



Journal of Urban Environmental Planning and Development

Vol 5, No 17, Spring 2025

p ISSN: 2981-0647 - e ISSN: 2981-1201

Journal Homepage: <https://sanad.iau.ir/journal/juep/>

Research Paper

Investigating the Physical Criteria Effective on the Formation of Women's Mental Image of the Ideal Urban Space: Case Study of Ahvaz City

Majid Goodarzi* : Associate Professor, Department of Geography and Urban Planning, Shahid Chamran University of Ahvaz, Ahvaz, Iran.

Parviz Soleimani Moghaddam: Assistant Professor, Department of Geography, Payam-e-Noor University, Tehran, Iran.

Ebtesam Albu Baledi: Masters Student in Geography and Urban Planning, Shahid Chamran University of Ahvaz, Ahvaz, Iran.

Received: 2024/06/22 PP 1-12 Accepted: 2024/09/26

Abstract

This point indicates that the image of any environment is not only the result of the effect of external manifestations of that environment on the observer's mind, but also the observer's imagination has an effective contribution in creating it. Since different groups use the city, it must be accepted that it is imperative to understand the images that the main groups of society have in mind. Today, the relationship between "gender" and "urban space" is one of the primary debates for optimal design in urban planning, and it has affected the attitude and how to organize the living space from various psychological, social, cultural, and economic aspects. The present study aimed to investigate the physical criteria that effectively form women's mental image of the desirable urban space in Ahvaz City. The present applied study employed a descriptive-analytical research method. The data were collected through the library and field study techniques. In the library technique, first, to examine the research records and background of the subject and explain the theoretical-conceptual framework, the existing books, articles, and dissertations were reviewed. In the field study technique, the data were collected using a questionnaire. The statistical population consisted of women over 18 years of age living in Ahvaz City, 381,294 individuals, according to the General Population and Housing Census 2015. The sample size was determined using Cochran's formula, which included 384 participants. The participants were selected via a simple random sampling method. Data analysis was done using the SECA model. The research results showed that ten factors impacted the criteria for forming women's mental image of the desirable urban space of Ahvaz. Among these criteria of shopping and tourism centers in Ahvaz City, Mahziyar City Center got the first rank, Imam Khomeini Bazaar obtained the second rank, and Burj Shopping Center ranked third.

Keywords: Mental image, urban spaces, SECA model, Ahvaz city..



Citation: Goodarzi, M., Soleimani Moghaddam, P., & Albu Baledi, E. (2025). **Investigating the Physical Criteria Effective on the Formation of Women's Mental Image of the Ideal Urban Space: Case Study of Ahvaz City.** *Journal of Urban Environmental Planning and Development*, 5(17), 1-12.



© The Author(s) **Publisher:** Islamic Azad University of Shiraz

DOI:

* **Corresponding author:** Majid Goodarzi, **Email:** m.goodarzi@scu.ac.ir, **Tel:** +989138148828

Extended Abstract

Introduction

A city is the home of different groups of people, and only by understanding the images that various groups and people of the city have in their minds can we know them. Their relationship can create a pleasant environment where everyone is happy to live. This point indicates that the image of any environment is not only the result of the effect of external manifestations of that environment on the observer's mind, but also the observer's imagination has an effective contribution in creating it. Since different groups use the city, it must be accepted that it is imperative to understand the images that the main groups of society have in mind. Today, the relationship between "gender" and "urban space" is one of the primary debates for optimal design in urban planning, and it has affected the attitude and how to organize the living space from various psychological, social, cultural, and economic aspects.

Another critical point is whether the differences between men and women are inherent or acquired. Forgetting the differences and being limited to similarities is incorrect and has negative consequences. The person-environment relationship at individual levels is related to feeling, perception, values, and subjective experiences; it is formed at social levels, such as different social groups or groups that are similar in age and gender. Therefore,

the characteristics of each group and stratum must be examined at each level. On the other hand, gender, such as factors such as place of residence, age, socio-economic conditions, ethnicity, and income level, affect perceptions and knowledge of the environment. Therefore, it becomes necessary for women to deal with the individual's mental concepts and the formation of the mental image of the environment and its effect on behavior, as well as judgment regarding the choice of a suitable place.

Methodology

The present applied study employed a descriptive-analytical research method. The data were collected through the library and field study techniques. In the library technique, first, to examine the research records and background of the subject and explain the theoretical-conceptual framework, the existing books, articles, and dissertations were reviewed. In the field study technique, the data were collected using a questionnaire. The statistical population consisted of women over 18 years of age living in Ahvaz City, 381,294 individuals, according to the General Population and Housing Census 2015. The sample size was determined using Cochran's formula, which included 384 participants. The participants were selected via a simple random sampling method. Data analysis was done using the SECA model.

Results and discussion

Table 1: Weight of criteria and score of the options

Criterion code	Criterion name	Weight of criterion	Option code	Option name	Option score	Option rank
C1	Physical and functional	0.1910	A1	Imam Khomeini Bazaar	0.8341	2
C2	Structural and spatial	0.1296	A2	Mahziyar City Center	0.8939	1
C3	Natural	0.2320	A3	Karun Shopping Center	0.7554	5
C4	Sociocultural	0.2339	A4	Burj shopping center	0.8112	3
C5	Economic	0.2136	A5	Imam Reza Bazaar	0.7931	4
			A6	Tabiat Bridge	0.7068	6
			A7	Ahvaz artificial waterfall	0.4494	10
			A8	Jazireh Park	0.6651	7
			A9	Museum of Contemporary Art	0.5418	9
			A10	Mayar's house	0.5863	8

As was determined from the results of the SECA method, the weights of the criteria and the scores of the options have been calculated at $\beta=5$, which are given in Table 7. Based on this, among the ten shopping and tourism centers in Ahvaz, Mahziyar City Center obtained the first rank, Imam Khomeini Bazaar obtained the second rank, and Burj Shopping Center won the third rank.

Conclusion

This research employed the SECA model. In this method, we examined five steps. In the first step, we formed a decision matrix using the opinion of experts. Then, in the second step, the criteria are normalized. In the third step, the value of π_j is determined. This section calculates the correlation difference between one criterion and another criterion. So, r_{jl} , which is the correlation between the criteria, should be calculated first, and then, based on the correlation value of each criterion, the number is subtracted from 1, then the sums are added in a row. The fourth step determines the normal

values of σ_j and π_j . In this section, the normal values of σ_j and π_j are calculated. The value of π_j was calculated in the previous step, and for its normalization, each π_j should be divided by the total number of π_j to obtain normal values. For the normal value of σ_j , one must first calculate the value of σ_j , which is the same as the standard deviation. To normalize it, each σ_j is divided by the total sum of σ_j . In the fifth step, by using the optimization model and solving it in this section, using the model, a non-linear optimization model is created and solved by Lingo software. In this model, six models were implemented for β values from 0.1 to 6. The weight of the criteria and the score of options were obtained for each implementation. The weight values of the criteria (W) and the score of the options (A) are respectively given for different values of β . This research ranked ten shopping and tourism places in Ahvaz based on five physical and functional, structural and spatial, natural, social and cultural, and economic criteria.



فصلنامه برنامه ریزی و توسعه محیط شهری

دوره ۵، شماره ۱۷، بهار ۱۴۰۴

شاپا چاپی: ۰۶۴۷-۲۹۸۱ شاپا الکترونیکی: ۱۲۰۱-۲۹۸۱

Journal Homepage: <https://sanad.iau.ir/journal/juep/>

مقاله پژوهشی

بررسی معیارهای کالبدی مؤثر بر شکل‌گیری تصویر ذهنی زنان از فضای شهری مطلوب (مطالعه موردی: شهر اهواز)

مجید گودرزی* . دانشیار گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران

پرویز سلیمانی مقدم: استادیار، گروه جغرافیا، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

ابتهسام آل بوبالدی: دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران

دریافت: ۱۴۰۳/۰۴/۰۲ صص ۱۲-۱ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۷/۰۵

