that creativity is effective in the local economy. Charles Landry considered the creative city as a tool for urban innovators and emphasized that in the modern urban economy, the value of cultural industries as an interconnected sector is growing rapidly. (Landry, 2000, p. 6). Likewise, Bianchini and Landry emphasize indigenous creative talents that if developed can revitalize the public and social life of the city (Landry, 2000, p. 22) The formation of the creative city is described in the figure below.



Fig. 1. The Evolutionary Process of the Creative Approach

The basics of a creative city can be considered in three areas: economy, culture, and place. To attract and retain creative people, reliable urban environments are managed with recreational and cultural freedoms. Cities as a cultural system are shaped by human and natural heritage and are the product of the values and beliefs of their citizens. For this reason, cities must create strong urban environments to generate wealth and create cultural integration through better programs between place, economy, and culture (AuthentiCity, 2008, p. 21). The proposed idea in Florida's theory is known as "creative class", in short, it means the economic development of the city with the presence and concentration of professionals advanced technology, artists, musicians, and generally educated class of society which he called "creative class". According to Florida this the creative class that creates a dynamic and growing community and attracts other elites to society. On the other hand, those societies attract creative classes that have three components of technology, talent, and adaptability (Florida, Gates, Knudsen, Stolarick, 2006). Florida, regarding his extensive research on the factors that attract the creative class to various cities around the world, especially the United States, revealed the pivotal role of "place quality" in attracting creative groups to a city or urban area. Contrary to previous theories that the reason for attracting people to a city was the existence of suitable jobs and economic factors, he claims, from the creative group's point of view, the quality of a place along with economic criteria and in some cases even more than them is important for choosing a city for work and life. As a result, he states that one of the

most important ways to attract and retain the creative group is to improve the quality of the place and provide the environmental preferences of the creative group (Dadpour, 2011). A creative city with an emphasis on neighborhood and urban spaces, offer identity, the context of using technology in space, the discovery of the talents of the people and a body based on culture and collective spaces, and public spaces suitable for the presence of people, and uses the introduced species as a basis for the formation of cultural and social identity finally, determines the defined performance at different levels in the public space. The structure of the creative city has features that are the foundation of the public space with the high presence of people. These characteristics according to the studied topics and the design of the creative city are as follows:

- a) The creative city accelerates social progress in the form of social and cultural institutions.
- b) In this city, there is no domination over each other and there is an opportunity for all classes and groups equally.
- c) Diverse neighborhoods and prepared spaces
- d) Activities and uses proportionate to the scale of performance and flourishing the talent of the people
- e) Public spaces with high accumulation capacity
- f) Proper access and connection of public spaces
- g) A neighborhood with an identity and cohesion that makes a cohesive local community possible.
- h) Activity and spatial variety with creative planning
- i) Existence of an open and democratic social arena for expressing ideas and expressing popular opinions
- j) Participation in urban and local programs through cultural planning (Irandoost & Gholami, 2005, p. 5).

**Table 1: Creative City Indicators from the Viewpoint of Theorists**

Theorists	Indicator of Creativity
Richard Florida	Desirable Features of the Creative Group Include: Informal Activities, Interactive Activities, Inclusive Activities Cultural Facilities Include: Special Music Halls, Art Exhibitions, Theater, and More Health and Cleanliness of the City and the Natural Environment Preservation of Historic Buildings and Old Neighborhoods in the City Variety of People in Terms of Race, Age, Culture, Gender and, etc. The Desirability of a Common Territory, Such as Favorable Transportation, Convenient Housing, Proximity to the Workplace, Proximity to Nature, etc.
Charles Landry	Viability and Well-Being Clarity, Trust, Access Exploration and Innovation
UNESCO	Nutrition Literature Movie and Music
	Differentiation, Tolerance, Vitality Educational Environment Communicability Folk Art Media Art Design

The place quality can be affected by the people who use it and are present in that place, including mentalities, activities, etc., or vice versa, this quality can affect the attraction or repulsion of people, the type and manner of activities, perceptions, and mental image, etc. Public space has advantages and characteristics that

can play a very significant role in creating a creative city; such as vitality, diversity, identity, attractiveness, economic value, and participation, followed by improving the quality of life of citizens (Mohamadi & Majidfar, 2010, p. 40). To attract a creative class in a city, that city must include elements that have

been proposed by numerous theorists: lively public spaces, multicultural diversity, restaurants and cafes, historical and cultural architecture, leisure facilities, investment in artistic fields (Shaw, 2014, p. 3). After reviewing various sources and research in the theories

of urban engineering thinkers, the qualities affecting the desirability of spaces and environmental indicators affecting the formation of creative sidewalks have been collected, which includes the following table with five components and 44 measures.

