

بررسی نقش جنسیت در ادراک طراحی معماری مجتمع های تجاری در حوزه جغرافیایی

چابهار

ندا سهراب زاده

دانشجوی دکتری معماری، گروه معماری، دانشکده هنر، معماری و شهرسازی، واحد کرمان، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمان، ایران

آژنگ بقایی^۱

استادیار معماری، گروه معماری، دانشکده هنر، معماری و شهرسازی، واحد کرمان، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمان، ایران

مهديه معینی

استادیار معماری، گروه معماری، دانشکده هنر، معماری و شهرسازی، واحد کرمان، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمان، ایران

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۵/۲۹ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۹/۰۸

چکیده

هدف تحقیق حاضر، رسیدن به آیت‌های ضروری در طراحی فضایی معماریست، که برای هر دو گروه جنسی کاربر فضا طراحی شده باشد. چنین فضایی، محصول توجه به تفاوت‌های ادراکی دو جنس استفاده کننده از فضا میباشد. ادراک فضا، از مهمترین و پیچیده ترین ابعاد شناخت و سنجش فضا می باشد. یکی از ابعاد مهم تفاوت‌های فردی انسانها، جنسیت است و به نظر میرسد که جنسیت با نگرشهای افراد و ادراک آنها از پدیده ها رابطه داشته باشد. در نتیجه چنین تفاوت‌هایی، ممکن است افراد مختلف در رویارویی با فضا ادراک متفاوتی نسبت به یکدیگر داشته باشند. چنین موضوعی مستقلاً کمتر بررسی شده است و نتایج چنین آزمایشهایی میتواند تأثیر قابل توجهی در ارتقاء کیفیت محیط‌های انسانی داشته باشد. هدف اصلی بررسی نقش جنسیت در فرایند طراحی معماری مجتمع های تجاری چابهار و مبتنی بر رویکرد عملگرایی است. از روش های آمیخته برای جمع آوری داده ها استفاده شده است. جامعه آماری کلیه بازدیدکنندگان از ۵ مجتمع تجاری چابهار می باشند که برای بدست آوردن حجم نمونه از روش اشباع نظری استفاده گردید و در نهایت به حجم نمونه ای ۵۰ نفری رسید که تقریباً از هر مجتمع به تعداد ۱۰ نفر مورد سنجش قرار گرفتند. داده های حاصل از تجزیه و تحلیل های سوالات مصاحبه به وسیله نرم افزار Smart PLS ارائه گردیده است و در نهایت مشخص شد که مردان مسیر خود را از طریق بازشناسی راه ها و مسیرها و جانمایی نقاط کانونی و گره ها شناسایی می کردند. این در حالی است که زنان از عناصر بصری متفاوتی در فرایند مسیریابی استفاده می کنند.

کلیدواژگان: فرایند طراحی، رفتار خریدمخاطبان، جنسیت، مجتمع های تجاری چابهار.

مقدمه

ادراک فضا، از مهم‌ترین و پیچیده‌ترین ابعاد شناخت و سنجش آن می‌باشد. طی چند دهه اخیر، مطالعات بسیاری درباره وجوه مختلف و روانشناسی ادراک در عرصه پژوهشی انجام گرفته و در مرکز این مطالعات، منظر رشدیافتهای درباره تفاوت‌های ادراک شکل گرفته است. تفاوت‌های ادراک انسانها معلول تفاوت‌های نگرشی، سنی، فرهنگی، شغلی، جنسی و غیره میباشد. آنچه را که در بحث ادراک باید مورد توجه قرار داد، این است که بهرغم تشابه دستگاه احساس و ادراک در همه انسانها، هر یک ادراک متفاوتی از پیرامون خود دارند. از اینرو، ادراک متفاوت از محرک‌های مشابه، میتواند نتیجه ترکیب عوامل متعددی باشد و تنها یک عامل تأثیرگذار به تنهایی نمیتواند تعیینکننده آنچه ادراک میشود، باشد. در مقاله پیشرو، یکی از ابعاد تفاوت‌ها، یعنی تفاوت‌های جنسی و جنسیتی مورد توجه قرار گرفته است (گیودیس، ۲۰۰۴).

جنسیت به عنوان مقوله‌ای اجتماعی و متأثر از فرهنگ حاکم بر جامعه، با مفهوم جنس که عموماً برای بیان همان مقوله از دیدگاه زیست‌شناختی به کار میرود، متفاوت است. یکی از ابعاد مهم تفاوت‌های فردی بین انسانها، جنسیت است. به نظر میرسد که جنسیت مانند جنس، با بینشها و نگرشهای افراد و ادراک آنها از پدیده‌ها رابطه داشته باشد. در نتیجه چنین تفاوت‌هایی ممکن است افراد مختلف در رویارویی با فضا، ادراک متفاوتی نسبت به یکدیگر داشته باشند (قمری و همکاران، ۱۳۹۳). بنابراین، این سؤال به وجود می‌آید که آیا بین جنسیت و ادراک فضای کالبدی رابطه‌ای وجود دارد؟ آیا جنسیت متغیر مهمی در فهم معماریست؟ و جنسهای متفاوت از فضاهای معماری معانی مختلفی دریافت می‌کنند؟ و یا آنها را متفاوت معنا می‌کنند؟

