



<https://jrl.ui.ac.ir/?lang=en>

**Journal of Research in Linguistics**

E-ISSN: 2322-3413

18(3), 41-58

Received: 14.11.2025 Accepted: 27.12.2025

**Research Paper**

## **Intersectionality of Gender and Place in the Linguistic Landscapes of Tehran**

**Ali Reza Gholi Famian\*** 

Associate professor of Linguistics, Department of Linguistics, Faculty of Foreign Languages and Literature, Payame Noor University, Tehran, Iran  
famianali@pnu.ac.ir

### **Abstract**

This study explored the relationship between gender and place within the linguistic landscape of Tehran. Linguistic signs were photographed in 3 neighborhoods—Tajrish, Haft-e Tir, and Khazaneh—and subsequently described and classified based on the use of gendered terms. Approximately 10% of the linguistic elements examined reflect the variable of gender. The prevalence of gendered signs varied across the neighborhoods with Haft-e Tir and Khazaneh exhibiting the highest and lowest frequencies, respectively. Qualitatively, a clear distinction emerged in the representation of masculine and feminine gender. In southern Tehran, gendered linguistic signs predominantly suggested a masculine influence, whereas northern and central neighborhoods featured a more pronounced presence of feminine signs. These disparities highlighted the significant role of place in representing gender within public spaces, suggesting a profound interplay between the variables of gender and location. Data analysis, which focused on 4 indicators—onomastics, linguistic diversity, agency, and territorialization—alongside a reflection on linguistic signs through the lens of women's empowerment theory, indicated that women in the northern and central neighborhoods of Tehran (Tajrish and Haft-e Tir) had achieved substantial social and economic empowerment. Conversely, in the southern region, women's activities were more constrained and primarily confined to ritual and traditional roles. The findings not only provided a comprehensive depiction of the linguistic landscape, but also elucidated the processes of women's empowerment and social development across different areas of Tehran.

**Keywords:** Gender, Place, Women's Empowerment, Linguistic Landscape, Tehran.

### **Introduction**

Gender and place are two non-linguistic variables that significantly influence language forms and the speakers' linguistic behaviors in diverse ways. Gender, fundamentally a social variable, is typically represented in a binary format of female and male. Similarly, place is a non-linguistic variable that intersects with other factors, such as economic development and social class. This study explored the relationship and intersectionality between gender and place within the public spaces of Tehran. The research was grounded in Rowlands' theory of women's empowerment (Rowlands, 1997). According to this theory, empowerment involves supporting individuals, who are marginalized from decision-making processes, enabling them to actively engage in political affairs, achieve economic self-sufficiency, and attain financial independence. Rowlands emphasizes that, in the empowerment process, access to intangible aspects of decision-making is crucial. These processes help individuals recognize their interests, understand how their interests align with those of others, and ultimately influence decision-making from a position of power. The outcome of this exercise of power includes enhanced self-confidence and improved conditions in everyday life and social interactions. Given the researcher's interest in the interplay between gender, place, and the process of women's empowerment in public spaces, two key questions were posed: 1) Are gender-oriented linguistic signs related to women's empowerment present in the linguistic landscape

\*Corresponding author



of Tehran neighborhoods? 2) If so, what is the relationship between women's empowerment in the linguistic landscape and the variable of place, particularly across the northern, central, and southern neighborhoods of Tehran?

### Materials & Methods

The linguistic signs were photographed and collected from 3 neighborhoods in Tehran: Khazaneh in the south, Haft-e Tir in the city center, and Tajrish in the north on August 29<sup>th</sup> and September 3<sup>rd</sup> and 5<sup>th</sup>, 2024, respectively. A total of 5,174 linguistic signs were documented. Of these, more than 500 signs (9.7%) were identified as related to the variable of gender. To address the second research question, 4 criteria and indicators were employed: onomastics, linguistic diversity, agency, and territorialization. These criteria were then analyzed within the framework of empowerment theory.