**Table 2: The Qualities of Creative Urban Walkways from the Theorists' Viewpoints**

Index	Sub Index	Theorist	Measurement Metrics for Creative City Qualities
Physical	Integration	(Pakzad, 2004)	- Existence of rhythm and harmony in elements
		(Hatefi Farajian, Habib, & Mohammadnia Gharaei, 2016; Smith & warfield, 2007; Landry, 2000)	- Existence of rhythm in the view - Existence of rhythm on the floor - Continued walking distance from beginning to destination - Space unity along the way - Creative scheme - Visual Art
Optional	Variety	(Pourahmad, Hajisharifi, & Ramezanzadeh Lasbooyee, 2012) (Detter, 2000; Gehl, 2002; Floreida, 2002; Landry & Bianchini, 1995; Show, 2014)	- User variety - Variation of activities: formal, inclusive, participatory, and individual activities - A combination of relaxed and exciting spaces - attention to the human scale of space - Indigenous and local economy - All inclusiveness
	Flexibility	(Pakzad, 2004; Pourahmad, Hajisharifi, & Ramezanzadeh Lasbooyee, 2012) (Detter, 2000; Mateo-Babiano, 2003; Montgomery, 2003; Hatefi Farajian, Habib, & Mohammadnia Gharaei, 2016)	- Different usability in space - Ability to use space at different times - Flexibility in doing planned and unplanned activities - The existence of proper construction proportions - Existence of diverse and dynamic range of color spectra along the specific path - Enclosure
Social	Vitality	(Pakzad, 2004; Pourahmad, Hajisharifi, & Ramezanzadeh Lasbooyee, 2012; Abbaszade & Tamri, 2012; Mohamadi & Majidfar, 2010)	- Psychological comfort - 24-hour usage - Existence of walking activity after working hours - Existence of vibrant activity at different hours of the day - Existence of complexity, attractiveness, and visual pleasure in the city's artificial environment - Performing night shows
	Dynamism	(Montgomery, 2003; Landry, 2000; Florida, 2002; Hatefi Farajian, Habib, & Mohammadnia Gharaei, 2016; Show, 2014)	- Presence - The existence of pause spaces and behavioral sites - The existence of diverse furniture in the path
	Sociability	(Montgomery, 2003; Landry, 2000; Hatefi Farajian, Habib, & Mohammadnia Gharaei, 2016) (Shojaee & Partovi, 2015; Abbaszade & Tamri, 2012; Shokouhi dolat abadi, & Masoud, 2010) (Gehl, 2002; NZTA, 2009; Hatefi Farajian, Habib, & Mohammadnia Gharaei, 2016; Leyden, 2003; Show, 2014)	- Providing spaces for gatherings at different night hours - Organized and random social communication - Long presence in space - Comfort and pleasure in space - Festivals and cultural events - Street performances
Cognitive	Identity	(Montgomery, 2003; Landry, 2000; Hatefi Farajian, Habib, & Mohammadnia Gharaei, 2016)	- The existence of collective memories in space - The existence of valuable and outstanding architectural buildings - The existence of historical works - The existence of native and memorable activities

Index	Sub Index	Environmental	Measurement metrics for creative city qualities
Cognitive	Readability	(Partovi, 2012; Pourahmad, Hajisharifi, & Ramezanzadeh Lasbooyee, 2012)  (Detter, 2000; Montgomery, 2003; Hatefi Farajian, Habib, & Mohamadnia Gharaei, 2016)	- Ability to distinguish paths from other paths and identify them - The presence of outstanding physical, visual, and sign elements
	Sense of belonging	(Pourahmad, Hajisharifi, & Ramezanzadeh Lasbooyee, 2012)	- The existence of memorable buildings - The existence of memorable usages - The existence of memorable environmental elements
Environmental	Greenery	(Florida, 2002)	- Preservation of natural heritage
	Sustainability	(Landry, 2000; Florida, 2002)	- Energy efficiency by focusing on climate and indigenous materials

To attain the final quality framework of creative sidewalks, the studied criteria in its various dimensions have been formed regarding the creative city approach. Selected criteria according to the exact implementation of indicators and effective factors in improving the

quality of life and the creation of creative sidewalks after studying scientific sources from various thinkers in the field and also detailed field studies are compiled in the sample and the final model of creative sidewalk quality has been explained in the form of Figure.