با توجه به اینکه در برخی از مکانها، نوع فعالیت‌ها از حالت خاص خارج شده و دارای ویژگی‌های متنوع‌تری می‌شود، در کنار هم قرار دادن آنها با میزان ارتباطی که با هم دارند ممکن است باعث تداخل آنها هم شود زیرا انسان موجود پیچیده‌ای است که دارای انگیزش‌های مادی، روحی و معنوی گوناگون و متفاوت می‌باشد. بر این اساس معماران و طراحان امروزه توجه ویژه‌ای به شناخت روانشناسانه رفتارهای انسان و ادارک وی از فضای معماری دارند. زنان و مردان، افراد خاصی اند و با ترکیب منحصر به فردی ساخته شده‌اند که آنان را متمایز ساخته و شیوه نگرش آنها را به دنیا شکل داده است. به دلیل وجود تفاوت‌ها هم در امور جنسی و هم در جنسیت، زنان و مردان نیازهای متفاوتی دارند. از طریق مفاهیم مرتبط با حقوق انسانی، توسعه و پیشرفت که در آنها تفاوت‌های مبتنی بر جنسیت تصدیق می‌شوند، باید به نحوی به این نیازهای مختلف پرداخت که مشارکت کامل زنان و مردان در زندگی اجتماعی و سیاسی تامین شود. در همه جا جنسیت با تغییرات در طبقه، نژاد، قومیت، مذهب و سن ترکیب شده است و تنوعات فراوانی را ایجاد می‌کند. در طراحی معماری و فضاهای وابسته لازم است با شناختی صحیح از مسائل ادارکی در زنان و مردان، ادارک و تجسم محیط، تفکر صحیح طراحی را در فرایند معماری تبیین نمود (لادهاری و همکاران، ۲۰۱۷).

امروزه از نظر عملی تفاوت ساختار مغزی زنان و مردان به اثبات رسیده است. نیم کره سمت چپ مغز بیش‌تر برای مسایل منطقی و حل مساله به کار گرفته می‌شود در حالی که نیم کره سمت راست بیش‌تر با مفاهیم بصری و احساسات درگیر است. مهم‌ترین تفاوت رفتاری بین زنان و مردان اینست که زنان در حین تصمیم‌گیری می‌توانند از

هر دو نیمکره مغز خود استفاده کنند در حالی که مردان بیش تر از نیمکره سمت چپ مغز خود استفاده می کنند. لذا، زنان می توانند برای حل مسایل و مشکلات خود و در حین تصمیم گیری سریع تر عمل کنند. این تفاوت ساختاری در مغز به هنگام تصمیم خرید باعث می شود مردان خرید را بیش تر به صورت یک فعالیت هدفدار دنبال کنند و خرید را به عنوان یک وظیفه و مسئولیت تلقی کنند که باید هر چه سریع تر آن را به سرانجام برسانند. از سوی دیگر، از زنان خرید یک فرآیند لذت بخش است که هدف، تنها اینست که بتوانند با پرس و جو و تحقیق به نتیجه بهتری برسند (للحج و موسوی، ۱۳۹۳).

موضوع جنسیت و معماری مبحثی پیچیده است و در حال حاضر کسانی که در معماری به مقوله جنسیت توجه دارند از پیروان جنبش برابری طلبی زنان الهام میگیرند، زیرا مطالعات پایه در رابطه با جنسیت متعلق به آنان بوده و اشاره به مطالعاتشان اجتناب ناپذیر است. اما بر اساس تعریف جنسیت و توجه به این مهم که رفتارها و نقشهای جنسیتی در فرهنگهای مختلف با یکدیگر تفاوت دارند، برای بررسی رابطه بین جنسیت و معماری الزامی به داشتن گرایش فمینیستی نیست. بدین معنی که هر جامعه برای بررسی و حل مشکلات، پاسخی بومی دارد که باید در قالب فضای فرهنگی و اعتقادی خود به آن پرداخته و قضاوت شود. در خصوص شهر چابهار قابل ذکر است، آنچه اکنون از معماری بومی و سنتی شهر چابهار به جای مانده چیزی جز بافت فرسوده و خالی از سکنه و رها شده موجود در ساحل دریا نیست که از آن با نام بازار قدیم یاد می شود. بدین ترتیب در پژوهش حاضر سعی می شود تا با توجه به هدف پژوهش که تبیین مدل چگونگی تأثیر نقش جنسیت در فرایند طراحی معماری مجتمع های تجاری چابهار می باشد، با انجام مصاحبه های محقق با بازدیدکنندگان مجتمع های تجاری چابهار، در حوزه درک زیبایی شناختی از فضای معماری، نشان داد که هر کدام از این مجتمع های تجاری دارای نقاط ضعفی در سبک معماری هستند. به گونه ای که با توجه به منطقه آزاد بودن چابهار و تنوع ملیتی داشتن بازدیدکنندگان اعم از داخلی و خارجی و با جنسیت مرد و زن، طراحی هندسی معماری این مجتمع ها مسأله با اهمیتی تلقی می شود تا بتواند این عوامل زیبایی شناختی باعث جذب رفتارهای خرید بازدیدکنندگان شود. بنابراین فرضیاتی که در پژوهش حاضر بدان پرداخته خواهد شد به شرح زیر است:

ادراک زیبایی شناسی هندسی مجتمع های تجاری چابهار با رفتار خرید رابطه مستقیم دارد.

ادراک مردان و زنان از مجتمع های تجاری چابهار با رفتار خرید رابطه مستقیم دارد.