چکیده

از آنجاکه شهر مورد استفاده گروه‌های مختلف مردم قرار می‌گیرد، باید پذیرفت که درک تصاویری که از سیمای آن، گروه‌های اصلی جامعه در ذهن دارند، حائز اهمیت فراوان است. رابطه «جنسیت» و «فضای شهری» امروزه یکی از بحث‌های اساسی برای طراحی مطلوب در عرصه شهرسازی است و نحوه نگرش و چگونگی سازمان‌دهی فضای زندگی را از جنبه‌های مختلف روان‌شناختی، اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و ... متأثر ساخته است. به همین منظور پژوهش حاضر باهدف بررسی معیارهای کالبدی مؤثر بر شکل‌گیری تصویر ذهنی زنان از فضای شهری مطلوب در شهر اهواز تدوین شده است. تحقیق حاضر به لحاظ هدف، کاربردی و از لحاظ ماهیت و روش، توصیفی - تحلیلی پیمایشی می‌باشد. اطلاعات و داده‌های مورد نیاز از طریق روش کتابخانه‌ای و میدانی جمع‌آوری شده است. در شیوه کتابخانه‌ای ابتدا به منظور بررسی سوابق و پیشینه موضوع و تبیین چارچوب نظری - مفهومی پژوهش، کتب مقالات و پایان‌نامه‌های موجود مورد مطالعه قرار گرفته است. در مطالعات میدانی نیز با استفاده از پرسشنامه داده‌های مورد نیاز تحقیق جمع‌آوری می‌شود. جامعه آماری پژوهش حاضر را زنان بالای ۱۸ سال ساکن شهر اهواز تشکیل می‌دهند که تعداد آن‌ها طبق سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۹۵، ۳۸۱۲۹۴ نفر بوده است. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران، ۳۸۴ نمونه تعیین گردید. شیوه نمونه‌گیری نیز به صورت تصادفی انتخاب گردید. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از مدل SECA صورت گرفته است. نتایج پژوهش نشان داد که ۱۰ عامل بر معیارهای شکل‌گیری تصویر ذهنی زنان از فضای شهری مطلوب (مطالعه موردی: شهر اهواز) تأثیرگذار بودند که از این معیارهای کانون‌های خرید و گردشگری در شهر اهواز: سیتی سنتر مهزیار رتبه اول، بازار امام خمینی رتبه دوم و مرکز خرید برج رتبه سوم را کسب کرده است.

واژه‌های کلیدی: تصویر ذهنی، فضاهای شهری، مدل SECA، شهر اهواز.

استاد: گودرزی، مجید؛ سلیمانی مقدم، پرویز و ابتهسام آل بوبالدی. (۱۴۰۳). بررسی معیارهای کالبدی مؤثر بر شکل‌گیری تصویر ذهنی

زنان از فضای شهری مطلوب (مطالعه موردی: شهر اهواز). فصلنامه برنامه‌ریزی و توسعه محیط شهری، ۵(۱۷)، ۱-۱۲.

ناشر: دانشگاه آزاد اسلامی، واحد شیراز

© نویسندگان



DOI:

مقدمه

سیمای شهر برآیند مجموعه‌ی ادراک محسوس و ذهنیت انسان از محیط است. به دست آوردن ادراکات محسوس نتیجه‌ی تأثیر کلی عواملی است که حواس انسان را متأثر می‌سازد (Shojaeivand et al., 2022: 3). در طول تاریخ، همواره تصور بشر و به تبع آن تعریف وی از فضا و فضای شهری دچار تغییرات شگرفی شده است. تصویرسازی ذهنی یک مهارت روانی است که با استفاده آگاهانه از قوه تخیل، تصاویر ذهنی آشکاری در مغز ایجاد و بازسازی می‌کند (Khanlar & Mohammad Ali lavasani, 2020: 2).

موضوع تصویر ذهنی نخستین بار به وسیله لینچ (۱۹۶۰) مطرح شد و پس از آن دیگران نیز به این موضوع پرداخته و آن را تا اندازه‌ای گسترش دادند. (Nishimura, 2019: 114). لینچ عامل‌های پنج‌گانه راه، لبه، نشانه، گره و منطقه را به عنوان برجسته‌ترین عوامل در ادراک شهروندان و با روش شناسی ویژه از شهر طبقه‌بندی نمود (Brook, 2018: 37). فضای شهری به عنوان بستر کالبدی حیات مدنی و نیز عامل تبلور فضایی مفهوم عرصه عمومی در قالب ضروری‌ترین عنصر جامعه نمود پیدا کرده است. از این رو قرارگیری عملکردهای گوناگون شهری در عرصه عمومی جامعیت پیدا خواهد کرد (Gerber and Hess, 2017). فضاهای عمومی مکانی برای رفع نیازهای روزمره و زندگی عمومی در شهرها هستند. این فضاها در طول زمان و بر اساس شرایط اجتماعی-اقتصادی و فرهنگی تغییر می‌یابند (Mohamadi and Miles, 2014). فضاهای شهری در شکل‌گیری تصویر ذهنی افراد از شهر مؤثر بوده و نباید تأثیر نامطلوبی بر جای بگذارند؛ علاوه بر آن وظیفه بسترسازی مناسب برای افزایش تعاملات اجتماعی را نیز بر عهده دارند (Sweet and Escalante, 2015) و برای تامین نیازهای گروه‌های مختلف و افزایش امنیت آنها ضروری است. (Maddi et al., 2024: 31)

شهر منزلگاه گروه‌های مختلف مردم است و تنها با درک تصاویری که گروه‌ها و افراد مختلف شهر از سیمای آن در ذهن دارند و رابطه آن‌ها، محیطی دلپذیر می‌تواند به وجود آید که همه از زندگی در آن خرسند باشند. این نکته بیانگر این است که تصویر هر محیط تنها حاصل از تأثیر مظاهر بیرونی آن محیط بر ذهن ناظر نیست، بلکه تصور ناظر نیز در ایجاد آن سهمی مؤثر دارد (Fairclough et al., 2018). از آنجاکه شهر مورد استفاده گروه‌های مختلف مردم قرار می‌گیرد، باید پذیرفت که درک تصاویری که از سیمای آن، گروه‌های اصلی جامعه در ذهن دارند، حائز اهمیت فراوان است. رابطه «جنسیت» و «فضای شهری» امروزه یکی از بحث‌های اساسی برای طراحی مطلوب در عرصه شهرسازی است و نحوه نگرش و چگونگی سازمان‌دهی فضای زندگی را از جنبه‌های مختلف روان‌شناختی، اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و ... متأثر ساخته است (Memlük, 2014, 56). نکته مهم دیگر ذاتی و یا اکتسابی بودن تفاوت‌ها میان زن و مرد است. فراموش کردن تفاوت‌ها و محدود شدن به مشابهت‌ها، نه تنها نادرست بلکه دارای پیامدهای منفی نیز می‌باشد. رابطه فرد-محیط در سطوح فردی مرتبط با احساس، ادراک، ارزش‌ها و تجربیات ذهنی و ... و در سطوح اجتماعی مانند گروه‌های مختلف اجتماع و یا گروه‌هایی که به لحاظ سن و جنس مشابه‌اند، شکل گرفته است؛ بنابراین ویژگی‌های هر گروه و قشر باید در هر سطح مورد بررسی قرار گیرد. از طرفی جنسیت مانند عواملی همچون محل سکونت، سن، شرایط اجتماعی-اقتصادی، قومیت، سطح درآمد بر ادراک و شناخت محیط تأثیر می‌گذارد؛ بنابراین پرداختن به مفاهیم ذهنی فرد و شکل‌گیری تصویر ذهنی از محیط و تأثیر آن در رفتار و همچنین قضاوت نسبت به انتخاب مکان مطلوب، برای زنان ضرورت می‌یابد.

در این پژوهش منظور از انتخاب فضای شهری با توجه به عوامل مؤثر در شکل‌گیری تصویر ذهنی در گروه جنسیتی زنان با توجه به بروز احساسات خوشایند که در تصور آن‌ها ایجاد می‌شود، مورد نظر می‌باشد. میان ما انسان‌ها بر اساس زن یا مرد بودن، تفاوت زیادی وجود دارد اما این تفاوت‌ها را می‌توان از جنبه‌های مختلفی نگریست. از یک سو برخی تفاوت‌های زن و مرد ناشی از اختلاف‌های بیولوژیکی و آناتومیکی است که در ساختار بدن، فرایندهای زیستی و مغز وجود دارد. تفاوت‌هایی ناشی از این ویژگی ژنتیکی «تفاوت‌های جنسی» نام دارند. از سوی دیگر، گروهی از تفاوت‌ها در اثر نقش‌ها، فعالیت‌ها، نگرش‌ها و مسئولیت‌های متمایزی است که جامعه به زن یا مرد سپرده است؛ بنابراین زنان و مردان در چارچوب تعاریف، همان نقش‌های منسوب به آنان که می‌تواند در هر جامعه‌ای بسیار باهم متفاوت بوده و دارای ویژگی‌های خاص باشد، می‌اندیشند و عمل می‌کنند. با وجود تفاوت‌ها و ویژگی‌های ادراکی-شناختی منحصر به فرد هر یک از جنسیت‌ها، آنان نسبت به انواع مکان‌های اطراف خود به میزان متفاوتی حساسیت به خرج داده و گویا همین امر باعث می‌شود تا در انتخاب مکان مطلوب هر یک از این دو گروه اولویت‌هایی وجود داشته باشد. اینکه زنان و مردان در ادراک محیط چگونه‌اند، گاه باعث شده که فضاهای شهری با توجه به در نظر گرفتن تمهیدات برای همه گروه‌های سنی، جنسیتی، لقب «زنانه» یا «مردانه» به خود بگیرند. در این پژوهش مکان‌های مطلوب شهر اهواز از دید زنان و احساسات و عواطف مؤثر در شکل‌گیری تصویر ارزیابان از مکان مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. چراکه یک مکان در صورتی دارای تصویر ارزیابان مطبوع می‌باشد که خوب به نظر برسد که افراد معمولی (آن‌هایی که مکان را در دفعات منظم تجربه کرده‌اند و نه متخصصان) آن را تأیید نمایند. با توجه به تمرکز پژوهش حاضر بر موضوع جنسیت، سعی شده تصویر ذهنی ارزیابان زنان