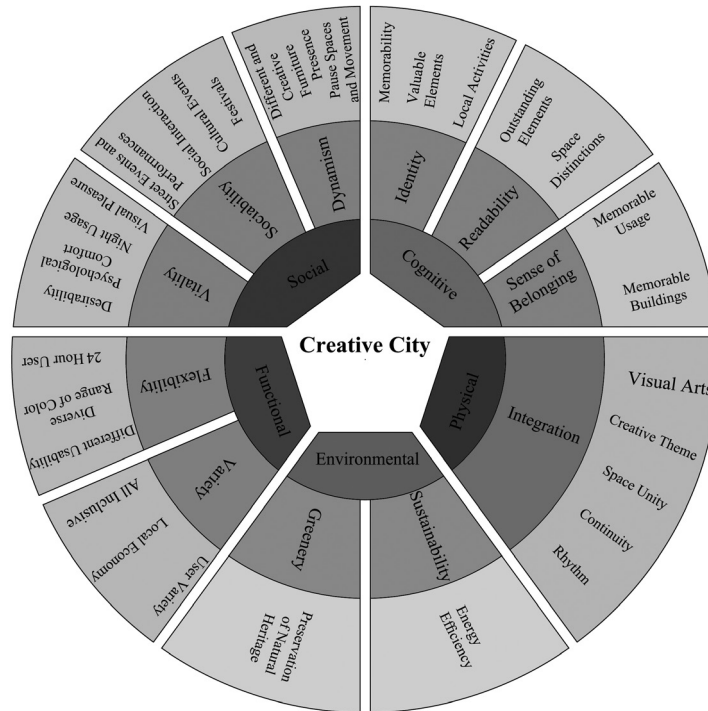


Fig. 2. Diagram of Sidewalks Quality from the Perspective of a Creative City Based on the Theorists Views

### 3. METHOD

To assess the qualities of the creative sidewalk and to assess the level of people's satisfaction with the study area based on five physical, social, functional, perceptual, and environmental components, a 60-item questionnaire has been prepared including the main indicators and sub-indicators of the creative city. 300 questionnaires have been considered to select the sample size according to the busiest hours of presence in the area and by the Morgan test. SPSS 19 software was used to analyze the questionnaires. The reliability

of the questionnaire was measured by Cronbach's alpha method and the number 0.088 was obtained, which indicates the reliability of the questionnaire for further analysis. Regression, Pearson, and Friedman tests were used to measure citizens' satisfaction with the five indicators of the creative city.

Likewise, with field surveys of space, recording the creative and cultural activities of space at different hours and days, a general classification of activities has been done, which is compared and analyzed with SPSS analyzes for a better result.

#### 4. INTRODUCING THE STUDY AREA

The Rasht sidewalk complex is located in the central part of the city. The sidewalk construction project of this complex started in the year 2011 with the cobbling of the Alam al-Hoda axis, which is one of the four streets leading to the Municipality Square, and in the year 2016, the Municipality Square and its three other streets became the pedestrian axis. The cultural sidewalk of Rasht in the three axes of Imam Khomeini Street from the entrance of the Grand Bazaar to Shohada Zahab Square, Saadi Street from the entrance of Ustad Sara to Shohada Zahab Square, and Shariati Street to the Municipality Square is the first

project to recreate the central texture of metropolitan areas in the country. The area of the central sidewalk of the city of Rasht is 26 thousand and 500 square meters and has been put into operation with a credit of more than 16 billion Tomans. The axis intended for the study has a square which is the main square of the city and has four axes leading to it. This project aims to upgrade the role of pedestrians in the city of Rasht. The construction of this sidewalk continues in the form of the city regeneration plan. The cultural sidewalk in the center of Rasht is the first step of the Rasht city regeneration plan that starts from Zarjoub River and extends to Eynak Lagoon.

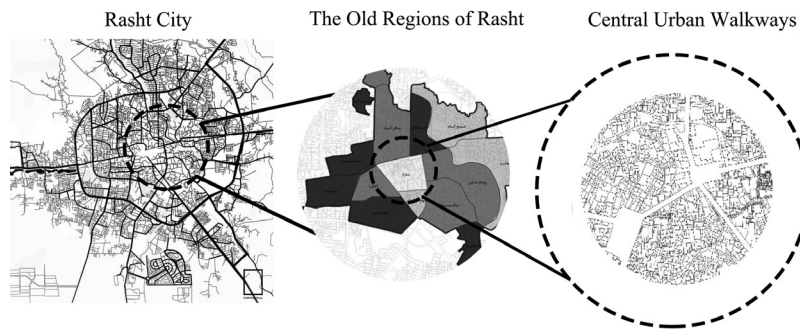


Fig. 3. Location of the Study Area

#### 5. ANALYSIS OF FINDINGS

One of the output tables of the multivariate regression test is the Model Summary table, which examines the correlation coefficient between the variables and the adjusted coefficient of determination. The results of the table indicate that the value of the correlation coefficient (R) between the variables is 0.558, which indicates that there is a very strong correlation between the set of independent variables and the dependent variable of the research. The value of the adjusted coefficient (R) Square is equal to 0.311 percent, which indicates that 1.31 percent of the total creative city