پیشینه توجه به تمایزات جنسیتی

ویلهم وونت که از پایه گذاران روانشناسی جدید است بدون توجه به تفاوت های فردی به مطالعه ساختار ذهن و شناخت پرداخت. وی معتقد بود فعالیت های ذهنی تحت تأثیر تفاوت های فردی از جمله جنسیت نیست. بر اساس تحقیقات به عمل آمده، اولین آزمایش های علمی ثبت شده درباره تفاوت بین زن و مرد، توسط فرانسیس گالتون در سال ۱۸۸۲ انجام شده است و در موزه لندن نگهداری می شود. فروید معتقد بود که غرایض، انرژی اصلی را برای رشد شخصیت فراهم می آورد. به اعتقاد وی ادراک کودک از تفاوت های آناتومیک بین پسرها و دخترها رویدادی محوری در شکلگیری شخصیت آنها است. فروید در تفسیر تفاوت های جنسیتی به جای تأکید بر تبیین های ژنتیکی و هورمونی، بر تجارب اولیه کودک در خانواده تأکید داشت. الکسیس کارل، فیزیولوژیست و پزشک مشهور میگوید؛

اختلاف زن و مرد تنها به شکل ظاهری آنها نیست، بلکه عمیقتر است و از تأثیر مواد مترشحه غدد تناسلی در خون ناشی میشود، به طوری که تک تک سلولهای بدن، به ویژه سلولهای سیستم عصبی زن و مرد، نشانه جنسی بر روی خود دارند (امامقلی و همکاران، ۱۳۹۳).

یک دانشمند آمریکایی به نام چسلسر برای از بین بردن تعصب بیجای جنسیتی در برابر زنان و مردان، ادراک سه بعدی این

دو جنسیت را آزمایش کرد. این پژوهشگر دریافت که علیرغم حجم کوچکتر مغز زن نسبت به مرد، هوش عمومی او ۳

درصد بیشتر از مرد بود. وقتی مرحله حل جدول مارپیچ آزمون فرا رسید، مردان بدون توجه به خاستگاه فرهنگی شان به صورت چشمگیری و با برتری ۹۲ درصد به ۸ درصد زنان را پشت سر گذاشتند که در حقیقت چنین نتیجه ای ادراک سه بعدی مردان را به اثبات میرساند. برخی از نظریه های مرتبط با ادراک جنسیتی در جدول زیر طبقه بندی شده است:

جدول ۱. نظریه های مرتبط با ادراک جنسیتی

نظریه پرداز	تخصص	تاریخ	نظریه/دیدگاه
فرانسیس گالتون ^۱	مخترع و پیشگام در علم ژنتیک	۱۸۸۲	تصاویر ذهنی در زنان و کودکان عینی تر و با جزئیات بیشتری هستند
ویلهلم وونت ^۲	روانشناس	۱۹۲۰	تصویرسازی ذهنی، همانند بسیاری خصوصیات دیگر، به صورت بهنجار در جمعیت پراکنده است، جنبه ارثی دارد
زیگموند فروید ^۳	روانشناس	۱۹۳۹	فعالتهای ذهنی تحت تأثیر تفاوتهای فردی از جمله جنسیت نیست
کارول گیلیگان ^۴	روانشناس	۱۹۸۲	ادراک تفاوت آناتومیک بین دختر و پسر اساس تفاوتهای جنسیتی است
مک کابی ^۵	روانشناس	۱۹۷۴	بررسی الگوهای رفتاری، شخصیتی و اخلاقی زنان و مردان، زنان و مردان راه های تحولی متفاوتی می پیمایند، رفتارها و اخلاقیات متمایزی دارند
جک لینز ^۶	روانشناس	۱۹۷۴	اثبات وجود تفاوت بین دو جنس در تواناییهای کلامی و عملی، هوش کلی زنان و مردان هیچگونه تفاوت پایداری را در سنین مختلف نشان نمیدهد
جس هاید ^۷	روانشناس	۱۹۹۳	دختران تواناییهای کلامی را با سرعت بیشتر و کیفیت بهتری در مقایسه با پسران کسب میکنند
ادوارد تی هال ^۸	انسان شناس	۱۹۸۴	زنان در قضاوت درباره هیجانها و نحوه استنباط آنها، از مردان بسیار توانمندتر هستند
سوزان کوئیلیام ^۹	پزشک	۱۹۹۹	ادراک تفاوتهای جنسیتی به جای تنفر باعث بها دادن زن و مرد به یکدیگر میشود

¹ Francis Galton

² Wilhelm Wont

³ Sigmund Freud

⁴ Carol Gilligan

⁵ McCabe

⁶ Jack Lins

⁷ Jesse Hyde

⁸ Edward T. Hall

⁹ Susan Quilliam

الیزابت بادانتر ^۱	پزشک	۱۹۹۸	وجود جنسیت مردانه و زنانه را واقعی نمیداند و آن را معلول یک رشته عوامل روانی، اجتماعی و فرهنگی معرفی میکند
کنوانسیون منع اشکال تبعیض علیه زنان		۱۹۷۹	برقراری تساوی محض بین زن و مرد از لحاظ جنسیتی؛ به عبارتی تفاوت‌های جنسی زن و مرد را میپذیرد؛ ولی هیچگونه تفاوت جنسیتی برای آنان قائل نیست
فمنیست‌ها		۱۹۹۷	متغییر دانستن جنسیت، نابرابری زن و مرد نابرابری پایگاه اجتماعی

امروزه، جنسیت نظامی چند سطحی از رویه‌های اجتماعی است که تمایزات بین زنان و مردان را ایجاد کرده و نابرابری را براساس آن تمایزات، سازماندهی میکند. اگر چه پژوهشگران درباره فرآیندهای دقیقی که این امر از طریق آنها رخ میدهد، و نیز با دوام و بقای تمایزاتی که ایجاد میشود، مخالفند، اما تأیید میکنند که افراد، موجوداتی جنسیتی شده هستند.

در روانشناسی بحث تفاوت‌های جنسی در دو بخش تعریف می‌شود؛ بخش اول شامل تمایزات جنسی با ریشه زیست‌شناختی است که در تمایزات بیولوژیک ریشه دارد و بخش دوم تمایزات جنسیتی نام دارد و در واقع به تفاوت‌هایی اشاره می‌کند که ریشه‌های فرهنگی و اجتماعی دارد و به‌عبارتی متأثر از عوامل فرهنگی و اجتماعی شکل گرفته، ولی اساساً دلیلی بر وجودش نبوده است (موسوی و همکاران، ۱۳۹۶).

