

## عنوان مقاله:

زن، کالای معاصر فضاهای شهری امریکا

## محل انتشار:

همایش بین المللی زنان و زندگی شهری (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

## نویسنده:

علی طهرانچی - کارشناس ارشد رشته طراحی شهری دانشگاه علوم و تحقیقات تهران

## خلاصه مقاله:

انگیزه راهیابی در این پژوهش، بدنبال چرایی فرآیند تنزل یافتن جایگاه و ارزش شامخ زن، در فضاهای شهری معاصر امریکا می گردد. روح سرمایه داری به سبب آن ترویج مصرف گرایی باعث هم ارزشی و یکسانی بین کالا و زن شده است. ازاین رو به جنس زن مانند کالا نگریده می شود. روش تحقیق کیفی و با رویکرد آسیب شناسی به این موضوع پرداخته است. با مطالعه اسناد و مدارک مستند و مستدل کتابخانه ای سعی در کشف مولفه های موثر در پدیدار شدن این نحله فکری را دارد. دستاوردها و یافته های این پژوهش حاکی از خلا شش محور زیر در طراحی فضاهای شهری امریکا است: 1- عدم هدایتگری و نگاه به تکامل انسانیت 2- دیده نشدن کرامت انسانی در فضا 3- کالایی شدن عنصر فضا 4- عدم احیا شخصیت زن 5- تمایل و تفهیم فضا به لذت جویی، پرسه زنی و غریبگی 6- جنسیتی شدن هویت شهر. تبلور پارادایم دهکده جهانی توسط امریکا به عنوان منبع تولید و توسعه تغییر فرهنگ ها، باورها و سبک زندگی قصد دارد در رخنه کردن و فروپاشی لایه های پایه ای و ریشه ای انسانیت در جهان اسلام گام بردارد. بر همین اساس بر اضمحلال دو محور- هدف خود می کوشد: 1- زن، بستر تجلی حقیقت انسانیت 2- شهر مرکز تعاملات، رخداد ها و برخوردهای اجتماعی. به بیانی دیگر اگر زن را نمادی از زمین بیندازیم یعنی دامن پرورش یافتگی انسان، و از سویی شهر را هم پیوند با آن معرفی کنیم، بنابراین بذر و نطفه گسترش فضاهای شهری معاصر امریکا نمی تواند الگویی موفق و موثر برای سرمنزل مقصود و مدینه فاضله شهرهای ایرانی-اسلامی باشد. چراکه فرجام نگرش زندگی دنیوی در تقابل با زندگی اخروی است.

## کلمات کلیدی:

تنزل یافتن ارزش زن، شهرهای معاصر امریکا، احیا شخصیت زن، پارادایم دهکده جهانی، زن در شهرهای ایرانی- اسلامی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/593957>