index on the central sidewalk of Rasht depends on the variables mentioned in the equation. Then the fit of the model is evaluated in the ANOVA table. Considering the significance of the value of F test in the error level less than 0.002, it can be concluded that the research regression model consisting of five independent variables and one dependent variable is a good model and determines which of the five components of physical, social, functional, perceptual and biological has been more important in the level of satisfaction on this sidewalk. The next output is the coefficients table, which shows the effect of each of the components in the model.

Table 3: Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.558 <sup>a</sup>	.311	.293	.82134

a. Predictors: (Constant), Cognitive, Environmental, Social, Physical, Functional

Table 4: ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Squares	F	Sig.
1	Regression	57.805	5	11.561	17.138	.000 <sup>a</sup>
	Residue	128.174	190	0.675		
	Total	185.980	195			

a. Predictors: (Constant), Cognitive, Environmental, Social, Physical, Functional

b. Satisfaction with Space: Dependent Variable

The table below shows the effectiveness of each of the five indicators of creative sidewalks on citizens' satisfaction on the sidewalks of Rasht. Based on the above results, out of the five mentioned indicators, only functional indicators ( $\beta=0.150$ ) and social ( $\beta=0.326$ ) and environmental ( $\beta=0.188$ ) have a sig. level of less than 0.50. This indicates that there is a significant relationship between these three indicators

of the qualities of the mentioned creative sidewalk and the dependent variable of satisfaction and has gained the satisfaction of citizens. The most effective index in the eyes of the people according to the standardized coefficient ( $\beta$ ) is a social index. Therefore, achieving a creative urban space requires measures to improve both perceptual and physical indicators.

**Table 5: Analysis of the Effectiveness of Each Coefficients**

Model	Coefficients				
	Non-standard Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Citizens' Satisfaction	1.190	0.473		-2.519	0.013
Physical	0.091	0.171	0.047	0.531	0.596
Functional	0.307	0.151	0.150	2.027	0.044
Social	0.772	0.182	0.326	4.242	0.000
Environmental	0.188	0.078	0.188	2.402	0.017
Cognitive	0.135	0.096	0.092	1.402	0.163

To interpret the results of the Friedman test, to find out whether the difference between the mean votes of the individuals from the indicators is significant or not, we must use the results of the table entitled "Test Statistics". In this table, citing the value of the

Chi-Square test, which is significant at an error level less than 0.10, it should be said that statistically, the importance and role of each of the sub-indicators of the creative sidewalk in assessing the level of people's satisfaction with this sidewalk has been significant.

**Table 6: Friedman Test**

Asymp.Sig:0.00						Chi-Square:1785.528			
Environmental		Cognitive		Social		Functional		physical	
Creative View	21.85	Attractive Uses	21.85	Women Presence	40.58	Memorable	20.94	Preservation of Nature Heritage	29.59
Space Unity	23.11	Uses Compatibility	28.88	Child Friendly	34.08	Appointment	16.58	Attention to Climate	35.89
Paving	25.43	Café Shop	27.42	Elderly Presence	30.42	Sense of Belonging	21.11	Variety of Green Space	30.57
Building	30.88	Cultural Uses	32.98	Disabled Presence	23.80	Cultural Message	19.87		
View Satisfaction	30.35	Variety of Uses	31.94	Street Activity	24.95	Historical Building	21.11		
Color Satisfaction	30.85	Active Uses at Night	26.80	Exhibitions	28.89				
Furniture	36.01	Recreational Uses	27.23	24-hour Uses	22.64				
Edge of the Elements	28.62	Local Economic Space Variety	23.11	Vitality	23.07				
			29.78	Security at Night	22.89				
				Special Occasions	21.31				
				Interact with Stranger	29.63				
				Presence in Space	26.12				
				Mental Comfort	26.37				
				All Inclusive	23.11				
				Native Activity	40.58				

The results analyze show that the diversity and quality of benches, indigenous activities, and the presence of different sectors of society, respectively women, children, and the elderly, the attachment and memories of the space, the quality of coffee shops and the diversity of land uses, especially cultural land use are the priority of people. On the other hand, the level of people's satisfaction in components such as creative

appearance, local economy, attractive land uses, and vitality and street activities is low, so to promote the components of the creative city in this space, we will need to improve and organize these components. We use the Pearson correlation coefficient to measure the relationship between the three components of social, environmental, and functional.