نقش جنسیت در ادراک و کارایی فضای معماری

مطالعات مربوط به جنسیت در دهه‌های اخیر وارد مقوله فضا، به طور عام، و فضاهای معماری و شهری، به طور خاص، شده و مبحث دیگری از دانش اجتماعی فضا را گشوده است. به طور کلی، شناسایی تفاوت‌های میان زن و مرد میتواند نقش تأثیرگذاری بر رفتار هر یک از طرفین ایفا کند. این تفاوت‌ها را میتوان در زمینه مسایل مختلف مورد بررسی قرار داد. آشنایی با تفاوت‌ها برای سازگاری، نشاط، سلامت و آرامش زندگی شخصی و اجتماعی امری ضروری است. همچنین میتوان ابعاد دیگر آشنایی را در محیط اجتماعی و طراحی فضاها مشاهده و یک نوع موازنه در این زمینه را با در نظر گرفتن روان هر دو جنس مد نظر قرار داد (پورجعفر و همکاران، ۱۳۹۰).

در ارتباط متقابل میان فضا و ساختار جنسیت، درحالی که ساختار جنسیت در فضا مادیت می‌یابد، فضا نیز در نحوه تحقق ارتباطات جنسیتی و باز تولید آن نقش مؤثر دارد. تفکیک آگاهانه و اختیاری فضاها بر مبنای جنسیت در شهر باعث افزایش دسترسی زنان به فضاهای عمومی میشود. جین رندل در مقدمه‌ای بر جنسیت و فضا به برخی از عوامل در شکلگیری فضاهای جنسیتی اشاره داشته است که عبارتند از -۱ به واسطه طراحی و معماری فضا مطابق با نوع جنسیت طراح؛ ۲- بر مبنای دیدگاه انتقادی، تاریخی، و ایدئولوژی طراح؛ ۳- به دلیل استفاده تصرف و تغییرات روزانه فعالیت‌های آن. شرلی آدنر نیز در مطالعات خود به بررسی فضاهای اختصاصی مردان و زنان از نظر فرهنگی، نقش خاص فضا، نمادسازی، حفظ، و تقویت روابط جنسیتی پرداخته است. موضوعی که مطرح میشود، نحوه تولید فضایی است که به وسیله روابط جنسیتی قدرت حاکم به صورت اجتماعی، فرهنگی و فضایی شکل میگیرد. دانیل کاپن معتقد است که افراد برون‌گرا تماس با محیط را دوست دارند افراد درون‌گرا خانه‌های حیاطدار را ترجیح

¹ Elizabeth Badanter

میدهند. افراد انسانگیز ساختمانهای با روابط درونی پیچیده و قلمرو بیرونی روشن را ترجیح میدهند. افراد اهل معاشرت به خانهای با نقشه مرکزی قوی علاقمند هستند (یوانیس و همکاران، ۲۰۱۲).

مؤلفه های موضوع تحقیق در خصوص تأثیر جنسیت بر ادراک

در مورد ادراک جنسیت سه چارچوب وجود دارد که شامل رهیافتهای فردگرایانه، کنش متقابل و نهادی میباشند؛ در حالیکه هر چارچوب در برگیرنده گستره ای از نقطه نظرات است. تفاوت بین چارچوبها از تفاوت بین دیدگاه ها در هر چارچوب چشمگیرترند. مؤلفه مرتبط با ادراک؛ الف) تجسم ذهنی؛ ادراک سه بعدی فضا؛ ب) ادراک عناصر بصری فضا؛ ج) ادراک فضای اجتماعی که موضوع پژوهش این مقاله است در زیر توصیف شده است:

تجسم ذهنی، ادراک سه بعدی فضا

دانشمندان در تحلیل تفاوتهای جنسیتی، به نقش تجربه های فضایی اشاره می کنند و معتقدند که پسران در مقایسه با دختران در محیطهای پیچیده تر فضایی رشد می کنند و در محیطهای باز، بازی می کنند. به پسران آزادیهای بیشتری برای کشف فضاهای بزرگ داده میشود و پسرها با اسباب بازیهای پیچیده تر فضایی بازی می کنند. همچنین محققان در یک فراتحلیل نشان دادند که مشارکت در فعالیتهای فضایی با بهبود عملکرد افراد در آزمونهای توانایی فضایی ارتباطی تنگاتنگ دارد، یعنی میتوان گفت که عملکرد افراد در این زمینه از راه آموزش ارتقا مییابد. آزمونها نشان داده اند که مردان میتوانند نقشه دو بعدی را در مغزشان تبدیل به نقشه سه بعدی کنند ولی به نظر میرسد بیشتر زنان نمیتوانند چنین کاری انجام دهند. زنان از مردان تحرک کمتری دارند، در نتیجه زنان متأهل نسبت به شوهرانشان نقشه های شناختی با وسعت کمتر ولی با جزئیات بیشتر و غنیتی دارند؛ نقشه های شناختی زنان به جای اینکه نقشه های استاندارد باشند، بیشتر متکی به شناخت درونی اند (جورگنسن، ۲۰۱۱).

