

تحلیل بایسته های فضای شخصی از رهیافت جغرافیای سیاسی (مطالعه موردی: شهروندان شهر کرمانشاه)

دکتر محمد رئوف حیدری فر (استادیار جغرافیای سیاسی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران)

amirhidry123@pnu.ac.ir

چکیده

فضای شخصی، خانگی، همسایگی، روستا، شهر، استان، ایالت، ناحیه، منطقه، قلمرو، استان، بخش، کشور، قاره، نیمکره و شاید سیاره از جمله مفاهیمی هستند که در جغرافیای سیاسی بررسی می شود. هریک از این فضاها دارای مفاهیم و مقاصد خاصی و متنوعی برای مردم هستند؛ یعنی تعریف هریک از این مفاهیم منوط به تعریف دیگری است. اما هر فرد یک فضای شخصی دارد، فضایی در پیرامون بدن خود با مرزهای نامرئی که در آن مزاحمان و میهمانان ناخوانده جایی ندارند. امروزه با پیشرفت فناوری و گسترش وسایل ارتباط جمعی، مسئله‌ی فضای شخصی نیاز به بازتعریف و نگاه تازه‌ای دارد. مسلماً آشنایی با این مفهوم، به فرد کمک می‌کند تا در ارتباطات خود، اجازه ندهد کسی از حدود مرز خصوصی‌اش عبور کند. پژوهش حاضر از نظر هدف، تحقیقی کاربردی است و از نظر روش، یک تحقیق توصیفی-پیمایشی است. هدف اصلی پژوهش، بررسی قلمروسازی در فضای شخصی افراد در شهر کرمانشاه است. براین اساس، این سوال همواره برای جغرافیدانان سیاسی وجود دارد که فضای شخصی در این شهر وجود دارد یا خیر؟ کیفیت و ترتیب و سلسله مراتب آن چگونه می باشد؟ برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه و تحلیل آن از طریق Spss استفاده شده است. متغیرهای مورد بررسی در پژوهش عبارت‌اند از: فاصله صمیمانه یا حریم خصوصی، فاصله اجتماعی، فاصله عمومی، فرهنگ و فضای ارتباطی. جامعه مورد مطالعه نیز شامل کلیه افراد از طبقات و صنف‌های مختلف و تحصیل کرده شهر کرمانشاه می باشد و نمونه مورد مطالعه شامل ۲۹۹ نفر از افراد فوق به صورت نمونه گیری تصادفی ساده می باشد. نتایج حاصل از این پژوهش نشان می‌دهد که هر فردی یک فضای خاصی در پیرامون خود دارد که مرزهای آن نامرئی‌اند؛ به عبارتی فضای شخصی در شهر کرمانشاه براساس هدفی که در فوق تعریف شد وجود دارد.

واژگان کلیدی: فضای شخصی، قلمرو خواهی، حریم خصوصی، امنیت فردی، کرمانشاه.

۱- مقدمه

این حقیقت وجود دارد که افراد سلسله مراتب فضایی را تحت اشغال خود دارند: فضای شخصی، خانگی، همسایگی، روستا، شهر، استان، ایالت، ناحیه، بخش، قاره، نیمکره و شاید سیاره. هریک از این فضاها دارای مفاهیم و مقاصد خاصی برای مردم هستند. شاید سیاست ابزاری جهت فهم تحمیل نظم انسانی بر فضا و زمان باشد که فقط از طریق فرایندهای طبیعی و خصوصیات طبیعی متفاوت (Elzar, 1999: 3) می شود. معنای رایج قلمروسرزمینی نیز، شامل بخشی از فضای اشغال شده به وسیله یک فرد، گروه، اقتصاد محلی یا حکومت است. همیشه سرزمین به معنای فضای اجتماعی محدود شده ای است که به وسیله گروه‌های اجتماعی گوناگون و به دلیل پیامد استراتژی‌های قلمروسازی اشغال می شود و یا مورد استفاده واقع می گردد (Johnston, 2004: 824). گرچه هر شخصی سعی می کند که به دلیل تمایلات غریزی که دارد، فضای شخصی خود را حفظ نماید (Glassner, 2004: 11)

ولی مفهوم سرزمین در ارتباط با یک سازمان است (درایسدل، ۱۳۶۹: ۶۲-۶۹) که شامل حکومت هم می شود. به عبارتی، فضای شخصی با سرزمین و مرز کاملاً متفاوت است هرچند که بارمعنایی آن هر دو مفهوم را نیز در بردارد ولی در مقیاس خرد؛ «فضای شخصی زمانی اهمیت پیدا می کند که فرد اهمیت دارد و بدون فرد، حریم او هم وجود نخواهد داشت» (مظفری و رستگاری، ۱۳۹۴: ۱).

حیوانات، پرندگان، سایر موجودات نخستین و آبزیان همانند انسان قلمروی خود را تعیین و از آن محافظت می کنند (مظفری و رستگاری، ۱۳۹۴: ۱). اما مدت زیادی نیست که کشف کرده اند انسان هم برای خود قلمرویی دارد. محدوده ای از عقاید، احساسات، رفتارها و ویژگی های هر عضو خانواده که برای دیگر اعضا آشکار نباشد یا علیرغم آشکار بودن، از افشای آن راضی نباشد و در مقابل ورود و نظارت دیگر اعضا از خود واکنش نشان دهد، فضای شخصی تلقی می گردد (Fellman et al, 2007: 69-70 & زهدی گهرپور و همکاران، ۱۳۹۶: ۷۰۷-۷۰۳). وقتی این موضوع را به رسمیت بشناسیم و تأثیرات آن را درک کنیم، نه تنها با حیرت به رفتار خود و دیگران نگاه می کنیم بلکه واکنش طرف مقابل را نیز پیش بینی خواهیم کرد. ادوارد تی هال^۱، انسان شناس آمریکایی، یکی از نخستین کسانی بود که نیاز به داشتن قلمرو را در انسان بررسی کرد. وی در سال ۱۹۱۴ بیان می کند که فرد در هر فضایی دارای قلمرو هست و حفظ آن براساس محیط های چندگانه تعیین خواهد شد (قوامی و پورزرگر، ۱۳۹۴: ۲). رابرت آردری^۲ نیز در سال ۱۹۶۶ در کتابی با عنوان «الزام سرزمینی» نتیجه گیری کرد که انسان ها هم مثل حیوانات به طور غریزی خواهان تصرف و دفاع از منطقه انحصاری خود هستند و ماهیت سرزمینی انسان ژنتیکی و غیرقابل زدودن است. این نظریه مورد انتقاد جغرافیدانان سیاسی قرار گرفت؛ طوری که دیوید اسمیت^۳ آن را ساختار اجتماعی، پیتر اسلو^۴ حقوق مالکیت و رونالد جانستون^۵ یک استراتژی می دانند (میرحیدر، ۱۳۸۶: ۷-۶۶ & مویر، ۱۳۷۹). اما مهم ترین نظریه، نظریه ای است که کلود رافستین^۶ فرانسوی با رویکرد رابطه ای و با هدف تقویت رویکرد پسااثبات گرایانه به جغرافیا مطرح کرد. وی قلمروسازی را نه به عنوان یک رفتار خاص یا محصول تلاش برای دستیابی به چیزی، بلکه به عنوان مجموعه ای از روابط ریشه دار در پیوند با محیط مادی و دیگر مردمان و گروه ها می داند (زهدی گهرپور، ۱۳۹۶). امروزه با پیشرفت فناوری و گسترش وسایل ارتباط جمعی، مسئله ی فضای شخصی نیاز به بازتعریف و نگاه تازه ای دارد. مسلماً آشنایی با این مفهوم، به فرد کمک می کند تا در ارتباطات خود، اجازه ندهد کسی از حدود مرز خصوصی اش عبور کند. «هر سرزمین به عنوان یک اصطلاح عمومی به فضای اشغال شده توسط فرد و یا گروه اطلاق می شود که در این صورت معادل آن در زبان فارسی حریم فردی، حریم خانوادگی و یا قلمرو گروهی است» (میرحیدر، ۱۳۸۶: ۶۳). داخل هر سرزمین قلمروهای کوچکی به شکل ولایت یا ولسوالی^۷ وجود دارد که باز به قلمروهای کوچک تری تقسیم می شوند، مثل قریه و به همین ترتیب مناطق شهری و

1-Edward T Hall

2 - Robert Ardrey

3 - David Smith

4 - Peter Oslo

5 - Ronald Johnston

6 - Claude Raffestin

۷ - ولسوالی واحد تقسیمات اداری در افغانستان که معادل فرمانداری یا شهرستان در ایران است. ولسوالی Utus یا Velos و ه ترکی یا غولی به معنای قبیله است.

در آن‌ها خیابان‌ها و هر خیابان نیز برای ساکنان آن به قلمروهای کوچک‌تری تقسیم می‌شود. ساکنان هر قلمروی به حریم خود وابسته و آماده‌اند تا از آن، حتی تا پای جان، دفاع کنند. فضایی را که یک فرد ادعای مالکیت آن را دارد طوری که انگار ادامه اجزای بدنش است، حریم یا فضای شخصی^۱ نامیده می‌شود. فضایی که دارایی هر فرد اشغال می‌کند، فضای شخصی او محسوب می‌شود از جمله خانه‌اش، زمینش که با پرچینی مشخص شده باشد (تانکپس، ۱۳۸۷: ۱۷).

۲- بیان مساله

امروزه روانشناسان متوجه شده‌اند که افرادی که مشغول رانندگی هستند اغلب رفتاری کاملاً متفاوت از رفتار معمول اجتماعی در برابر حریم خود نشان می‌دهند، چراکه برای بعضی از مردم اتومبیل یک «وسیله» محافظ است که می‌توانند در آن از دنیای بیرون در امان بمانند. به نظر می‌رسد که اتومبیل‌ها می‌توانند گاهی اوقات اثر بزرگنمایی در اندازه حریم یک فرد را داشته باشند (آلمن، ۱۳۸۲: ۳۴ & پاکزاد، ۱۳۹۱: ۴۲). به همین دلیل زمانی که راننده دیگری به جلو خودرو می‌پیچد حتی اگر هیچ اتفاقی هم نیفتاده باشد راننده شاید یک سری تحولات فیزیولوژیکی را تجربه کند؛ عصبانی شود و حتی به راننده متخطی حمله کند؛ همچنین چگونگی استفاده از فضا، رابطه تنگاتنگی با جایگاه شخصی دارد. معمولاً افراد مهم تمایل دارند تا فضای شخصی بیشتری را به خود اختصاص دهند. فضای شخصی به‌عنوان یک فرایند کنترل مرزی پویا بین فردی شناخته می‌شود که دسترسی دیگران را به ما تنظیم می‌کند (Brower, 1985: 181). به‌طور کلی روابط انسان‌ها بر اساس فاصله به چهار دسته تقسیم شده است: صمیمانه، شخصی، اجتماعی، و عمومی که هر یک از تقسیمات از نظر رفتاری با دیگری تفاوت‌هایی دارد (هاگت، ۱۳۸۲: ۳۵۲-۳۵۰).

فاصله از دیگران یا فضای شخصی به شدت به عواملی همانند جمعیت، ازدحام، فرهنگ، امکانات، برنامه‌های فرهنگی - سیاسی، موقعیت جغرافیایی و اخیراً فناوری مرتبط است. قطعاً قداست و حراست از این فضا نزد جوامع گوناگون متفاوت است. برای مثال، ژاپنی‌ها با هندی‌ها و پاکستانی‌ها در فضاهای شخصی متفاوتی به سر می‌برند. تعریف این فضا برای غربی‌ها همانند ساکنان شرق نیست. مسلمانان با غیر مسلمانان دیدی متمایزی نسبت به فضای شخصی دارند. «به نظر می‌رسد که بسیاری از افراد جوامع غربی، نسبت به حریم فردی حساسند، درحالی که در بسیاری از جوامع جهان سوم، مردم در جابه‌جایی با وسایل نقلیه عمومی، به حدی به هم فشار می‌آورند که انگار حریم فردی وجود ندارد. اگر چنین باشد، این اختلاف رفتاری نمی‌تواند عوامل بیولوژیک داشته باشد و منشأ آن باید با عوامل فرهنگی و یا امکانات باشد. قلمروسازی در سطوح مختلفی منعکس می‌شود. مثلاً در اعمال ارادل و اوباش خیابانی که برای مراقبت از قلمرو خود، با اسپری رنگی علامت‌هایی را در نقاط استراتژیک و مرزبندی‌های خود در اطراف مناظر شهری از خود برجای می‌گذارند؛ یا در رفتار مردمی که برای احیای استان راتلند^۲ یا هر منطقه دیگر مورد علاقه و یا در مبارزات به منظور مقاومت در مقابل تجاوز برخی قدرت‌های فراملی مبارزه کنند» (مویر، ۱۳۹۲: ۱۷-۱۶).

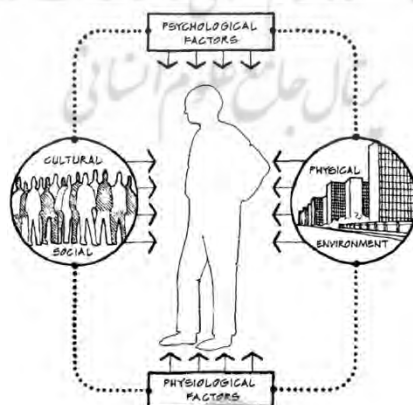
1-Personal Space

2 - Rutland

دارای مقیاس و مکان هستند، تعیین می شود و این امور باعث می شوند که تعمیم یک نظریه، بدون رجوع به جامعه و فضا غیر واقع گرایانه باشد (مویر، ۱۳۹۲: ۱۴).

