

## تبیین فرهنگ جنسیتی فضا در گذرهای شهر اسلامی - ایرانی<sup>۱</sup>

مسعود اسدی محل چالی - دانشجوی دکتری، گروه شهرسازی اسلامی، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه هنر اسلامی تبریز، تبریز، ایران  
دکتر محمدتقی پیربابایی\* - دانشیار، گروه شهرسازی اسلامی، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه هنر اسلامی تبریز، تبریز، ایران  
منیژه مقصودی - دانشیار، گروه انسان شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۰۹/۰۹

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۱۲/۱۳

### چکیده

فضاهای عمومی شاهد برقراری سه نوع ارتباط کلی میان جنسیت و فضا است، این ارتباطات شامل (۱) ارتباط مردان با فضا، (۲) ارتباط زنان با فضا و (۳) ارتباط مردان و زنان با فضا می‌باشد. این ارتباطات فضایی تبیین‌کننده سه نوع فضای متمایز مردانه، زنانه و مختلط بوده و برقراری تعادل در این روابط عمده‌ترین مسئله تحقیق است. جنسیت فضا اشاره به خصیصه‌ای از مکان دارد که در مطالعات فرهنگی مورد تأکید واقع می‌شود و منجر به شکل‌گیری هویت مستقلی برای آن می‌شود. برنامه‌ریزی فرهنگ جنسیتی فضا بر آثار برنامه‌ریزی بر مردان و زنان تأکید می‌کند و هم‌زمان بر آثار تحرکات مردان و زنان بر برنامه‌ریزی متمرکز می‌شود. شخصیت‌های مردانه و زنانه اغلب ساختارهایی اجتماعی محسوب می‌شوند، آن‌چه به‌مثابه جنسیت ایجادکننده تغییرات معناداری در طی زمان است. سایت انتخاب‌شده در جهت انجام پژوهش گذر تربیت تبریز می‌باشد و با روش تلفیقی که بر دو قسم کمی شامل پرسشنامه و کیفی مشتمل بر مشاهدات میدانی به ارزیابی مدل پرداخته شده است. هدف از انجام این مقاله بررسی کیفیت تاثیر ابعاد فضاهای کالبدی، بازنمایی‌های فضا و فضاهای بازنمایی بر فرهنگ جنسیتی فضا می‌باشد. بر پایه مدل ساختاری تحقیق، روش کمترین مربعات جزئی آزمون گردید و با سطح اطمینان ۹۵٪ مقادیر t-value سطوح معناداری برای تمامی مسیرها از میزان استاندارد ۱/۹۶ بالاتر به دست آمد که گواه وجود روابط معنادار میان متغیرهای پژوهش می‌باشد. در نهایت این یافته حاصل شد که مردان مطلوب‌ترین شاخص را حس قدرت با میانگین (۳،۵۱) انتخاب کرده و پس از آن هیجان (۳،۴۴) و مالکیت (۳،۴۱) را انتخاب کردند. زنان نیز مطلوب‌ترین شاخص را خاطرات با میانگین (۳،۸۹) انتخاب کرده و پس از آن الهام‌ها (۳،۷۸) و احساسات (۳،۶۶) قرار دارد. این نکته حائز اهمیت است که تمام این شاخص‌ها هم از جمله شاخص‌های فضاهای بازنمایی‌ای هستند که از دو مولفه دیگر یعنی بازنمایی‌های فضا و فضاهای مادی بیشترین تاثیر را بر فرهنگ جنسیتی فضا از منظر مردان و زنان داشته است.

**کلیدواژه‌ها:** فرهنگ جنسیتی، برنامه ریزی، فضاهای بازنمایی، گذرهای شهری، پیاده راه تربیت تبریز.

۱. این مقاله مستخرج از رساله دکتری نویسنده اول با عنوان تبیین فرهنگ جنسیتی فضا در گذرهای شهر اسلامی با رویکرد مطالعات فرهنگی در دانشگاه هنر اسلامی تبریز به راهنمایی دکتر محمدتقی پیربابایی و مشاوره دکتر منیژه مقصودی است.

Email: [pirbabaei@tabriziau.ac.ir](mailto:pirbabaei@tabriziau.ac.ir)

\* نویسنده مسئول

ارجاع به این مقاله:

اسدی محل چالی، مسعود، پیربابایی، محمدتقی، مقصودی، منیژه. (۱۳۹۸). تبیین فرهنگ جنسیتی فضا در گذرهای شهر اسلامی - ایرانی، نمونه پژوهش پیاده راه

تربیت تبریز. *دانش شهرسازی*، ۳(۱)، ۳۱-۱۵. doi: 10.22124/upk.2019.11840.1148

## بیان مسأله

فضاهای عمومی در شهرها نقش بسیار بااهمیتی را ایفا می نمایند، این فضاها جهت افزایش تعاملات میان انسان ها و نیز تقویت روحیه هم پیوندی میان ایشان به طور عام و نیز جنسیت های مختلف به طور خاص مورد توجه قرار می گیرد. گذرهای مردانه، زنانه و مختلط فی نفسه در شهرها بدلیل سه عامل مهم کالبد، ادراک و احساس شکل گرفته و به مرور زمان به تعادل می رسد یا از جانب مردم مورد پذیرش واقع می شود. اما وظیفه برنامه ریزان و طراحان در این جا برقراری تمهیدات لازم برای هرکدام از این فضاهاست. بنابراین مهمترین هدف این مقاله تبیین فرهنگ جنسیتی گذرهای شهری و در ادامه تدوین تمهیداتی است که باید در فضاهای مردانه، زنانه و مختلط رعایت شود تا این فضاها برای استفاده کنندگان خویش مطلوب تر بنماید. بدین منظور توجه به رویکردهای فرهنگی و هنجارهای اجتماعی در شهرهای ایرانی - اسلامی بسیار ضروری به نظر می رسد.

گذرهای شهری دارای بار جنسیتی هستند، این گذرها شامل گذرهای خرید، خدماتی، تفریحی و مسکونی می شود. تمهیدات لازم برای هریک از گذرهای مردانه، زنانه و مختلط - که وجود هرکدام از آنها برای شهرها ضروری است - بسته به شرایط فرهنگی و هنجارهای موجود، سبب شکل گیری فضاهای مناسب برای هر جنسیت به لحاظ امنیت، راحتی و آسایش می شود (وایت، ۱۳۹۲: ۲۱). لازم به ذکر است که تمام گذرهای شهری در این مقاله مورد بررسی نخواهند بود، در ذیل گذرهایی که درباره آنها بحث خواهد شد و دلیل این انتخابها در قالب جدولی به نمایش درآمده اند:

جدول ۱. تقسیم بندی انواع گذرها و دلیل (عدم) انتخاب آنها

گذرهای مسکونی	گذرهای تفریحی	گذرهای خدماتی	گذرهای خرید	
	X	X	X	مردانه
	X	X	X	زنانه
X	X	X	X	مختلط
	X	X	X	انتخاب جهت مطالعه
گذرهای مسکونی ماهیتی جنسیتی نداشته و از طرفی دیگر در فرهنگ ایرانی - اسلامی حضور غریبه ها در آن منع می شود	جنسیت های مختلف تفریحات جداگانه دارا بوده و گذرها پذیرای آنانند	در آنها خدمات ارائه شده می تواند سبب پذیرش جنسیتی خاص شود	در آنها فعالیت غالب گذر سبب جنسیتی شدن فضا می شود	دلیل (عدم) انتخاب

تصویر شهر ایرانی در گذشته، مردانه، درونگرا و ساده بود اما امروز، به صورت همگانی، گشوده و رنگارنگ درآمده است، اما موضوع به اینجا ختم نمی شود، چرا که ابزار دقیقی برای سنجش میزان موفقیت شهر ایرانی در حال حاضر نسبت به گذشته وجود ندارد. برخلاف تصور بسیاری از ما که فکر می کنیم تصویرهای گذشته سیاه و سفید و خاک گرفته بوده، اما در گذشته مردم رضایت بیشتری از شهرها و گذرهای عمومی داشته اند، این قضیه از آن جایی اثبات می شود که در زمان حاضر رضایت کافی از آنها وجود نداشته و مردان و زنان با امکاناتی که در گذشته کمتر کسی تصور وجود آنها در گذرهای شهری را می کرد، باز هم از گذرهای عمومی ناراضی بوده و از کاستی های آن دم می زنند. پرداختن به این کاستی ها در این جا مطرح نیست، اما هرکسی به راحتی می تواند با پرس و جو از عابران و به خصوص زنان به ناراضی های ایشان پی ببرد که معمولاً از جنس کالبدی صرف هم نیستند. به عنوان مثال از انگاشت هایی مانند چشم اندازها، جابجایی ها و جغرافیای روانشناختی ابراز ناراضی کرده یا از احساساتی همچون اضطراب، امنیت و آرزوهای خود در فضاهای عمومی یاد می کنند. در هر صورت گذرهای عمومی در عصر حاضر دچار نارسایی هایی است که باعث شده کاربران آنها حتی به اندازه گذشته هم لذت نبرده و احساس تعلق خاطر بدان پیدا نمایند. این موضوع در قالب مفهوم جنسیتی فضا قابل بررسی است.

با ورود ارزش های مدرن به ایران، فضاهای عمومی آماده پذیرش حضور زنان<sup>۱</sup> در کنار مردان شدند. همچنین تغییرات نوظهوری در حوزه جنسیت بوجود آمد که از آن میان می توان به تغییراتی در نوع پوشش و زبان زنان اشاره کرد. تا پیش از این دوره زبان زنان که متأثر از گفتار غیررسمی جهان منحصراً زنانه بود، می توانست آشکارا حامل سوبه های جنسی باشد. گفتمان مدرن اما به تدریج این سوبه های جنسی را پالایش و بهداشتی کرد. به عبارت دیگر کلمات زنانه برای حضور در برابر مخاطبان مرد در عرصه های عمومی مشمول حجاب و نظم شدند. زبان زنانه و به صورت کلی تر زبان مدرنیته با کنار گذاشتن کلمات جنسی، حجاب مخصوص خود را به

<sup>۱</sup> منظور زنان وابسته به دربار و طبقه بالاست.

وجود آورد (Najmabadi, 2005: 152-153). بدین ترتیب ویژگی‌های مهم فضاهای جنسیتی شده را می‌توان به قرار زیر خلاصه کرد:

۱) فضایی سلسله‌مراتبی است. دوگانه‌های فضایی‌ای وجود دارد که از قضا با دوگانه‌های مطالعات جنسیت همسانی دارند. از این میان عرصه‌ی عمومی - خصوصی شاخص‌ترین آنهاست. نانس دانکن در تحقیقش نشان می‌دهد چگونه این دوگانه‌ی فضایی به سرکوب زنان مشروعیت می‌بخشد. او دوگانه‌ی فضای عمومی / خصوصی را واسازی می‌کند و نشان می‌دهد که فضای شبه خصوصی توصیف بهتری از شرایط فراهم می‌کند. سایر نویسندگان از فضاهای شهری‌ای مانند مراکز خرید و رستوران‌ها صحبت به میان آوردند که نه کاملاً عمومی و نه کاملاً خصوصی‌اند. ماهیت کمتر جنسیتی‌شده‌ی این فضاهای میانه، هم به زنان و هم به مردان آزادی تحرک بیشتر و اجازه بروز طیف وسیع‌تری از رفتارها را می‌دهد (Doan, 2010). در نتیجه نیاز به فرا رفتن از دوگانه‌ی عمومی / خصوصی و مفهوم‌سازی مجدد فضاهای جنسیتی بیش از پیش ضروری می‌نماید. چرا که دسته‌بندی کردن فضا و زنان در دوگانه‌های «خصوصی - عمومی»، «محترم - آلوده / ناپاک» و «کنترل شده - کنترل نشده» چیزی جز تلاش برای قاعده‌مند کردن جنسیت زنان نیست.