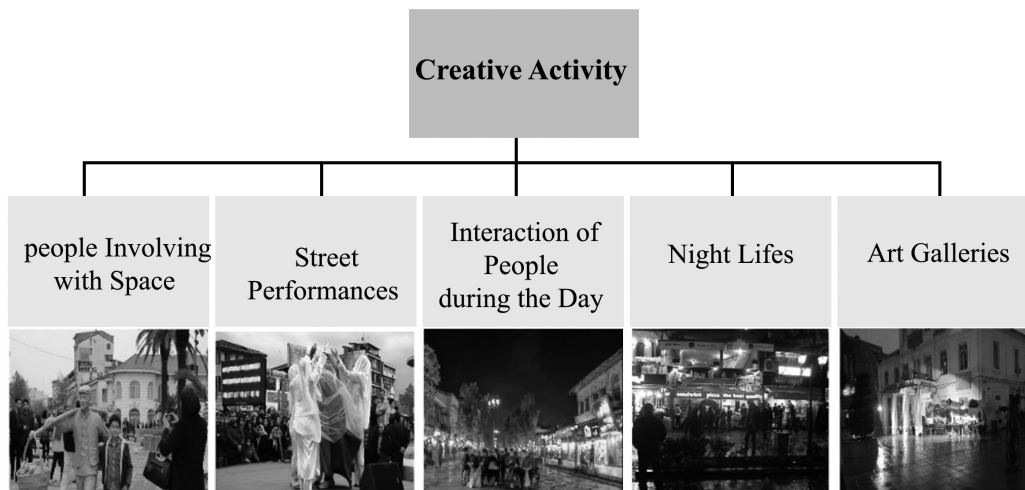
**Table 7: Pearson Correlation Coefficient**

		Environmental	Social	Operational
Environmental	Beta Coefficient	1	0.207**	0.091
	Sig. (2-Tailed)		0.003	0.202
	N	200	200	200
Social	Beta Coefficient	0.207**	1	0.578**
	Sig. (2-Tailed)	0.003		0.000
	N	200	200	200
Functional	Beta Coefficient	0.091	0.578**	1
	Sig. (2-Tailed)	0.202	0.000	
	N	200	200	200

\*\* Correlation is Significant at the 0.01 Level (2-Tailed).

The results of the analysis show that there is a significant relationship between environmental and social components as well as social and functional (the level of significance is less than 0.50). The beta coefficient also shows the extent and degree of this effect. For example, the environmental and social component

has a beta coefficient of 0.207, which indicates a large direct and two-way relationship as 0.207, and the promotion of each leads to the promotion of the other. In another analysis that captures specific activities in space, the existing activities are categorized and the following diagram is extracted..



**Fig. 4. Cultural and Creative Activities on the Sidewalk of Rasht**

Field observations also confirm the validity of the questionnaire analysis according to the above figure. As in regression analysis, the social index was obtained as one of the indicators with high satisfaction, this was also confirmed by field studies and observations of the activities in the axis. This sidewalk by holding various programs in various festivals and ceremonies as well as keeping the space active at all hours of the day and night by the people and officials and most importantly providing a suitable ground for the presence of people, especially young people, allow people to flourish and

get involved in the space so that spontaneous activities such as street music are always seen in different parts of this axis.

## 6. DISCUSSION AND CONCLUSION

This study was conducted to measure cultural sidewalks from the perspective of the creative city to determine the degree of citizens' satisfaction with the components of the creative city in space. To this end, 300 questionnaires were filled out, 41% of the respondents

were male and 58% were female. After collecting the questionnaires and analyzing them by SPSS, we have reached the results that the identified components and their qualities in the realization of creative sidewalks, social, functional, and environmental components have a direct and greater effect on citizens' satisfaction. On the other hand, among the three mentioned components, the social component has a direct relationship with both functional and environmental components. This means that by improving the indicators mentioned in the social component, environmental and functional components are also promoted. Likewise, by measuring the indices of the mentioned components separately, it was determined that from the citizens' point of view, the quantitative and qualitative characteristics of furniture, (1.36), facades of buildings (35.30) and their color (85.30), quantitative and qualitative characteristics of cultural uses (98.32) and in general the diversity of land uses, (94.31), indigenous activities (58.40), exhibitions, (89.28), interactions with strangers (63.29), the presence of women (58.40) and the elderly, (42.30), being child-centered (08.34), being memorable, (89.35), attention to historical buildings (11.21), attachment to space (11.21), attention to

climatic characteristics of the environment (8935), have the greatest effect on improving the quality of the environment to achieve a creative sidewalk.