فضای شخصی تا کنون در ایران همانند بسیاری از مفاهیم علوم انسانی مورد اجماع نظر اندیشمندان نبوده است. ارائه تعریف دقیق و کامل برای فضای شخصی کار دشواری است زیرا عناصری نظیر عرف و فرهنگ اجتماعی و زمان و روحيات افراد در تعیین آن دخیل می شوند و به لحاظ متفاوت بودن اینگونه عوامل در کشورهای گوناگون و نیز نسبت به اشخاص مختلف، تعیین معیارهای مشخص و تعریف جامع برای آن امری دشوار است. مثلاً اطلاع از عقاید شخصی یا مرز مورد علاقه، و یا سرگرمی های اشخاص در کشورهای مختلف با حساسیت های گوناگون همراه است. ممکن است فاش شدن برخی از اطلاعات شخصی برای افرادی مطلوب باشد؛ درحالی که همان موضوع برای سایرین یا در شرایط دیگر نامطلوب باشد.

یکی از دلایلی که ما را به دخالت در فضای شخصی دیگران ترغیب می کند، کسب لذت تسلط و تأیید شدن است. نیاز به دیده شدن و قرار گرفتن در کانون توجه، یکی از مهم ترین و محوری ترین نیازهای معنوی انسان است. ما انسان ها بسیار دوست داریم نظر و عقیده ما از سوی دیگران پذیرفته شود. پیام پنهان این پذیرش و تأیید، این است: «من و دیدگاه من از نظر مخاطب مقبول و مطلوب ارزیابی شده است و این بازخورد، حال من را خوب می کند». مسئله دیگری، اثر مالکیت است. اثر مالکیت به ما کمک می کند تا نسبت به حل مسائل دیگران روی خوش نشان بدهیم. زیرا در این شرایط، مسئله ی پیش رو، دیگر متعلق به ما نیست و با از بین رفتن فشار ناشی از تصمیم گیری و حل مسئله، جرأت و رغبت پیدا کرده ایم تا با مشکلات پیش روی خود زور آزمایی کنیم. به عبارتی، می خواهیم به خودمان ثابت کنیم که ترسو، ناتوان و تنبل نیستیم. به همین دلیل، گاهی اوقات شتاب زده و بی حساب و کتاب، برای حل مسئله ی دیگران اقدام کنیم، بدون آنکه بدانیم آیا طرف مقابل مایل است در مسئله اش دخالت کنیم یا نه؟! به بیان دیگر، هدف پنهان ما از مداخله در مسائل دیگران، به نوعی پاسخ به مسئله ی حل نشده ی خود است. در این شرایط، با کاهش ترس و تنش، احساس قدرت بیشتری می کنیم و در نتیجه ریسک پذیری بیشتری از خود نشان می دهیم (دیویس، ۱۳۹۳: ۳۱).



تصویر (۱): عوامل روانی، اجتماعی، فرهنگی، فیزیکی و محیطی موثر بر فضای شخصی (امینی و نوروزیان پور، ۱۳۹۳: ۱۰۱)

فضای شخصی یکی از مفاهیمی است که به دلایلی کمتر مورد توجه جغرافیدانان سیاسی قرار گرفته است. تحلیل های اندکی از این مفهوم در متون سیاسی- جغرافیایی به چشم می خورد. این پژوهش بنا به ماهیت جغرافیای

سیاسی خود سعی در تحلیل این مفهوم در شهر کرمانشاه و از میان اقشار مختلف دارد. بدین معنی که آیا فضای شخصی از نظر ماهیت در شهر کرمانشاه وجود دارد یا خیر؟ جایگاه و نقش آن در تعاملات و روابط اجتماعی چگونه است؟ و سلسله مراتب و طبقه بندی های موجود از این مفهوم جغرافیای سیاسی چگونه در شهر ارزیابی شده و چه قانونمندی از آن می توان درک و یا استخراج نمود. بنابراین، اثبات وجود و اهمیت این مفهوم برای احاد مردم در روابط اجتماعی- انسانی در این پروژه به معنای جایگاه و نقش آن در مقیاس ملی براساس دیدگاه کل گرایی می باشد.

۳- مبانی نظری پژوهش

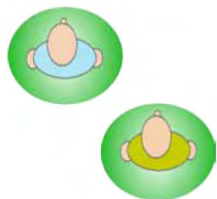
مفهوم مقیاس از جمله مفاهیم اصلی در جغرافیای سیاسی هست که نقش اساسی در درک آنچه که در پیرامون ما می گذرد دارد. «مقیاس در سلسله مراتب عمودی، یا روابط فضایی افقی و سیستمی بر روابط فضایی و میزان و حجم توزیع و روابط پدیده ها تأکید می کند. روابط پدیده ها و فرایندها در مقیاس های کوچک قوی تر و گسترده تر و در مقیاس های بزرگ، کمتر و ضعیف تر است. بنابراین، مقیاس های اجتماعی خاصیت دینامیکی دارند و حدود و ثغور آن قطعی نیست. آنها از نقش میانجی و پیوندساز میان فضاها برخوردارند و در پیوند با سایر مفاهیم همچون سرزمین، قدرت، فضا، مکان و موقعیت شاکله مباحث و گفتمان های جغرافیای سیاسی و ژئوپلیتیک را می سازند(میرحیدر و ذکی، ۱۳۸۹: ۲۱). به طور کلی مقیاس های اصلی را می توان از کوچک ترین تا بزرگ ترین سطح یعنی محلی، ملی، منطقه ای و جهانی نام برد. اما مقیاس های دیگری را می توان در خردترین سطح نظیر مقیاس فردی، خانه، بلوک و محله و مقیاس های میانی نظیر ناحیه ای، ایالتی، یا استانی و مقیاس های بسیار بزرگ نظیر فراج جهانی یا کیهانی نام برد(ویسی، ۱۳۹۴: ۴۹). مفهوم فضای شخصی در چارچوب بحث مقیاس قابل فهم است و به عنوان کوچک ترین شکل از قلمروسازی می تواند مطالعه کرد.

فضای شخصی به معنای به رسمیت شناختن دیدگاه و آزادی فردی خود و دیگران است، ضعف در مدیریت حریم شخصی، موجب آسیب پذیری و پریشانی خاطر فرد می شود. قدم اول در شناخت این مفهوم، آن است که هم عالم و هم عامل باشیم؛ زیرا انتظار خودخواهانه ای است که فضای شخصی دیگران را به رسمیت نشناسیم اما توقع داشته باشیم آن ها به فضای شخصی ما احترام بگذارند(دیویس، ۱۳۹۳: ۳۰).

۱-۳- حریم یا فضای شخصی

فضای شخصی یکی از ارزشمندترین مفاهیم نظام های حقوقی توسعه یافته است. حق بر فضای شخصی در زمره مهمترین حقوقی است که ارتباط تنگاتنگی با کرامت انسانی دارد. لذا حمایت از شخصیت انسانی مستلزم حمایت از فضای شخصی است و حمایت از فضای شخصی به تکریم شخصیت انسان و به تعبیر دیوان اروپایی حقوق بشر به تکریم (تمامیت مادی و معنوی) انسان می انجامد(The Vetherhand, 1985: 33). فضای شخصی سازوکاری است که از آن برای نظارت بر تعامل میان فردی و دست یابی به خلوت مطلوب استفاده می شود. فضای شخصی را غالباً به فاصله فیزیکی فرد با دیگران تعبیر می کنند. حال، تأکید کرده است که خود فاصله مهم نیست؛ نشانه های

ارتباطی قابل دست یابی در فواصل گوناگون است که در مفهوم فضای شخصی اهمیت پیدا می کند. در واقع فضای شخصی محیطی است که در آن درجات و شکل های گوناگون تماس اجتماعی امکان پیدا می کند.



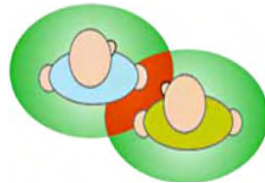
تصویر (۲): فضای شخصی یعنی هاله یا فضای پیرامون فرد (ارژمند و خانی، ۱۳۹۱: ۳۳-۳۲)

منظور از فضای شخصی «هاله ای نامرئی» است. تجاوز دیگران به این فضا یا حریم باعث ناراحتی یا نگرانی فرد می شود. همه انسان ها با توجه به نسبت نزدیکی خود با شخصی مقابل و یا مقام او، این فاصله را رعایت می کنند. حباب های نامرئی احاطه کننده اطراف هر انسان و تعریف کننده فضای شخصی، فرآیندی دیالکتیکی و متغیر است. رابرت سامر تعریف ساده ای از فضای شخصی پیشنهاد می کند: «فضای شخصی ناحیه ای است با پیوندهای نامرئی که بدن شخص را احاطه کرده اند تا امکان ورود عنصری مزاحم وجود نداشته باشد». (ارژمند و خانی، ۱۳۹۱: ۳۳-۳۲)

هاله به عنوان یک انسان‌شناس و مشاور در تعاملات فرهنگی معتقد است همان‌گونه که حیوانات با علائمی خاص نسبت به قلمرو خواهی خود اقدام می‌کنند که این امر ریشه ذاتی و فطری دارد، انسان‌ها نیز از دیوار و میله‌ها و ... با همین هدف اقدام به قلمروسازی و حفظ فضای شخصی خود می‌نمایند. هاله معتقد است که وقتی حیوانات در قلمرو خود احساس ناامنی می‌کنند واکنش نشان می‌دهند (فرار یا مبارزه) و در زمانی که در قلمرو و حریم خصوصی‌شان احساس ناامنی نکنند اتفاق خاصی رخ نمی‌دهد و انسان‌ها نیز این‌گونه هستند، دارای مرزهایی که فضای شخصی آن‌ها به شمار می‌رود و در این فضاها تمام کسانی که هم‌حزبی یا آشنا هستند بدون هیچ‌گونه مشکلی تردد می‌نمایند ولی در صورتی که در آن فضا آدمی احساس خطر نماید از خود واکنش نشان می‌دهد و این واکنش بسته به نوع فرهنگ و رفتار انسان‌ها نیز می‌تواند متفاوت باشد (<http://futurecase.wordpress.com>). مقوله فضای شخصی، موضوعی است که بسته به فرهنگ، آداب و رسوم، باورها و حتی پیشینه تاریخی هر گروه از مردم، نمودهای بسیار گوناگون و چه‌بسا متضادی دارد؛ رفتاری که در یک کشور، شهر، ولایت، ولسوالی یا میان افراد یک قوم و عشیره بسیار مقبول و پسندیده است، شاید درجایی دیگر موجب حیرت، سرزنش یا حتی برانگیختن خشم و ایجاد کدورت و کینه شود (افروغ، ۱۳۷۷: ۱۴). در کشورهایی مانند انگلیس حیطه خصوصی افراد آن‌قدر محترم است که اگر فردی به فرد دیگر خیره شود، او می‌تواند از آن شخص به دادگاه شکایت کند و دادگاه او را جریمه می‌کند (تیبالدز، ۱۳۸۵: ۱۱). به این دلیل، به افرادی که به کشورهای دیگر سفر می‌کنند توصیه می‌کنند، در آنجا به دیگران خیره نشوند. در غیر این صورت همان‌طور که گفتیم، علاوه بر روبه‌رو شدن با قانون، مرتکب عملی غیراخلاقی نیز شده‌اند. حریم خصوصی به چه معناست؟ به‌طور کلی در علم روان‌شناسی، حدود و چهارچوب حریم خصوصی به دو بخش تقسیم می‌شود.

۱- حریم فیزیکی، ۲- حریم روانی.

حریم فیزیکی: فضای حریم خصوصی بدن انسان به اندازه طول یکدست است. به این معنا که اگر ما سر و یا بدن خود را از این فاصله به فرد دیگری نزدیک تر کنیم وارد حریم خصوصی فیزیکی او شده ایم. البته این نزدیک شدن و ورود به فضای اطراف یک نفر، همیشه تعرض نیست مگر آن که آن فرد احساس ناراحتی کند (برای اطلاع بیشتر رجوع شود به هاگت، ۱۳۷۶).



تصویر (۳): تداخل فضای شخصی افراد (ارژمند و خانی، ۱۳۹۱: ۳۳-۳۲)

حریم روانی: حریم روانی شامل موارد زیر است:

الف- اطلاعات شخصی مربوط به زندگی خصوصی و خانوادگی.

فضای شخصی حقی است که بر اساس آن افراد می توانند تعیین کنند که «دیگران تا چه اندازه می توانند به لحاظ کمیت و کیفیت، اطلاعاتی درباره آنان داشته باشند». با شناخت مفهوم فضای شخصی، در تعریف مختصات و چهارچوب این حریم و فضای امن در درجه اول برای خودمان و بعد دیگران می توانیم روابط کاری، دوستانه و همکاری ایمن تر و سالم تری را تجربه کنیم. آگاهی از مفاهیم اولیه حقوق شخصی به ما می آموزد که انسانی قانون مندی باشیم و با این اتیکت خود را به دیگران معرفی نماییم (عسگری، ۱۳۹۷: ۸).

ب- افکار، نظرات و عقاید شخصی: که شامل دین و مذهب، نژاد، ملیت، فرهنگ و شیوه زندگی است و نباید مورد سؤال و تحقیق قرار گیرد (مک اندرو، ۱۳۸۲: ۵۴).

فضای شخصی یعنی یک فرد یا گروه بتواند خود و یا اطلاعات مربوط به خود را مجزا کند و در نتیجه بتواند خود و یا اطلاعاتش را با انتخاب خویش در برابر دیگران آشکار کند. مرزها و محتوای آنچه خصوصی قلمداد می شود در میان فرهنگها و اشخاص متفاوت است یعنی ممکن است فضای شخصی از شهری به شهر دیگر متفاوت باشد. در تعیین حدود فضای شخصی دین و مذهب، فرهنگ، قومیت، منطقه جغرافیایی و یا حتی جنسیت می تواند تأثیرگذار باشد. فضای شخصی متشکل از سه رکن است: محرمانگی، گمنامی و تنهایی.