ادراک عناصر بصری فضا

مردان و زنان یک دنیای واحد را از زاویه دید متفاوتی نگاه میکنند. این امر به خاطر این است که زنان ادراک جزئی دارند و مردها ادراک کلی. خانم ها تمام جزئیات را می بینند و آقایان فقط کلیات را میبینند. از این لحاظ سرعت ادراک در زنها بیشتر است یعنی فرد با سرعت و دقت متوجه جزئیات امری شود و سپس توجه خویش را معطوف به مرحله دیگری از درک کند. میتوان گفت زنها در تشخیص رنگها و ادراک اندازه ها برتری قابل ملاحظه ای نسبت به مردها دارند. امروزه جای تردید باقی نمانده است که کوررنگی جنبه ارثی دارد و از صفات وابسته به جنس است، زیرا تعداد مردان کوررنگ شانزده برابر تعداد زنان کوررنگ است. حتی اگر افراد کوررنگ را کنار بگذاریم باز هم برتری زنها بر مردها از نظر ادراک رنگ به راحتی تأیید میشود. برای مثال زنها بین رنگ صورتی تا بنفش طیف گسترده ای از رنگها از قبیل صورتی، سرخابی، یاسی، بادمجانی، پوست پیازی و نهایتاً بنفش را شناسایی میکنند و اختلاف بسیار ظریف رنگها را بهتر درک میکنند، در صورتیکه این تنوع رنگ با جزئیات در مردها نیست (پورجعفر و همکاران، ۱۳۹۰).

ادراک فضای اجتماعی

شیوه زیست می تواند از طریق نقشه ای مردم و قرارگاه های رفتاری آنها درک شود. راتانن با تحلیل صحبت های زنان و مردان، تفاوت های آنها را مشخص کرد. وی میگفت شکایت را در نهادهای اجتماعی تفاوت های بسیاری وجود دارند. حتی نهادهایی که وظایف کاری مشابهی دارند ممکن است در شخصیت و در پایگاه اجتماعی و فرهنگ متفاوت باشند. حتی در چارچوب های فرهنگی مشترک نیز این سلسله مراتبها تفاوت های قابل توجهی دارند. به نظر می رسد پژوهش های دیگر اشاره دارد به اینکه مردان فضای شخصی بزرگتری نسبت به زنان برای خود ایجاد می کنند و اینکه مردم معمولاً فاصله بیشتری را با مردان می گیرند تا با زنان. به علاوه زنان در فاصله نزدیکتری با افراد مشابه، به برقراری ارتباط دو سویه میپردازند و جفت های زن- زن فاصله نزدیکتری نسبت به جفت های مرد-مرد برقرار میکنند (یوانیس و همکاران، ۲۰۱۲). نحوه تأثیر جنسیت بر مؤلفه اصلی ادراک در نمودار زیر خلاصه شده است:

جدول ۲. تأثیر جنسیت بر مؤلفه اصلی ادراک

تجسم ذهنی؛ ادراک	زن	ادراک دو بعدی، زیباییشناسی، تواناییهای کلامی، مهارتهای یدی، عکس العمل سریع
سه بعدی فضا	مرد	ادراک سه بعدی (فضایی)، استعداد مکانیکی، استدلالهای ریاضی و منطقی
ادراک عناصر بصری	زن	ادراک جزئی، سرعت ادراک بصری بالا، آمار کورنگی پایین، دامنه دید وسیع، ادراک رنگ بالا حساس
فضا	مرد	به نور
	مرد	ادراک کلی، چهره شناسی و بازشناسی چهره ها، هماهنگی کامل چشم و دست و توانا در اجرای ساختمان، آمار کورنگی بالا، ادراک رنگ ضعیف
ادراک فضای اجتماعی	زن	روابط اجتماعی حساس و ظریف و دلسوزانه، صحبت تفاهمی، متمرکز بر چند کار در آن واحد، کلمات آزمایشی و تأییدجویی
	مرد	روابط اجتماعی فردگرا و خودمدار، صحبت گزارشی، متمرکز بر یک کار در آن واحد، کلمات قاطع، آمرانه و قدرت نمایانه

بررسی جنسیت در ادراک

نوع و روش تحقیق

با توجه به موضوع پژوهش، جامعه آماری مورد نظر شامل ۵۰ نفر از زنان و مردان شهر چابهار در بهار سال ۱۳۹۸ بود. نمونه گیری برای انتخاب آزمودنیها از بازدیدکنندگان از مجتمع های تجاری چابهار (صالحیار، پردیس، فردوس، صدف و ابریشم) و از تمامی اقشار، سنین مختلف و با مقاطع تحصیلی متفاوت، به روش تصادفی ساده انتخاب شدند. در این راستا، برای بررسی نقش جنسیت در ادراک فضای معماری مصاحبه هایی تهیه شد که شامل ۴ قسمت شد که به سنجش نقشه برداری رفتاری بر اساس جنسیت، ادراک از ویژگی های ساختمان، پاسخ به زیبایی شناسی و رفتار خرید پرداخته شد. پس از انجام هر مصاحبه داده های گردآوری شده مرتب شده و به صورت کمی درآورده شد و وارد نرم افزار smart Pls شده و برای انجام تحلیل کد گذاری شد. چنین کاری برای هر کدام از مصاحبه ها انجام میشود و در صورت وجود بخش هایی با مضامین مشابه در متن مصاحبه های قبلی، از همان کد های قبلی استفاده میگردد. با استفاده از روش های امار استنباطی می توان مشخصات جامعه ی اماری را از روی نمونه ها استنباط کرد. نرم افزارهای مورد استفاده برای انجام تجزیه و تحلیل داده های کمی در پژوهش حاضر می توان به SPSS، آزمون های همبستگی و ضرایب تحلیل عاملیو معتدلات ساختاری و نرم افزار Smart Pls اشاره کرد.