نسبت به مکان مطلوب آن‌ها با دید پدیدار شنا سانه به موضوع در جهت درک معانی ذهنی زنان استنباط شود. لذا سؤالاتی که مدنظر این پژوهش قرار دارد به شرح زیر است:

- آیا جنبه‌های بصری فرم شهر با شکل‌گیری تصویر ذهنی زنان از فضای شهری مطلوب رابطه معناداری دارد؟
 آیا جنبه‌های احساسی و عواطف برانگیزاننده با شکل‌گیری تصویر ذهنی زنان از فضای شهری مطلوب رابطه معناداری دارد؟
 در این رابطه، فرضیه‌های ذیل در این پژوهش مورد بررسی قرار خواهد گرفت:
 جنبه‌های بصری فرم شهر با شکل‌گیری تصویر ذهنی زنان از فضای شهری مطلوب رابطه معناداری دارد.
 جنبه‌های احساسی و عواطف برانگیزاننده با شکل‌گیری تصویر ذهنی زنان از فضای شهری مطلوب رابطه معناداری دارد.

پیشینه و مبانی نظری تحقیق

مفهوم فضا و فضای شهری از مفاهیم مورد مناقشه‌ی حوزه‌ی جامعه‌شناسی شهری هستند. اینکه فضا دقیقاً چیست یا کجاست، یا اینکه چه فضاهایی را عمومی بدانیم، از گذشته‌ی دور تا امروز مورد بحث و کنکاش بوده‌اند. امروزه متفکران معتقدند که فضا امری اجتماعی است. درواقع بر ساخت‌های اجتماعی هستند که نحوه و چگونگی استفاده از آن نیز به اجتماع پیرامون آن بستگی دارد. این فضا سرشار از نابرابری‌ها است و انواع گوناگونی از اقلیت‌ها، پیدا و پنهان از آن محروم هستند (Watmann et al., 2021). مفهوم فضای شهری ورای فضای باز و رها شده بین ساختمان‌های شهری است. فضای شهری تنها یک هویت کالبدی نیست، بلکه فضایی است عملکردی که فرصت ارتباط و تعامل شهروندان را فراهم می‌آورد. این فضاها در طیف گسترده‌ای وجود دارند و بخشی از فضاهای باز عمومی شهرها هستند که بستر زندگی جمعی را فراهم می‌آورند. ویژگی‌های فضاهای شهری به شدت تحت تأثیر نحوه‌ی فعالیت و الگوهای رفتاری استفاده‌کنندگان آن‌ها قرار دارد (Gerber & Hess, 2017). فضای شهری عنصر اساسی ساخت شهر است که با کانون راهبردهای اجتماعی مربوط می‌شود و شکل‌دهنده‌ی رفتار و زندگی اجتماعی افراد است. درعین حال فضای عمومی شهری فضایی است که با ساختار کالبدی و کارکرد اجتماعی‌اش می‌تواند عرصه‌ی مطلوبی برای رشد و بالندگی جامعه‌ی مدنی ارائه دهد (Fairclough et al., 2018). کیفیت بصری منظر، مفهوم گسترده‌ای است که امکان ارزیابی کلی منظر از طریق نحوه ادراک آن توسط عموم را میسر می‌کند (Watmann et al., 2021). اولین توجهات به حضور زنان را می‌توان در برنامه‌ریزی شهری در جامعه فرانسه یافت. بدین صورت، زنانی که خود معمار یا شهرساز بودند در جهت این برآمدند تا به اشکال متفاوتی محلی را که در آن زندگی می‌کنند طراحی کنند. از این زمان به بعد، بر حضور زنان در شهرسازی و طراحی شهری بیش از گذشته توجه شد. این قبیل توجهات باعث شد که از زنان نیز در شهرسازی و معماری مانند مردان و در کنار آنان استفاده شود. در دنیای کنونی کشور ایران نیز، از زنان در معماری و شهرسازی بیش از گذشته استفاده می‌شود. در این صورت، با ایجاد شورای شهرها و توجه به زنان در اداره‌های مسکن و شهرسازی و شهرداری‌ها به دیدگاه‌های آن‌ها توجه شده است. باین همه عوامل خاصی باعث حضور یا عدم حضور زنان در جامعه شهرسازی و طراحی شهری شده است (Kaymaz, 2012, 253). بنابراین، زنان باید تشویق شوند تا در عرصه‌های مدیریتی و ساخت‌وساز و همچنین طراحی فضاهای شهری حضور فعال‌تری داشته باشند و از توانایی زنان معمار و طراح به نحو مطلوب استفاده شود تا بتوان فضاهایی به وجود آورد که متناسب با روحیات زنان باشد و موجب احساس سرزندگی و آرامش در آنان شود. از طرفی، در عصر حاضر، محیط‌های نامطلوب شهری مشکلات بسیاری را برای امنیت شهروندان ایجاد کرده و در رشد آسیب‌های اجتماعی مؤثر بوده‌اند. با گسترش این آسیب‌ها، امنیت رنگ می‌بازد و بر میزان جرم افزوده می‌شود. مردم در کنش‌های اجتماعی محتاطانه عمل می‌کنند و با هر اتفاقی، ترس و دلهره آنان دوچندان می‌شود و در نتیجه، احساس ناامنی می‌کنند. امنیت اجتماعی آرامش و آسودگی خاطری است که هر جامعه‌ای موظف است در زمینه‌های شخصی، اقتصادی، سیاسی و فضایی آن را برای جامعه و اعضای آن فراهم کند. امنیت نداشتن زنان در فضاهای شهری، مشارکت کامل آنان را در اجتماع محدود می‌کند و علاوه بر آسیب‌های روانی بر فرد، خانواده و جامعه را نیز متأثر خواهد کرد (Naghdy, 2011).

Rahimi et al., 2018 به ارزیابی عدالت جنسیتی در فضاهای عمومی شهری مرکز شهر تبریز با تأکید بر زن و جامعه (جامعه‌شناسی زنان) پرداختند و به این نتیجه رسیدند که عوامل زیرساخت‌های فیزیکی، دسترسی و فرهنگی - اجتماعی به ترتیب با سطح معناداری ۰/۰۴، ۰/۰۱ و ۰/۰۳ انطباق مطلوبی با نیاز زنان ندارند؛ اما سطح معناداری عامل امنیت با میزان ۰/۲۱۷ بیانگر وضعیت مطلوب این عامل از نظر پاسخگویان است. Hajiahmadi Hamedani, 2018 به بررسی معیارهای مؤثر بر شکل‌گیری تصویر ذهنی زنان از فضای شهری مطلوب شهر تهران پرداختند. نتایج گویای آن است که انتخاب مکانی که از درپچه تصویر ذهنی زنان مطلوب ارزیابی شده است، به معانی مشترکی مرتبط با مفاهیم آزادی، عدالت، امنیت، منزلت مکان، دارای وجهه اجتماعی - فرهنگی، هویت تاریخی، زیبایی، شیک و پر از جزئیات، آرام و

دنج، دارای حریم در عین وسعت، سرسبزی، روحیه شاد و سلامت تمایل دارد. Shojaeivand et al., 2022 در مقاله‌ای با عنوان «ارزیابی تطبیقی سلسله‌مراتب تصویر ذهنی مردان و زنان از فضاهای شهری، مطالعه موردی منطقه ۸ تبریز» به این نتیجه رسیدند که بین مردان و زنان از نظر تصویر ذهنی از فضاهای شهری تفاوت معناداری وجود دارد و مقدار میانگین رتبه‌ای نشان داد که تصویر ذهنی در مردان در مقایسه با زنان قوی‌تر است. همچنین تصویر ذهنی مردان در مقایسه با زنان از کلیت بیشتری برخوردار است و در مقابل زنان بیشتر با جزئیات تصویر ذهنی خود را شکل می‌دهند. مردان در آرایه‌ی تصویر ذهنی خود عمدتاً در تمامی سطوح سلسله‌مراتب تصویر ذهنی به نام مکان‌ها با نقاط ثقل مختلف و با تأکید بر راه‌ها اشاره می‌کنند در مقابل زنان در جزئی‌ترین نقشه‌ها هم کمتر به نام مکان‌ها اشاره می‌کنند و در تصویر ذهنی آنها تعاملات اجتماعی و فضایی با تکیه بر محل سکونت به عنوان نقطه‌ی ثقل بیشتر به چشم می‌خورد و عمده تأکید آنها بر نشانه‌ها است.