۲) سیاست‌هایی که بر فضا اعمال می‌شود، حضور زنان را مشخصاً به عنوان جنسیت در حاشیه، تحت کنترل قرار می‌دهد. حضور و غیاب زنان، نوع رفت و آمد و زمان و مکان حضور آنان همگی تحت انضباطی خاصی در می‌آید که عدم رعایت آن‌ها پیامدهایی دارد که از دید جامعه مسئولیت آن با خود زنان است.

۳) فضاهای مختلف برای مردان و زنان معنای یکسانی ندارد و آن‌ها تجربه‌ی یکسانی از فضاهای مشابه ندارند. هم‌چنان که پیشتر ذکر شد، متغیر جنسیت یکی از عوامل دخیل در تجربیات متفاوت از مکان‌های یکسان است و توجه به وابستگی متقابل و ارتباط درونی میان هویت‌های جنسیتی، طبقاتی، قومیتی و غیره بسیار مهم است. به این خاطر که تجربه قومیت در حاشیه یا تعلق طبقاتی خاص (بالا یا پایین)، می‌تواند معنای جنسیت را تغییر دهد. اگرچه ما طبقه، قومیت و جنسیت را همچون ساختارهای اجتماعی جداگانه درک می‌کنیم اما افراد آنها را با یکدیگر و هم‌زمان تجربه می‌کنند.

## مبانی نظری

اگر بخواهیم به طور تاریخی اماکن عمومی در ایران را بررسی کنیم باید فضای عمومی را به دو دوره‌ی قبل و بعد از مدرنیته تقسیم کنیم. یکی از ویژگی‌های اصلی فضای عمومی در دوره‌ی پیشامدرن غیبت یا حضور بسیار کم‌رنگ زنان در فضاهای عمومی است. بدین ترتیب می‌توان ادعا کرد تا پیش از ورود اندیشه‌های مدرن غربی به ایران، فضای عمومی غالباً تک‌جنسیتی و مردانه بود. زنان یا در اندرونی خانه‌ها بودند و یا در فضاهای محدودی مثل حمام‌های زنانه و بعدها بعضی از مکان‌های آموزشی حضور داشتند.

فضاهای عمومی پیش از مدرنیته عبارت بودند از اماکن مذهبی، مثل مساجد، زیارتگاه‌ها، بازار، مدارس مذهبی، مکتب‌خانه‌ها، باغ‌های خصوصی، حمام‌ها و گذرهای عمومی. اما با برآمدن مدرنیته این فضاها دچار دگرگونی‌های شگرفی شدند. در این دوره فضاهای عمومی، به سه دسته‌ی معابر عمومی، فضای کار و خدمات و بالاخره فضاهای تفریحی تقسیم می‌شوند (اعتماد، ۱۳۹۱). با ورود اتومبیل، خیابان‌های جدید جای معابر گذشته را گرفتند و آرام آرام عملکردهای جدیدی همچون تماشاخانه، سینما، چاپخانه، هتل، مغازه‌هایی به سبک فرنگی، باغ ملی، باغ وحش و ... به شهر اضافه شد (حبیبی، ۱۳۹۱: ۱۰۷).

در توسعه‌ی بحث جنسیت در شهر عوامل معینی نقش داشتند که از یک طرف می‌توان به تأثیر موج دوم فمینیسم بر جغرافیدانان فمینیست (با ریشه‌ی انگلیسی - آمریکایی) و از طرف دیگر بر تمرکز زیاد چپ رادیکال در جغرافیا بر نظریه‌های اقتصاد شهری سرمایه‌داری اشاره کرد. تمرکزی که خود نتیجه این واقعیت است که در جوامع پیشرفته‌ی صنعتی اغلب جنبه‌های زندگی روزمره در شهرها و شهرستان‌ها اتفاق می‌افتد. اما این تمام داستان نیست. اغلب فراموش می‌شود که هم‌زمان محققان فمینیستی که بر مسائل توسعه در جهان جنوب تحقیق می‌کردند به سمت مطالعات جنسیت در شهر چرخش پیدا کردند. به علاوه این مطالعات درباره‌ی جنسیت در شهرهای جهان جنوب به طور فزاینده‌ای به رشد پژوهش‌هایی که ریشه در جهان جنوب داشت انجامید و موجب شکل‌گیری ادبیاتی پویا شد. با این حال، پژوهش‌ها درباره‌ی زنان در شهرهای غربی و شهرهای جهان جنوب از مسیرهای جداگانه‌ای پیروی می‌کنند و به ندرت یکدیگر را تأیید می‌کنند. این امر به هیچ وجه غیرمعمول نیست، رشته‌ی جغرافیا مملو از زیررشته‌هایی است که اگرچه ظاهراً ذیل موضوع واحدی قرار می‌گیرند اما در عمل هماهنگی چندانی با یکدیگر ندارند. بدین ترتیب شاید بتوان این‌طور توضیح داد که محققان فمینیست انگلیسی - آمریکایی، دل‌مشغول توسعه‌ی نظریه‌ی انتقادی شهر را دارا بودند (اسدی محل چالی، ۱۳۹۵: ۱۶۵-۱۶۴).

## جدول ۲. جنسیت در کانون تحقیقات غربی شهر

دهه‌ی ۲۰۰۰	دهه‌ی ۱۹۹۰	دهه‌ی ۱۹۸۰	دهه‌ی ۱۹۷۰	جنسیت در کانون تحقیقات غربی شهر
X	X	X	X	جنسیت و شهری شدن: فرم شهری: مرکز شهر در مقابل حومه: فرآیندهای تولید (کار دستمزدی) در مقابل فرآیندهای بازتولید (کار غیردستمزدی)؛ ساخت‌یابی مجدد شهری
X	X	X	X	بازارهای کار و پیوند کار-خانه از جمله مراقبت از کودکان؛ حمل و نقل و دسترسی به خدمات رفاهی؛ (و نیز از اواخر دهه ۱۹۹۰ مطالعات پرورش فرزند، کودکی و کودکان، خدمات مراقبتی و اخلاق مراقبت)
X	X	X	X	برنامه‌ریزی و طراحی شهری و معماری
X	X	X	X	زنان و سیاست‌های شهری؛ جنبش‌های اجتماعی شهری؛ مشارکت سیاسی زنان (و نیز از اواخر دهه ۱۹۹۰ موضوعات مربوط به شهروندی)
X	X	X	X	فضاهای داخلی: خانه
X	X	X	X	هویت‌های جنسیتی مبتنی بر شهر، نژاد، قومیت و جنسیت؛ جغرافیای شهری پدرسالاری‌ها، ساختارهای اجتماعی تفاوت، به خصوص در ارتباط با زنانگی و مردانگی (در اواخر دهه ۱۹۹۰ با طرح موضوعات نژادپرستی، سفیدگرایی و فراملی‌گرایی)
X	X	X	X	ترس زنان و مکان‌های شهری (در دهه ۲۰۰۰ با ورود موضوعات نظارتی)
X	X	X	X	فقر شهری
X	X	X	X	مسکن: بی‌خانمانی و اعیانی‌سازی
X	X	X	X	زنان مهاجر، اقوام اولیه کانادا، زنان بومی در شهرها؛ تمرکز بر گروه‌های خاصی از کارگران همچون کارگران خانگی و کارگران جنسی؛ (از اواخر دهه ۱۹۹۰ با طرح موضوعات نژادپرستی، سفیدگرایی و فراملی‌گرایی)
X	X	X	X	جغرافیای شهری همجنس‌گرایان زن و مرد؛ فضاهای LGBTTQ
X	X	X	X	جغرافیای شهری بدن‌محور
X	X	X	X	فضای عمومی شهری (اگرچه مطالعات قبلی بر روی مثلاً دسترسی زنان به پارک‌ها و اماکن منحصراً زنانه به اواخر دهه ۱۹۷۰ بازمی‌گردد)
X	X	X	X	فضاهای لذت/ فراغت زنان، پرسه‌زن
X	X	X	X	جغرافیای عاطفی شهری

ماخذ: (Peake, ۲۰۰۹)

با این حال دو مسیر منجر به نقد دیدگاهی شد که جنسیت در شهر را در هزاره جدید تکرار مسائل قبلی می‌دید. نخست این‌که از اواخر دهه‌ی ۱۹۹۰ موضوعات جدیدی هم‌چون شهروندی شهری<sup>۱</sup>، نژادپرستی و سفیدگرایی، جغرافیای شهری کودکان، جغرافیای عاطفی در شهر و روش‌های بصری که بر تنوع تجارب زنان تأکید داشتند راه خود را به فرهنگ واژگان جغرافی‌دانان فمینیست باز کردند. دوم اینکه موضوعات قبلی با چالش‌های جدیدی مواجه شدند. مثلاً در مطالعات کودکی، پرورش فرزند، خدمات مراقبتی و اخلاق مراقبت تمرکز مجددی بر ارتباط خانواده-کار صورت گرفت که جایگزین مطالعات پیشین درباره‌ی ارتباط خانه-کار و نقش دوگانه‌ی زنان شد.

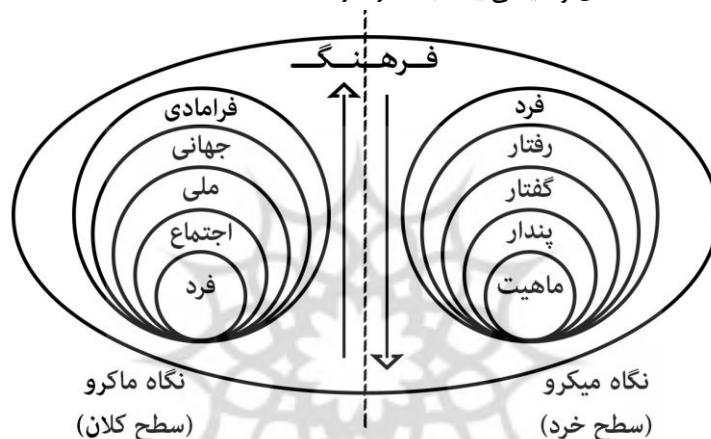
### فرهنگ

این طور به نظر می‌رسد که در بررسی عوامل موثر بر شکل‌گیری فرهنگ، بررسی سه عامل مهم نحوه زندگی، اعتقادات انسانی و شرایط تاریخی و جغرافیایی ضروری به نظر می‌رسد. از بررسی رابطه به هم پیوسته و تنگاتنگ این سه عامل می‌توان به نحوه به وجود آمدن محیط شهری بر اساس تفکر، فرهنگ و اعتقادات مردم آن شهر دست یافت (اسدی محل چالی، ۱۳۹۴: ۱۹۵). در یک تعریف جامع، می‌توان گفت شکل شهر، تبلور فضایی و شکلی حیات مدنی-اجتماعی شهر و فعالیت‌های جوامع شهری در مکان و زمان بوده که در ترکیبی از ذهنیت و عینیت، ماهیتی ترکیبی و فرا دویعدی یافته است (دانشپور و روستا، ۱۳۹۱: ۴۹). از سوی دیگر بریملی معتقد است شکل شهر با الگوهای جدید توسعه که بازتاب شرایط اقتصادی، تکنولوژیکی و حمل و نقلی است در یک چارچوب رقابتی در حال تغییر است (Bramley, 2005: 355) بنابراین هر شهر به فراخور ویژگی‌های جغرافیایی، اجتماعی، فرهنگی،

<sup>۱</sup> urban citizenship

اقتصادی و سیاسی فرم خاص خود را شکل می دهد. برای نمونه فرم شهر پیش از مدرن محصول فرآیندی است که در شهر در جریان بوده است. اما آنچه در روند مدرنیته برای شهر اتفاق افتاده است، خلق فرمی است که کارکرد مورد انتظار از شهر را تا پایین ترین سطوح خود تنزل داده است (دانشپور، رضازاده، سجودی و محمدی، ۱۳۹۲: ۷۳).