The sum of investigations in this study indicates the significant effect of social, functional, and environmental indicators on the level of citizens' satisfaction with urban spaces. Regarding the sub-indicators set for these dimensions of urban space such as 24-hour use, the existence of pauses spaces and various movements, live performances and shows, festivals and cultural events, local and art markets, diversity of uses and green space are all indicators of the creative city. It can be concluded that the existence of creative city indicators and bringing the urban space to the qualities that are expected of a creative urban space can increase the level of citizens' satisfaction with that space. Consequently, to achieve a sidewalk with the qualities of a creative city, the promotion of other dimensions of the mentioned indicators should be considered. Since social, functional, and environmental components have a higher priority for citizens, promoting these components in the study area, can have a significant effect on creating opportunities to achieve a creative environment.

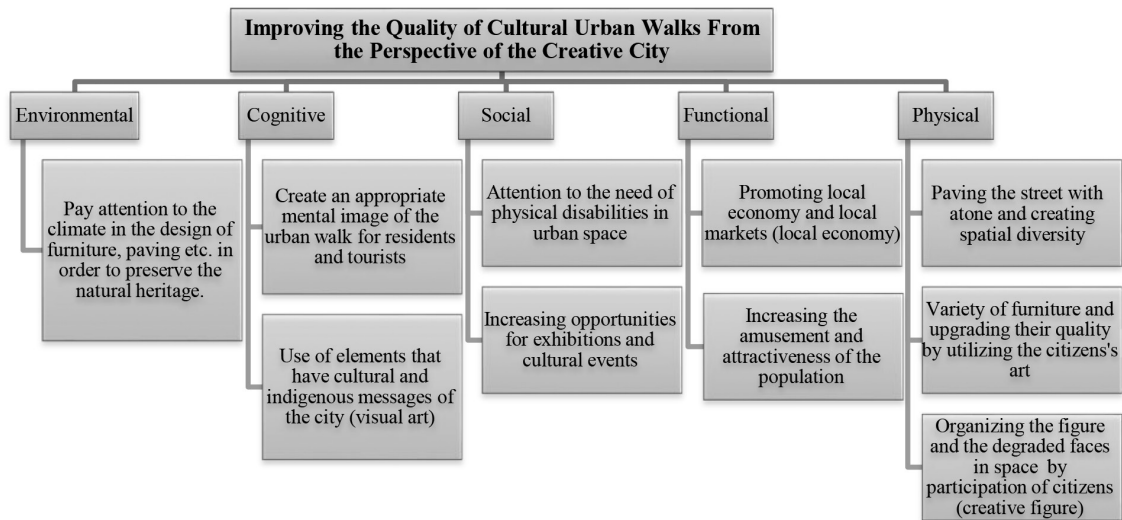


Fig. 5. Strategies to Improve the Indicators of the Creative City in the Cultural Sidewalk of Rasht