فضای شخصی یا «حریم خصوصی» همان حدود مرزهای فیزیکی، احساسی و ذهنی ما هستند که مانع سوءاستفاده، سودجویی و حتی تجاوز دیگران می شود. این مرزها باعث می شوند به راحتی بتوانیم هویت، احساسات و تفکرات خود را از طرز فکر و ذهنیتی که دیگران راجع به ما دارند تفکیک کنیم (عسگری، ۱۳۹۷).

در صورت اطلاع از عقاید و نظرات افراد در مورد مسائل مختلف، اگر مخالف هم باشیم باید به عقاید آنها احترام بگذاریم. این نشان دهنده احترام به زندگی، حقوق و حریم خصوصی دیگران است.

ج- احساسات: سؤال کردن، مداخله و اعمال سلیقه در زمینه احساسات و تمایلات افراد نیز تعرض به حریم خصوصی دیگران محسوب می‌شود. متأسفانه در جامعه ما از همان دوران کودکی حریم احساسی افراد به‌دفعات نقض می‌شود. مثلاً از کودک سؤال می‌شود که مادرت را بیشتر دوست داری یا پدر را؟ آیا واقعاً کودک جرأت این را خواهد داشت که به این سؤال پاسخ درست بدهد؟ مسلماً با پرسیدن این سؤال تنها باعث آزار او می‌شویم.

۱-۱-۳- فضای شخصی در روابط اجتماعی

بشر به‌طور طبیعی کنجکاو است، اما چه خوب است راهی انتخاب کند که در عین پاسخ به نیاز طبیعی‌اش، فضای شخصی دیگران را نیز محترم بشمارد. در تاکسی یا مترو به صفحه‌ی تلفن همراه، روزنامه و کتاب دیگران خیره نشویم. اگر واقعاً کنجکاو هستیم، باید طور دیگری اقدام کنیم. مثلاً در کافی‌نت به صفحه‌ی نمایشگر کناری سرک نکشیم. شاید علاقه نداشته باشد بدانیم چه کار می‌کند یا با چه کسی چت می‌کند. پشت تلفن عمومی فال گوش نایستیم. شاید حضور ما در نزدیکی فرد، او را از گفتن برخی از مطالب منصرف کند یا در بیان آزاد و صریح آن در مضیقه بگذارد (برونستاین، ۱۳۹۳: ۲۲).

۳-۱-۳- فضای شخصی در روابط فردی

قبل از ملاقات با کسی، حتماً قرار قبلی بگذاریم. می‌توانیم تماس بگیریم و هماهنگی‌های لازم را انجام بدهیم. مهمان ناخوانده چه‌بسا باعث رنجیدگی خاطر میزبان شود. فضولی نکنیم. قبل از اینکه از دیگران بپرسیم: «کی عروسی می‌کنی؟ چرا ازدواج نمی‌کنی؟ چرا بچه‌دار نمی‌شوی؟» بلافاصله هدف خود را از طرح چنین پرسش‌هایی بررسی کنیم. مسئله‌ی موردنظر به ما چه ربطی دارد؟ چه اهمیتی دارد؟ سر درآوردن از آن، چه منفعتی برای ما دارد؟ در صورت مطلع شدن، آیا می‌خواهیم به فرد درگیر در مسئله کمک کنیم؟ یا می‌خواهیم موعظه و توصیه کنیم؟ در خصوص تصمیمات و ایده‌های دیگران بلافاصله تحلیلگر و مفسر نباشیم. منتظر بمانیم ببینیم اصلاً کسی از ما نظرخواهی می‌کند یا نه؟ ببینیم اصلاً در خصوص مسئله‌ی گفته‌شده، برداشت، تجربه و دانش مفیدی برای به اشتراک‌گذاری داریم یا نه؟ در غیر این صورت بهترین کار آن است که با سکوت، به تفاوت نظرات و عقاید یکدیگر احترام بگذاریم (برونستاین، ۱۳۹۳: ۲۲).

به‌طور خلاصه در تعریف فضای شخصی می‌توان گفت هر نوع سؤال و پرس‌وجو، و همچنین هر نوع دخالت و اعمال سلیقه و تحمیل عقیده در زمینه اطلاعات زندگی خصوصی، افکار، عقاید، احساسات و روش‌های زندگی دیگران که فرد مایل نباشد این اطلاعات را در اختیار دیگری بگذارد و باعث آزار و رنجیدگی او شود، جزء فضای شخصی فرد محسوب می‌شود، و ما باید برای آن احترام قائل باشیم. اما چون این مرزها قابل‌دیدن نیستند، برخی به دلیل عدم آگاهی به‌راحتی وارد حریم خصوصی دیگران می‌شوند (حافظ نیا و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۵).

معمولاً افراد تصور می‌کنند برای شروع صحبت و یا آغاز هر نوع ارتباطی می‌توان ابتدا از سؤالات شخصی شروع کرد. در واقع در کشور ما افراد اول وارد حریم خصوصی افراد شده، سپس صمیمی می‌شوند. در صورتی که در

کشورهای توسعه‌یافته ابتدا با فرد مقابل در صورت تمایل صمیمی شده^۱ سپس وارد حریم خصوصی او می‌شوند. ممکن است برای عده‌ای این سؤال پیش بیاید که چرا این‌قدر به رعایت حریم خصوصی و به‌طورکلی حقوق و آزادی انسان در اعلامیه جهانی حقوق بشر و همچنین در کشورهای توسعه‌یافته اهمیت داده می‌شود؛ طوری که در آن کشورها قوانینی وضع شده که در صورت عدم رعایت آن فرد می‌تواند شکایت کرده و فرد مقابل مجازات شود (مک اندرو، ۱۳۸۲: ۲۱).

به نظر می‌رسد یکی از دلایل آن ارزش و احترام و برابری همه انسان‌ها جدا از شخصیت، دین، مذهب، نژاد، ملیت و... افراد است که هیچ انسانی نباید مورد تعدی و آزار دیگری قرار گیرد. از وضع و اجرای این قوانین می‌توان به مقام و شأن و حرمت انسان‌ها پی برد. همچنین، هر فرد زمانی می‌تواند به همه انسان‌ها در هر زمینه‌ای از جمله حریم خصوصی، حقوق شهروندی و... احترام بگذارد که به ارزش و عظمت انسان پی ببرد. اما متأسفانه در کشور ما از آنجاکه بسیاری از مردم به حقوق خود آشنا نیستند، تصور می‌کنیم این امر بسیار طبیعی است و گویی به این آزرده‌گی عادت کرده‌ایم، و در کشور ما هنگامی که سوار ماشین شده و به‌مجرد نشستن روی صندلی شخص بمباران سؤالات شروع می‌شود. کجا می‌روید؟ برای چه می‌روید؟ چند سال دارید؟ در چه رشته‌ای تحصیل کرده‌اید؟ محل کارتان کجاست؟ چه میزان حقوق دریافت می‌کنید؟ ازدواج کرده‌اید؟ بچه دارید؟ شغل همسرتان چیست؟ چند خواهر و برادر دارید؟ شغل پدرتان چیست؟ و ...

متخصصان علوم ارتباطی بر این عقیده‌اند که در طبیعت حیوانات و نیز آدمی رفتارهایی وجود دارد که ما آن را قلمروخواهی می‌نامیم؛ بدین معنا که هر فرد یک فضای شخصی دارد فضایی در پیرامون بدن خود با مرزهای نامرئی که در آن مزاحمان و میهمانان ناخوانده جایی ندارند. ما این فضای پیرامون خود را همواره با خود داریم و اگر دیگران وارد آن شوند احساس ناامنی و اضطراب می‌کنیم اما اگر دیگران همیشه از آن دوری جویند شاید احساس کنیم که طرد شده‌ایم. به همین دلیل ما به‌طور مداوم و تقریباً ناآگاهانه نسبت به افرادی که نزدیک ما می‌شوند این فضا را تنظیم می‌کنیم. یک قلمرو منطقه یا فضایی است که انسان آن را از آن خود می‌کند و به‌مثابه امتدادی از بدنش می‌داند که در واقع هر شخصی دارای قلمرو خاص خود است که شامل منطقه پیرامون متعلقات اوست. می‌توان گفت همه ما با ترسیم دایره‌ای نامرئی به دور خود، قلمرو و فضای شخصی خود را مشخص می‌کنیم و اگر کسی که او را نمی‌شناسیم به درون آن دایره با محدوده قدم بگذارد احساس ناراحتی یا به‌نوعی احساس تهدید فیزیکی می‌کنیم (بلاکسل، ۱۳۸۹: ۲۴). در چنین موقعی بدن ما خود را برای واکنشی از نوع جنگیدن یا گریختن آماده می‌کند، تعداد نفس‌ها و ضربان قلبمان افزایش می‌یابد و مقدار زیادی هورمون آدرنالین به درون جریان خون ترشح می‌شود و اغلب برای پنهان کردن ناراحتی خود سعی می‌کنیم تا بیشتر لبخند بزنیم.

۲-۳- قلمرو سازی

یکی از ملموس‌ترین، مهم‌ترین و پرکاربردترین حقوقی که برای هر فردی شناخته‌شده است فضای شخصی است که البته هنوز صاحب‌نظران درباره تعریف آن به توافق یکسانی نرسیده‌اند. اما بانام فضای شخصی نخستین چیزی که به

^۱ - در کشورهای توسعه یافته سوال از افراد در خصوص مسائل شخصی و خانوادگی نه مسائل اجتماعی، سیاسی، اقتصادی روز به ندرت پیش می‌آید و با اکره انجام می‌گیرد. سوال از فضای شخصی و مسائل خصوصی افراد پس از شناخت و گذر زمان و ارتباط افراد در مراحل بعدی امکان پذیر می‌شود.

ذهن همه ما می‌رسد خانه و چهاردیواری است که باید اختیار آن در دست صاحب‌خانه باشد (www.fardanews.com). یکی از واقعیت‌های زندگی این است که گروه‌های اجتماعی و نیز کشورها مرزهایی را به دور خود تقسیم می‌کنند و فضا را به سرزمین‌های قابل دفاع تقسیم می‌کنند. برخی ریشه مفهوم قلمروسازی را در اعمال و پاسخ‌های انسانی می‌بینند. دفاع از سرزمین مهم است مثلاً منازعات خیابانی بین گروه‌ها و واکنش‌های خشونت‌آمیز توسط گروه‌های شهری ناشی از نگرانی از همسایگان رو به رشدی است که تهدیدی بالقوه فرض می‌گردد. هریک از ماها نیز به صورت فردی فضایی شخصی برای خود در نظر داریم که منطقه انحصاری و قابل تملک ما بوده و براساس فرهنگ و امکانات، ما را از دیگران جدا می‌کند. برای مثال آنگلوامریکایی‌ها نیاز به جدایی چهره به چهره بیشتر احساس می‌کنند هنگامی که با لاتینی‌ها گفتگو می‌کنند. اما فضای شخصی اغلب موقتی می‌باشد؛ برای مثال در مکان‌های شلوغی همانند سواحل، پاساژها و فروشگاه‌های زنجیره‌ای و... به صورت فشرده پذیرفته می‌شود تا در خانه یا هنگام مطالعه در کتابخانه‌های عمومی. همچنین، بازدید از خانه و دارایی‌ها برای افراد بی‌خطر و بدون مشکل اغلب آزاد می‌باشد (Fellman et al, 2007: 69-70). قلمرو نمود فضایی و عینی احساس تعلق و تملک آدمی است که برخاسته از اصل حب ذات و میل به آسایش و آرامش است؛ از این رو قلمروسازی یکی از وجوه نهادینه و طبیعی بشر به شمار می‌رود. کردارشناسان نخستین کسانی بودند که واژه قلمروسازی را توصیف دقیق کردند (آلتمن، ۱۳۸۲: ۷۰). به باور آن‌ها، این رفتار موضوعی فراتر از یک رسم یا ابراز وجود است و ادعای حقوق انحصاری یک گونه جانوری در بوم خود در برابر رقیبان بالقوه از همان‌گونه را نشان می‌دهد. به نظر برخی دانشمندان علوم اجتماعی، انسان‌ها نیز مانند حیوانات به‌طور غریزی خواهان تصرف چنین فضایی و دفاع از آن هستند (تانکپس، ۱۳۸۷: ۲۷). به گفته ادوارد تی هال سطح ادراک صمیمیت فضا در نظر فرهنگی تعیین می‌شود. افراد از فرهنگ‌های مختلف فضا و محل متفاوتی را جهت فضای شخصی درک می‌کنند. هال تأکید دارد که در چارچوب‌های مختلف فرهنگی، تعریف و سازمان‌دهی فضای شخصی که همه افراد در سطح ناخودآگاه خود دارند متفاوت و بسته به نوع فرهنگ آن محیط است. به‌عنوان مثال آلمانی‌ها فضای خصوصی خود را به اندازه یک‌نفس می‌دانند (Dolphin, 1988: 26). برخی نمادها در زندگی روزمره نشانه‌هایی از قلمروسازی هستند؛ از این رو، انسان و گروه‌های انسانی در قالب قبایل و ملت‌ها پدیده‌های قلمروسازی هستند که با سرزمینی (با هر مقیاس جغرافیایی) که در آن زیسته‌اند، دل‌بستگی قوی عاطفی برقرار کرده‌اند؛ به‌گونه‌ای که این دل‌بستگی موجب دفاع از قلمرو در برابر هرگونه تجاوز خارجی بوده است. گرچه بسیاری از دانشمندان علوم اجتماعی قلمروسازی انسان در مفهوم ویژگی ژنتیکی و زیستی را نپذیرفته‌اند (تانکپس، ۱۳۸۷: ۲۹). برخی نیز اعمال سلطه بر یک منطقه جغرافیایی را پدیده‌ای غریزی دانسته‌اند که باید ارضا شود (افروغ، ۱۳۷۷: ۱۴). قلمروسازی یا بیان جغرافیایی قدرت یکی از شایع‌ترین راهبردهای اعمال کنترل سیاسی است که در حوزه تعامل جغرافیا و سیاست قرار می‌گیرد. مسائل مربوط به مقیاس و چگونگی استفاده از راهبرد سرزمینی در سطوح مختلف فضا بر مناسبات سیاسی اثر می‌گذارد. تعامل جغرافیا و سیاست خاستگاه عملکرد سازمان کشور - ملت، سیاست‌گذاری و کنترل اجتماعی و تقسیم سیاسی فضا (محدوده بندی حوزه‌های انتخاباتی، نظام سیاسی فدرال) بوده است. میل به بقا در قالب تلاش برای دستیابی به ابزارهای ایجاد آسایش و آرامش بخش ثابت رفتار آدمی