Vahidbafandeh & Imani Shamlou, 2033 در مقاله‌ای با عنوان «تبیین ابعاد و مؤلفه‌های مؤثر بر شکل‌گیری تصویر ذهنی از شهرها با بهره‌گیری از ابزار مرور نظام‌مند و فراتحلیل» به این نتیجه رسیدند که ابعاد فرهنگی (رویداد محور بودن فضاها، تداوم خاطره جمعی، تعریف هسته فرهنگی)، ابعاد کالبدی (خوانایی و جهت یابی مطلوب، نشانه‌های کالبدی)، ابعاد فردی (ویژگی‌های شخصیتی، تجربه‌های پیشین)، ابعاد عملکردی (تنوع عملکردی، کاربری‌های منحصر به فرد)، ابعاد ذهنی (غنا، حسی، گذر زمان)، ابعاد ارزشی (ارزش‌های تاریخی و اعتقادی) و ابعاد معنایی (تداوم معنای تاریخی، حس مکان) بیشترین تأثیر را در شکل‌گیری تصویر ذهنی از شهرها دارد. صالحی و همکاران (۱۴۰۲) مقاله‌ای با عنوان «تدوین الگوی مفهومی از تصویر ذهنی در مراکز خرید بزرگ شهر تهران (نمونه موردی: ایران مال، سون سنتر، سرای دلگشا)» به این نتیجه رسیدند که نشانه‌ها و مکان‌ها همواره خوانش و تفسیر می‌شوند و تصور ذهنی انسان از فضاهای شهری، شکل می‌گیرد. فضای عمومی شهری افزون بر جایگاه کلیدی‌اش در ساختار شهر به واسطه فضای ادراکی و نمادین، حامل قصه‌ها، معانی و ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی است.

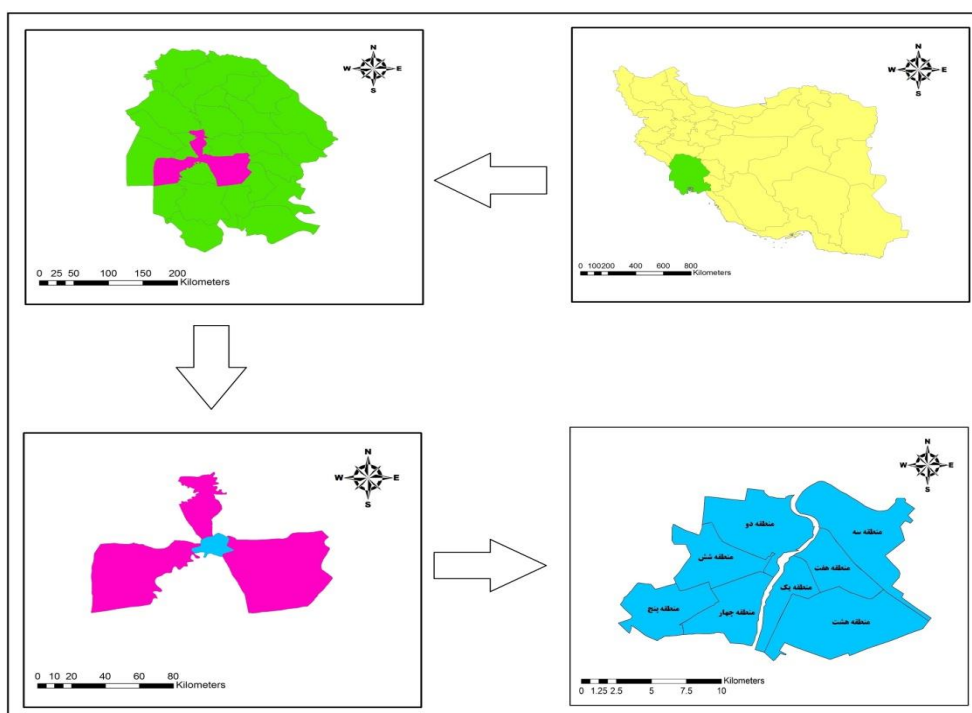
Meshkini et al., 2024 در مقاله‌ای با عنوان «بررسی احساس امنیت زنان در فضاهای شهری: نمونه موردی منطقه ۵ و ۲ شیراز» به این نتیجه رسیدند که منطقه ۵ نسبت به منطقه ۲ از نظر ابعاد اجتماعی، کالبدی و روان‌شناختی شرایط بهتری دارد و بانوان احساس امنیت بیشتری دارند. همچنین نتایج حاکی از آن است که ابعاد اجتماعی، کالبدی و روان‌شناختی با یکدیگر رابطه مستقیمی دارند، به عبارتی این ابعاد با احساس امنیت بانوان در فضاهای عمومی شهری نیز رابطه مستقیم دارد یعنی هرچه شاخص‌های این ابعاد افزایش یابد سبب ایجاد احساس امنیت بیشتری در بانوان می‌گردد Kullmann, 2018. در مقاله‌ای با عنوان «طراحی فضای شهری چندگانه نظریه شبکه بر روی چندگانگی و ثبات فضای عمومی» به این نتیجه رسید که نظریه بازیگر شبکه به‌منظور شناسایی راه‌های مختلف تولید فعالیت‌های چند کاربر در یک محیط ساخته شده تکمیل شد. داده‌های مربوط به رفتار کاربر با مشاهدات مصاحبه‌های کوتاه و پرسشنامه از خیابان فورتون، خیابان پارک و بازار پادشاه کینگستون هر دو در لندن جمع‌آوری شد و در نتیجه تأیید کرد که فضاهای عمومی با توجه به محدوده شهری خود دارای استراتژی‌های شبکه‌ای متفاوت هستند. Filomena et al., 2019 پژوهش‌های انجام گرفته در زمینه تصویر ذهنی یا به صورت کلی به مطالعه‌ی تصویر ذهنی پرداخته‌اند و یا هر یک تصویر ذهنی را در ارتباط با حوزه و عناصری خاص مورد مطالعه قرار داده‌اند، مطالعه‌ی انجام گرفته تصویر ذهنی را در ارتباط با ساختار شهر و سیستم اطلاعات جغرافیایی مورد مطالعه قرار داده است Sonmez & Onder, 2019 تصویر ذهنی را در ارتباط با مسیر و جهت یابی در شهر مورد کنکاش قرار می‌دهد و تأثیر تصویر ذهنی بر جهت یابی شهر را مورد مطالعه قرار می‌دهد

مواد و روش تحقیق

تحقیق حاضر به لحاظ هدف، کاربردی و از لحاظ ماهیت و روش، توصیفی - تحلیلی پیمایشی می‌باشد. اطلاعات و داده‌های مورد نیاز از طریق روش کتابخانه‌ای و میدانی جمع‌آوری شده است. در شیوه کتابخانه‌ای ابتدا به‌منظور بررسی سوابق و پیشینه موضوع و تبیین چارچوب نظری - مفهومی پژوهش، کتب مقالات و پایان‌نامه‌های موجود مورد مطالعه قرار گرفته است. در مطالعات میدانی نیز با استفاده از پرسشنامه داده‌های مورد نیاز تحقیق جمع‌آوری می‌شود. جامعه آماری پژوهش حاضر را زنان بالای ۱۸ سال ساکن شهر اهواز تشکیل می‌دهند که تعداد آن‌ها طبق سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۹۵، ۳۸۱۲۹۴ نفر بوده است. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران، ۳۸۴ نمونه تعیین گردید. شیوه نمونه‌گیری نیز به صورت تصادفی انتخاب گردید. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از روش چندمعیاره SECA در نرم افزار LINGO صورت گرفته است.