## REFERENCES

- Abbaszade, Sh., & Tamri, S. (2012). Analysis of Factors Affecting the Improvement of Pedestrian Walkway Spatial Quality and Pedestrian-oriented Spaces, in order to Increase the Social Interactions Level of People (The Case Study: Tarbiat & Valiasr Axis, Tabriz metropolitan). *Urban Studies Journal*, 1(4), 95-104. <https://civilica.com/doc/531786/>
- Akbari Motlagh, M. (2013). Feasibility Study of Sustainable Development of Urban Economy Based on Creativity and Innovation with Emphasis on Global Experiences, National Conference on Creative City, Ideas and Challenges, International Campus of Tehran University. <https://www.researchgate.net/profile/Mostafa-Akbari-Motlagh/publication/259717469>
- AuthentiCity. (2008). "Creative City Planning Framework a Supporting Document to the Agenda for Prosperity: Prospectus for a Great City" Prepared for the City of Toronto . 21.
- Bianchini, F., & Landry, Ch. (1994). *The Creative City*. Published by Comedia .
- Dadpour, S. (2011). Attracting the Creative Class in Tehran with the Help of Urban Design. *Sofeh Scientific Research Journal*, 21(4), 51-65. [https://soffeh.sbu.ac.ir/?\\_action=article&au=823597&\\_au=Dadpour,%20Sara%20&lang=en](https://soffeh.sbu.ac.ir/?_action=article&au=823597&_au=Dadpour,%20Sara%20&lang=en)
- Dettler. (2000). *Urban Planning in the Planning System*, London, DETR & CABE.
- Durmaz, S.B. (2015). Analyzing the Quality of Place: Creative Clusters in Soho and Beyoğlu. *Journal of Urban Design*, 20(1), 93-124. <https://doi.org/10.1080/13574809.2014.972348>
- Ebrahimi, M. (2010). Creative City Meeting: Concepts, Policies, Case Study of Successful and Unsuccessful Cities; Tehran City Studies and Planning Center, July, Niavaran Cultural Center, Tehran. <http://teesa.ir/Uploaded-Files/BookFiles/161LargeSize.pdf>
- Florida, R. (2002). The Rise of the Creative Class, and how it's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life. *New York, NY: Basic Books*.1 (17), 353-354. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8691.2006.00398.x>
- Florida, R. (2005). The Creative Spirit of Docklands. In J. Keeney (Ed.), *Waterfront Spectacular Creating Melbourne Docklands: The People's Waterfront*. Roseville,
- Gehl, J. (2002). *Public Spaces and Public Life*, City of Adelaide, the Danish Architectural Press.
- Hatefi Farajian, F., Habib, F., & Mohammadnia Gharaei, F. (2016). Strategies to Make Creative Urban Space with an Emphasis on Interactive Lighting (Case Study: Ahmadabad Avenue of Mashhad- Iran). *International Journal of Architecture and Urban Development*. 1 <http://www.reading.ac.uk>
- Irandoost, K., & Gholami, M. (2015). Promoting Public Participation through Public Spaces of the Creative City (Case Study: City of Yazd), *Journal of Beautiful Arts*. 20(2), 47-58. <https://dx.doi.org/10.22059/jfaup.2015.56717>
- Iranmanesh, N. (2008). Pedestrianisation a Great Necessity in Urban Designing to Create a Sustainable City in Developing Countries, 44th ISOCARP Congress.
- Jacobs, J. (1969). The Death and Life of Great American Cities. In New York (71, p. Alexander, C., Ishikawa, S., Silverstein, M. (19). <https://doi.org/10.2307/794509>
- Kakiuchi, E. (2015). Culturally Creative Cities in Japan: Reality and Prospects, City. *Culture and Society*, 7(2), 1-8. <http://dx.doi.org/10.1016/j.ccs.2015.11.003>
- Landry, C. (2000). *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*. UK: Comedia.
- Landry, C., & Bianchini, F. (1995). *The Creative City*. London: Demos.
- Leyden, K. (2003). Social Capital and the Built Environment: The Importance of Walkable Neighborhoods. *American Journal of Public Health*, 93(9), 1546-1551. <https://doi.org/10.2105/AJPH.93.9.1546>
- Mateo-Babiano, I. (2003). Pedestrian Space Management as a Strategy in Achieving Sustainable Mobility, From website: [http://www.oikos-international.org/fileadmin/oikos\\_international/international/Summer\\_Academies\\_old\\_ones\\_/edition\\_2003/Papers/paper\\_babiano.pdf](http://www.oikos-international.org/fileadmin/oikos_international/international/Summer_Academies_old_ones_/edition_2003/Papers/paper_babiano.pdf)
- Methorst, R., Monterdei Bort, H., Risser, R., Sauter, D., Tight, M., & Walker, J. (2010). PQN Final Report. COST Office (1-140). WALK21. <https://doi.org/978-0-9566903-0-2>
- Mohamadi, K., & Majidfar, F. (1389). The Era of Creative Cities. *ShahrdarihaJournal*. 100, 16-21. <https://www.magiran.com/paper/884843>
- Mohammadi, K., & Majidfar, F. (2010). The Age of Creative Cities. *Journal of Municipalities*, 100, 21-16.
- Mokhtari Malekabadi, R., Marsousi, N., Ali Akbari, A., & Amini, D. (2015). Indigenous Indicators of a Creative City with an Iranian-Islamic Approach. *Geography*, 13 (47), 161-177.
- Mokhtari Malekabadi, R., Marsusi, N., Aliakbari, E., & Amini, D. (2015). Content Validity and Reliability Analysis of Indigenous Indices for Creative City, *Geography*, 13(47), 161, <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=266519>
- Montgomery, J. (2003). "Cultural Quarters as Mechanisms for Urban Regeneration. Part 1: Conceptualizing Cultural Quarters. *Planning Practice and Research*, 18(4), 293-306. <https://doi.org/10.1080/1561426042000215614>