است. این ویژگی در جهت‌دهی به کوشش و منش انسان‌ها برای کسب قدرت از راه در اختیار گرفتن منابع تأمین کننده آسایش و آرامش اثرگذار بوده و سرزمین به‌عنوان بستر فراهم آورنده این منابع، آوردگاه افراد و گروه‌های انسانی برای پایش، مالکیت و حاکمیت بر منابع بوده است (حافظ نیا و همکاران، ۱۳۸۹: ۳۵ & زهدی گهرپور و همکاران، ۱۳۹۶: ۷۰۹-۷۰۶). این کشمکش‌ها از مقیاس خرد آغاز می‌شود و به مقیاس کلان مانند اختلاف بر سر مالکیت و کنترل یک محدوده مرزی یا هم‌آوردی برای پایش قلمروهای ژئواستراتژیک می‌انجامد. وجه اشتراک این کشمکش‌ها، گرایش به کنترل بخش‌هایی از سرزمین و ایجاد قلمروی گسترده‌تر است. جلوگیری از دست‌اندازی و نفوذ دیگران به این قلمرو، ضرورت تعیین حدود دقیق آن را که مرز نامیده و با نشانه‌ها و موانعی مشخص می‌شود، آشکار می‌کند (تیبالدز، ۱۳۸۷ & ذکی، ۱۳۹۲). بر اساس این، قلمرومندی یا رفتار برخاسته از ویژگی‌های قلمرو سازی کاری برای تنظیم حریم خود و دیگران است که با شخصی‌سازی یا نشانه‌گذاری یک مکان یا یک شی و تعلق آن به یک فرد یا گروه بیان می‌شود. زمانی که انسان‌ها دریافتند گردهمایی و زندگی گروهی بهتر می‌تواند پایداری و پویندگی آن‌ها را تضمین کند، قلمرو در حاکمیت و مالکیت سازه‌های انسانی قرار گرفت و کوشش برای پاسداری از منابع و ذخایر این قلمرو و حتی گسترش آن در جهت‌دهی به ساختار و کارکرد سیاسی فضا نقش کانونی یافت (بحرینی، ۱۳۷۸: 18 - 31).

۳-۳- فاصله صمیمانه یا فضای شخصی

در فاصله صمیمی، حضور شخص دیگر تردیدناپذیر بوده و ممکن است به دلیل غلبه داده‌های حسی به دفعات ناراحت‌کننده باشند. بینایی اغلب، بویایی، گرمای بدن شخص دیگر، صدا، بو و احساس نفس شخص دیگر همگی علامت تماس و برخورد با شخص دیگر است (بیگدلی و همکاران، ۱۳۹۷: ۶). اصطلاحی است که توسط هایدیگر برای فضاسازی عادی در بین حیوانات غیرتماسی برای حفظ آن بین خود و اطرافیان به کار گرفته شده است. این فاصله به صورت حبابی نامرئی، پیرامون موجود زنده را احاطه می‌کند. خارج از این حباب، برای دو موجود زنده بدان گونه که هنگام تلاقی دو حباب با هم درگیر می‌شوند، برخوردی اتفاق نمی‌افتد. سازماندهی اجتماعی عاملی در تعیین فاصله شخصی است (بیگدلی و همکاران، ۱۳۹۷: ۶). اندازه این فاصله در تماس مستقیم با فرد دیگر حدود ۴۵ سانتی‌متر است. این فاصله بیشتر در مورد فعالیت‌هایی خصوصی ما (بغل کردن و درگوشی حرف زدن) مطرح می‌شوند و مسائلی که در این فاصله مورد بحث قرار می‌گیرند برای طرفین کاملاً محرمانه است؛ این فاصله نزدیک عموماً خوشایند اماکن عمومی نیست و افراد بیشتر فرهنگ‌ها تلاش می‌کنند که در انظار عمومی از آن پرهیز کنند. فاصله ۴۵ تا حدود ۱۲۰ سانتی‌متر را فضای شخصی و گاهی حریم آسایش نیز می‌نامند. بیشتر افرادی که با یکدیگر حرف می‌زنند در این فاصله احساس آرامش بیشتری می‌کنند. مرحله بسیار نزدیک این فاصله برای روابط بسیار نزدیک و کم‌ویش صمیمانه موردنظر است و مرحله دور آن مناسب برای گفتگوهای دوستانه است (اسدی، ۱۳۸۸: ۸).

۳-۳-۱- فاصله اجتماعی

فاصله ۱۲۰ تا ۳۶۰ سانتی‌متر را شامل می‌شود که آن را به‌عنوان رابطه روان‌شناختی مطرح کرده‌اند؛ این فاصله در جریان مراودات اجتماعی و مذاکرات تجاری مشاهده می‌شود. همچنین اگر شخصی بایستد و مخاطب او بنشیند این

فاصله حریم اجتماعی نیز نامیده می‌شود؛ در این حالت آن کسی که ایستاده است معمولاً کنترل امور را در دست دارد، مانند فاصله معلم و شاگرد (اسدی، ۱۳۸۸). خط مرزی بین فاصله شخصی در حالت شخصی در حالت دور و حالت نزدیک در فاصله اجتماعی، «حد تسلط» را مشخص می‌کند. جزئیات معنی دار بصری قابل مشاهده نیست و نمی‌توان انتظار تماس با فرد دیگری را در این فاصله داشت مگر با کوشش زیاد (بیگدلی و همکاران، ۱۳۹۷: ۶).

۲-۳-۳- فاصله عمومی یا رسمی

این فاصله بیشترین فاصله‌ای است که انسان‌ها در روابط بین خود آن را حفظ می‌کنند و اندازه‌های آن ۳۶۰ سانتی‌متر و بیشتر است این فاصله در سالن‌های سخنرانی و کنفرانس‌ها میان سخنرانان و شنوندگان رعایت می‌شود (اسدی، ۱۳۸۸: ۸). تغییرات حسی متعدد مهمی در انتقال از فواصل شخصی، اجتماعی به فاصله پدید می‌آید که به طور کامل خارج از دایره برخورد افراد است. فاصله عمومی معمول مختص چهره‌های برجسته و دولتی نیست، بلکه هرکس در صحنه‌های عمومی می‌تواند آن را به کار گیرد و باید با تعدیل‌های ویژه‌ای صورت بگیرد (بیگدلی و همکاران، ۱۳۹۷: ۶). همچنین، سخنرانان باتجربه در این فاصله برای اثربخشی بیشتر کلام خود از حرکت اندام استفاده بیشتری می‌کنند. آنان از اشارات بالا و پایین آوردن صدا و به‌طور کلی ارتباطات غیرکلامی برای بهتر شدن فراگرد ارتباطات استفاده می‌کنند.

جدو(۱): فواصل مربوط به فضای شخصی

فاصله رسمی	فاصله اجتماعی	فاصله شخصی	فاصله صمیمی
از ۳۶۶ تا ۷۶۲ سانتی متر	از ۱۲۰ تا ۳۶۰ سانتی متر	از ۴۵ تا ۱۲۰ سانتی متر	از ۰ تا ۴۵ سانتی متر



تصویر(۴): فواصل مربوط به فضای شخصی (ارژمند و خانی، ۱۳۹۱: ۳۳-۳۲)

۴-۳- مبانی فضای شخصی در ایران

دین اسلام از ۱۴۰۰ سال پیش برای شأن و منزلت انسانی ارزش قائل شده است و فضای شخصی را به رسمیت شناخته است. در آیات ۲۷ و ۲۸ سوره‌ی نور می‌خوانیم: «ای اهل ایمان! هرگز به خانه‌هایی غیر از خانه‌ی خودتان وارد نشوید؛ مگر اینکه با ایشان انس بگیرید و بر اهل آن سلام کنید. این برای شما بهتر است. باشد که متذکر شوید. اگر در خانه‌ای کسی نبود وارد نشوید تا اینکه به شما اجازه‌ی ورود داده شود».

و اگر به شما گفته شد بازگردید، برگردید که این برای شما پاکیزه‌تر است و خدا به آنچه انجام می‌دهید آگاه است». همچنین، در قرآن مجید اشاره شده است که نباید در امور دیگران تجسس کرد. اصل ۲۲ قانون اساسی مقرر می‌دارد: «حیثیت، جان، حقوق، مسکن و شغل اشخاص از تعرض مصون است؛ مگر در مواردی که قانون تجویز کند». در اینجا هرچند به صراحت در مورد فضای شخصی افراد سخنی به میان نیامده است، اما اطلاق این اصل دلالت بر این موضوع و مشمولیت فضای شخصی را دارد. اصل ۲۵ قانون اساسی نیز هرگونه تجسس را ممنوع دانسته است که در نقض فضای شخصی افراد، در بسیاری از موارد مفهوم تجسس احراز می‌شود.

بند الف ماده‌ی ۶۴۰ قانون مجازات اسلامی: «هر کس نوشته، طرح، نقاشی، تصویر، فیلم و... و به‌طور کلی هر چیز که عفت و اخلاق عمومی را جریحه‌دار کند، برای تجارت یا توزیع به نمایش عمومی بگذارد، به مجازات حبس از سه ماه تا یک سال و جزای نقدی از یک میلیون و پانصد هزار ریال تا شش میلیون ریال و تا ۷۴ ضربه شلاق، یا به یک یا دو مجازات مذکور محکوم خواهد شد». اگر اشخاص برای تهدید خانواده و برهم زدن امنیت اجتماعی دست به چنین اقداماتی بزنند، مجازات‌های سنگین‌تری در انتظار آنان است؛ تا آنجا که ممکن است به‌عنوان مفسد فی‌الارض به اعدام محکوم شوند. مواد ۱۷، ۱۶، ۲، ۱ و ۱۷۰ قانون مجازات جرائم رایانه‌ای، حیثیت شهروندان را مورد حمایت قانونی قرار داده و در واقع فضای شخصی شهروندان را نیز حتی در فضای مجازی به‌صورت غیرمستقیم تحت حمایت کیفری قرار داده است.

۴- روش پژوهش

با توجه به هدف اصلی پژوهش یعنی «بررسی قلمروسازی و فضای شخصی افراد»، روش تحقیق در پژوهش حاضر توصیفی-پیمایشی است. در واقع روش تحقیق توصیفی آنچه را که هست توصیف می‌کند و شامل توصیف، ثبت، تجزیه و تحلیل شرایط موجود است. در این روش سعی می‌شود تا روابط بین متغیرها بدون دست‌کاری کشف شود. در پژوهش حاضر، به دلیل اینکه رابطه متغیرها بدون دست‌کاری مورد مطالعه قرار می‌گیرد و فقط شرایط موجود توصیف می‌شود؛ تحقیق از نوع توصیفی است؛ برای جمع‌آوری اطلاعات نیز از منابع کتابخانه‌ای و پرسشنامه استفاده شده است. تحلیل‌ها داده‌ها به کمک نرم‌افزار Spss انجام شده است. هدف اصلی این پژوهش، بررسی قلمروسازی در فضای شخصی افراد در شهر کرمانشاه است. براین اساس، این سوال همواره برای جغرافیدانان سیاسی وجود دارد که فضای شخصی در این شهر وجود دارد یا خیر؟ کیفیت و ترتیب و سلسله مراتب آن چگونه می‌باشد؟ فرضیه نیز بر همین اساس تعریف می‌شود که به نظر می‌رسد فضای شخصی در شهر کرمانشاه ضعیف می‌باشد.

در پژوهش حاضر، تامین اعتبار طیف‌های به کار رفته در سنجش متغیرها، از اعتبار محتوایی و اعتبار صوری استفاده شده است. بدین صورت که هر متغیر با استفاده از تعاریف نظری موجود و سازه‌های نظری، به صورت یک سازه عملیاتی مفهوم بندی شده است (اعتبار محتوایی). پس از طراحی، پرسشنامه را دو نفر از اساتید علوم ارتباطی/جامعه‌شناختی تایید کرده اند (اعتبار صوری). همچنین برای سنجش میزان قابلیت اعتماد پرسشنامه از

ضریب الفای کرونباخ، آزمون همبستگی و تی استفاده شده است. نمونه مورد مطالعه شامل کلیه افراد تحصیل کرده از طبقات مختلف در بازه سنی مشخص در شهر کرمانشاه و به تعداد ۲۹۹ نفر می باشد.