محدوده مورد مطالعه

اهواز، مرکز استان خوزستان یکی از کلان‌شهرهای ایران است. این شهر که در بخش مرکزی شهرستان اهواز و در محدوده جغرافیایی ۳۱ درجه و ۲۰ دقیقه عرض شمالی از خط استوا و ۴۸ درجه و ۴۰ دقیقه طول شرقی از نصف‌النهار گرینویچ قرار دارد، استان خوزستان از دو ناحیه عمده کوهستانی و جلگه‌ای تشکیل شده است. شهر اهواز در ناحیه جلگه‌ای خوزستان واقع شده است که بخش عمده آن از آبرفت‌های رودهای کارون، کرخه و جراحی به وجود آمده است. شهر اهواز از سمت شمال به شهرهای شیبان، ویس، ملاثانی، شوشتر، دزفول و شوش؛ از شرق به شهرستان رامهرمز؛ از غرب به شهر حمیدیه و دشت آزادگان و از سمت جنوب به شهرهای شادگان، بندر ماهشهر، خرمشهر و آبادان محدود می‌گردد. مساحت شهر اهواز ۲۰۴۷۷ هکتار است که ۶۹۲۳ هکتار آن را بافت شهری تشکیل می‌دهد و همچنین چهارمین شهر وسیع ایران پس از تهران، مشهد و تبریز می‌باشد. این شهر در بخش جلگه‌ای با ارتفاع ۱۸ متر از سطح دریا واقع می‌باشد (Goodarzi., & Hajipour, 2018).



شکل ۱- محدوده مورد مطالعه منبع: (استاندارد خوزستان، ۱۴۰۳؛ ترسیم: نگارندگان)

بحث و ارائه یافته‌ها

روش SECA از تکنیک‌های جدید تصمیم‌گیری چند معیاره می‌باشد که هدف آن رتبه‌بندی گزینه‌های پژوهش است. تفاوت آن با بقیه روش‌ها این است که در روش‌های مشابه که رتبه‌بندی گزینه نیز انجام می‌دهند وزن معیارها با روش ثانویه دیگری اول محاسبه شده و سپس به‌عنوان ورودی به این روش‌ها داده می‌شود اما در روش SECA هم وزن معیار و هم رتبه‌بندی گزینه‌ها باهم صورت می‌گیرد؛ که این باعث ایجاد دقت بیشتر و نتایج بهتر در محاسبات می‌شود؛ از طرفی ورودی این روش هم معیارهای کیفی و هم کمی را شامل می‌شود که این مورد نیز انعطاف‌پذیری این روش را افزایش می‌دهد. در این بخش با استفاده از روش SECA به رتبه‌بندی ۱۰ تا از مکان‌های خرید و گردشگری شهر اهواز بر اساس ۵ معیار شامل (کالبدی و عملکردی، ساختاری و فضایی، طبیعی، اجتماعی و فرهنگی و اقتصادی) پرداخته می‌شود.

گام اول: تشکیل ماتریس تصمیم

اولین گام در روش SECA تشکیل ماتریس تصمیم می‌باشد. ماتریس تصمیم این روش یک ماتریس سطری-ستونی می‌باشد که سطرها را ۱۰ گزینه پژوهش و ستون‌ها را ۵ معیار تشکیل می‌دهند. ماتریس تصمیم در جدول ۱ آورده شده است.

جدول ۱- ماتریس تصمیم

	C1	C2	C3	C4	C5
A1	۳۴,۹۸۶۹	۲۳۴۴۶	۱۱,۶	۱,۳۸۲۲	۲۰۸۴
A2	۲۵,۱۱۹۸	۲۳۰۳۶	۱۹,۸	۱,۱۶۳	۱۳۹۶
A3	۲۳,۳۰۶۸	۲۱۹۹,۲	۲۰,۵	۱,۴۱۷۲	۱۲۱۸
A4	۲۷,۱۶۵۷	۲۱۶۰,۹	۱۸,۴	۱,۴۴۵۵	۱۷۶۱
A5	۲۷,۹۱۹۶	۲۱۵۶	۱۶,۸	۱,۱۳۲	۱۵۷۶
A6	۲۷,۵۵۵	۲۱۴۸	۱۷,۲	۱,۷۵۸	۱۱۶۷
A7	۶۳,۹۴۴۴	۱۶۴۶	۲۷,۸	۱,۳۸۲۲	۷
A8	۵۲,۴۹۸۲	۲۰۰۰,۶	۱۲	۲,۴۸۷۱	۱۳۵۶
A9	۳۶,۴۸۵۹	۲۱۹۶	۲۶,۹	۱,۳۴۸۷	۲۱
A10	۵۳,۸۷۳۸	۱۸۰۰,۹	۱۳,۹	۲,۶۲۶۷	۱۰۷۰

منبع: (یافته‌های پژوهش)

گام دوم: نرمال‌سازی ماتریس تصمیم

در این بخش معیارها نرمال‌سازی می‌شوند. در این پژوهش معیارهای C2 و C5 ماهیت مثبت و مابقی معیارها ماهیت منفی دارند. ماتریس نرمال در جدول ۲ آورده شده است.

جدول ۲- ماتریس نرمال

	C1	C2	C3	C4	C5
A1	۰,۶۶۶	۱,۰۰۰	۱,۰۰۰	۰,۸۱۹	۱,۰۰۰
A2	۰,۹۲۸	۰,۹۸۳	۰,۵۸۶	۰,۹۷۳	۰,۶۷۰
A3	۱,۰۰۰	۰,۹۳۸	۰,۵۶۶	۰,۷۹۹	۰,۵۸۴
A4	۰,۸۵۸	۰,۹۲۲	۰,۶۳۰	۰,۷۸۳	۰,۸۴۵
A5	۰,۸۳۵	۰,۹۲۰	۰,۶۹۰	۱,۰۰۰	۰,۷۵۶
A6	۰,۸۴۶	۰,۹۱۶	۰,۶۷۴	۰,۶۴۴	۰,۵۶۰
A7	۰,۳۶۴	۰,۷۰۲	۰,۴۱۷	۰,۸۱۹	۰,۰۰۳
A8	۰,۴۴۴	۰,۸۵۳	۰,۹۶۷	۰,۴۵۵	۰,۶۵۱
A9	۰,۶۳۹	۰,۹۳۷	۰,۴۳۱	۰,۸۳۹	۰,۰۱۰
A10	۰,۴۳۳	۰,۷۶۸	۰,۸۳۵	۰,۴۳۱	۰,۵۱۳

منبع: (یافته‌های پژوهش)

گام سوم: تعیین مقدار π_j

در این بخش میزان اختلاف همبستگی یک معیار با دیگر معیارها محاسبه می‌شود. بر این اساس ابتدا باید r_{jl} که همبستگی بین معیارها می‌باشد را محاسبه کرد و سپس بر اساس مقدار همبستگی هر معیار از عدد ۱ کم می‌شود سپس درایه‌ها به صورت سطری جمع می‌شوند که نتایج در جدول ۳ آورده شده است.

جدول ۳- مقادیر π_j

	C1	C2	C3	C4	C5	π_j
C1	۰	۰,۲۳۲	۱,۲۰۸	۰,۴۴۲	۰,۵۴۸	۲,۴۲۹
C2	۰,۲۳۲	۰	۰,۸۳۵	۰,۵۲۶	۰,۴۳۱	۲,۰۲۳
C3	۱,۲۰۸	۰,۸۳۵	۰	۱,۵۰۹	۰,۲۸۹	۳,۸۴۱

	C1	C2	C3	C4	C5	π_j
C4	۰,۴۴۲	۰,۵۲۶	۱,۵۰۹	۰	۰,۹۷۳	۳,۴۴۹
C5	۰,۵۴۸	۰,۴۳۱	۰,۲۸۹	۰,۹۷۳	۰	۲,۲۴۲

منبع: (یافته‌های پژوهش)

گام چهارم: تعیین مقادیر نرمال π_j و σ_j

در این بخش مقادیر نرمال π_j و σ_j محاسبه می‌شود. مقدار π_j در مرحله قبل محاسبه شد که برای نرمال‌سازی آن باید هر π_j را بر جمع کل π_j ها تقسیم کرد تا مقادیر نرمال حاصل شود. برای مقدار نرمال σ_j نیز باید ابتدا مقدار σ_j که همان انحراف معیار می‌شود را محاسبه کرد. جهت نرمال‌سازی آن هر σ_j بر جمع کل σ_j ها تقسیم می‌شود. نتایج در جدول ۴ آورده شده است.