در بررسی رابطه محیط انسان ساخت و فرهنگ سه رویکرد مطرح است. در رویکرد اول، شهر به مثابه یک پدیده جغرافیایی - مکانی در یک تصویر الگو واره، در مقوله یا گونه ای خاص قرار می گیرد و شهر با خصوصیتی کاملاً فرهنگی، خود را به مثابه «جهان خرد» یا یک «شهر جهانی» به نمایش می گذارد (پاکزاد و بزرگ، ۱۳۹۱: ۳۳). رویکرد دوم، با اتکا به روانشناسی محیطی، تأثیر متقابل محیط و فرهنگ انسانی را در قالب ویژگی های محیط کالبدی، فعالیت های انسانی و خصوصیات فرهنگی جامعه بررسی می کند. رویکرد سوم شهر را به عنوان سازه های اجتماعی - فضایی و تولید کنند فرهنگ و بستر مناسبی برای فرایند «فرهنگ سازی» معرفی می کند (نقی - زاده، زمانی و کرمی، ۱۳۸۹: ۶۲). درک کامل یک ساخت و یک نظام اقتصادی بدون دانستن پایه و اصول فرهنگی آن نظام میسر نیست (زیاری، ۱۳۸۲: ۹۷). فرهنگ یک جامعه نوع اقتصاد، و اقتصاد آن جامعه نوع تکنیک، و نوع تکنیک، ساخت و نظام کالبدی آن جامعه را مشخص می سازد (همان). در این چارچوب مطالعات نشان می دهد که فرهنگ های متفاوت، نظام های اقتصادی متفاوتی را خلق می کنند و توان تغییر اهداف اقتصادی و سیاسی یک جامعه را دارند.



شکل ۱. ارتباط میان فرهنگ با سایر سطوح

بنابراین عوامل اجتماعی و فرهنگی در شکل گیری محیط فیزیکی شهرها تأثیر زیادی دارند. به این معنا که محیط فیزیکی شهر منعکس کننده ویژگی های فرهنگی مردم و جامعه شهری است و همچنین بیان کننده این مسئله است که طراحی های جدید نیز باید براساس عوامل فرهنگی و اجتماعی باشد (Fatani, Mohamed, and Al-khateeb, 2017: 858). بنابراین می توان گفت ویژگی های فرهنگی جامعه همچون روحی در کالبد مکان نفوذ می کند، در آن تجلی می یابد و خود را در بستر مکانی و فضایی نمایان می سازد. معماری، شیوه های کشت و زرع، نوع و شکل سکونتگاه های انسانی، ساخت راه ها، از پدیده های انسانی متأثر از فرهنگ هستند. این ویژگی های فرهنگی به نوبه خود از باورها، اعتقادات، آداب و رسوم، و ارزش های هر جامعه که وابسته به مکان و زمان هستند تأثیر می پذیرند (رضوانی و احمدی، ۱۳۸۸: ۵۳).

همان طور که از دیاگرام بالا برمی آید، در نگاه میکرو (سطح خرد) فرهنگ بر فرد، رفتار، گفتار، پندار و ماهیت او اثرگذار است، اما در نگاه ماکرو (سطح کلان) فرهنگ فردی، فرهنگ اجتماعی، فرهنگ ملی، فرهنگ جهانی و فرهنگ فرامادی وجود دارد. این بدان معناست که فرهنگ در تمام لایه های زندگی انسان ها ریشه دوانده است و هر پدیده ای را می توان از فرهنگ منتج دانست. مولفه های فضا نیز بخشی از همین فرهنگ است که نه تنها ریز رفتارهای انسان ها را شکل داده، بلکه عاملی مهم در بوجود آمدن اجتماعات و شهرهایی است که در آن فضاهای مختلف پدید می آیند.

### مولفه های فضا از منظر دیوید هاروی

هاروی پیشنهاد می دهد که دست به انقلاب نظریه ای زده و تقسیم سه گانه فضا - زمان مطلق، نسبی و رابطه ای را در برابر تقسیم سه گانه فضا تصور شده، درک شده و زیسته که توسط لوفور مشخص شده، قرار دهیم. نتیجه، یک ماتریس سه در سه است که نقاط تقاطع آن وجوه مختلف فهم معنای فضا و فضا-زمان را ارائه می کنند. می توان به درستی اعتراض کرد که هاروی در این جا امکان ها را

محدود می‌کند، زیرا شیوه‌ی بازنمایی ماتریسی خود را به فضای مطلق محدود می‌سازد. این اعتراض کاملاً موجه است. و تا جایی که در این جا درگیر پرکتنیسی بازنمایانه (مفهوم‌پردازی) هست نمی‌تواند نه حق حوزه‌ی تجربه‌شده و نه زیسته‌ی فضایی بودن را ادا کند (Harvey, 2006: 282). بنابراین، بنا به تعریف، ماتریسی که ساخته‌است و شیوه‌ی استفاده‌ی آن قدرت الهام‌بخشی محدودی دارد. اما با پذیرش تمامی این‌ها، در نظر گرفتن ترکیباتی که در تقاطع‌های مختلف ماتریس بروز می‌کنند، برایمان مفید بوده است. مزیت بازنمایی در فضای مطلق این است که اجازه می‌دهد پدیده‌ها با وضوح تمام از یکدیگر جدا شوند. و با اندکی تخیل می‌توان به شکل دیالکتیکی در میان عناصر درون ماتریس اندیشید، به طوری که هر لحظه‌ای به‌عنوان رابطه‌ی درونی بقیه تصور شود. هاروی آن‌چه را در ذهن دارد (تا حدی به صورتی فشرده، دلخواه و شماتیک) در جدول ذیل به نمایش درآورده‌است:

جدول ۳. ماتریسی از معانی ممکن فضا، ماخذ: (Harvey, 2006)

فضاهای مادی (فضای تجربه‌شده <sup>۱</sup> )	بازنمایی‌های فضا (فضای تصور شده یا مفهوم‌پردازی شده <sup>۲</sup> )	فضاهای بازنمایی (فضای زیسته <sup>۳</sup> )
فضای مطلق دیوارها، پل‌ها، درها، راه‌پله‌ها، طبقه‌ها، سقف‌ها، خیابان‌ها، ساختمان‌ها، شهرها، کوه‌ها، قاره‌ها، ذخایر آبی، علامت‌های زمینی، مرزها و موانع فیزیکی، اجتماعات محصور...	نقشه‌های زراعی و اداری؛ هندسه‌ی اقلیدسی؛ شرح چشم‌انداز؛ استعارات درباره محدودیت، فضای باز، محل، قرارگیری و موقعیت داشتن؛ (کنترل و فرمان) - نیوتون و دکارت	احساسات خوشایند هنگام دور آتش نشستن؛ احساس امنیت یا حبس بودن در چار دیواری؛ حس قدرت از مالکیت، فرماندهی و سلطه بر فضا؛ ترس «بیش از حد» از دیگران
فضای نسبی (زمان) گرددش و جریان انرژی، آب، هوا، کالاها، مردم، اطلاعات، پول، سرمایه؛ شتاب‌ها و تقلیل سرعت‌های ناشی از اصطکاک مسیر	نقشه‌های شماتیک و توپولوژیک (مثلاً سسیتیم فضابل لندن)؛ توپولوژی و هندسه‌های نااقلیدسی؛ طراحی‌های پرسپکتیوی؛ استعارات دانش‌هایی که در جایی قرار دارند، حرکت، تحرک، جابه‌جایی، شتاب، انقباض-زمان و تفاسل؛ (کنترل و فرمان دشوار است و به تکنیک‌های پیچیده نیاز است) - انیشتین و ریمان	اضطراب از به موقع سر کلاس نبودن؛ هیجان رفتن به میان ناشناخته‌ها؛ ناامیدی در یک گرّه ترافیکی؛ تنش‌ها یا نشاط‌های ناشی از سرعت، تحرک، انقباض-زمان
فضای مطلق (زمان) میدان‌ها و جریان‌های انرژی الکترومغناطیس؛ روابط اجتماعی؛ سطوح بالقوه‌ی اقتصادی؛ تراکم آلودگی؛ صداها، رایحه‌ها و احساساتی که بر نسیم شناورند	سور تالیسم؛ اگزستانسیالیسم؛ جغرافیای روان‌شناختی؛ فضای مجازی؛ استعارات درونی‌سازی نیروها و قدرت‌ها (کنترل و فرمان شدیداً دشوار است - نظریه آشوب، دیالکتیک، روابط درونی، ریاضیات کوانتومی) - لایبنیتز، واینهید، دلوز، بنیامین	الهام‌ها، اوهام، آرزوها، ناکامی‌ها، خاطرات، رویاها، اشباح، حالات روانی (مثلاً آگورافوبیا، سرگیجه، کلاستروفوبیا)

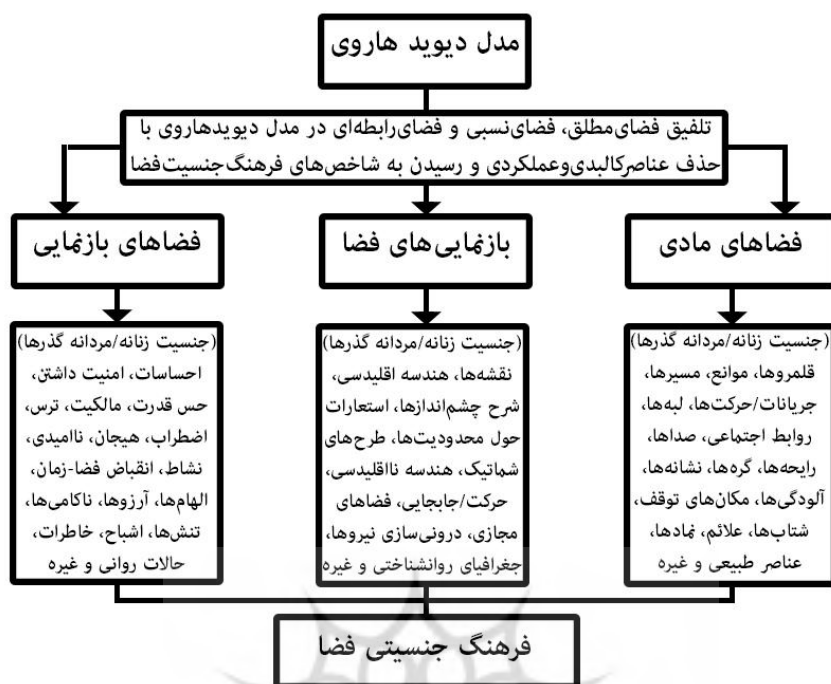
در مدل دیوید هاروی که به صورت ماتریسی تنظیم شده است، گفتمان مکتب اقتصاد سیاسی فضا قابل مشاهده است. از این رو سعی در پیوند مطالبی دارد که به صورت انتقاد نسبت به فضا از قبل وجود داشته و سابقه آن به مطالعات کاسیرر برمی‌گردد، گرچه لوفور آن مطالب را کامل کرد و به دسته بندی سه گانه فضاهای مادی؛ بازنمایی‌های فضا و فضاهای بازنمایی رسید. این دسته بندی توسط هاروی در التقاط با گفتمان فضایی مطلق، نسبی (زمان) و مطلق (زمان) قرار داده شدند، تا به نوعی جغرافیای نسبی و زمان‌مند از جغرافیای مطلق تمیز داده شود. این تقسیم بندی در این مقاله لحاظ نمی‌شود، چرا که فرهنگ جنسیت فضا کاری با نوع فضا ندارد، بلکه به نوعی سلسله مراتب قائل است که فضا دارای ابعاد کمی، کیفی و معنوی می باشد. بنابراین تلفیقی در مدل هاروی صورت می‌پذیرد تا نوع فضا از آن حذف شود، اما دستاوردهای هاروی در ارائه شاخص‌ها که به گفته وی سلسله مراتب تعالی فضا در آن لحاظ گردیده، توضیح دهنده جنسیت مردانه/ زنانه فضا می‌باشد. این الگوواره بدین صورت معنی می‌دهد که فرهنگ جنسیت فضا دارای سه بعد سلسله مراتبی ولی هم‌تراز بوده و شامل صورت مادی فضا، وجه ادراکی فضا و خاصیت احساسی فضا می باشد. در بعد مادی فضا موضوعات محسوس مانند قلمروها، موانع، جریان‌ها، آلودگی‌ها، عناصر طبیعی و ... جای می‌گیرد. در بعد ادراکی فضا