۵- یافته‌ها و نتایج پژوهش

هال معتقد است که فرهنگ نقش تعیین‌کننده‌ای در تعیین اینکه چگونه افراد از فضای شخصی استفاده می‌کنند دارد. به‌عنوان مثال، مردم با فرهنگ تماس می‌گیرند فاصله‌های نزدیکی را انتخاب می‌کنند تماس بیشتری با چشم خود برقرار می‌کنند بیشتر یکدیگر را لمس می‌کنند و با صدای بلندتر صحبت می‌کنند با فرهنگ ارتباط برقرار می‌کنند. این تجزیه و تحلیل، دیگر متغیرها مانند: سن، جنس، رابطه محیط‌زیست و فرهنگ همکاری‌های قومی را نیز شامل می‌شود که نقش تعیین‌کننده‌ای در استفاده از فضای شخصی دارند (Aiello, 1972: 70). تا همین اواخر فکر می‌شد که نیازهای فضایی انسان به اندازه هوای جا به جا شدن توسط بدنش است. این حقیقت که انسان در اطراف خود فضاهایی به عنوان نشانه‌هایی از شخصیت اش دارد، عموماً نادیده گرفته شده بود.

در این بین افرادی چون «ادوارد هاب» در یک طبقه بندی چهار مرحله‌ای، فواصل اجتماعی را بر شکل تعامل افراد از گفت و گو تا حضور رسمی ارائه و مطرح کرده است. وی مطرح ساخت که ما محیط اجتماعی خود را به محدوده‌های متمایزی که بدن‌های ما را احاطه می‌کنند، تقسیم می‌کنیم و گویی حباب‌هایی نامرئی با خود داریم. او در کتاب خود، بعد پنهان، فضای شخصی و اجتماعی و درک انسان از آن‌ها را بررسی می‌کند. در این جا به فواصل مختلف در ارتباط با تعامل افراد می‌پردازیم (ارژمند و خانی، ۱۳۹۱: ۳۳-۳۲).



تصویر (۵): فواصل چهارگانه فضای شخصی افراد (ارژمند و خانی، ۱۳۹۱: ۳۳-۳۲)

۵-۱- فرهنگ و فضای ارتباطی

باید به این نکته توجه کرد که فرهنگ به صورت غیرمستقیم به ما می‌آموزد که چگونه با دیگران به طرق مختلف ارتباط برقرار کنیم، هر شخصی توسط قلمرو خاص خود احاطه شده است. این قلمرو بر اساس زمینه فرهنگی، وضعیت، حالت و احساس شخصی و فعالیتی که در آن مشارکت می‌کند کوچک و بزرگ می‌شود. افراد ساکن در اروپای شمالی (انگلیسی‌ها، اسکاتلندی‌ها و آلمانی‌ها) تمایل دارند محدوده بزرگ‌تری از فضای شخصی را در اختیار داشته باشند و از تماس نزدیک اجتناب کنند و در واقع آن‌ها به قلمروی بیشتری در اطراف خود نیاز دارند.

بنابراین انگلیسی‌ها به شکل کلیشه‌های دوست دارند که دور (غیر صمیمی) و غیرشخصی (بدون احساسات شخصی) باشند و این رفتار قالبی و کلیشه‌ای ناشی از احترامی است که آن‌ها برای قلمرو دیگران از خود نشان می‌دهند. در مقابل ایتالیایی‌ها و روس‌ها، اسپانیایی‌ها و آمریکای لاتین و مردم خاورمیانه و فرانسوی‌ها عموماً تمایل دارند که تماس فردی نزدیک داشته باشند. به همین دلیل نیز ازدواج‌های دو فرد با فرهنگ متفاوت یکی از عوامل بروز اختلاف ناشی از عدم سازگاری عاطفی و فضای بین زوجین است. اصولاً زمانی که افرادی از فرهنگ‌های مختلف با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند فرض را بر این می‌گذارند که دیگران نیز مانند آن‌ها فکر می‌کنند که البته این فرض صحیح نیست. در حقیقت فرهنگ‌ها را می‌توان از طریق فاصله یا حریمی که اعضای آن‌ها در مراودات با یکدیگر رعایت می‌کنند و تعداد دفعاتی که یکدیگر را لمس می‌کنند، تشخیص داد. عده‌ای از پژوهشگران ارتباطات معتقدند که ما دو نوع فرهنگ داریم فرهنگ تماس پذیر (فرهنگ‌هایی که اعضای آن با تماس‌های بدنی ارتباط برقرار می‌کنند مثل فرهنگ آمریکای لاتین - حوزه مدیترانه - فرانسه و اعراب) و فرهنگ‌های تماس گریز: فرهنگ مردم آلمان - انگلستان و آمریکا و کانادا. بنابراین واضح است که چرا هنگام مذاکرات کاری آسیایی‌ها و آمریکایی‌ها به طرز مشکوک باهم برخورد می‌کنند. آمریکایی‌ها و اروپایی‌ها مردم آسیا را سمج و خودمانی تصور می‌کنند و آسیایی‌ها به اروپایی‌ها و آمریکایی‌ها با صفات (سرد، نجسب و خشک) اشاره می‌کنند. در واقع عدم آگاهی از تفاوت‌های فاصله در حریم صمیمی فرهنگ‌های مختلف می‌تواند به راحتی موجب سوء تفاهم و دیدگاه‌های غلط شود و این خود یکی از دشواری‌های ارتباطات بین فرهنگی است. روشن است که در برخوردهای سیالی و تجاری بین شهروندان فرهنگ‌های گوناگون، در فضای ارتباطی اثر بسزایی دارد. درک و شناخت مشترک می‌تواند بیان آنان دوستی و نزدیکی پدید آورد و عدم درک منجر به دشواری و فاصله می‌شود. مثلاً ایرانیان و بیشتر اعراب علاقه‌مندند که در گفتگو با طرف مقابل خود از فاصله کمتری استفاده کنند. مشاهده گردهمایی دو شهروند از دو فرهنگ متفاوت خود به راحتی تفاوت‌ها را نشان می‌دهد. البته تفاوت‌هایی در بین ایرانیان و اعراب در این زمینه وجود دارد. در برخی از شهرستان‌های استان کرمانشاه طی مشاهدات به این نکته توجه شد که برخی از شهرستان‌ها از روابط انسانی سردتری نسبت به سایر شهرستان‌ها برخوردارند که یکی از متغیرها ناشی از آب‌وهواست.

شخص خاورمیانه‌ای برای پر کردن فاصله بین طرف فرد طرف مقابل خویش گام به جلو می‌گذارد و فرد اروپایی یا آمریکایی با وحشت از نزدیکی گام به پس می‌نهد و این امر خنده‌آور می‌شود. با توجه به اینکه هر دو احساس خوشایندی می‌کنند بدون اینکه خود بدانند و خود بخواهند. همان‌طور که پیش‌تر اشاره شد در هر فرهنگ این فواصل ارتباطی متمایز از هم خواهند بود و کمتر می‌توان دو فرهنگ را یافت که این از جهت با یکدیگر تفاوت نداشته باشند. در فرهنگی با قدمتی مانند فرهنگ ایران خرده فرهنگ‌های مختلفی هنجارهای مجاورت یا هم‌جواری خود را شکل داده و آن را جدا از دیگر خرده فرهنگ‌ها می‌نمایند. مثلاً گرمی و فاصله بسیار نزدیک را در بین مردم خوزستان بیشتر می‌توان مشاهده کرد. در حالی که در مناطق کوهپایه شمالی کمتر چنین موردی محسوس است؛ سن و جنس نیز تفاوت‌هایی را در این مورد پدید می‌آورند. کودکان در مقام با بزرگسالان معمولاً در فاصله نزدیک‌تری با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند، در حالی که بین دو فرد فاصله‌ها دورتر است. بین دو زن این فاصله در حد متوسط

است باید در نظر داشت که هرچند هریک از ما رفتارهای خاص خود را داریم اما درعین حال تابع فرهنگ حاکم بر خویش هستیم، فرهنگ هنجارهای خود را در مورد فاصله بر ما تحمیل می‌کند و به ما می‌گوید چه اندازه فاصله را رعایت کنیم چقدر پیش برویم و کجا توقف کنیم (اسدی، ۱۳۸۸: ۹).

۲-۵ مواد و روش ها

این مطالعه بر حسب نوع هدف، کاربردی است و به روش تحقیق توصیفی- پیمایشی انجام گردیده است. بررسی مساله مورد نظر بر دو محور انجام گردید، محور اولیه در خصوص بررسی شاخص های موثر بر ایجاد فضای شخصی مطلوب در شهر صورت گرفت و محور دوم در خصوص بررسی مهمترین عامل فرهنگی موثر بر فضای شخصی در سطح شهر کرمانشاه بوده است. هدف اصلی پژوهش، بررسی قلمروسازی در فضای شخصی افراد در شهر کرمانشاه است. براین اساس، این سوال همواره برای جغرافیدانان سیاسی وجود دارد که فضای شخصی در این شهر وجود دارد یا خیر؟ کیفیت و ترتیب و سلسله مراتب آن چگونه می باشد؟ پیمایش اولیه بین تعداد ۲۹۹ شهروند کرمانشاهی صورت گرفت که انتخاب این نمونه آماری به روش تصادفی انجام شد، سپس پرسشنامه اولیه در میان آنان توزیع و میزان اهمیت هریک توسط کاربران ارزیابی شد. تحلیل داده ها نیز با استفاده از روش های آماری و mcdm صورت گرفت. از نمونه مورد مطالعه این پژوهش، تعداد ۱۵۱ نفر زن و ۱۴۸ نفر نیز مرد می باشند. براساس داده های شغلی و جنسیتی و سن که از شرکت کنندگان در این پژوهش بدست آمده، دانشجویان دختر در مقطع کارشناسی ۲۰-۳۰ ساله بیشترین حجم نمونه را تشکیل می دهند (جدول ۲).

جدول ۲- تحصیلات و جنسیت شرکت کنندگان (نگارنده)

	تحصیلات					مجموع
	زیر دیپلم	دیپلم	کارشناسی	ارشد	دکتری و بالاتر	
زن	14	26	82	28	1	151
مردان	14	22	79	26	7	148
کل	28	48	161	54	8	299

جدول ۳- شغل و سن شرکت کنندگان (نگارنده)

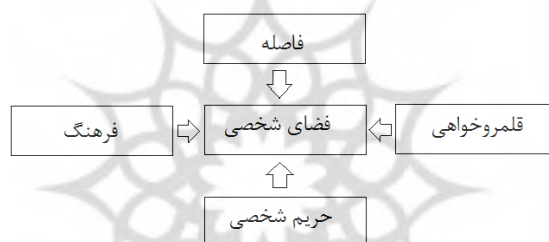
	سن				مجموع
	زیر ۲۰	۲۰-۳۰	۳۰-۴۰	بیشتر از ۴۰	
خانه دار	7	20	12	7	46
شغل					
دانشجو	25	51	20	5	101
کارمند	2	23	27	21	73
سایر	7	42	23	7	79
مجموع	41	136	82	40	299

جدول ۴- سن و تحصیلات شرکت کنندگان (نگارنده)

	تحصیلات					مجموع
	زیر دیپلم	دیپلم	کارشناسی	ارشد	دکتری و بالاتر	
زیر ۲۰ سن	11	9	21	0	0	41
۲۰-۳۰	9	29	84	13	1	136
۳۰-۴۰	4	7	43	26	2	82
بیشتر از ۴۰	4	3	13	15	5	40
مجموع	28	48	161	54	8	299

۳-۵ مدل پژوهش

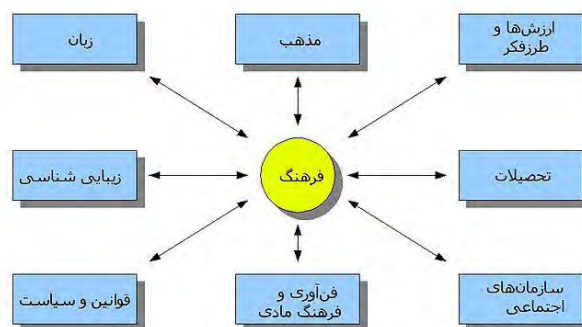
فضای شخصی که اولین بار توسط کاتز (۱۹۵۰) مطرح شد، عبارت است از یک محدوده قابل جابجایی و غیرقابل دیدن در اطراف ما می باشد که معین می کند دیگران اجازه تجاوز به آن را ندارند (Bell, 2001: 45)، این مدل متأثر از عوامل متعددی است از جمله فاصله، فرهنگ، قلمروسازی و حریم شخصی می باشد (تصویر ۶). در واقع بین فضای شخصی و تعامل در جامعه ارتباط وجود دارد، رئیسی و حسینی (۱۳۹۱: ۳۰) بیان می کنند: از نظر راپاپورت، فضای شخصی، کنترل تعامل اجتماعی است و بسته به فرهنگ افراد تعریف می شود.



تصویر (۶)- عوامل موثر بر فضای شخصی^۱ (نگارنده)

برای بررسی عواملی که بر فضای شخصی تاثیر گذارند از روش های آماری متعددی استفاده شد، آزمون هایی مانند همبستگی و آزمون تی تک نمونه ای و... مدل دیگر برای بررسی هدف پژوهش تحلیل و ارزیابی تاثیر عوامل مختلف فرهنگی بر فضای شخصی است (تصویر ۷) که با استفاده از مدل تحلیل سلسله مراتبی مورد تحلیل قرار گرفت.

^۱ - تفاوت ماهوی و چندانی مابین حریم شخصی و فضای شخصی وجود ندارد. گرچه فضای شخصی در جغرافیای سیاسی بیشتر کاربرد دارد ولی در این بخش از پژوهش منظور از حریم شخصی شامل شاخص های این متغیر پژوهش که در جدول شماره ۵ آمده است و به عنوان متغیری مستقل در کنار سایر متغیرهای مستقل همانند قلمروخواهی، فاصل و فرهنگ که در ادامه خواهد آمد می باشد و بر فضای شخصی در شهر کرمانشاه که متغیر وابسته می باشد و هدف اصلی این تحقیق است تاثیر می گذارد.