جدول ۴- مقادیر π_j و σ_j نرمال

	σ_j نرمال	π_j نرمال
C1	۰,۲۱۸۰	۰,۱۷۳۷
C2	۰,۰۹۰۳	۰,۱۴۴۷
C3	۰,۱۹۳۷	۰,۲۷۴۷
C4	۰,۱۸۵۳	۰,۲۴۶۷
C5	۰,۳۱۲۸	۰,۱۶۰۳

منبع: (یافته‌های پژوهش)

گام پنجم: تشکیل مدل بهینه‌سازی و حل آن

در این بخش با استفاده از مدل، در واقع یک مدل بهینه‌سازی غیرخطی تشکیل و توسط نرم افزار Lingo حل می‌گردد. در این مدل به ازای مقادیر β از ۰,۱ تا ۰,۶ مدل اجرا شده است و در هر بار اجرا، وزن معیارها و امتیاز گزینه‌ها حاصل شده است که مقادیر وزن معیارها (W) و امتیاز گزینه‌ها (A) به ترتیب در جداول ۵ و ۶ به ازای مقادیر مختلف β آورده شده است.

جدول ۵- وزن معیارها به ازای مقادیر مختلف β

	β										
	۰,۱	۰,۲	۰,۳	۰,۴	۰,۵	۱	۲	۳	۴	۵	۶
C1	۰,۰۰۱۰	۰,۰۰۴۲	۰,۰۸۶۴	۰,۱۲۴۴	۰,۱۴۲۸	۰,۱۷۱۶	۰,۱۸۳۷	۰,۱۸۷۷	۰,۱۸۹۸	۰,۱۹۱۰	۰,۱۹۱۸
C2	۰,۴۳۸۶	۰,۳۴۶۸	۰,۲۸۸۸	۰,۲۵۶۸	۰,۲۳۳۲	۰,۱۷۷۷	۰,۱۴۷۶	۰,۱۳۷۶	۰,۱۳۳۵	۰,۱۲۹۶	۰,۱۲۷۵
C3	۰,۲۳۳۷	۰,۲۸۲۶	۰,۲۶۸۶	۰,۲۵۳۱	۰,۲۳۱۸	۰,۲۲۳۲	۰,۲۲۸۷	۰,۲۳۰۵	۰,۲۳۱۴	۰,۲۳۲۰	۰,۲۳۳۴
C4	۰,۳۲۶۷	۰,۳۶۵۵	۰,۳۵۵۲	۰,۳۵۴۰	۰,۳۵۸۸	۰,۳۰۵۵	۰,۲۶۰۷	۰,۲۴۵۸	۰,۲۳۸۴	۰,۲۳۳۹	۰,۲۳۰۹
C5	۰,۰۰۱۰	۰,۰۰۱۰	۰,۰۰۱۰	۰,۰۱۱۸	۰,۰۳۳۵	۰,۱۲۲۰	۰,۱۷۹۳	۰,۱۹۸۴	۰,۲۰۷۹	۰,۲۱۳۶	۰,۲۱۷۴

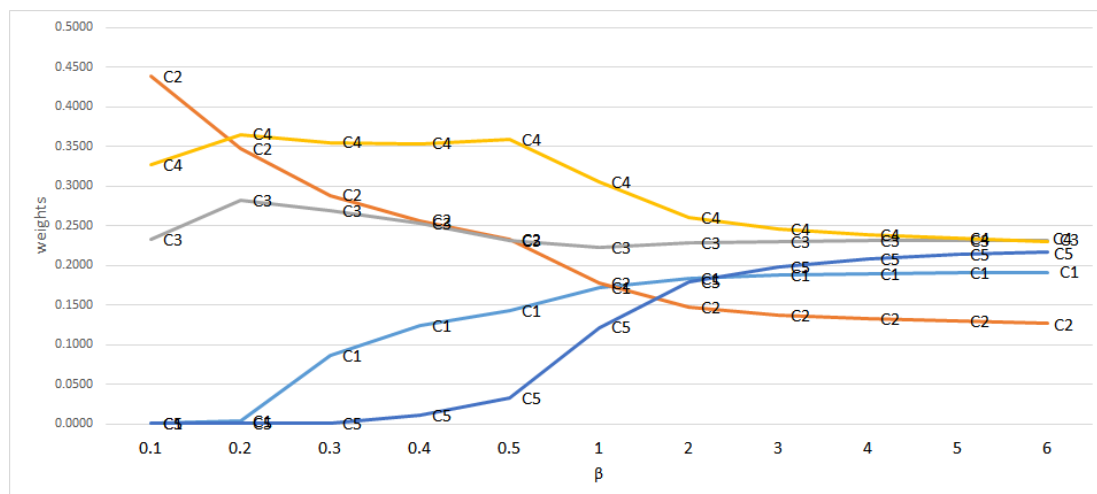
جدول ۶- امتیاز گزینه‌ها به ازای مقادیر مختلف β

	β										
	۰,۱	۰,۲	۰,۳	۰,۴	۰,۵	۱	۲	۳	۴	۵	۶
A1	۰,۸۹۲۴	۰,۸۸۳۷	۰,۸۷۹۱	۰,۸۷۷۶	۰,۸۷۷۸	۰,۸۵۸۵	۰,۸۴۳۲	۰,۸۳۸۲	۰,۸۳۵۶	۰,۸۳۴۱	۰,۸۳۳۱
A2	۰,۹۴۰۵	۰,۹۳۲۵	۰,۹۰۶۹	۰,۸۹۴۴	۰,۸۸۷۴	۰,۸۸۷۴	۰,۸۹۱۵	۰,۸۹۲۸	۰,۸۹۳۵	۰,۸۹۳۹	۰,۸۹۴۲
A3	۰,۸۰۵۷	۰,۷۸۲۰	۰,۷۹۳۷	۰,۷۹۸۲	۰,۷۹۸۹	۰,۷۸۰۰	۰,۷۶۴۶	۰,۷۵۹۵	۰,۷۵۶۹	۰,۷۵۵۴	۰,۷۵۴۴
A4	۰,۸۸۷۰	۰,۸۶۶۶	۰,۸۶۷۸	۰,۸۶۸۵	۰,۸۶۹۱	۰,۸۴۳۷	۰,۸۲۳۴	۰,۸۱۶۶	۰,۸۱۳۲	۰,۸۱۱۲	۰,۸۰۹۸
A5	۰,۸۰۸۵	۰,۷۸۸۳	۰,۷۸۸۶	۰,۷۹۰۰	۰,۷۹۳۷	۰,۷۹۴۰	۰,۷۹۳۴	۰,۷۹۳۲	۰,۷۹۳۱	۰,۷۹۳۱	۰,۷۹۳۰
A6	۰,۷۷۰۴	۰,۷۴۷۶	۰,۷۴۸۰	۰,۷۴۵۶	۰,۷۴۰۴	۰,۷۲۳۴	۰,۷۱۳۱	۰,۷۰۹۶	۰,۷۰۷۹	۰,۷۰۶۸	۰,۷۰۶۱

A7	۰,۶۷۲۹	۰,۶۶۲۱	۰,۶۳۷۱	۰,۶۲۱۰	۰,۶۰۶۳	۰,۵۳۰۸	۰,۴۷۹۹	۰,۴۶۲۹	۰,۴۵۴۵	۰,۴۴۹۴	۰,۴۴۶۰
A8	۰,۷۴۸۹	۰,۷۳۷۹	۰,۷۰۶۷	۰,۶۸۷۷	۰,۶۷۱۵	۰,۶۶۲۰	۰,۶۶۳۹	۰,۶۶۴۶	۰,۶۶۴۹	۰,۶۶۵۱	۰,۶۶۵۲
A9	۰,۷۸۶۰	۰,۷۵۶۰	۰,۷۳۹۶	۰,۷۲۶۳	۰,۷۱۱۰	۰,۶۲۹۹	۰,۵۷۴۸	۰,۵۵۶۴	۰,۵۴۷۳	۰,۵۴۱۸	۰,۵۳۸۱
A10	۰,۶۷۲۹	۰,۶۶۲۱	۰,۶۳۷۱	۰,۶۲۱۰	۰,۶۰۶۳	۰,۵۹۱۴	۰,۵۸۸۲	۰,۵۸۷۱	۰,۵۸۶۶	۰,۵۸۶۳	۰,۵۸۶۱