1. Material space (experienced space)

2. Representations of space (conceptualized space)

3. Spaces of representation (lived space)

بازنمایی‌ها شامل چشم اندازه‌ها، استعارات، فضای مجازی، نیروها، جغرافیای روانشناختی و ... ذکر می‌شود. در بعد احساسی فضا نیز امنیت داشتن، حس قدرت، ترس، نشاط، خاطرات و ... قرار می‌گیرند.



شکل ۲. تبدیل مدل دیوید هاروی به مدل فرهنگ جنسیتی فضا با تلفیق فضای مطلق، فضای نسبی (زمان) و فضای مطلق (زمان)

### فضاهای بازتابی

نظریه بازتابی به منزله نوعی برساخت اجتماعی از نظریات استوارت استوارت هال است. در کتاب «معنا، فرهنگ و زندگی اجتماعی» همین نظریه که در واقع، مفهوم چرخه فرهنگ است توضیح داده شده است. از دیدگاه استوارت هال در واقع ما چیزی به نام نظام بازتابی داریم. بر این اساس معنا یک برساخت اجتماعی است؛ به این معنا که زبان رسانه، هنرها، علوم و تمام صورت‌های فرهنگی، هنری و علمی که ما به کمک آن درباره عالم، هستی و انسان سخن می‌گوییم یا می‌اندیشیم، هیچ کدام قادر نیستند که بازتابی آینه‌گون یا آینه‌وار از واقعیت ارائه کنند. این نظریه تحت تأثیر ایده چرخش زبانی ویتگنشتاین است که در آن زبان در کاربست‌های اجتماعی خود معنا پیدا می‌کند، واژه‌ها خود معنا ندارند و معنای آن‌ها را در شکل‌های زندگی، زندگی روزمره و در بافت موقعیت و محیط است پیدا می‌کنند. نظریه بازتابی استوارت هال به نوعی بیان‌کننده دقیق همین نظریه است. به این معنا که از دیدگاه استوارت هال بازتابی در واقع یک نوع اندیشیدن، فهمیدن و تفسیر کردن جهان است. به نظر وی به کمک زبان، واقعیت‌های عالم را در دو مرحله بازتابی می‌کنیم؛ یکی بازتابی ذهنی و یکی بازتابی زبانی (هال، ۱۳۹۱: ۲۳۳).

تفاوت آشکاری میان بازتابی‌های صورت گرفته در فضا با فضاهای بازتابی وجود دارد، که در اینجا بدان اشاره می‌شود. بازتابی‌های فضا شامل ادراکات فضایی است که برای مخاطبان فضا بوجود می‌آید. این ادراکات شامل نقشه‌ها، هندسه اقلیدسی، شرح چشم اندازه‌ها، استعارات حول محدودیت‌ها، طرح‌های شماتیک، هندسه ناقلیدسی، حرکت، فضاهای مجازی، درونی‌سازی نیروها و جغرافیای روانشناختی می‌شود (دیورینگ، ۱۳۸۲: ۴۲). اما در فرآیندی تکاملی این بازتابی‌ها تبدیل به فضاهایی می‌شود که از آن به عنوان فضاهای بازتابی یاد می‌شود و در واقع احساساتی هستند که برای مخاطبان فضا حاصل می‌شوند. این احساسات شامل امنیت داشتن، حس قدرت، مالکیت، ترس، اضطراب، هیجان، ناامیدی، نشاط، انقباض فضا-زمان، الهام‌ها، آرزوها، ناکامی‌ها، تنش‌ها، اشباح، خاطرات و حالات روانی می‌شود (هال، ۱۳۸۶: ۱۸۱). در نهایت فرهنگ جنسیت فضا، علاوه بر فضاهای مادی که در جای خود حائز اهمیت می‌باشد، تأثیر زیادی از بازتابی‌های فضا و فضاهای بازتابی خواهد پذیرفت. این موضوع از نظرات مختلف مردان و زنان نسبت به نمونه پژوهش قابل برداشت و ارزیابی است.

### جنسیت فضا

رویکرد جنسیت فضا در اصل از نظریات هانری لوفور منشعب گردیده است، کسی که در زمینه «تولید فضا» که به موضوع الگوهای فضایی اختصاص دارد صاحب نظر است و باور دارد که آن بر سیستم‌های اقتصادی و اجتماعی که توسط نهادها و افرادی که قدرت سیاسی دارند، اداره می‌شود، می‌تواند تأثیرگذار باشد (Lefebvre, 1991: 432). در جامعه غربی، مردان بطور سنتی بیشترین قدرت اجتماعی و اقتصادی را در دست دارند و بر فضاهای اطراف خود مسلط هستند. بعضی موقعیت‌ها سودرسان هستند و مابقی تحت تأثیر نیروهای غالب قرار می‌گیرند. بطور مشابه، افرادی که قدرتی ندارند، تحت کنترل قرار می‌گیرند و از فضاهای ممکن بطور نابرابر بهره‌مند می‌شوند.

### طبیعت جنسیتی فضاهای عمومی و خصوصی

زنان در اروپای قرون وسطی در زمین‌های کشاورزی روستاها و بازارهای محلی کار می‌کردند، دیگر موقعیت‌ها برای آنان مهیا نبود و در غیر این صورت می‌بایستی خانه‌داری می‌کردند. بعضی زنان به عنوان راهبه مشغول به خدمت می‌شدند، دیگران در بگونیازها زندگی می‌کردند که از مردان دور باشند و شرایطی نیمه راهبه‌ای را تجربه کنند و در کارهای خیریه اجتماع مشارکت نمایند. انقلاب صنعتی بر جدایی‌های فضایی مردان و زنان دامن زد. لیندا مک داول بحث می‌کند که در سالیان دراز، مطالعات شهری هم از بحث‌های جنسیت در تغییرات اجتماعی مربوط به رشد سریع شهرنشینی انقلاب صنعتی غافل ماندند (Herdt, ed. 1994: 132). او پیشنهاد می‌دهد که فضاهای صنعتی شده شهرها که برای زنان ناامن می‌باشند، منشأ خود را از دوره ویکتوریایی به امانت برده‌اند، زیرا که در آن دوره فضاهای عمومی و خصوصی جدا شده بود، بنابراین زنان به فضاهای خصوصی خانه رانده شدند و به مردان اجازه داده شد که آزادانه در فضاهای عمومی بگردند و کار و تفریح دلخواه خود را انجام دهند. زنان در لندن در تجارت‌های گوناگونی که در خانه‌ها انجام می‌گرفت، شرکت داشتند، که کمتر موقعیت کاری مردان را به خطر می‌انداخت. گروه‌های زنان راهبه مسیحی در ایالات متحده، جنبش‌هایی را برای ایجاد محیط‌های کاری امن برای زنان و مهاجران در محدوده‌های شهری به راه انداختند و بدین صورت زنان تا حدودی توانستند از مزایای زندگی مردان بهره‌مند شوند (Johnson, 2006: 311).

دنی اسپاین در کتاب مشهور خود با عنوان «فضاهای جنسیتی» به طور خاص بر تفاوت‌های بین محیط‌های مناسب برای زنان و مردان و نیز نهادهایی که غلبه مردان را تضمین می‌کند، بحث می‌نماید (Spain, 1992: 201). او به طور خاص به آزمایش‌های فضایی خانواده یا سیستم آموزشی و نیروی کار می‌پردازد که طیفی از موقعیت‌های شامل سکونت، آموزش و محل کار را لحاظ نموده بود. در هریک از این زمینه‌ها اسپاین سیستم اجتماعی در مکان‌هایی که مردان را جذب و زنان را دفع می‌کرد، مورد بررسی قرار می‌داد. او همچنین تلاش خود را به تحلیل توصیفی کارآمد از طبیعت فضای جنسیتی در فرهنگ‌های غیرغربی معطوف کرده بود. او بحث کرد که منزلت زنان به هنگام جداسازی فضاها به لحاظ جنسی پایین می‌آید، بنابراین تمایزی بین آنان و مردان در زمینه یافتن شغل مناسب پدید می‌آید. وقتی نهادهای فضایی توسط مردان کنترل می‌شود، مسلماً برای زنان کارا نخواهد بود و آنان را به حاشیه می‌راند.

### تغییر درک فضا به مثابه دو قطبی

با تمرکز بر طبیعت جنسیتی فضاهای شهری، تعدادی از متخصصان طبیعت دوگانه فضاهای عمومی و خصوصی را نقد کرده‌اند. نانسی دانکن پیشنهاد می‌دهد که دو قطبی بودن فضا برای قانونمندی‌سازی به حاشیه راندن زنان است و او فضاهای دوگانه عمومی و خصوصی را برهم می‌زند و فضاهای نیمه عمومی و نیمه خصوصی را به جای آنان پیشنهاد می‌کند. دیگر نویسندگان نیز فضاهای شهری را که بسیار عمومی هستند شامل مراکز خرید، مشروب‌خانه‌ها، رستوران‌ها و سالن‌های رقص حومه‌ای را به چالش می‌کشند. قرار ندادن امتیاز جنسیتی باعث آزادی‌های بیشتر مردان و زنان می‌شود تا در موقعیت‌های مختلف قرار گرفته و آن طور که می‌خواهند رفتار کنند. سوزان گال حتی پیشنهاد می‌دهد که چنین تقسیمی به لحاظ عمومی یا خصوصی بهترین ایده‌پردازی استفاده از تحلیل فرکتال است که زبردسته بندی‌های فضا را با جدایی‌های هندسی عوض می‌کند. نیاز است تا فراتر از دوگانگی عمومی - خصوصی و ایده پردازی مجدد فضای جنسیتی حرکت کنیم (Massey, 1994: 118).