تصویر (۷) - عوامل موثر در ایجاد فرهنگ (نگارنده)

۴-۵ متغیرهای پژوهش

در این پژوهش براساس عوامل و فاکتورهایی که شاخص‌های پژوهش محسوب می‌شوند، پرسش‌نامه‌ها تهیه و تنظیم و میان جامعه آماری توزیع گردید، در مجموع ۵۵ شاخص برای این پژوهش شناسایی و فهرست گردید (جدول ۵).

جدول ۵ - شاخص‌های پرسشنامه (نگارنده)

کد	شاخص	کد	شاخص
۱	حسن نسبت به اطرافیان	۳۷	سرمایه‌گذاری در امور خیریه
۲	نحوه خرید از طریق کارت	۳۸	احساس نسبت به دیگران هنگام استفاده از گوشی موبایل
۳	رمز گوشی	۳۹	عکس‌العمل نسبت به دریافت میزان اضافی کرایه تاکسی
۴	استفاده از حساب کاربری و رمز توسط دیگران	۴۰	گوش دادن مکالمات سایرین
۵	قضاوت افراد در مورد شخص (خود)	۴۱	تجسس در هنگام زنگ زدن گوشی دیگران
۶	معیارهای حریم (فضای) شخصی	۴۲	رابطه صمیمانه با همسایگان
۷	ضرورت وجود حریم شخصی در فضاهای گوناگون (مطب پزشکی)	۴۳	حریم شخصی و فرهنگ و آداب و رسوم
۸	استفاده از رمز و رعایت فاصله در کنار عابر بانک	۴۴	نحوه برخورد با ارباب رجوع
۹	فاصله و فضای شخصی هنگام گفتگو	۴۵	تجسس درباره گرایش‌های اعتقادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی
۱۰	ذهنیت و قضاوت نسبت به فضاها و محلات شهر هنگام پیاده‌روی	۴۶	عدم اطاعت از قوانین و عرف جامعه
۱۱	نحوه تعامل با دوستان و افراد	۴۷	پذیرش ظلم و بی‌ادبی دیگران
۱۲	میزان ارتباط صمیمانه با اطرافیان	۴۸	تجسس و کنجکاوی هنگام دعوی خانوادگی همسایگان
۱۳	پنهان کردن به دلیل حریم شخصی	۴۹	تجسس هنگام مطالعه افراد در فضاهای عمومی
۱۴	احساس در هنگام پیاده‌روی در شب	۵۰	پرسش در خصوص میزان حقوق و شغل افراد
۱۵	عکس‌العمل در هنگام طلب کمک از طرف سایرین	۵۱	تجسس هنگام استفاده سایرین از لب تاب شخصی
۱۶	قضاوت نسبت به رفاه و دارای افراد	۵۲	سؤال و پرسش در خصوص وضعیت تأهل و ازدواج سایرین

۱۷	عکس‌العمل نسبت به بحث و گفتگوی دیگران	۵۳	کنجکاوی در مورد رابطه دوستان با غریبه‌ها
۱۸	عکس‌العمل نسبت به کنجکاوی دیگران	۵۴	سؤال و پرسش در مورد خرید سایرین و میزان قیمت و مکان آن
۱۹	میزان ترس نسبت به اموال در زمان رهایی آن	۵۵	گشتن و جستجوی کیف دیگران
۲۰	حس نسبت به اطرافیان	۵۶	جستجوی اطلاعات موجود در موبایل یا لب تاب سایرین
۲۱	نحوه خرید از طریق کارت	۵۷	پرسش و تجسس در خصوص وزن افراد و رژیم غذایی آن‌ها
۲۲	رمز گوشی	۵۸	پرسش و پاسخ در مورد پشت خطی افراد هنگام گفتگوی تلفنی
۲۳	استفاده از حساب کاربری و رمز توسط دیگران	۵۹	تجسس در رابطه با پنهان‌کاری بستگان
۲۴	قضاوت افراد در مورد شخص (خود)	۶۰	عکس‌العمل در مورد دعوا یا تصادف در مکان‌های عمومی
۲۵	معیارهای حریم (فضای) شخصی	۶۱	عکس‌العمل در مورد سؤال دیگران هنگام استفاده از لب تاب شخصی
۲۶	ضرورت وجود حریم شخصی در فضاهای گوناگون (مطب پزشکی)	۶۲	عکس‌العمل نسبت به شوخی دیگران
۲۷	استفاده از رمز و رعایت فاصله در کنار عابر بانک	۶۳	نوع واکنش هنگام ورد به محیط جدید کاری یا صمیمانه
۲۸	فاصله و فضای شخصی هنگام گفتگو	۶۴	میزان فاصله در فضای عمومی تاکسی
۲۹	ذهنیت و قضاوت نسبت به فضاها و محلات شهر هنگام پیاده‌روی	۶۵	عکس‌العمل در زمان برخورد ناخواسته فیزیکی
۳۰	نحوه تعامل با دوستان و افراد	۶۶	ساختن ویلا در مکان‌های مختلف
۳۱	میزان ارتباط صمیمانه با اطرافیان	۶۷	احساس امنیت در مکان‌های مختلف
۳۲	میزان فاصله در فضای عمومی تاکسی	۶۸	واکنش نسبت به سهل‌انگاری همسایگان در مورد آسانسور
۳۳	عکس‌العمل در زمان برخورد ناخواسته فیزیکی	۶۹	سرمایه‌گذاری در امور خیریه
۳۴	نحوه واکنش در مورد سؤالات شخصی	۷۰	به‌کارگیری ثروت
۳۵	میزان فاصله هنگام صحبت	۷۱	ساختن ویلا در مکان‌های مختلف
۳۶	امکانات و فضای شخصی		

۵-۵ یافته‌ها و داده‌های آماری

پس از تنظیم و تهیه پرسش‌نامه با ۵۵ سؤال، پایایی و سازه‌گاری دورنی پرسش‌نامه با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ برای هر چهار شاخص موثر بر فضای شخصی در SPSS مورد آنالیز قرار گرفت (جدول ۶).

جدول ۶- آلفای کرونباخ متغیرها (نگارنده)

متغیر	شماره سؤالات	مقدار آلفای کرونباخ
فاصله	۲-۸-۲۲-۲۳-۲۵-۳۲-۳۶-۴۳	۰/۶۳
فرهنگ	۵-۶-۱۶-۳۰-۳۴-۳۵-۳۷-۴۵-۴۷-۴۸-۵۱-۵۲-۵۴	۰/۵۶
حریم شخصی	۱-۷-۹-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳-۱۷-۱۸-۲۰-۲۱-۲۴-۲۶-۳۳-۳۶-۴۲-۴۹-۵۰-۵۳	۰/۷۱
قلمرو خواهی	۱۴-۱۹-۲۷-۳۹-۴۰-۴۴-۴۶-۵۵-۵-۳-۴-۱۵-۳۸-۴۱	۰/۵۱

براساس جدول زیر کران های آلفای کرونباخ برای بررسی میزان سازگاری گویه ها مشخص شد که میزان سازگاری و همسانی داخلی گویه ها برای متغیرهای حریم شخصی و فاصله در حد مناسب و برای قلمروسازی و فرهنگ در حد قابل قبول می باشد. به عبارت دیگر پراکندگی مفهومی میان گویه ها دیده نمی شود. این امر نشان می دهد گویه هایی که برای هر سوال تنظیم شده از پایایی کافی برخوردارند، اما تنها بررسی گویه ها برای اعتبار پرسش نامه کافی نیست همبستگی میان متغیرهای پرسش نامه نیز از جمله مواردی است که باید مورد بررسی قرار گیرد لذا همبستگی بین متغیرها نیز محاسبه گردید (جدول ۷).

جدول ۷- خلاصه آماری متغیر فاصله (کمینه، بیشینه، آلفای کرونباخ، انحراف معیار، میانگین، واریانس، همبستگی) (نگارنده)

	تعداد داده	واریانس	حداکثر/حداقل	دامنه	حداکثر	حداقل	میانگین
میانگین	8	0.032	1.318	.635	2.695	2.000	2.287
واریانس	8	0.009	1.289	0.262	1.165	0.904	1.029
کوواریانس درونی	8	0.008	13.974	0.392	0.422	0.030	0.186
همبستگی درونی	8	0.007	11.605	0.353	0.387	0.033	0.179

جدول ۸- خلاصه آماری متغیر فرهنگ (کمینه، بیشینه، آلفای کرونباخ، انحراف معیار، میانگین، واریانس، همبستگی) (نگارنده)

	تعداد داده	واریانس	حداکثر/حداقل	دامنه	حداکثر	حداقل	میانگین
میانگین	13	0.063	1.531	0.957	2.759	1.803	2.324
واریانس	13	0.024	1.775	0.539	1.235	0.696	1.013
کوواریانس درونی	13	0.005	-7.413	0.395	0.348	0.047	0.093
همبستگی درونی	13	0.005	-6.279	0.371	0.320	0.051	0.091

جدول ۹: خلاصه آماری متغیر حریم شخصی (کمینه، بیشینه، آلفای کرونباخ، انحراف معیار، میانگین، واریانس،

همبستگی) (نگارنده)

	میانگین	حداقل	حداکثر	دامنه	حداکثر/حداقل	واریانس	تعداد داده
میانگین	2.362	1.903	2.686	0.783	1.411	0.63	19
واریانس	1.253	0.766	4.169	3.403	5.442	0.513	19
کوواریانس	0.146	-0.113	0.540	0.653	-4.764	0.012	19
درونی							
همبستگی	0.124	0.051-	0.421	0.472	-8.325	0.007	19
درونی							

جدول ۱۰- خلاصه آماری متغیر قلمروسازی (کمینه، بیشینه، آلفای کرونباخ، انحراف معیار، میانگین، واریانس،

همبستگی) (نگارنده)

	میانگین	حداقل	حداکثر	دامنه	حداکثر/حداقل	واریانس	تعداد داده
میانگین	2.242	1.852	2.668	0.815	1.440	0.058	13
واریانس	1.070	0.755	1.333	0.578	1.766	0.032	13
کوواریانس	0.081	-0.168	0.334	0.502	-1.991	0.08	13
درونی							
همبستگی	0.075	-0.169	0.259	0.428	-1.529	0.006	13
درونی							

مقادیر واریانس نشان می دهد که پراکندگی داده ها به میانگین نزدیک بوده و از توزیع مناسبی برخوردار است. در مرحله بعد با توجه به وجود شاخص های آشکار و متغیرهای پنهان از روش تحلیل عاملی استفاده شد. تحلیل عاملی، روشی چندمتغیره است که برای خلاصه کردن یا تقلیل داده ها به کار می رود. بدین ترتیب که این روش، تعداد زیادی از متغیرهای تبیین کننده یک موضوع مورد بررسی را به تعداد کوچک تری از ابعاد پنهان که عامل نامیده می شوند، تبدیل می کند (زیردست، ۱۳۹۶: ۶). بنابراین، تحلیل عاملی که در این قسمت از مقاله انجام می گیرد در واقع حلقه واسطی بین جداول و مطالب آماری فوق با آزمون همبستگی در ادامه خواهد بود. برای مثال به جدول شماره ۵ که ۵۵ شاخص را در بر می گیرد رجوع کنید. بدین ترتیب خلاصه از متغیرها در این بخش مدنظر قرار گرفت؛ به طوریکه برای کلیه گویه ها که در غالب چهار متغیر فرهنگ، فاصله، قلمروسازی و حریم شخصی می باشند، تحلیل عاملی انجام شد (جدول ۱۱). تحلیل عاملی بدین منظور صورت گرفت تا نشان داده شود آیا مدل اندازه گیری مناسب است و کلیه پارامترهای مدل معنی دار هستند یا خیر؟

جدول ۱۱-تحلیل عاملی متغیرها(نگارنده)

فاصله	Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.626
	Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	248.955
		df	78
		Sig.	.000
فرهنگ	Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.760
	Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	696.621
		df	171
		Sig.	.000
حریم شخصی	Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.015
	Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	233.026
		df	78
		Sig.	.000

به طور خلاصه در جدول میزان تحلیل عاملی (جدول ۱۲) بدست آمد. نتایج جدول نشان داد که مدل مربوطه و پارامترهای آن در حد قابل قبولی معنی دار می باشند.

جدول ۱۲- نتایج جدول تحلیل عاملی(نگارنده)

نتیجه	مقدار تحلیل عاملی	متغیر
قابل قبول	۰.۶۲۶	فاصله
قابل قبول	۰.۷۶۰	فرهنگ
قابل قبول	۰.۶۱۵	حریم شخصی
قابل قبول	۰.۶۱۵	قلمروسازی

هریک از چهار متغیر اصلی تاثیر متفاوتی بر فضای شخصی دارند، با توجه به اینکه محور اصلی پژوهش، فرهنگ به عنوان یک کل که دارای اجزایی که سهم متفاوتی در شکل گیری فرهنگ و تاثیر آن بر فضای شخصی دارند مورد تحلیل قرار گرفت. بررسی جداگانه هر یک از این عوامل نیازمند تحلیل دیدگاه شهروندان است که با توجه به جامعه آماری ۲۹۹ نفره، در این مرحله پرسش نامه متفاوتی بر اساس طیف ساتی طراحی شد. پرسش نامه مذکور براساس مدل تحلیل سلسله مراتبی (AHP) به صورت دو دویی تنظیم و ارزش دهی شد (جدول ۱۴-۱۳). در جدول (۱۴) میانگین ارزش دهی ۲۹۹ پرسش نامه به نرم افزار اکسپرت چویز انتقال داده شد که میزان خطای آن کمتر از یک دهم می باشد.