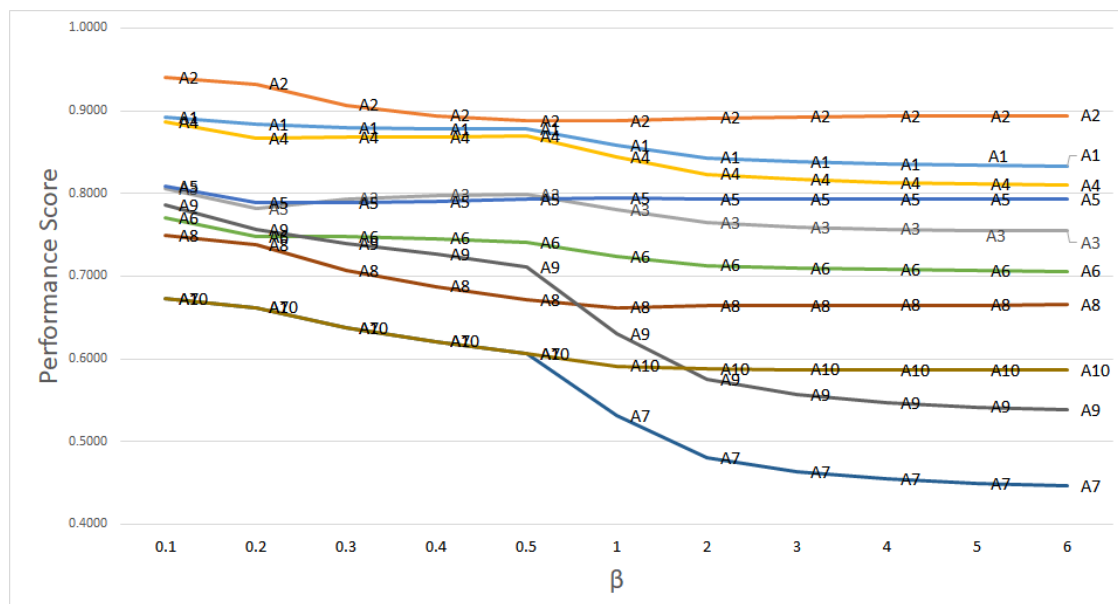
منبع: (یافته‌های پژوهش)

به صورت شماتیک نیز در شکل‌های ۲ و ۳ وزن معیارها و امتیازها آورده شده است. همانطور که هم جداول و هم نمودارها نشان می‌دهد از مقادیر $\beta > 5$ نمودارها همگرا شده‌اند و تغییرات زیادی ندارند؛ پس می‌توان $\beta = 5$ را مقدار همگرا شده در نظر گرفت که وزن معیارها و امتیازها در این مقدار برای مساله ثابت می‌باشد.



شکل ۲- تغییرات وزن معیارها به ازای مقادیر مختلف β

منبع: (یافته‌های پژوهش)



شکل ۳- تغییرات امتیاز گزینه‌ها به ازای مقادیر مختلف β

منبع: (یافته‌های پژوهش)

همان‌طور که از نتایج روش SECA مشخص شد در $\beta = 5$ وزن معیارها و امتیاز گزینه‌ها محاسبه شده است که در جدول ۷ آورده شده است. بر این اساس در بین ۱۰ تا از کانون‌های خرید و گردشگری در شهر اهواز، سیتی سنتر مهزیار رتبه اول، بازار امام خمینی رتبه دوم و مرکز خرید برج رتبه سوم را کسب کرده است.

جدول ۷- وزن معیارها و امتیاز گزینه‌ها

رتبه گزینه	امتیاز گزینه	نام گزینه	کد گزینه	وزن معیار	نام معیار	کد معیار
۲	۰.۸۳۴۱	بازار امام خمینی	A1	۰.۱۹۱۰	کالبدی و عملکردی	C1
۱	۰.۸۹۳۹	سیتی سنتر مهزیار	A2	۰.۱۲۹۶	ساختاری و فضایی	C2
۵	۰.۷۵۵۴	مرکز خرید کارون	A3	۰.۲۳۲۰	طبیعی	C3
۳	۰.۸۱۱۲	مرکز خرید برج	A4	۰.۲۳۳۹	اجتماعی و فرهنگی	C4
۴	۰.۷۹۳۱	بازار امام رضا	A5	۰.۲۱۳۶	اقتصادی	C5
۶	۰.۷۰۶۸	پل طبیعت	A6			
۱۰	۰.۴۴۹۴	آبشار مصنوعی اهواز	A7			
۷	۰.۶۶۵۱	پارک جزیره	A8			
۹	۰.۵۴۱۸	موزه هنرهای معاصر	A9			
۸	۰.۵۸۶۳	خانه مایار	A10			

منبع: (یافته‌های پژوهش)

نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادها

فضاهای شهری مطلوب برای زنان که نقش بسزایی بر حیات مدنی و اجتماعی زندگی شهری دارند. طراحان و برنامه ریزان شهری باید در خلق مکان‌های مطلوب برای حضور همه اقشار از جمله زنان تلاش کنند. اگر زنان به دلایل محدود کننده در فضاهای شهری حضور نداشته باشند و نقش آن‌ها کم‌رنگ شود، در تربیت نسل آینده و پویایی شهر تأثیر منفی خواهد داشت. شهر منزلگاه گروه‌های مختلف مردم است و تنها با درک تصاویری که گروه‌ها و افراد مختلف شهر از سیمای آن در ذهن دارند و رابطه آن‌ها، محیطی دلپذیر می‌تواند به وجود آید؛ که همه از زندگی در آن خرسند باشند. این نکته بیانگر این است که تصویر هر محیط تنها حاصل از تأثیر مظاهر بیرونی آن محیط بر ذهن ناظر نیست، بلکه تصور ناظر نیز، در ایجاد آن سهمی مؤثر دارد. از آنجاکه شهر مورد استفاده گروه‌های مختلف مردم قرار می‌گیرد، باید پذیرفت که درک تصاویری که از سیمای آن، گروه‌های اصلی جامعه در ذهن دارند، حائز اهمیت فراوان است. شهر به‌عنوان موجودی زنده و پویا می‌تواند نقش مهمی را در برآوردن نیازهای روانی و ذهنی افراد ایفا نماید؛ بنابراین هراندازه محیط شهری با تصورات و ذهنیت شهروندان تطابق داشته باشد آن از حضور در اماکن مختلف شهر احساس لذت می‌نماید بنابراین شناسایی معیارهایی که بر شکل‌گیری ذهنیت شهروندان و بالأخص زنان که بیشتر در اماکن شهری رفت‌وآمد دارند از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. در همین راستا هدف این پژوهش تعیین معیارهای مؤثر بر شکل‌گیری تصویر ذهنی زنان از فضای شهری مطلوب در شهر اهواز بود. این پژوهش از نوع کاربردی و روش پژوهش توصیفی-پیمایشی است. در این پژوهش از مدل SECA استفاده شده است. در این روش ۵ گام را بررسی کردیم. در گام اول تشکیل ماتریس تصمیم‌گیری با استفاده از نظر خبرگان تشکیل دادیم. بعد در گام دوم معیارها نرمال سازی می‌شوند. در گام سوم تعیین مقدار π_j صورت می‌گیرد. در این بخش میزان اختلاف همبستگی یک معیار با دیگر معیارها محاسبه می‌شود. بر این اساس ابتدا باید π_{jl} که همبستگی بین معیارها می‌باشد را محاسبه کرد و سپس بر اساس مقدار همبستگی هر معیار از عدد ۱ کم می‌شود سپس درایه‌ها به صورت سطری جمع می‌شوند. در گام چهارم تعیین مقادیر نرمال σ_j و π_j می‌باشد در این بخش مقادیر نرمال π_j و σ_j محاسبه می‌شود. مقدار π_j در مرحله قبل محاسبه شد که برای نرمال‌سازی آن باید هر π_j را بر جمع کل π_j ها تقسیم کرد تا مقادیر نرمال حاصل شود. برای مقدار نرمال σ_j نیز باید ابتدا مقدار σ_j که همان انحراف معیار می‌شود را محاسبه کرد. جهت نرمال سازی آن هر σ_j بر جمع کل σ_j ها تقسیم می‌شود. در گام پنجم با استفاده از تشکیل مدل بهینه‌سازی و حل آن، در این بخش با استفاده از مدل، در واقع یک مدل بهینه‌سازی غیرخطی تشکیل و