کریستین میران و آما یانگ اثری مشهور با نام «جنسیتی کردن شهر» تولید کردند، که در آن یادآور شدند که زندگی زنان در فضاهای شهری توسط مرزهای رویت‌پذیر و نامرئی که با ساختارهای جداکننده شهر به لحاظ جنسیتی مربوط است، شکل می‌پذیرد. خشونت در برابر زنان یکی از مکانیزم‌های این دوگانگی است، زیرا زنان را در فضاهای عمومی درگیر ترس می‌کند و به مردها اجازه خشونت می‌دهد. زنانی که وارد فضاهای عمومی با غلبه مردان می‌شوند، ممکن است محدودیت‌های بیشتری را تجربه کنند و مورد



خشونت فیزیکی هم قرار بگیرند. علاوه بر آن دیگر افرادی که هویت‌های خویش بازتاب حومه نشینی آن‌هاست، همانند هویت‌های نژادی یا جنسی، با سیستم فضایی به شدت جنسیتی روبرو هستند و ممکن است در زمینه‌های گوناگون دچار انحراف شوند، بنابراین کنترل فضاهای عمومی را در دست ناهمجس خواهان و سفیدپوستان می‌بینند (Miranne and Young, eds. 2000: 168).

دیگر متخصصان از راهبردهای دیگری برای نقد طبیعت دوگانه جنسیت و نژاد مطابق با قطبی بودن عمومی و خصوصی استفاده می‌کنند. متخصصان فمینیست بر این عقیده هستند که برای مردانه بودن فضاهای شهری لازم نیست که تمام استفاده کنندگان آن مرد باشند و همین‌طور زنانه بودن فضای شهری هم دلیلی بر زن بودن تمام کاربران آن نیست. این درک نیاز به نظریه پردازی‌هایی دارد که این نظریات پیچیده را درباره ماهیت و عملکرد جنسیت فضاها توضیح دهند. جودیت باتلر دوگانگی جنسیتی سنتی را به چالش کشید و بحث می‌کند که جنسیت تنها در فیزیک بدن انسان‌ها قرار ندارد؛ بلکه، عملکرد روزانه جنسیت‌هاست که می‌تواند فرضیه‌سازی دوگانه را به چالش بکشد و هویت‌های ممکن را عملی سازد (Butler, 1990: 65).

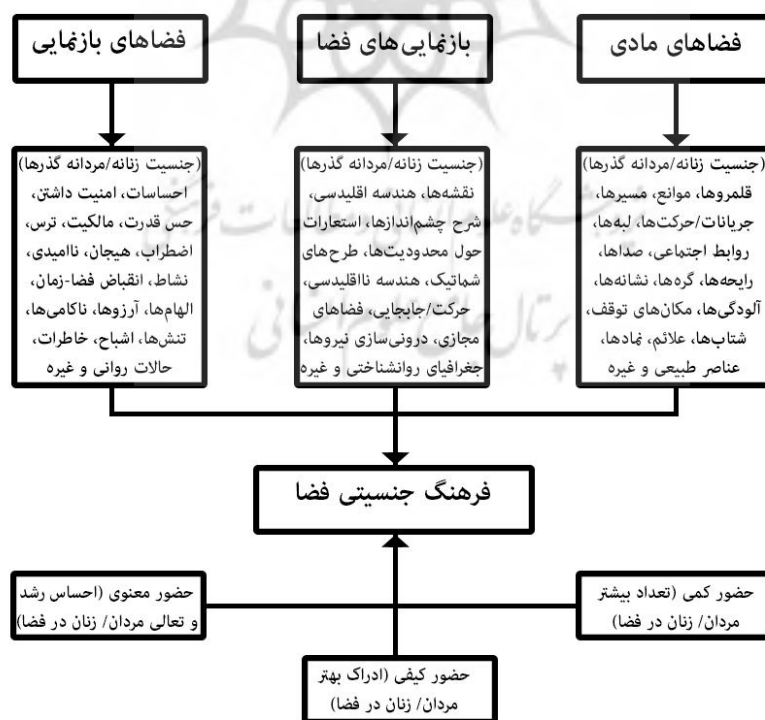
در نهایت مدل سه بخشی مولفه‌های تاثیرگذار بر فرهنگ جنسیت فضا شامل متغیرهای مستقل روبرو می‌شود: ۱- فضاهای مادی، ۲- بازنمایی‌های فضا و ۳- فضاهای بازنمایی. شاخص‌های هر کدام از این مولفه‌ها در ذیل آمده است.

۱. شاخص‌های فضاهای مادی: قلمروها، موانع، مسیرها (جریان‌ها)، مکان‌های توقف، لبه‌ها، روابط اجتماعی، صداها، رایحه‌ها، گره‌ها، نشانه‌ها، آلودگی‌ها، شتاب‌ها، علائم (نمادها)، عناصر طبیعی.

۲. شاخص‌های بازنمایی‌های فضا: نقشه‌ها، هندسه اقلیدسی، چشم‌اندازها، استعارات حول محدودیت‌ها، طرح‌های شماتیک، هندسه نااقلیدسی، حرکت (جابجایی)، فضاهای مجازی، درونی‌سازی نیروها، جغرافیای روانشناختی.

۳. شاخص‌های فضاهای بازنمایی: احساسات، خاطرات، اشباح، الهام‌ها، آرزوها، ناامیدی، ناکامی‌ها، انقباض فضا-زمان، امنیت داشتن، حس قدرت، مالکیت، ترس، اضطراب، هیجان، ناامیدی، نشاط، انقباض فضا-زمان، الهام‌ها، آرزوها، ناکامی‌ها، تنش‌ها، اشباح، خاطرات، حالات روانی و غیره.

در راستای توصیف متغیر وابسته فرهنگ جنسیت فضا نیز درجه‌بندی مشخصی پیرامون اندازه‌گیری آن معرفی گردیده است. شاخص‌های درجه‌بندی فرهنگ جنسیت فضا نیز از این قرار است: ۱- حضور کمی (تعداد بیشتر مردان/ زنان در فضا)، ۲- حضور کیفی (ادراک بهتر مردان/ زنان در فضا) و ۳- حضور معنوی (احساس رشد و تعالی مردان/ زنان در فضا).



شکل ۳. مدل نهایی تحقیق فرهنگ جنسیتی فضا

## روش پژوهش

روش تحقیق حاضر بر مبنای تلفیقی یعنی کمی- کیفی می باشد، این بدان معناست که در مطالعه کمی از روش پرسشنامه استفاده گردیده و در روش کیفی از روش مشاهدات میدانی استفاده شده است. این مقاله در تجزیه و تحلیل به دنبال تنوعات و گوناگونی ها بودن و دسته بندی ها را در اولویت قرار می دهد. در پاره ای از موارد با تجزیه و تحلیل همبستگی ها، داده های پرسشنامه ای را مورد کنکاش قرار می دهد و در پاره ای دیگر از طریق پالایش داده ها و استخراج اشتراکات، رویکرد کیفی را در تجزیه و تحلیل داده ها در پیش می گیرد. این روش ترکیبی به محقق کمک می کند تا فرهنگ جنسیت فضا را با رویکردی فرهنگی و به کمک مدل مولفه های فضایی دیوید هاروی در پیاده راه تربیت تبریز مورد تحلیل و ارزیابی قرار دهد.

هدف این پژوهش واکاوی فرآیند تأثیرگذاری مولفه های فضایی بر فرهنگ جنسیت فضا با تأکید بر درجه بندی گذرهای شهری از منظر فرهنگ جنسیتی است. بدین ترتیب پس از مروری بر مطالعات و پژوهش های مرتبط که بیانگر سیر تکاملی موضوع می باشد، مبنای نظری و دیدگاه های اندیشمندان گوناگون مورد بررسی قرار گرفته و بر پایه آنها و نیز روابط متقابل کلیدواژه های پژوهش، مدل تحلیلی جهت ارزیابی فرضیه ها به ترتیب زیر تدوین و ارائه شده است:

- ≠ فرضیه اول: مولفه های فضاهای مادی بر شکل گیری فرهنگ جنسیت فضا موثر است.
  - ≠ فرضیه دوم: مولفه های بازنمایی های فضا بر شکل گیری فرهنگ جنسیت فضا موثر است.
  - ≠ فرضیه سوم: مولفه های فضاهای بازنمایی بر شکل گیری فرهنگ جنسیت فضا موثر است.
  - ≠ فرضیه چهارم: شاخص های درجه بندی مشتمل بر کمی، کیفی و معنوی می توانند فرهنگ جنسیت فضا را توضیح دهند.
- جهت بررسی فرضیه ها، گردآوری اطلاعات به کمک پرسشنامه مشتمل بر ۷۷ گویه در طیف لیکرت صورت پذیرفت. برطبق مشاهدات میدانی محققین جمعیت بازدیدکننده از پیاده راه تربیت تبریز در طول روز به طور متوسط در حدود ۴۰ هزار نفر است. به کمک فرمول کوکران و سطح خطای ۵ درصد حجم نمونه آماری برای محدوده آماری معادل ۳۸۰ نفر می باشد. ارزیابی صحت و دقت فرضیه های یاد شده به کمک مدل معادلات ساختاری (SEM) به طور مشخص روش کمترین مربعات جزئی (PLS) در نرم افزار Smart PLS صورت گرفته و شاخص های مرکزی و پراکندگی نیز در نرم افزار SPSS ارزیابی شده اند.

## محدوده مورد مطالعه

خیابان تربیت یکی از دسترسی های مهم در شهر تبریز است. این مکان در گذشته نقش مسکونی داشت ولی به تدریج اهمیت تجاری بر نقش مسکونی آن غلبه کرد و در نهایت به محور پیاده تربیت تبدیل شد. محور پیاده تربیت در قلب شهر و درون بافت تاریخی قرار دارد و هسته مرکزی شهر را، از خیابان امام به بازار تبریز مرتبط می سازد. مهمترین مراکز پیرامون این محل میدان ساعت (که عمارت قدیمی شهرداری تبریز در آن واقع است) و بازار تبریز است. تا پیش از تبدیل وضعیت این خیابان، نماهای قدیمی و معماری خاص بدنه آنها، در حال فرسودگی بود. بار ترافیکی سنگینی نیز در این منطقه پرازدحام وجود داشت. برای حل مشکل ترافیک این خیابان و نیز نجات، بازسازی و پردازش معماری سنتی و نماهای آن، ضرورت حذف این محور از شبکه ترافیکی منطقه و اختصاص آن به عابران پیاده احساس می شد. بیشتر نمای بناهای قدیمی تربیت مخصوص به آذربایجان است که مشابه آن ها را در شهر باکو نیز می توان ملاحظه نمود. تعدادی از بناهای ارز شمندتر در میدان ساعت و ابتدای ارتش شمالی، در اثر اصابت موشک در زمان جنگ تحمیلی از بین رفتند. کاربری غالب این خیابان فروش پوشاک زنانه است و پیاده راه شدن آن قرابت زیادی با خیابان صف (سپهسالار) تهران دارد. تصویر ذیل محدوده ترددی خیابان تربیت را نشان داده شده است.