- Mumford, L. (1938). *The Culture of Cities*. New York: Harcourt, Brace and Company. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- New Zealand Transport Agency [NZTA] (2009). *Pedestrian Planning and Design Guide*. Wellington: New Zealand Transport Agency.
- Nosal, B.H. (2009). *Creating Walkable and Transit-Supportive Communities in Halton*, Region Health Department of Halton University, 7.
- Partovi, P. (2012). *Public Space and Women*. Seminar on Women and Urban Issues. Tehran: Tehran Municipality.
- Pakzad, J. (2004). *Designing Guidelines for Urban Spaces*. Ministry of Housing and Urban Development Publication.
- Pourahmad, A., Hajisharifi, A., & Ramezanzadeh Lasboyee, A. (2012). Evaluation and Compare of Sidewalk in Haft Hose and Moghadam. *Geographical Planning Space Quarterly Journal*, 2(6), 37-56. [http://gps.gu.ac.ir/article\\_5366.html?lang=en](http://gps.gu.ac.ir/article_5366.html?lang=en)
- Rabbani Khorasgani, A., Rabbani, R., Adibi Sedeh, M., & Moazani, A. (2011). A Study of the Role of Social Diversity in Creating Creative and Innovative Cities (Case Study: Isfahan). *Geography and Development Quarterly*, 9(21), 159-180. [DOI:10.22111/GDIJ.2011.586](https://doi.org/10.22111/GDIJ.2011.586)
- Ratiu, D. (2013). Creative Cities and/or Sustainable Cities: Discourse and Practices. *City, Culture and Society*, 4(3), 125-135. [DOI:10.1016/j.ccs.2013.04.002](https://doi.org/10.1016/j.ccs.2013.04.002)
- Redaelli, E. (2011). Analyzing the “Creative City” Governance: Relational Processes in Columbus, Ohio. *City, Culture and Society*, 2(2), 85-91.
- Saeedi, H. (2010). Creative City. *Journal of Municipalities*, 11(100), 5-11.
- Savini, F., & Dembski, S. (2016). Manufactures the Creative City: Symbols and Politics of Amsterdam North. *Cities*, 55, 139-147. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2016.02.013>
- Sawyer, K.R. (2006). *Explaining Creativity the Science of Human Innovation*. Copyright © 2006 by Oxford University Press, Inc. [https://doi.org/10.1016/0140-1750\(88\)90050-4](https://doi.org/10.1016/0140-1750(88)90050-4)
- Sharepour, M. (2010). *Urban Sociology; Third Edition*, Tehran, Samat Publications.
- Shaw, K. (2014). Melbourne’s Creative Spaces Program: Reclaiming the ‘Creative City’ (if not Quite the Rest of it). *Journal of City, Culture and Society*, 5(3), 139-147. <https://doi.org/10.1016/j.ccs.2014.07.002>
- Shojaei, D., & Partovi, P. (2015). Analysis of Factors Affecting the Creation and Promotion of Sociability in Public Spaces in Different Scales of Tehran City (Case Studies: Two Neighborhoods and an Area in District 7 Tehran). *Bagh-E Nazar*, 12(34), 93-108. <https://www.sid.ir/en/journal/ViewPaper.aspx?id=494352>
- Shokouhi dolat abadi, M., & Masoud, M. (2010). Sidewalks are a Factor in Increasing Social Capital. *Journal of Iranian Architecture and Urbanism*, 1(1), 55-66. <http://dx.doi.org/10.30475/isau.2010.61925>
- Smith, R., & Warfield, K. (2007). The Creative City: A Matter of Values, 3,4
- Vanolo, A. (2008). “The Image of the Creative City. Some Reflections on Urban Branding in Turin,” *Cities*, 25 (6), 370-382. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2008.08.001>
- Völker, S., & Kistemann, T. (2011). The Impact of Blue Space on Human Health and Well-being Salutogenetic Health Effects of Inland Surface Waters: a Review. *International Journal of Hygiene and Environmental Health*, 214(6), 449-460.

#### HOW TO CITE THIS ARTICLE

Ekra Sardashti, A., & Sajadzadeh, H. (2021). Measuring and Evaluating the Quality of Urban Walkways from the Perspective of the Creative Urban Space; Case Study: Central Urban Walkways in Rasht City of Iran. *Armanshahr Architecture & Urban Development Journal*. 14(34), 157-168.

DOI: 10.22034/AAUD.2020.202474.2006

URL: [http://www.armanshahrjournal.com/article\\_131922.html](http://www.armanshahrjournal.com/article_131922.html)



#### COPYRIGHTS

Copyright for this article is retained by the author(s), with publication rights granted to the Armanshahr Architecture & Urban Development Journal. This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution License.

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