توسط نرم افزار Lingo حل می‌گردد. در این مدل به ازای مقادیر β از ۰.۱ تا ۰.۶ مدل اجرا شده است و در هربار اجرا، وزن معیارها و امتیاز گزینه‌ها حاصل شده است که مقادیر وزن معیارها (W) و امتیاز گزینه‌ها (A) به ترتیب به ازای مقادیر مختلف β آورده شده است. در این پژوهش به رتبه‌بندی ۱۰ تا از مکان‌های خرید و گردشگری شهر اهواز بر اساس ۵ معیار شامل (کالبدی و عملکردی، ساختاری و فضایی، طبیعی، اجتماعی و فرهنگی و اقتصادی) پرداخته شد. نتایج پژوهش نشان داد که ۱۰ عامل بر معیارهای شکل‌گیری تصویر ذهنی زنان از فضای شهری مطلوب (مطالعه موردی: شهر اهواز) تأثیرگذار بودند که از این معیارهای کانون‌های خرید و گردشگری در شهر اهواز، سیتی سنتر مه‌زیار رتبه اول، بازار امام خمینی رتبه دوم و مرکز خرید برج رتبه سوم را کسب کرده است. نتایج این پژوهش با یافته‌های پژوهش‌های (Vahidbafandeh & Imani, 2022; Shojaeivand et al., 2022; Hajiahmadi Hamedani, 2018; Rahimi et al., 2018; Shamloo, 2033; Kullmann, 2018; Meshkini et al., 2024; Filomena et al., 2019; Sonmez & Onder, 2019) همسو است.

References

1. Abbas Zadehgan, M. (2005). Socio-Psychological Dimensions in Urban Spaces, International Journal of Engineering Sciences, University of Science and Technology, 16(1), 68-69. [In Persian]
2. Brook, I. (2018). The Aesthetic Appreciation of Landscape. In book: The Routledge Companion to Landscape Studies, <http://dx.doi.org/10.4324/9781315195063-3>.
3. Fairclough, G., Sarlöv Herlin, I. & Swanwick, C. (2018). Routledge Handbook of Landscape Character Assessment. London: Routledge.
4. Fairclough, G., Sarlöv Herlin, I. & Swanwick, C. (2018). Routledge Handbook of Landscape Character Assessment. London: Routledge.
5. Filomena, G., Verstegen, J. A., & Manley, E. (2019). A computational approach to The Image of the City. Cities, 89, 14-25. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2019.01.006>
6. Gerber, J. D., & Hess, G. (2017). From landscape resources to landscape commons: Focusing on the nonutility values of landscape. International Journal of the Commons, 11(2), 708-732.
7. Gerber, J. D., & Hess, G. (2017). From landscape resources to landscape commons: Focussing on the nonutility values of landscape. International Journal of the Commons, 11(2), 708-732.
8. Goodarzi, M., & Hajipour, N. (2018). A Comparative Analysis of Distribution of Selected Urban Health Indices in Ahvaz Metropolis. GEOGRAPHICAL URBAN PLANNING RESEARCH (GUPR), 6(4), 769-790. doi: 10.22059/jurbangeo.2018.261127.933 [In Persian]
9. Habibi, K., Rahimi Kaka Jobb, A., Abdi, M.H., & Ahmadi, T. (2013). Securing Urban Public Spaces to Increase Women's Attendance, Case Study: Ferdowsi Avenue, Sanandaj. Shahrgarar, 12(62), 62-93. [In Persian]
10. Hajiahmadi Hamedani, A., Majedi, H., & Jahanshahloo, L. (2018). Effective criteria on the formation of women's image from favorable urban space (Case study: Tehran City). MOTALEATE SHAHRI, 7(28), 3-16. doi: 10.34785/J011.2018.012 [In Persian]
11. Kaymaz, I. (2012). Landscape Perception. Ankara: InTech.
12. Khanlari, R., & Mohammad Ali lavasani, Z. (2020). Investigating the effects of vitality of urban spaces on the formation of citizens' mental image with urban photography technique (Hassan Abad Square, Tehran). JOURNAL OF URBAN DEVELOPMENT AND ARCHITECTURE - ENVIRONMENT IDENTITY (JUDA-EI), 1(1), 79-91. [In Persian]
13. Kullmann, K. (2018). Design with (human) nature: recovering the creative instrumentality of social data in urban design. Journal of Urban Design, 24(2), 165-182. <https://doi.org/10.1080/13574809.2018.1433530>
14. Maddi, O.A., Shamsoddini, A., & Jahangir, S. (2024). Explaining The Physical-Spatial Structure of Urban Neighborhoods on The Behavior Patterns of Pedestrian (Bagh Faiz Neighborhood - District 5 of Tehran Municipality). Journal of Urban Environmental Planning and Development, 4(13), 31-52. <https://sanad.iau.ir/Journal/juep/Article/1107398> [In Persian]
15. Memlük, M. (2014). Urban Landscape Design. In: M. Ozyavuz (ed.), Landscape Planning. Rijeka: InTech, pp. 227-298.
16. Meshkini, A., Alipour, S., Sahraeian, S., & Saeedi, S. (2024). Investigating Women's Sense of Security in Urban Public Spaces: a Case Study of Districts 5 & 2 of Shiraz. Journal of Urban Environmental Planning and Development, 3(12), 310-352. <https://doi.org/10.30495/juepd.2023.1986202.1203> [In Persian]

17. Mohamadi, A., & Miles, R. (2014). Toward more inclusive public spaces: Learning from the everyday experiences of Muslim Arab women in New York City. *Environment and Planning A*, 46(8), 5-14. <http://dx.doi.org/10.1068/a46292>
18. Naghdy, A. (2011). *Man and City*, Sociology and Urban Planning, University of Buenos Aires Publications, First Edition. [In Persian]
19. Nishimura, K. (2019). The Aesthetic Appreciation of Landscape. In A. Verissimo Serrao & M. Reker (Ed.), *Philosophy of Landscape: Think, Walk, Act*. Lisbon: Center fo philosophy.
20. Rahimi, A., Vaezi, M., Mohamadi, H., & Bakooiyi, M. (2018). Evaluation of Gender Justice in Urban Public Spaces (A Case Study: Tabriz City Center). *QUARTERLY JOURNAL OF WOMAN AND SOCIETY*, 9(35), 219-244. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.20088566.1397.9.35.10.8>[In Persian]
21. Salehi, N., Davodpour, Z., & Khastu, M. (2023). Developing a conceptual model of mental image in large shopping centers of Tehran (case example: Iran Mall, Son Center, Sarai Delgosha). *Sustainable Urban Development Quarterly*, 4(13), 79-103. [In Persian]
22. Shojaeivand, B., Rostaei, S., & Asgari Zamani, A. (2022). Spatial Representation and Production and Reproduction of the Mental Image: Lefebvre's Trialectic Approach. *JOURNAL OF ARID REGIONS GEOGRAPHIC STUDIES*, 9(33), 1-19. [In Persian]
23. Smith, M. (2007), *Tourism, Culture and Regeneration*, UK, Oxford, Cabi Press.
24. Sönmez, B. E., & Önder, D. E. (2019). The influence of GPS-based navigation systems on perception and image formation: A case study in urban environments. *Cities*, 86, 102-112. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2018.12.018>
25. Sweet, E.L., & Escalante, S.O. (2015). Bringing bodies into planning: Visceral methods, fear and gender violence. *Urban Studies*, 52 (10), 1826- 1845. <http://dx.doi.org/10.1177/0042098014541157>
26. Vahid Bafandeh, M., Vahid Bafandeh, M., & Imani Shamloo, J. (2023). Identifying the Dimensions and Components Affecting the Formation of Desirable Urban Spaces for Women by Using the Meta-Analysis Method. *WOMAN IN DEVELOPMENT & POLITICS*, 21(4), 975-998. doi: 10.22059/jwdp.2023.355914.1008320[In Persian]
27. Vahidbafandeh, M., & Imani Shamloo, J. (2023). Explaining the dimensions and components affecting the formation of the mental image of cities by using the tool of systematic review and meta-analysis. *URBAN PLANNING KNOWLEDGE*, 7(3), 108-131. doi: 10.22124/upk.2023.23593.1829[In Persian]
28. Watmann, F. M., Frick, J., Kienast, F., & Hunziker, M. (2021). Factors influencing visual landscape quality perceived by the public. Results from a national survey. *Landscape and Urban Planning*, (208), 1-10.
29. Watmann, F.M., Frick, J., Kienast, F., & Hunziker, M. (2021). Factors influencing visual landscape quality perceived by the public. Results from a national survey. *Landscape and urban planning*. 208(16), 1-100. <http://dx.doi.org/10.1016/j.landurbplan.2020.104024>