یافته های پژوهش

روایی سازه برای بررسی دقت و اهمیت نشانگرهای انتخاب شده است که نشان می‌دهد که آیا نشانگرها ساختارهای عاملی مناسبی را جهت اندازه‌گیری سازه‌های مورد مطالعه در مدل تحقیق فراهم می‌آورند. نتایج تحلیل عاملی تأییدی در جدول زیر نشان داده شده است.

جدول ۳. نتایج تحلیل عاملی تأییدی پرسشنامه

متغیرها	سوالات	بار عاملی	T آماره	خطای استاندارد (SE)
ادراک از ویژگی‌های ساختمان	a1	0/763	13/072	0/058
	a2	0/946	17/579	0/054
	a3	0/892	15/533	0/057
	a4	0/802	15/432	0/052
	a5	0/675	11/317	0/060
	a6	0/679	11/293	0/060
عملکردی	b1	0/750	13/119	0/057
	b2	0/835	15/489	0/054
	b3	0/684	10/336	0/066
	b4	0/603	10/302	0/058
زیباشناسی	b5	0/792	14/090	0/056
	b6	0/720	14/271	0/050
	b7	0/739	14/284	0/052
	b8	0/848	16/575	0/051
	b9	0/764	15/916	0/048
	b10	0/656	12/365	0/053
	b11	0/787	13/426	0/059
	b12	0/848	16/642	0/051
کالبدی	b13	0/641	11/189	0/057
	c1	0/714	12/415	0/057
	c2	0/604	13/231	0/046
	c3	0/660	12/885	0/051
	c4	0/823	15/897	0/052
	c5	0/720	14/840	0/049
	رفتار			

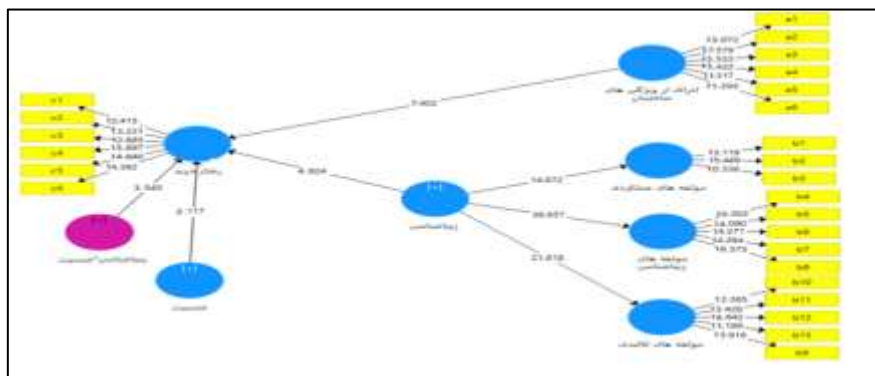
0/052	14/382	0/750	c6
-------	--------	-------	----

بر اساس جدول فوق مشاهده می‌شود مقدار آماره t در تمام موارد بزرگتر از $1/96$ و همچنین بار عاملی نیز از $0/4$ بزرگتر می‌باشد بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که سوالات انتخاب شده ساختارهای عاملی مناسبی را جهت اندازه گیری ابعاد مورد بررسی در مدل تحقیق فراهم می‌کنند.

مدل پژوهش

شکل‌های ۱ مدل پژوهش مربوط به فرضیه‌های پژوهش می‌باشد. تمامی ضرایب با استفاده از آماره t آزمون می‌گردند. این آماره (t -value) زمانی معنادار می‌باشد که مقدار قدر مطلق آن بیشتر از $1/96$ باشد.

نمودار ۱. ضرایب مسیر مدل پژوهش



در بررسی ارتباط بین زیباشناسی هندسی و رفتار بازدیدکنندگان، ضریب مسیر برابر با $0/322$ است که مقداری مثبت می‌باشد و مقدار قدر مطلق آماره t برابر با $4/924$ است که از عدد $1/96$ بیشتر می‌باشد در نتیجه با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت زیباشناسی هندسی بر رفتار خرید بازدیدکنندگان مجتمع‌های تجاری چابهار از ارتباط معناداری برخوردار می‌باشد.

جدول ۴. ضریب مسیر و آماره T

ضریب مسیر	T آماره	خطای استاندارد	نتیجه
۰/۳۲۲	۴/۹۲۴	۰/۰۶۵	پذیرش

در بررسی ارتباط بین ادراک از ویژگی‌های ساختمان و ارزش درک شده مشتریان، ضریب مسیر برابر با $0/539$ است که مقداری مثبت می‌باشد و مقدار قدر مطلق آماره t برابر با $7/402$ است که از عدد $1/96$ بیشتر می‌باشد در نتیجه با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت ادراک از ویژگی‌های ساختمان بر رفتار خرید بازدیدکنندگان مجتمع‌های تجاری چابهار از ارتباط معناداری برخوردار می‌باشد.

جدول ۵. ضریب مسیر و آماره T

ضریب مسیر	T آماره	خطای استاندارد	نتیجه
۰/۵۳۹	۷/۴۰۲	۰/۰۷۳	پذیرش

در بررسی اثر جنسیت بر رابطه‌ی بین زیباشناسی هندسی بر رفتار خرید بازدیدکنندگان مجتمع‌های تجاری میزان اثر جنسیت برابر با ۰/۲۷۷ است. مقدار قدر مطلق آماره t برابر با ۳/۵۴۵ است که از عدد ۱/۹۶ بیشتر می‌باشد در نتیجه با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت زیباشناسی هندسی بر رفتار بازدیدکنندگان مجتمع‌های تجاری با نقش جنسیت ارتباط مثبت و معناداری دارد.

جدول ۶. ضریب مسیر و آماره T

ضریب مسیر	T آماره	خطای استاندارد	نتیجه
۰/۲۷۷	۳/۵۴۵	۰/۰۷۸	پذیرش

نتیجه گیری

با توجه به نتایج بدست آمده تمامی فرضیات مورد تایید قرار گرفتند.