جدول ۱۳- ماتریس های فرهنگ (نگارنده)

کد	ماتریس
A1	ارزش و طرز فکر
A2	تحصیلات
A3	سازمان اجتماعی
A4	مذهب
A5	فناوری و فرهنگ مادی
A6	زبان
A7	زیبایی شناسی
A8	قوانین و سیاست

جدول ۱۴- ماتریس دو دویی عوامل موثر بر فرهنگ (نگارنده)

	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8
A1		2/0	3/0	2/0	2/0	2/0	3/0	2/0
A2				2/0	2/0	2/0	3/0	2/0
A3					2/0	2/0	2/0	2/0
A4						2/0	3/0	2/0
A5							3/0	2/0
A6							2/0	4/0
A7								4/0
A8	Incon: 0/05							

وزن نهایی کلیه داده ها برای هشت عامل سازنده فرهنگ محاسبه شد (جدول ۱۵).

جدول ۱۵- وزن نهایی ماتریس ها (نگارنده)

کد	وزن نهایی
A1	۰.۱۳۵
A2	۰.۱۳۸
A3	۰.۰۹۶
A4	۰.۱۸۶
A5	۰.۰۸۸
A6	۰.۰۶۴
A7	۰.۰۴۴
A8	۰.۲۰۴

۶- تجزیه و تحلیل داده ها

هدف این مطالعه بررسی تاثیر عوامل موثر بر فضای شخصی به ویژه عامل فرهنگ می باشد. با توجه به اینکه فضای شخصی به عنوان متغیر وابسته متأثر از عوامل متعددی چون فاصله ، فرهنگ ، قلمروسازی و حریم شخصی

است. تاثیر هریک از این عوامل بر یکدیگر مورد بررسی قرار گرفته، این مساله با استفاده از آزمون تی تک نمونه ای^۱ استفاده شد:

۱. متغیر قلمرو خواهی

نتایج حاصل از آزمون تی تک نمونه ای نشان می دهد که میانگین متغیر حریم شخصی با حد متوسط اختلاف دارد (sig<0/05). میانگین این عامل پایین تر از حد متوسط (۲/۲۴) قرار دارد. متغیر قلمروسازی در شرایط نامناسب تری از سه متغیر دیگر قرار دارد و مقدار میانگین آن از سایرین کمتر است که نشان دهنده تاثیر گذاری کمتر این عامل بر فضای شخصی مطلوب است.

جدول-۱۶- نتایج حاصل از آزمون تی تک نمونه ای برای متغیر قلمرو خواهی (نگارنده)

متغیر		مقادیر آماری			
		تعداد نمونه	میانگین	انحراف استاندارد	
		۲۹۹	۲/۲۴	۰/۰۲۴	
آزمون تی تک نمونه ای					
T	Df	Sig. (2-tailed)	اختلاف میانگین	فاصله اطمینان ۹۵٪	
				حد پایین	حد بالا
-۱۰/۱۸	۲۹۸	۰/۰۰۰	-۰/۲۶	-۰/۳۰۳	-۰/۲۰۵

نرمال بودن داده ها (آزمون کولموگروف-اسمیرنف)

برای تجزیه و تحلیل داده ها ابتدا وضعیت توزیع داده ها با استفاده از آزمون توزیع کولموگروف-اسمیرنوف مورد بررسی قرار گرفته است و نتایج نشان می دهد که توزیع داده های مورد نظر نرمال است.

H_0 : داده ها دارای توزیع نرمال هستند.

H_1 : داده ها دارای توزیع نرمال نیستند.

جدول ۱۷- آزمون کولموگروف-اسمیرنف (نگارنده)

متغیر	میانگین	سطح خطا	سطح معناداری	نتیجه آزمون
فاصله	۲/۲۸	۰/۰۵	۰/۲۱۲	رد H_1
فرهنگ	۲/۳۲	۰/۰۵	۰/۲۴۰	رد H_1
حریم شخصی	۳/۳۷	۰/۰۵	۰/۲۰۲	رد H_1
قلمرو خواهی	۲/۲۴	۰/۰۵	۰/۰۹۹	رد H_1

^۱ - آماره t از نسبت ضریب هر پارامتر به خطای انحراف معیار آن پارامتر به دست می آید. در آزمون میانگین تک نمونه ای در صورتی که t محاسبه شده بزرگتر از ۱/۹۶ یا کوچکتر از -۱/۹۶ باشد، آزمون معنادار است. در حالت کلی فرضیه های در نظر گرفته شده جهت پاسخ به این سؤال به صورت زیر است:

H_1 : عامل X دارای میانگین اهمیت متوسط نیست. ($\mu_X \neq 2/5$)

H_0 : عامل X دارای میانگین اهمیت متوسط است. ($\mu_X = 2/5$)

در این آزمون با توجه به اینکه برای هر کدام از سؤالات چهار گزینه در نظر گرفته شده است حد وسط آن ها عدد ۲/۵ خواهد بود. بنابراین اگر میزان هر کدام از متغیرها بیشتر از این عدد باشد مقدار آن متغیر در وضعیت مناسبی خواهد بود و در صورتی که کمتر از آن باشد در وضعیت مناسبی قرار ندارد. لازم به ذکر است که خطای در نظر گرفته شده در این تحلیل ۵ درصد خواهد بود.

با توجه به داده‌های به دست آمده و سطح معناداری از آنجا که مقدار سطح معناداری در چهار متغیر بیشتر از سطح خطا (۰/۰۵) است بنابراین فرض نرمال بودن داده‌ها را می‌پذیریم. و این بدان معناست که داده‌های این پژوهش معرف خوبی برای داده‌های جامعه هستند. پس می‌توان تعمیم نمونه به جامعه را با سطح قابل قبولی از اطمینان انجام داد.

۲. متغیر فاصله

نتایج حاصل از آزمون تی تک نمونه‌ای نشان می‌دهد که میانگین متغیر فاصله با حد متوسط اختلاف دارد ($\text{sig} < 0/05$). میانگین این عامل پایین‌تر از حد متوسط (۲/۲۸) قرار دارد. با توجه به اینکه مقدار ۲.۲۸ کمتر از مقدار میانگین ۲.۵۰ می‌باشد لذا نشان می‌دهد متغیر در وضعیت مناسبی قرار ندارد.

جدول ۱۸- نتایج حاصل از آزمون تی تک نمونه‌ای برای متغیر فاصله (نگارنده)

متغیر		مقادیر آماری			
فاصله	تعداد نمونه	میانگین		انحراف استاندارد	
	۲۹۹	۲/۲۸		۰/۵۳۹	
	آزمون تی تک نمونه‌ای				
	T	Df	Sig. (2-tailed)	فاصله اطمینان ۹۵%	
	-۶/۸۳	۲۹۸	۰/۰۰۰	اختلاف میانگین	حد پایین
			-۰/۲۲	حد بالا	-۰/۱۵۱

۳. متغیر فرهنگ

نتایج حاصل از آزمون تی تک نمونه‌ای نشان می‌دهد که میانگین متغیر فرهنگ با حد متوسط اختلاف دارد ($\text{sig} < 0/05$). میانگین این عامل پایین‌تر از حد متوسط (۲/۳۲) قرار دارد. در مورد متغیر فرهنگ هم بدین گونه است که میانگین ۲.۳۲ کمتر از ۲.۵۰ بوده و نشان می‌دهد متغیر در وضعیت مناسبی برای تاثیر گذاری بر فضای شخصی قرار ندارد.

جدول ۱۹- نتایج حاصل از آزمون تی تک نمونه‌ای برای متغیر فرهنگ (نگارنده)

متغیر		مقادیر آماری			
فرهنگ	تعداد نمونه	میانگین		انحراف استاندارد	
	۲۹۹	۲/۳۲		۰/۰۲۳	
	آزمون تی تک نمونه‌ای				
	T	Df	Sig. (2-tailed)	فاصله اطمینان ۹۵%	
	-۷/۵۱	۲۹۸	۰/۰۰۰	اختلاف میانگین	حد پایین
			-۰/۱۸	حد بالا	-۰/۱۲۹

۴. متغیر حریم شخصی

نتایج حاصل از آزمون تی تک نمونه‌ای نشان می‌دهد که میانگین متغیر حریم شخصی با حد متوسط اختلاف دارد ($sig < 0/05$). میانگین این عامل پایین‌تر از حد متوسط (۲/۳۷) قرار دارد. مقدار میانگین تی تک نمونه‌ای متغیر حریم شخصی از متغیر فاصله و فرهنگ بیشتر است اما بازم به مقدار میانگین ۲.۵۰ نرسیده و نشان دهنده این است که تاثیرگذاری این عامل بر فضای شخصی ناکافی بوده اما در وضعیت بهتری نسبت به دو متغیر دیگر قرار دارد.

جدول- ۲۰ نتایج حاصل از آزمون تی تک نمونه‌ای برای متغیر حریم شخصی (نگارنده)

متغیر		مقادیر آماری			
حریم شخصی	تعداد نمونه	میانگین		انحراف استاندارد	
	۲۹۹	۲/۳۷		۰/۰۲۵	
	آزمون تی تک نمونه‌ای				
	T	Df	Sig. (2-tailed)	اختلاف میانگین	
	-۵/۰۱	۲۹۸	۰/۰۰۰	فاصله اطمینان ۹۵%	
				حد پایین	حد بالا
			-۰/۱۳	-۰/۱۷۹	-۰/۰۷۸

آزمون همبستگی

با توجه به اینکه اصولاً متغیرهای موثر بر فضای شخصی به تنهایی عمل نکرده و باهم در ارتباط هستند برای بررسی ارتباط درونی این عوامل با یکدیگر از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شد. انجام این آزمون منوط به نرمال بودن داده هاست که نرمال بودن داده ها با استفاده از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف (جدول ۲۰) به اثبات رسید. لذا آزمون همبستگی میان چهار متغیر به صورت دو دویی بررسی شد تا مشخص شود کدام دو عامل همبستگی بیشتری با یکدیگر دارند و ارتباط این دو بیش از سایرین بر فضای شخصی مطلوب تاثیر گذار است. نتایج حاصل از این آزمون نشان می‌دهد که بین همه متغیرها همبستگی مثبت و معناداری وجود دارد. بیشترین میزان همبستگی بین دو متغیر قلمروسازی و حریم شخصی است و کمترین آن مربوط به فاصله و قلمروسازی است.

جدول ۲۱- نتایج آزمون همبستگی (نگارنده)

متغیر	ضریب پیرسون	سطح معناداری	نتیجه آزمون
فاصله و فرهنگ	۰/۴۳۲	۰/۰۰۰	وجود رابطه
فاصله و حریم شخصی	۰/۴۹۰	۰/۰۰۰	وجود رابطه
فاصله و قلمرو خواهی	۰/۴۱۸	۰/۰۰۰	وجود رابطه
فرهنگ و حریم شخصی	۰/۵۶۳	۰/۰۰۰	وجود رابطه
فرهنگ و قلمرو خواهی	۰/۵۵۶	۰/۰۰۰	وجود رابطه
قلمروسازی و حریم شخصی	۰/۶۱۰	۰/۰۰۰	وجود رابطه

اولویت‌بندی متغیرها بر اساس میانگین

برای اولویت‌بندی متغیرها از آزمون فریدمن استفاده شده است. آزمون فریدمن برای رتبه‌بندی شاخص‌ها پژوهش بر اساس میانگین رتبه‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد. نتایج این آزمون نشان می‌دهد که حریم شخصی بیشترین رتبه و قلمروسازی کمترین رتبه را داشته است. این مساله نشان می‌دهد که عامل حریم شخصی بیش از سایرین بر فضای شخصی مطلوب تاثیرگذار است به عبارتی مردم شهر کرمانشاه (براساس جامعه آماری نمونه ۲۹۹ نفری) معتقدند که رعایت حریم شخصی بیش از هر عامل دیگری توانسته که احساس فضای شخصی مطلوب را در آنها تقویت کند و موجب شود که فضای شخصی شهروندان در فضای شهر کرمانشاه رعایت شود.

جدول ۲۲- نتایج رتبه‌بندی متغیرها (نگارنده)

اولویت	میانگین رتبه	شاخص
۳	۲/۴۲	فاصله
۲	۲/۵۵	فرهنگ
۱	۲/۷۹	حریم شخصی
۴	۲/۲۴	قلمرو خواهی
۲۹۹	n=۳	d.f. = ۰/۰۰۰ Sig = ۲۸/۲۹۴ Chi-square =

۷- نتیجه‌گیری

جغرافیای سیاسی در حال حرکت به سوی فهم معادلات و قواعد پیش روی جهان سیاسی است. فضا از جمله مفاهیمی هست که با نگاهی جغرافیایی- سیاسی به حل معمای قرن بیست و یکم کمک می‌کند. جریان‌ها و رویدادهای سیاسی و ژئوپلیتیکی در مقیاس‌های گوناگون اتفاق می‌افتد و جغرافیا، هویت و قوانین خاصی را برای ما تعریف و بازتعریف خواهد نمود. سلسله مراتب فضا از نگاهی کیهانی - سیاره‌ای تا فضای همسایگی همواره محلی از مناقشه و همکاری خواهد بود. شکل‌گیری الگوهای سه‌گانه ژئوپلیتیکی رقابت، خشونت و همکاری در این معادلات و تحولات از جایگاه خاصی برخوردار هستند. در این سلسله مراتب فضایی، فضای شخصی به عنوان واحد کوچک مقیاس فضایی نیز در میان بازیگران سیاسی از دولت‌ها، گروه‌های سیاسی، احزاب و افراد براساس قوانین قلمروسازی تنظیم و بازتنظیم می‌شود. فضای شخصی پیوسته و در همه حال و همه‌جا در شرایط مختلف و با توجه به این شرایط حدودش برای افراد فرق می‌کند اما اگر گاهی اوقات دیگران وارد آن فضای شخصی شوند ممکن است فرد احساس ناامنی و احساس خطر کند اما اگر افراد هم خیلی از ما دوری کنند ما احساس می‌کنیم که طردشده‌ایم و احساس تنهایی و دل‌تنگی به ما دست می‌دهد و حتی افسرده می‌شویم. بنابراین فضای شخصی برای افراد و در مکان‌های مختلف برای افراد متفاوت است اما همواره وجود یک محدوده معین برای فرد لازم و ضروری است و فرد با وجود این قلمرو شخصی احساس امنیت می‌کند. بنابراین، مشق فضای شخصی توسط بازیگران سیاسی متنوعی همانند دولت‌های ملی - محلی، گروه‌های سیاسی - اجتماعی و نیز امکانات، شرایط محیطی، فرهنگ، قانون

اساسی، پیشرفت در فناوری و... نوشته می شود و افراد و ملت ها در موزاییکی از فضاهای بسیار زیاد و متنوع به تعامل و کنش باهم می پردازند و نقش های فرهنگی متنوعی در جهان سیاسی بازی می کنند.