شکل ۴. محدوده تردد پیاده راه تربیت تبریز

## یافته های پژوهش

### آمار توصیفی

از مجموع ۳۸۰ نفر - ۱۹۰ مرد و ۱۹۰ زن - پاسخگو بیشترین فراوانی مربوط به گروه سنی ۲۵-۳۴ سال با ۱۱۵ نفر و معادل حدود ۳۰ درصد و کمترین فراوانی مربوط به گروه سنی ۵۵ سال و بالاتر با جمعیت ۳۸ نفر و معادل حدود ۱۰ درصد از کل بوده است. در ارتباط با میزان تحصیلات بیشترین فراوانی مربوط به سطح کارشناسی با ۱۲۶ نفر و معادل حدود ۳۳ درصد و کمترین فراوانی مربوط به سطح ارشد و بالاتر با جمعیت ۵۷ نفر و معادل ۱۵ درصد از کل بوده است. بیشترین پاسخ دهندگان به پرسشنامه از نظر تاهل، در زمره افراد متاهل قرار داشته و بیش از ۵۰ درصد جمعیت را به خود اختصاص داده اند. شاخص های توصیف داده ها به دو گروه شاخص های مرکزی و شاخص های پراکندگی توزیع تقسیم می شوند. مهمترین عنصر در مجموعه شاخص های مرکزی، میانگین و در ارتباط با شاخص های پراکندگی، واریانس و انحراف معیار هستند. بدین ترتیب آمار توصیفی مشتمل بر دو گروه یاد شده در ارتباط با متغیرهای پژوهش به ترتیب جدول ذیل مطرح می گردند.

جدول ۴. آمار توصیفی مرتبط با متغیرهای پژوهش

متغیر	کشیدگی	چولگی	انحراف معیار	میانگین	کمترین مقدار	بیشترین مقدار
فضاهای مادی	-۰/۵۲۵	۰/۱۸۶	۰/۴۹۵۶	۲/۸۹	۲/۲۱	۳/۵۶
بازنمایی های فضا	-۰/۷۵۴	۰/۰۶۲	۰/۳۱۶۲	۳/۷۰	۳/۰۲	۴/۳۸
فضاهای بازنمایی	۰/۰۹۸	۰/۶۳۲	۰/۳۹۹۸	۶/۲۵	۴/۳۴	۶/۱۶
فرهنگ جنسیت فضا	-۰/۵۱۶	۰/۳۹۶	۰/۴۱۹۲	۶/۴۰	۵/۳۷	۷/۴۳

### آمار استنباطی

در روش کمترین مربعات جزئی (PLS) دو مدل بیرونی و درونی آزمون می شود: مدل بیرونی هم ارز مدل اندازه گیری و مدل درونی مشابه تحلیل مسیر در مدل های معادلات ساختاری است. مدل درونی نشانگر بارهای عاملی متغیرهای مشاهده شده است. پس از آزمون مدل بیرونی لازم است مدل درونی که نشانگر ارتباط بین متغیرهای پنهان پژوهش است، ارائه گردد. با استفاده از مدل درونی می توان به بررسی فرضیه های پژوهش پرداخت. مرحله دوم در برآورد مدل، آزمون معنی داری ضرایب مسیر فرض شده در مدل پژوهش و واریانس تشریح شده با ضریب تبیینی است که به وسیله هر مسیر برآورد می گردد.

### الف) آزمون مدل اندازه گیری

آزمون مدل اندازه گیری در روش PLS مقدم بر ارزیابی مدل ساختاری می باشد. در این مرحله مدل بر مبنای پایایی و روایی مورد بررسی قرار می گیرد. مفهوم روایی مدل به این پرسش پاسخ می دهد که ابزار اندازه گیری تا چه حد خصیصه مورد نظر را می سنجد. بدون آگاهی از اعتبار ابزار اندازه گیری نمی توان به دقت داده های حاصل از آن اطمینان داشت. برای تعیین اعتبار پرسشنامه روش های متعددی وجود دارد که یکی از این روش ها، روش اعتبار محتوا یا می باشد. اعتبار محتوا نوعی اعتبار است که برای بررسی اجزای تشکیل دهنده یک ابزار اندازه گیری به کار برده می شود. اعتبار محتوای یک ابزار اندازه گیری به گویه های تشکیل دهنده آن بستگی دارد. اگر گویه های پرسشنامه معرف ویژگی ها و مهارت های ویژه ای باشد که محقق قصد اندازه گیری آنها را داشته باشد، آزمون دارای اعتبار محتوا است. برای اطمینان از اعتبار محتوا، باید در موقع ساختن ابزار چنان عمل کرد که سوال های تشکیل دهنده ابزار اندازه گیری معرف قسمت های محتوای انتخاب شده باشد. بنابراین اعتبار محتوا، ویژگی ساختاری ابزار اندازه گیری است که همزمان با تدوین آزمون در آن تنیده می شود. اعتبار محتوای یک آزمون معمولاً توسط افرادی متخصص در موضوع مورد مطالعه تعیین می شود. بنابراین روایی محتوایی این پرسشنامه توسط اساتید فن و صاحب نظران در مورد موضوع تحقیق تأیید شده و از اعتبار و روایی لازم برخوردار می باشد. همچنین با تأکید بر شیوه های آماری از میانگین واریانس استخراج شده (AVE) جهت ارزیابی روایی همگرا استفاده شده است. در این شیوه روایی، میانگین واریانس حداقل ۰/۵ شرط لازم برای اعتبار و روایی یک سازه است (Choua & Chen, 2009). در جدول ذیل نتایج روایی همگرایی مدل اندازه گیری آورده شده که با توجه به بیشتر بودن AVE از ۰/۵ روایی آن را مورد تأیید قرار می گیرد.

جدول ۵. نتایج آزمون روایی همگرایی مدل اندازه گیری به تفکیک متغیرهای پژوهش

متغیر	میانگین واریانس (AVE)
فضاهای مادی	۰/۵۰۸۹
بازنمایی های فضا	۰/۵۸۹۶
فضاهای بازنمایی	۰/۷۱۴۲
فرهنگ جنسیت فضا	۰/۶۲۰۸

برای تحلیل پایایی پرسشنامه از روش همسانی درونی ضریب آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی (CR) و تحلیل عاملی تاییدی (بار عاملی) استفاده شده است. درحالی که فرض آلفای کرونباخ مبتنی بر این است که همه ی شاخص ها به صورت برابر پایا هستند، در مدل های PLS پایایی هر شاخص به طور جداگانه ارزیابی شده و در نتیجه می توان به ترکیب پایاتری رسید. با توجه به اینکه ضریب آلفای کرونباخ برآورد سخت گیرانه تری از پایایی درونی متغیرهای پنهان ارائه می دهد، در مدل های مسیر با توجه به آنکه ضریب آلفای کرونباخ و پایایی PLS معیار دیگری به نام پایایی ترکیبی یا ترکیبی در رابطه با پرسشنامه پژوهش مطابق با نتایج جدول ذیل به تفکیک هریک از متغیرهای چهارگانه پژوهش بیشتر از ۰/۷ می باشد، پایایی پرسشنامه با تأکید بر روش های ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی مورد تأیید است.

جدول ۶. نتایج آزمون پایایی مدل اندازه گیری به تفکیک متغیرهای پژوهش

متغیر	ضریب آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی (CR)
فضاهای مادی	۰/۸۲۴	۰/۷۸۹
بازنمایی های فضا	۰/۸۴۸	۰/۸۴۴
فضاهای بازنمایی	۰/۹۰۶	۰/۸۹۲
فرهنگ جنسیت فضا	۰/۸۶۱	۰/۸۷۲

بارهای عاملی مرتبط با گویه های پرسشنامه به عنوان متغیرهای مشهود و سنشگر متغیرهای مکنون در جدول ذیل جهت انجام تحلیل عاملی تاییدی آورده شده است. قدرت رابطه بین عامل (متغیر معیار Q دیلون - گلدشتاین) استفاده می گردد. این معیار بارهای متفاوت شاخص ها را در نظر می گیرد. در هر صورت وقتی مقدار Q دیلون - گلدشتاین بیشتر از ۰/۷ باشد (Fornell and Larcker, 1981) نشان دهنده آن است که آن بلوک تک بعدی است و این شاخص در مقایسه با آلفای کرونباخ معرف بهتری برای پایایی هر

شاخص و تک بعدی بودن یک بلوک محسوب می گردد. نتایج مرتبط با پایایی مدل اندازه گیری به ترتیب در جدول قبلی آمده است.

جدول ۷. تحلیل عاملی تاییدی مرتبط با گویه های پرسشنامه

متغیر	شاخص	گویه	بار عاملی (پرسشنامه مردان)	قدرت (پرسشنامه مردان)	بار عاملی (پرسشنامه زنان)	قدرت (پرسشنامه زنان)
فضاهای مادی	۱- قلمروها	Q 1	۰/۴۹۵	متوسط	۰/۴۸۲	متوسط
	۲- موانع	Q 2	۰/۶۱۰	متوسط	۰/۶۸۸	بالا
	۳- مسیرها (جریانها)	Q 3	۰/۵۱۲	متوسط	۰/۶۶۹	بالا
	۴- مکان های توقف	Q 4	۰/۷۱۲	بالا	۰/۵۳۴	متوسط
	۵- لبه ها	Q 5	۰/۶۱۷	متوسط	۰/۵۴۸	متوسط
	۶- روابط اجتماعی	Q 6	۰/۸۰۲	بالا	۰/۷۴۵	بالا
	۷- صداها	Q 7	۰/۷۶۵	بالا	۰/۶۸۴	بالا
	۸- رایحه ها	Q 8	۰/۶۰۳	متوسط	۰/۶۹۱	بالا
	۹- گره ها	Q 9-10	۰/۶۲۲	متوسط	۰/۵۹۹	متوسط
	۱۰- نشانه ها	Q 11-12	۰/۶۳۸	متوسط	۰/۷۰۰	بالا
بازنمایی های فضا	۱۱- آلودگی ها	Q 13-14	۰/۶۲۰	متوسط	۰/۶۳۲	متوسط
	۱۲- شتاب ها	Q 15-16	۰/۶۵۶	متوسط	۰/۴۹۶	متوسط
	۱۳- علائم (نمادها)	Q 17-18	۰/۶۸۱	بالا	۰/۶۸۳	بالا
	۱۴- عناصر طبیعی	Q 19-20	۰/۶۳۲	متوسط	۰/۶۹۳	بالا
	۱- نقشه ها	Q 21-22	۰/۶۵۲	متوسط	۰/۶۷۱	بالا
	۲- هندسه اقلیدسی	Q 23-24	۰/۶۶۷	بالا	۰/۶۸۴	بالا
	۳- چشم اندازه ها	Q 25-26	۰/۶۳۷	متوسط	۰/۸۲۰	بالا
	۴- استعارات حول محدودیتها	Q 27-28	۰/۶۸۴	بالا	۰/۷۷۶	بالا
	۵- طرح های شماتیک	Q 29-30	۰/۷۱۵	بالا	۰/۷۷۸	بالا
	۶- هندسه نااقلیدسی	Q 31-32	۰/۶۷۳	بالا	۰/۷۰۱	بالا
فضاهای بازنمایی	۷- حرکت (جابجایی)	Q 33-34	۰/۷۱۴	بالا	۰/۶۸۵	بالا
	۸- فضاهای مجازی	Q 35-37	۰/۷۷۹	بالا	۰/۶۸۷	بالا
	۹- درونی سازی نیروها	Q 38-40	۰/۷۲۱	بالا	۰/۶۹۳	بالا
	۱۰- جغرافیای روانشناختی	Q 41-43	۰/۷۶۶	بالا	۰/۷۲۶	بالا
	۱- احساسات	Q 44	۰/۸۱۴	بالا	۰/۹۲۵	بالا
	۲- خاطرات	Q 45	۰/۷۶۵	بالا	۰/۹۷۱	بالا
	۳- اشباح	Q 46	۰/۸۰۷	بالا	۰/۸۲۱	بالا
	۴- الهام ها	Q 47	۰/۸۲۴	بالا	۰/۹۵۳	بالا
	۵- آرزوها	Q 48	۰/۸۵۰	بالا	۰/۸۶۷	بالا
	۶- ناکامی ها	Q 49	۰/۷۸۲	بالا	۰/۸۸۴	بالا
فضاهای بازنمایی	۷- ناامیدی	Q 50	۰/۷۹۶	بالا	۰/۶۴۵	متوسط
	۸- انقباض فضا- زمان	Q 51-52	۰/۸۵۷	بالا	۰/۷۵۲	بالا
	۹- امنیت داشتن	Q 53-54	۰/۷۹۲	بالا	۰/۸۴۱	بالا
	۱۰- حس قدرت	Q 55-56	۰/۸۰۰	بالا	۰/۷۷۹	بالا
	۱۱- مالکیت	Q 57-58	۰/۷۹۵	بالا	۰/۸۴۹	بالا
	۱۲- ترس	Q 59-60	۰/۸۲۴	بالا	۰/۸۲۴	بالا
	۱۳- اضطراب	Q 61-62	۰/۸۴۹	بالا	۰/۷۵۶	بالا
	۱۴- هیجان	Q 63-64	۰/۷۸۰	بالا	۰/۷۲۲	بالا
	۱۵- نشاط	Q 65-66	۰/۷۳۸	بالا	۰/۸۲۷	بالا
	۱۶- تنش ها	Q 67-68	۰/۸۱۲	بالا	۰/۸۹۱	بالا
درجه بندی فرهنگ جنسیت فضا	۱۷- حالات روانی	Q 69-70	۰/۷۹۹	بالا	۰/۸۲۵	بالا
	۱- حضور کمی (تعداد بیشتر)	Q 71-72	۰/۷۹۶	بالا	۰/۸۰۷	بالا
	۲- حضور کیفی (ادراک بهتر)	Q 73-74	۰/۸۱۳	بالا	۰/۸۷۳	بالا
	۳- حضور معنوی (احساس رشد و تعالی در فضا)	Q 75-77	۰/۸۳۵	بالا	۰/۸۸۶	بالا