در بررسی فرضیه اول که ادراک از ویژگی های ساختمان بر رفتار خرید بازدیدکنندگان مجتمع های تجاری چابهار می باشد نتایج نشان داد که ضریب مسیر برابر با ۰/۵۳۹ است که مقداری مثبت می‌باشد و مقدار قدر مطلق آماره t برابر با ۷/۴۰۲ است که از عدد ۱/۹۶ بیشتر می‌باشد در نتیجه با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت ادراک از ویژگی-های ساختمان بر رفتار خرید بازدیدکنندگان مجتمع‌های تجاری چابهار از ارتباط معناداری برخوردار می‌باشد.

در بررسی فرضیه دوم که ادراک مردان و زنان از مجتمع های تجاری چابهار بر رفتار خرید می باشد میزان اثر جنسیت برابر با ۰/۲۷۷ است. مقدار قدر مطلق آماره t برابر با ۳/۵۴۵ است که از عدد ۱/۹۶ بیشتر می باشد در نتیجه با اطمینان ۹۵ درصد می توان گفت زیباشناسی هندسی بر رفتار بازدیدکنندگان مجتمع های تجاری با نقش جنسیت ارتباط مثبت و معناداری دارد.

در خصوص جمع بندی بحث در مورد یافته های پژوهش آن چه در حوزه زیباشناسی هندسی در این پژوهش بررسی شد سه نتیجه اساسی در ارتباط با ویژگی های مشترگی که تمامی این ۵ مجتمع تجاری داشتند، به دست آمد: ۱- در زیبایی شناسی مجتمع های تجاری، تنها بر زیبایی صوری متمرکز بود و سایر مراتب زیبایی را نادیده گرفته شده بود. ۲- زیبایی مجتمع های تجاری می بایست بومی و ملی (برآمده از فرهنگ و جهان بینی جامعه) و به عبارت ساده با هویت می بود و به تعبیر دیگر هویتش با هویت جامعه هماهنگ باشد تا جامعه بهتر بتواند آن را درک و با آن ارتباط برقرار کرده و در اثر تماس با آن احساس هویت نماید. ۳- معیارهای مختلف مراتب زیبایی در دسترس و مورد شناخت طراحان و برنامه‌ریزان باشند تا امکان ارزیابی زیبایی و تعیین مرتبه آن و همچنین شناسایی ابعادی از زندگی انسان که با زیبایی در ارتباط هست ایجاد شود که این مسئله در خصوص مجتمع های تجاری چابهار احساس نمی شد.

بدین خاطر نقشه برداری رفتاری از بازدیدکنندگان که به وسیله مشاهده مستقیم در محدوده های نمونه های موردی انجام گرفت و نتایجی از آنها بدست آمد که نشان می داد بناهای مجتمع های تجاری که در ایتم های فرم، رنگ، شیوه طراحی، تاثیر بصری (شامل قرارگیری در محور دید و میزان سلطه در قلمرو)، کیفیت ساخت از نظر و دیدگاه بازدیدکنندگان مورد بررسی قرار گرفتند. همانطور که ملاحظه شد، در ایتم های فرم، رنگ، شیوه طراحی تفاوت

چندانی ندارند. در ایتام فرم همگی آنها بدون تاج هستند، در ایتام رنگ همگی آنها دارای رنگ روشن هستند و در شیوه طراحی فقط یک بنا دارای سبک متفاوت طراحی است که مجتمع ابریشم با نمای سنتی و قدیمی می باشد. با دخالت دادن عامل جنسیت در بررسی های پژوهش حاضر و با در نظر گرفتن این نقش برای ایجاد تاثیری غیرمستقیم عوامل زیباشناسی هندسی بر رفتار خرید، یافته های حاصل از مطالعات و مصاحبه ها حاکی از وجود ارتباط میان ابزارها و روش مسیریابی با هدف از حضور در محدوده دارد. در نهایت مقایسه رفتار خرید در مردان و زنان به شرح جدول زیر می باشد:

جدول ۷. نتایج بدست آمده از مقایسه ادراکات مردان و زنان

مردان	مردان مسیر خود را از طریق بازشناسی راه ها و مسیرها و همچنین جانمایی نقاط کانونی و گره ها شناسایی می کردند.
	مردان تمایل به استفاده از مختصات اصلی (شمال و جنوب و غیره) در هنگام انتخاب مسیر دارند.
	از نشانه هایی که از فواصل دورتر قابلیت مشاهده داشته استفاده نموده و آن نقطه را به عنوان مبنا در هدایت به سمت مقصد استفاده می کنند.
	عناصر کالبدی_ بصری در صورتی که دارای سبک معماری متمایز و یا تمایز در عملکرد باشند در مسیریابی به مردان کمک می کنند.
	ساختمان هایی که بیشتر مورد توجه مردان بوده عمدتاً دارای رنگ غالب سفید و خاکستری می باشند.
زنان	زنان از عناصر بصری متفاوتی در فرایند مسیریابی استفاده می کنند.
	زنان در اولویت اول به عناصر نقطه ای شامل نشانه ها توجه نموده و نشانه های نزدیک و پی در پی برایشان بهترین راهنما به شمار می روند
	نوع فعالیت ها کمتر برای زنان اهمیت داشته و آنها در تعیین موقعیت قرارگیری با شکل مواجه هستند.
	در ارتباط با چگونگی استفاده از معابر در تعیین مسیر، انتخاب مسیرهای یکسان و حرکت در میان مسیرهای مستقیم برای زنان مطلوبتر است
	ساختمان ها با فرم های غالب خطی و نامنظم و همچنین رنگ های گرم_قهوه ای در نما، راهنمای مطلوبتری برای زنان در تعیین مسیر هستند.