براساس آنچه از تحلیل و تحلیل آماری بدست آمد نشان داد که پرسش نامه طراحی شده برای جامعه آماری ۲۹۹ نفری، براساس آلفای کرونباخ دارای پایایی مناسبی است و برای بررسی اینکه از میان چهار عامل تاثیر گذار بر فضای شخصی کدامیک تاثیر بیشتری داشته اند و رابطه درونی این چهار عامل با یکدیگر چگونه است از آزمون های تحلیل عاملی در نرم افزار Spss استفاده شد، آزمون تحلیل عاملی اعتبار سوالات را نشان می دهد. با توجه به نرمال بودن داده ها از آزمون تی تک نمونه ای برای سنجش داده استفاده شد که براساس جدول (۱۶-۱۹) مشخص شد که کلیه متغیرها از حد متوسط ۲.۵ در سطح پنج صدم کمتر بوده اند و نشان دهنده این است که متغیرها در وضعیت مناسبی نیستند. یعنی این چهار عامل در شهر کرمانشاه نتوانسته اند تاثیر قابل توجهی بر ایجاد و رعایت فضای شخصی مطلوب داشته باشند، از سوی دیگر برای بررسی این نکته که این متغیرها تا چه اندازه بر یک دیگر و به ویژه بر فرهنگ موثر بوده اند. همبستگی میان متغیرها نیز بررسی شد، معنی داری رابطه میان متغیرهای اصلی با استفاده از آزمون همبستگی پیرسون بررسی شد که بر این اساس میان متغیرها با یکدیگر همبستگی وجود دارد که بیشترین میزان همبستگی بین قلمروسازی و حریم شخصی وجود دارد (مقدار ۰.۶۱۰). برای اولویت بندی متغیرها از آزمون فریدمن استفاده شده است؛ آزمون فریدمن برای رتبه بندی شاخص ها پژوهش بر اساس میانگین رتبه ها مورداستفاده قرار می گیرد. نتایج این آزمون نشان می دهد که حریم شخصی بیشترین رتبه و قلمروسازی کمترین رتبه را داشته است. این مساله نشان می دهد که عامل حریم شخصی بیش از سایرین بر قلمرو شخصی مطلوب تاثیرگذار است. به عبارتی مردم شهر کرمانشاه (براساس جامعه آماری نمونه ۲۹۹ نفری) معتقدند که رعایت حریم شخصی بیش از هر عامل دیگری توانسته که احساس فضای شخصی مطلوب را در آنها تقویت کند و موجب شود که فضای شخصی شهروندان در فضای شهر کرمانشاه رعایت شود.

جدول ۲۳- نتایج رتبه بندی متغیرها (نگارنده)

اولویت	میانگین رتبه	شاخص
۳	۲/۴۲	فاصله
۲	۲/۵۵	فرهنگ
۱	۲/۷۹	حریم شخصی
۴	۲/۲۴	قلمرو خواهی
Sig = ۲۸/۲۹۴ Chi-square = ۰/۰۰۰		
n=۳d.f. = ۲۹۹		

با توجه به اینکه فرهنگ و تاثیر آن بر فضای شخصی محور اصلی پژوهش می باشد پس از بررسی چهار عامل اصلی تاثیرگذار بر فضای شخصی و مشخص شدن اینکه عامل حریم شخصی بیش از فرهنگ بر فضای مطلوب تاثیر گذار است، به زیر معیارها یا عوامل تشکیل دهنده فرهنگ توجه شد و این عوامل هشت گانه با استفاده از مدل تحلیل سلسله مراتبی AHP در نرم افزار اکسپرت چویز و براساس طیف ساتی مورد بررسی قرار گرفت که

نتایج نشان داد عامل قوانین و سیاست با مقدار (۰.۲۰۴) و عامل مذهب با (۰.۱۸۶) بیشتر عوامل تاثیرگذار فرهنگی در سطح شهر کرمانشاه بر فضای مطلوب بوده اند. اما سایر عوامل تاثیر چشم گیری در شکل گیری فرهنگ موثر بر فضای مطلوب در سطح شهر کرمانشاه نداشته اند. لذا می توان بررسی نمود چرا تحصیلات به عنوان یکی از مهمترین معیارهای سنجش فرهنگ نتوانسته نقش مهمی در تقویت و ایجاد فضای شخصی مطلوب داشته باشد و پر رنگ بودن نقش عامل قوانین و سیاست ها نشان از فضایی بسته و ترس از اعمال مجازات قانونی برای رعایت فضای شخصی است که مسلماً در شرایط نبود نظارت های قانونی امکان عدم رعایت فضای شخصی مطلوب وجود دارد. در پایان خاطر نشان می گردد که ورود فناوری مرزهای فضای شخصی را پر رنگ تر کرده است. فضای مجازی، رسانه های گروهی، کانال های تلگرامی، عابر بانک، وسایل الکترونیک ضمن تغییر در تعریف فضای مجازی؛ وجود آن را برای افراد ملموس تر و شفاف تر کرده و آگاهی ها را افزایش داده است. بنابراین براساس پژوهش حاضر، پیشنهادات زیر در راستای توسعه روزافزون جامعه پیشنهاد می گردد:

۱- جای خالی فضای شخصی و عدم توجه به آن در محافل علمی و سیاسی در سراسر کشور احساس می گردد؛ بنابراین پرداختن به این گونه موضوعات ضمن تکریم کرامت انسانی بازخوردهای مناسب اجتماعی - سیاسی را به همراه دارد.

۲- توجه بیشتر به فضای شخصی توسط دولت از طریق رسانه ارتباط جمعی

۳- افزایش آگاهی های عمومی در میان عامه مردم در خصوص وجود عاملی به نام فضای شخصی در روابط و تعاملات اجتماعی

۴- اختصاص امکانات و فن آوری و مخصوصاً آموزش های لازم در راستای گسترش فضای شخصی در میان مردم

۵- اختصاص بودجه و سرمایه گذاری لازم در رابطه با تعامل و روابط سالم میان مردم از طریق تقویت فضای شخصی

۶- توجه به پژوهش ها و یافته های علمی در خصوص فضای شخصی در روابط جغرافیایی - سیاسی

کتابنامه

آلتمن، ایروین . (۱۳۸۲). محیط و رفتار اجتماعی :خلوت ، فضای شخصی، قلمرو و ازدحام، ترجمه علی نمازیان، انتشارات شهید بهشتی.

ارژمند، محمود و سمیه خانی(۱۳۹۱). نقش خلوت در معماری خانه ایرانی، فصلنامه مطالعات شهر ایرانی اسلامی، شماره هفتم.

اسدی، معصومه (۱۳۸۸). حریم شخصی در اجتماع، روزنامه همشهری، سه شنبه ۹ تیر ۱۳۸۸.

افروغ، عماد(۱۳۷۷). فضا و نابرابری های اجتماعی تهران :انتشارات دانشگاه تربیت مدرس.

امینی، ندا و هیربد نوروزیان پور(۱۳۹۳). خلوت و حریمیت؛ شناخت تفاوت ها و شباهت های این دو مفهوم در معماری و شهرسازی، فصلنامه مطالعات شهر ایرانی اسلامی، شماره پانزدهم

بحرینی، ح.، تاج بخش، گ . (1378). مفهوم قلمرو در فضاهای شهری و نقش طراحی شهری خودی در تحقق آن، مجله هنرهای زیبا، شماره ششم، صص 18 - 31 .

برونستاین، مارتی (۱۳۹۳). ارتباط مؤثر به زبان آدمیزاد، مترجم: نرگس یزدی، نشر هیرمند.

بلاکسل، مارک (1389). جغرافیای سیاسی، ترجمه محمد رضا حافظ نیا، عطاله عبدی، حسین ربیعی و عباس احمدی، تهران: نشر انتخاب.

بیگللی، حامد، باقری، محمد و فرخ اسدی (۱۳۹۷). بررسی نقش خلوت در معماری خانه های سنتی، فصلنامه معماری شناسی، سال اول، شماره ۴.

پاکزاد، جهان شاه (۱۳۹۱). الفبای روانشناسی محیط برای طراحان، انتشارات آرمان شهر، ۲۰۴ ص.

تانکپس، فرن. (۱۳۸۷). فضا، شهر و نظریه اجتماعی (مناسبات اجتماعی و شکل های شهری)، ترجمه: حمیدرضا پارسی و آرزو افلاطونی، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

تیبالدز، فرانسیس. (۱۳۸۵). شهرهای انسان محور (بهبود محیط عمومی در شهر های بزرگ و کوچک)، ترجمه: حسنعلی لقانی و فیروزه جدلی، انتشارات دانشگاه تهران.

حافظ نیا، محمد رضا، زهرا احمدی پور و مصطفی قادری، حاجت (۱۳۸۹). سیاست و فضا، مشهد: پایلی.

درايسدل، الاسدير، وجرالد اچ. بلیک، ۱۳۶۹، جغرافیای سیاسی خاورمیانه و شمال آفریقا، ترجمه دره میرحیدر، دفتر مطالعات سیاسی و بین المللی.

دیویس، مارتا (۱۳۹۳). پیامها (راهکارهای قدرتمند برای برقراری ارتباط مؤثر در خانه و محل کار)، مترجم: مهدی قراچه داغی، انتشارات شباهنگ.

رئیس، ایمان و الهه السادات حسینی (۱۳۹۱). بررسی رابطه خلوت و تعامل در چند مجتمع مسکونی قزوین، فصلنامه هویت و شهر، شماره بیست و یکم، سال نهم، بهار ۹۴.

زهدی گهرپور، محمد، زکی، یاشار، زرین کوب، روزبه و بهادر زارعی (۱۳۹۶). بازاندیشی در مفهوم Territory از نگاه جغرافیای سیاسی ایران، پژوهش های جغرافیای انسانی، دوره ۴۹، شماره ۳.

زهدی گهرپور، محمد (۱۳۹۶). پیدایش و تحول اندیشه قلمرو سازی در ایران، رساله برای دریافت دکتری در رشته جغرافیای سیاسی، دانشگاه تهران.

زیردست، اسفندیار (۱۳۹۶). کاربرد روش تحلیل عاملی اکتشافی در برنامه ریزی شهری و منطقه ای، نشریه هنرهای زیبا- معماری و شهرسازی، دوره ۲۲، شماره ۲.

ذکی، یاشار و علی ولیقلی زاده (۱۳۹۲). مقیاس های فضایی در جغرافیای سیاسی، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

قوامی، شهرزاد و محمد رضا پورزرگر (۱۳۹۴). بررسی مولفه های قلمروهای انسانی در کالبد جمعی (از دیدگاه ادوارد هال)، دومین کنفرانس بین المللی پژوهش در علوم و تکنولوژی، ترکیه - استانبول، ۲۴ اسفند ۱۳۹۴.

عسگری، هنگامه (۱۳۹۷). حریم خصوصی چیست؟ در سایت: <http://hengamehasgari.com/wp-content/uploads/2017/04>

مظفری، افسانه و بنت الهدی رستگاری (۱۳۹۴). بررسی میزان اعتماد کاربران ایرانی شبکه اجتماعی LinkedIn به حفظ حریم شخصی، مطالعات رسانه ای، سال دهم، شماره ۲۸.

مک اندرو، فرانسیس تی. (۱۳۸۷). روانشناسی محیطی، ترجمه: غلامرضا محمودی، تهران: انتشارات زریاب اصل.

مویر، ریچارد (۱۳۹۲). دیدگاههای نو در جغرافیای سیاسی، ترجمه دره میرحیدر، سازمان جغرافیایی نیروهای مسلح.

میرحیدر، دره (۱۳۸۶). مفاهیم بنیادی در جغرافیای سیاسی، انتشارات سازمان جغرافیایی نیروهای مسلح.

هاگت، پیتر (۱۳۸۲). جغرافیا ترکیبی نو. جلد دوم، ترجمه گودرزی، تهران: نشر سمت.

Aiello, J. R., (1972). A test of equilibrium theory: Visual interaction in relation to orientation, distance.19 and sex of interactants Psychonomic Science , 27 , 335-336.

Bell, Paul A. (2001). Environmental Psychology. Orlando: McPeck.

Brower, Sidney N. (1985). Territory in Urban Settings, in Environment and Culture, Volume 4 of the series Human Behavior and Environment edited by Irwin Altman, Joachim F. Wohlwill, pp. 179-207.

Dolphin, C.Z., (1988). Beyond hall: Variables in the use of personal space in intercultural transaction, Howard J Comm, 23-38.

Elzar, D.J., 1999, Political science, geography, and spatial dimension of politics, "political Geography", No. 18.

Fellman, J.D, Getis, A. and J. Getis(2007). Human Geography, landscape of human activity, Ninth Edition, Published by McGRAW-HILL Companies.

Glassner, M.I .and chuck fahrer, 2004, Political Geography, third edition, New York John Wiley and sons.

Johnston, R., 2004, Dictionary of Human Geography, Oxford.

The Vetherhand, (985). Judgment of the European court of human rights in x & y v.
www.fardanews.com
<http://futurecase.wordpress.com/2012/06/28/proximity-as-a-prerequisite-of-being-human.17/>