فرهنگ جنسیت فضا از دیدگاه مردان و زنان به خوبی نشان می دهد که بار عاملی فضاهای بازنمایی و درجه بندی فرهنگ جنسیت فضا در بالاترین سطح قرار داشته و در حدود ۸۰ درصد میانگین را به خود اختصاص می دهند. پس از آن بازنمایی های فضا که اشاره به ادراک دارد مطلوبیت متوسط را با (۸۰-۶۰ درصد) به خود اختصاص می دهد. در پایین ترین سطح نیز شاخص های فضاهای مادی قرار دارند که سهمی کمتر از ۶۰ درصد را به خود اختصاص داده اند. بنابراین این موضوع مستفاد می گردد که هم برای مردان و هم برای زنان موضوعات احساس نسبت به فضا و فضاهای بازنمایی از اهمیت بیشتری برخوردار بوده و درجه فرهنگ جنسیت فضا نیز در حد بسیار مطلوب ارزیابی می گردد. مسائل فضاهای کالبدی و اجتماعی تحت عنوان فضاهای مادی هم کم اهمیت می نماید.

### ب) آزمون مدل ساختاری

بر پایه مدل ساختاری معرفی شده، روابط معناداری میان متغیرهای مشهود و مکنون به کمک روش کمترین مربعات جزئی (PLS) به وسیله نرم افزار Smart PLS نسخه ۳.۲.۴ آزمون گردید. چنان که در جدول ذیل مشخص است، در سطح اطمینان ۹۵ درصد مقادیر t-value سطوح معناداری برای تمامی مسیرها از میزان استاندارد ۱/۹۶ بالاتر بوده و گواهی وجود روابط معنادار میان ابعاد و متغیرهای پژوهش می باشد. در خروجی های مربوطه، ضریب مسیر به همراه نمره های استخراج شده آماره t-value وجود دارد. از آنجایی که سطح خطای تعریف شده در تحقیقات ۰/۰۵ است، نمرات مقدار t-value بالاتر از ۱/۹۶ نشان دهنده پذیرش فرضیه است. در نهایت بررسی صحت و دقت فرضیه ها با توجه به ساختار پیشنهادی نیازمند تمرکز بر سطوح معناداری است. نتایج نهایی آزمون فرضیه ها به ترتیب جدول ذیل می باشد:

جدول ۸. نتایج و تحلیل های نهایی آزمون فرضیه ها

فرضیه	t-value	نتیجه آزمون	سطح تایید
فضاهای مادی	۳/۲۱۴	تایید	قابل قبول
بازنمایی های فضا	۴/۳۸۷	تایید	قابل قبول
فضاهای بازنمایی	۵/۸۶۴	تایید	بسیار مطلوب
فرهنگ جنسیت فضا	۶/۸۴۶	تایید	بسیار مطلوب

### تحلیل یافته های پژوهش

جدول فراوانی میانگین رتبه پرسشنامه ها - فرهنگ جنسیت فضا از منظر مردان و زنان - که به سوالات تحقیق پاسخ داده شده است، به شرح ذیل آورده شده است. در این پژوهش پیرامون فرهنگ جنسیت فضا، ۱۴ شاخص فضاهای مادی، ۱۰ شاخص بازنمایی های فضا، ۱۷ شاخص فضاهای بازنمایی و ۳ شاخص درجه بندی فرهنگ جنسیت فضا - مجموعاً ۴۴ شاخص - وجود دارد و برای سنجش آن ها از ۷۷ سوال استفاده شده است، که در ادامه وضعیت هر کدام را تجزیه و تحلیل خواهیم کرد. برای رتبه بندی مطلوبیت شاخص های فرهنگ جنسیت فضا از دیدگاه زنان و مردان از آزمون فریدمن استفاده شده است. آزمون فریدمن زمانی بکار می رود که مقیاس اندازه گیری حداقل در سطح ترتیبی باشد. پس، آزمون فریدمن برای تجزیه واریانس دو طرفه از طریق رتبه بندی، و همچنین مقایسه میانگین رتبه بندی گروه های مختلف بکار می رود.

همان طور که در جدول ذیل مشاهده می شود، ضریب همبستگی، واریانس، انحراف معیار و میانگین هریک از ۷۷ سوال طبق نظر مردان و زنان استخراج گردید و این نتیجه حاصل شد که میان هریک از شاخص های ۴۴ گانه با گویه ها رابطه معناداری (۱،۹۶) وجود داشته و ارتباط میان گویه ها با شاخص های مربوطه نیز با سطح اطمینان ۹۵٪ تایید می شود. بنابراین مردان مطلوب ترین شاخص را حس قدرت با میانگین (۳،۵۱) انتخاب کرده و پس از آن هیجان (۳،۴۴) و مالکیت (۳،۴۱) قرار دارد. نامطلوب ترین شاخص از نظر ایشان نیز قلمروها با (۱،۰۲) می باشد. شاخص های درجه بندی فرهنگ جنسیت فضا نیز به ترتیب برابر کمی (۲،۸۱)، کیفی (۳،۲۷) و معنوی (۳،۷۶) می باشد که نشان دهنده رضایت در حد بسیار مطلوب از فضا می باشد. زنان نیز مطلوب ترین شاخص را خاطرات با میانگین (۳،۸۹) انتخاب کرده و پس از آن الهام ها (۳،۷۸) و احساسات (۳،۶۶) قرار دارد. نامطلوب ترین شاخص از نظر ایشان نیز شتاب ها با (۱،۱۴) می باشد. شاخص های درجه بندی فرهنگ جنسیت فضا نیز به ترتیب برابر کمی (۲،۵۶)، کیفی (۳،۲۹) و معنوی (۳،۶۷) می باشد که نشان دهنده رضایت در حد بسیار مطلوب از فضا می باشد.

جدول ۹. آزمون فریدمن برای رتبه بندی مطلوبیت شاخص ها به تفکیک مردان و زنان و تجمعی

مؤلفه ها	شاخص ها	مردان		زنان		مردان و زنان (تجمعی)	
		رتبه	میانگین رتبه	رتبه	میانگین رتبه	رتبه	میانگین رتبه
فضاهای مادی	۱- قلمروها	۴۱	۱/۰۲	۴۰	۱/۱۹	۴۱	۲/۲۱
	۲- موانع	۳۹	۱/۲۶	۳۷	۱/۳۲	۴۰	۲/۵۸
	۳- مسیرها (جریانات)	۲۰	۱/۹۸	۳۹	۱/۲۲	۳۳	۲/۲۰
	۴- مکان های توقف	۳۳	۱/۵۵	۲۶	۱/۸۲	۳۱	۲/۳۷
	۵- لبه ها	۲۹	۱/۶۸	۳۸	۱/۲۹	۳۷	۲/۹۷
	۶- روابط اجتماعی	۲۳	۱/۸۶	۳۲	۱/۵۶	۲۷	۲/۴۲
	۷- صداها	۴۰	۱/۲۳	۳۴	۱/۴۷	۳۸	۲/۷۰
	۸- رایحه ها	۲۰	۱/۹۸	۳۶	۱/۳۷	۳۲	۲/۳۵
	۹- گره ها	۳۸	۱/۳۵	۲۶	۱/۸۲	۳۴	۲/۱۷
	۱۰- نشانه ها	۲۸	۱/۷۳	۳۰	۱/۶۸	۲۸	۲/۴۱
	۱۱- آلودگی ها	۲۴	۱/۸۴	۳۳	۱/۵۴	۲۹	۲/۳۸
	۱۲- شتاب ها	۳۴	۱/۵۱	۴۱	۱/۱۴	۳۹	۲/۶۵
	۱۳- علائم	۲۵	۱/۷۸	۲۹	۱/۷۸	۲۵	۲/۵۶
	۱۴- عناصر طبیعی	۳۶	۱/۴۲	۳۱	۱/۶۳	۲۵	۲/۰۵
بازنمایی های فضا	۱- نقشه ها	۳۷	۱/۳۷	۱۸	۲/۲۶	۲۳	۲/۶۳
	۲- هندسه اقلیدسی	۳۲	۱/۵۸	۲۰	۲/۰۲	۲۴	۲/۶۰
	۳- چشم اندازها	۳۰	۱/۶۷	۲۸	۱/۸۰	۲۶	۲/۴۷
	۴- استعارات حول محدودیتها	۱۲	۲/۲۷	۲۱	۱/۹۹	۱۹	۴/۲۶
	۵- طرح های شماتیک	۳۱	۱/۵۹	۳۵	۱/۴۳	۳۶	۲/۰۲
	۶- هندسه ناقصی	۲۲	۱/۸۷	۱۵	۲/۳۴	۲۰	۴/۲۱
	۷- حرکت	۳۴	۱/۵۱	۲۵	۱/۸۷	۲۹	۲/۳۸
	۸- فضاهای مجازی	۲۶	۱/۷۵	۲۲	۱/۹۲	۲۱	۲/۶۷
	۹- درونی سازی نیروها	۱۸	۲/۰۲	۱۴	۲/۳۶	۱۷	۴/۳۸
	۱۰- جغرافیای روانشناختی	۲۶	۱/۷۵	۲۴	۱/۹۰	۲۲	۲/۶۵
فضاهای بازنمایی	۱- احساسات	۱۳	۲/۲۵	۳	۲/۶۶	۴	۵/۹۱
	۲- خاطرات	۱۵	۲/۲۲	۱	۳/۸۹	۲	۶/۱۱
	۳- اشباح	۱۹	۲/۰۱	۱۶	۲/۳۳	۱۸	۴/۳۴
	۴- الهام ها	۱۰	۲/۳۸	۲	۳/۷۸	۱	۶/۱۶
	۵- آرزوها	۵	۲/۷۵	۵	۳/۲۶	۳	۶/۰۱
	۶- ناکامی ها	۴	۲/۸۸	۶	۳/۰۲	۵	۵/۹۰
	۷- ناامیدی	۱۱	۲/۳۳	۷	۲/۹۸	۱۰	۵/۳۱
	۸- انقباض فضا- زمان	۱۴	۲/۲۳	۸	۲/۹۳	۱۱	۵/۱۵
	۹- امنیت داشتن	۱۵	۲/۲۲	۴	۳/۳۹	۹	۵/۶۱
	۱۰- حس قدرت	۳/۵۱	۱	۱۹	۲/۲۵	۸	۵/۷۶
	۱۱- مالکیت	۳	۳/۴۱	۱۳	۲/۳۷	۷	۵/۷۸
	۱۲- ترس	۶	۲/۶۸	۱۷	۲/۲۷	۱۴	۴/۹۵
	۱۳- اضطراب	۷	۲/۶۰	۲۳	۱/۹۱	۱۶	۴/۵۱
	۱۴- هیجان	۲	۳/۴۴	۱۱	۲/۴۰	۶	۵/۸۴
	۱۵- نشاط	۹	۲/۴۷	۹	۲/۵۸	۱۲	۵/۰۵
	۱۶- تنش ها	۷	۲/۶۰	۱۱	۲/۴۰	۱۳	۵/۰۰
	۱۷- حالات روانی	۱۷	۲/۱۰	۱۰	۲/۴۶	۱۵	۴/۵۶
درجه بندی	۱- حضور کمی	*	۲/۸۱	*	۲/۵۶	*	۵/۳۷
فرهنگ جنسیت	۲- حضور کیفی	*	۳/۳۷	*	۳/۲۹	*	۶/۵۶
فضا	۳- حضور معنوی	*	۳/۷۶	*	۳/۶۷	*	۷/۴۳