در نهایت قابل ذکر است افراد در برخورد با محیط نسبت به تمامی جنبه ها حساس بوده و تمامی حواس آنان در فرآیند ادراک محیط فعال است. آنان به تمام جنبه های فضا و مقولات بصری و روانی و ادراکی و عملکردی توجه داشته و حتی به بویی که در فضا به مشام میرسد و موسیقیای که پخش میشود توجه دارند. بنابراین باید در طراحی فضاهای معماری رویکردی اتخاذ شود تا تمامی حواس کاربران فضا به صورت مطلوب تحریک شوند و به تمام جنبه های ادراکی کاربران و تفاوت های آنان توجه نمود. این مسأله میتواند باعث ادراک کاملتر و خاطره انگیزی آن فضا شود و کاربران بهتر و با کیفیتی بالاتر با آن ارتباط برقرار کرده و زمان بیشتری را با رضایت خاطر در آن سپری نمایند و کیفیت حضور هر دو جنس در فضا ارتقاء پیدا خواهد کرد

منابع

- امامقلی، عقیل؛ آیوازیان، سیمون؛ محمدی، علی؛ اسلامی، غلامرضا. (۱۳۹۳). روانشناسی محیطی، عرصه مشترک معماری و علوم رفتاری، فصلنامه علوم رفتاری، صص ۲۳-۴۴
- پورجعفر، محمدرضا؛ بمانیان، محمدرضا؛ تقوایی، علی اکبر؛ منتظر الحجه، مهدی. (۱۳۹۰). درآمدی بر گونه شناسی کالبدی نشانه های شهری در نقشه ادراکی شهروندان، دو فصلنامه معماری و شهرسازی (۷)، صص ۱۴۵-۱۲۹

قمری، اخلاص؛ طلیسچی، غلامرضا؛ دژدار، امید. (۱۳۹۳) رویکردی تحلیل به بررسی جنسیت و تفاوت های آن در ادراک فضای کالبدی، نمونه موردی: فرهنگسراهای شهر تهران. معماری و شهرسازی آرمان شهر، صص ۷۷-۸۶
للحج، رفیعه؛ موسوی، میر سعید. (۱۳۹۳). نگرش روانشناختی به نقش جنسیت در مقابلیت های ادراک فضای معماری. معماری و شهرسازی آرمان شهر، صص ۸۵-۹۴

موسوی نیا، سیده فاطمه؛ مدنی، رامین؛ پوردیهیمی، شهرام؛ صالح صدق پور، بهرام. (۱۳۹۶). پیکره بندی فضایی، ادراک تراکم و تعاملات اجتماعی در محیط های مسکونی: ارائه یک مدل علی (نمونه موردی: مجتمع های مسکونی شهر مشهد)، نشریه هنرهای زیبا_ معماری و شهرسازی، دوره ۲۲، شماره ۱، صص ۴۱-۵۲

Giudice, N. A. (2004). Navigating Novel Environments: A Comparison of Verbal and Visual Learning. Doctoral Dissertation, University Of Minnesota, 2004 Unpublished Dissertation, University Of Minnesota, Twin Cities, MN.

Ioannis Xenaki, Argyris Arnellos, John Darzentas. (2012). The functional role of emotions in aesthetic judgment, *New Ideas in Psychology* 30 (2012) 212-226

Jorgensen, A. (2011). Beyond the View: Future Directions in Landscape Aesthetics Research. *Landscape and Urban Planning*, (100): 353-355.

Ladhari, Nizar Souiden, Béatrice Dufour. (2017). The role of emotions in utilitarian service settings: The effects of emotional satisfaction on product perception and behavioral intentions, *Journal of Retailing and Consumer Services* 34 (2017) 10-18

Investigating the role of gender in the perception of architectural design of commercial complexes in the geographical area of Chabahar

Neda Sohrabzadeh

PhD Student in Architecture, Department of Architecture, Faculty of Art, Architecture and Urban Planning, Kerman Branch, Islamic Azad University, Kerman, Iran

Azhang Baghaei¹

Assistant Professor of Architecture, Department of Architecture, Faculty of Art, Architecture and Urban Planning, Kerman Branch, Islamic Azad University, Kerman, Iran

Mahdie moeini

Assistant Professor of Architecture, Department of Architecture, Faculty of Art, Architecture and Urban Planning, Kerman Branch, Islamic Azad University, Kerman, Iran

Abstract

The aim of the current research is to reach the essential items in architectural spatial design, which are for both gender groups of space users designed. Such a space is the product of paying attention to the perceptual differences of the two sexes using the space. Perception of space is one of the most important and complex aspects of knowing and measuring space. One of the important dimensions of individual human differences is gender and it seems that gender has a relationship with people's attitudes and their perception of phenomena. As a result of such differences, different people may have different perceptions of each other when facing the space. Such a subject has been less investigated independently and the results of such tests can have a significant effect on improving the quality of human environments. The main goal is to investigate the role of gender in the architectural design process of commercial complexes in Chabahar and based on the pragmatism approach. Mixed methods have been used to collect data. The statistical population is all the visitors from 5 commercial complexes in Chabahar, and the theoretical saturation method was used to obtain the sample size, and finally it reached a sample size of 50 people, and approximately 10 people were measured from each complex. The data obtained from the analysis of the interview questions have been presented by Smart PLS software, and finally it was found that men identified their path through the recognition of roads and paths.

Keywords: *Design process audience buying behavior gender commercial complexes in Chabahar.*

¹ . **Corresponding author:** azhang.baghaei@gmail.com