## نتیجه گیری

فضاهای عمومی به طور عام شاهد برقراری سه نوع ارتباط کلی میان جنسیت و فضا است، این ارتباطات شامل (۱) ارتباط مردان با فضا، (۲) ارتباط زنان با فضا و (۳) ارتباط مردان و زنان با فضا می‌باشد. این ارتباطات فضایی تبیین کننده سه نوع فضای متمایز مردانه، زنانه و مختلط بوده و برقراری تعادل در شکل‌گیری این قبیل فضاها عمده ترین مسئله‌ای است که به نظر می‌رسد در فضاهای عمومی شهرهای اسلامی معاصر و به خصوص گذرهای آن قابل تامل و بازبینی است. با توجه به نتایج آزمون مقدار *t-value*، فرضیه های اول و دوم که به ترتیب تاثیر فضاهای مادی و بازنمایی های فضا بر فرهنگ جنسیت فضا هستند مورد تایید بوده و فرضیه های سوم و چهارم که شامل تاثیر فضاهای بازنمایی بر فرهنگ جنسیت فضا و متناظر بودن آن با درجه بندی کمی، کیفی و معنوی می باشد نیز در حد بسیار مطلوبی مورد تایید قرار می گیرد. برای رتبه بندی مطلوبیت شاخص های فرهنگ جنسیت فضا از دیدگاه زنان و مردان از آزمون فریدمن استفاده شده است. مطلوب ترین شاخص از نظر مردان حس قدرت است و از نظر زنان خاطرات می باشد. گرچه شاخص های هیجان و مالکیت از منظر مردان و شاخص های الهام ها و احساسات زنان از اهمیت بالا و نسبتا مشابهی برخوردار است. درجه بندی فرهنگ جنسیت فضا که از سه بعد کمی، کیفی و معنوی تشکیل شده است نیز نتایج نسبتا مشابه و نزدیکی بین مردان و زنان را معرفی می کند و این مقدار سلسله مراتبی است، به گونه ای که با حرکت از سمت شاخص کمی به کیفی و سپس از کیفی به معنوی شاهد افزایش میزان رضایت نسبت به فضا هستیم. ۱۰ شاخص برتر از نظر مردان به ترتیب برابر است با: (۱) حس قدرت، (۲) هیجان، (۳) مالکیت، (۴) ناکامی ها، (۵) آرزوها، (۶) ترس، (۷) و (۸) اضطراب/ تنش ها، (۹) نشاط و (۱۰) الهام ها؛ که البته تمام این شاخص ها در مولفه فضاهای بازنمایی می گنجد. همچنین ۱۰ شاخص برتر از نظر زنان نیز شامل این موارد می شود: (۱) خاطرات، (۲) الهام ها، (۳) احساسات، (۴) امنیت داشتن، (۵) آرزوها، (۶) ناکامی ها، (۷) ناامیدی، (۸) انقباض فضا- زمان، (۹) نشاط و (۱۰) حالات روانی؛ نکته جالب اینجاست که در اینجا نیز تمام شاخص ها از جمله مولفه فضاهای بازنمایی هستند. ترتیب بندی مشترک شاخص های مردان و زنان هم ترتیب روبرو را داراست: ۱- الهام ها (۶،۱۶)، ۲- خاطرات (۶،۱۱)، ۳- آرزوها (۶،۰۱)، ۴- احساسات (۵،۹۱)، ۵- ناکامی ها (۵،۹۰)، ۶- هیجان (۵،۸۴)، ۷- مالکیت (۵،۷۸)، ۸- حس قدرت (۵،۷۶)، ۹- امنیت داشتن (۵،۶۱) و ۱۰- ناامیدی (۵،۳۱). در نهایت اینگونه اثبات می شود که فرهنگ جنسیت فضا (۶،۸۴۶) و فضاهای بازنمایی (۵،۸۶۴) بیشترین ارزش آزمون (t) را دارا بوده و بسیار مطلوب می باشند. پس از آن ها نیز بازنمایی های فضا (۴،۳۸۷) و فضاهای مادی (۳،۲۱۴) با ارزش قابل قبول مواجه هستند. این بدان معناست که هر چهار فرضیه پژوهش مورد تحقیق واقع می شود اما درجه اهمیت آن ها متفاوت است.

## منابع و مأخذ

- اسدی محل چالی، مسعود. (۱۳۹۴). فراتر از شهرسازی، آنچه برنامه ریزان و طراحان ایرانی باید بدانند، با مقدمه ای از دکتر مجتبی رفیعیان. تهران: انتشارات آرمانشهر.
- اسدی محل چالی، مسعود. (۱۳۹۵). فضاهای جنسیتی و تجربه شهر، با مقدمه ای از دکتر ذفنی اسپاین و دکتر بیرجیت سوار. تهران: انتشارات آرمانشهر.
- اعتماد، گیتی. (۱۳۹۱). سخنرانی با عنوان «جنسیت و فضای عمومی»، گروه مطالعات زنان انجمن جامعه‌شناسی، ۲۰ آذر، از <http://anthropology.ir/dossier/689>
- پاکزاد، جهانشاه؛ بزرگ، حمیده. (۱۳۹۱). *القبای روان شناسی محیط برای طراحان*. تهران: انتشارات آرمانشهر.
- حبیبی، سید محسن. (۱۳۹۱). *از شار تا شهر*. تهران: انتشارات دانشگاه تهران، چاپ یازدهم.
- دانشپور، عبدالهادی، رضازاده، راضیه، سجودی، فرزانه، محمدی، مریم. (۱۳۹۲). بررسی کارکرد و معنای فرم شهر مدرن از منظر نشانه شناسی لایه ای، نامه معماری و شهرسازی. ۱۱، ۷۱-۸۷.
- دانشپور، عبدالهادی؛ روستا، مریم. (۱۳۹۱). خوانش ساختار شهر؛ گامی به سوی شکل شناسی شهری. *انجمن علمی معماری و شهرسازی ایران*، ۴، ۵۴-۴۵.
- دیورینگ، سایمون. (۱۳۸۲). *مطالعات فرهنگی*، ترجمه نیما ملک محمدی و شهریار وقفی پور. تهران: تلخون.
- رضوانی، محمدرضا؛ احمدی، علی. (۱۳۸۸). مکان و نقش فرهنگ در شکل‌گیری هویت مکانی. *پژوهش فرهنگی*، ۶، ۴۵-۶۸.
- زیاری، کرامت اله. (۱۳۸۲). تأثیر فرهنگ در ساخت شهر (با تأکید بر فرهنگ اسلامی)، *جغرافیا و توسعه*، ۱۰۸-۹۵.
- نقی‌زاده، محمد؛ زمانی، بهادر؛ کرمی، اسلام. (۱۳۸۹). ملاحظات فرهنگی در شکل دهی به نماهای شهری با تکیه بر ساختار نماهای شهری ایرانی در دوران اسلامی. *هویت شهر*، (۷)، ۶۱-۷۴.



- هال، استوارت. (۱۳۸۶). *مطالعات فرهنگی و میراث‌های نظری آن*، محمد رضایی (ویراستار)، مطالعات فرهنگی: دیدگاه‌ها و مناقشات، تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی.
- هال، استوارت. (۱۳۹۱). معنا، فرهنگ و زندگی اجتماعی، ترجمه احمد گل محمدی، تهران: نشر نی.
- وایت، ویلیام اچ. (۱۳۹۲). *زندگی اجتماعی فضاهای شهری کوچک*. ترجمه مسعود اسدی محل چالی، تهران: انتشارات آرمانشهر.
- Bramley, Glen; Kirk, Kirk. (2005). Does planning make a difference to urban form? Recent evidence from Central Scotland. *Environment and Planning A*, 37(2), 355-378.
- Butler, Judith. (1990). *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. New York: Routledge.
- Choua, S.W.; Chen, P.Y. (2009). The Influence of Individual Differences on Continuance Intentions of Enterprise Resource Planning (ERP). *International Journal of Human Computer Studies*, 67(6), pp. 484-496.
- Doan, Petra L. (2010). *Gendered Space*, In Encyclopedia of urban studies, edited by Ray Hutchison, Thousand Oaks: SAGE.
- Fatani, Khadijah; Mohamed, Mady; Al-Khateeb, Samah (2017). Sustainable Socio-cultural Guidelines for Neighborhood Design in Jeddah. *Procedia Environmental Sciences*, 37, 584-593.
- Fornell, Claes; Larcker, David (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), pp. 39-50.
- Harvey, David. (2006). *Space as a keyword*, In Gregory, D. & Castree, N. (eds.) *David Harvey: A Critical Reader*, pp 270-293. Malden: Blackwell.
- Herd, Gilbert, ed. (1994). *Third Sex, Third Gender: Beyond Sexual Dimorphism in Culture and History*. New York: Zone Books.
- Johnson, Louse. (2006). "Browsing the Modern Kitchen—A Feast of Gender, Place, and Culture (Part 1)." *Gender, Place, and Culture* 13(2): 123-32.
- Lefebvre, Henry. (1991). *the Production of Space*, Oxford, UK: Blackwell.
- Massey, Doreen. (1994). *Space, Place, and Gender*. Oxford, UK: Blackwell.
- Miranne, Kristine B.; Alma H. Young, eds. (2000). *Gendering the City: Women, Boundaries, and Visions of Urban Life*, Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- Najmabadi, Afsaneh. (2005). *Women with mustaches and men without beards: gender and sexual anxieties of Iranian modernity*, Berkeley: University of California Press.
- Peake, Linda. (2009). "Gender in the City", In Rob Kitchin and Nigel Thrift (Eds), *the International Encyclopedia of Human Geography*, Amsterdam: Elsevier.
- Spain, Daphne. (1992). *Gendered Spaces*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.