### Discussion of Results & Conclusion

A substantial portion of the identified linguistic signs, including street and alley names, exhibited a gender-based nature. In these gendered signs, a connection emerged between linguistic diversity and place. Notably, in the neighborhoods of Tajrish and Haft-e Tir, English words—whether in Latin or Persian scripts—were often found alongside Persian elements, while signs in the neighborhood of Khazaneh were exclusively in Persian. In this study, "agency" referred to the power and capacity that society and culture provided for activism. The findings revealed that female agency was prominently represented in the northern and central regions of Tehran; conversely, there was a lack of visible female agency in the gendered linguistic signs of southern Tehran. Regarding territorialization, observations indicated that some business owners and managers in Tehran utilized language to delineate spaces and create a sense of otherness through phrases like "ladies only" or "no men allowed". The findings suggested that masculine identity predominated in the public spaces of Tehran although there was a notable inclination to employ feminine toponyms in Tajrish and, to a lesser extent, in Haft-e Tir. This study also examined 4 indicators—toponyms, linguistic diversity, agency, and territorialization. A clear link was found between feminine identity and linguistic diversity; in feminine spaces, there was a greater abundance of diverse linguistic signs, particularly bilingual ones. The neighborhoods under study did not portray a uniform representation of gender-based linguistic diversity. While the northern (Tajrish) and central (Haft-e Tir) neighborhoods featured a significant array of Persian, English, and even Turkish linguistic signs, the neighborhood of Khazaneh in southern Tehran was predominantly Persian. Furthermore, gendered signs displayed marked differences concerning agency indicators. In the southern neighborhood of Khazaneh, there was evidence of male agency across various educational and sports domains, while the northern and central neighborhoods emphasized female agency. The only indicator showing some similarities between the neighborhoods was territorialization; however, significant differences remained in the fields of activity. Overall, it appeared that place was a critical variable in the representation of female identity from a linguistic perspective, suggesting a clear intersectionality between gender and place. The findings of this study could also be contextualized within Rowlands' theory of women's empowerment.



مقاله پژوهشی

## درهم‌تیدگی جنسیت و مکان در چشم‌اندازهای زبانی تهران

علی رضا قلی فامیان\* 

### چکیده

پژوهش حاضر به بررسی ارتباط دو متغیر جنسیت و مکان در چشم‌انداز زبانی می‌پردازد. نشانه‌های زبانی به‌صورت میدانی از سه محله در تهران شامل تجریش، هفت‌تیر و خزانه عکس‌برداری شدند و سپس بر حسب کاربرد واژه یا عبارتی جنسیت‌محور توصیف و طبقه‌بندی شدند. بر پایه یافته‌ها حدود ۱۰ درصد از عناصر زبانی متغیر جنسیت را بازتاب می‌دهند. کمیت نشانه‌های جنسیت‌محور در سه محله متفاوت است، به طوری که محله هفت‌تیر دارای بیشترین فراوانی و محله خزانه دارای کمترین فراوانی نشانه‌های جنسیت‌محور است. از منظر کیفی نیز تمایز بارزی در بازنمایی جنسیت مردانه و زنانه مشاهده می‌شود. در جنوب تهران نشانه‌های زبانی جنسیت‌محور غالباً جنسیت مردانه را تداعی می‌کنند، در حالی که در محلات شمالی و مرکزی شهر، نشانه‌های زبانی زنانه حضور پررنگ‌تری دارند. این تفاوت‌ها بر نقش تعیین‌کننده مکان در بازنمایی جنسیت در فضای عمومی تأکید دارد، به طوری که می‌توان با قاطعیت نسبی از نوعی درهم‌تیدگی دو متغیر جنسیت و مکان سخن گفت. تحلیل داده‌ها با تأکید بر چهار شاخص نام‌شناسی، تنوع زبانی، عاملیت و قلمروسازی و همچنین تأمل در نشانه‌های زبانی در چارچوب نظریه توانمندسازی زنان نشان می‌دهد که زنان در محلات شمالی و مرکزی تهران (تجریش و هفت‌تیر) به درجات قابل توجهی از توانمندسازی اجتماعی و اقتصادی دست یافته‌اند، در حالی که در جنوب شهر، قلمرو فعالیت‌های زنان محدودتر است و عمدتاً در قالب فعالیت‌های آیینی و سنتی تعریف می‌شود. یافته‌های این پژوهش، علاوه بر ارائه تصویری دقیق از چشم‌انداز زبانی، روند توانمندسازی زنان و توسعه اجتماعی در نقاط مختلف تهران را نمایان می‌سازد.

**کلیدواژه‌ها:** جنسیت، مکان، توانمندسازی، چشم‌انداز زبانی، تهران.



## ۱. مقدمه

جنسیت و مکان دو متغیر غیرزبانی‌اند که به اشکال گوناگون بر صورت‌های زبانی و نیز رفتار زبانی اهل زبان تأثیر می‌گذارند. جنسیت اساساً متغیری اجتماعی است که به طور طبیعی در قالب دو گانه زن/مرد متبلور می‌شود. این متغیر از گذشته‌های دور مورد توجه محققان زیست‌شناسی، روان‌شناسی و جامعه‌شناسی بوده، اما زبان‌شناسان صرفاً در چند دهه اخیر به این متغیر به ظاهر جسمانی اما عملاً اجتماعی توجه کرده‌اند. نخستین مطالعه جدی در زمینه تأثیر جنسیت بر زبان در دهه هفتاد میلادی انجام گرفت، زمانی که لیکاف با تکیه بر شواهد متعدد انگلیسی ادعا کرد که زبان به لحاظ جنسیتی خنثی نیست و زبان زنانه جایگاه اجتماعی ضعیف‌تری را برای زنان رقم می‌زند (Lakoff, 1973). در مطالعه‌ای دیگر با تکیه بر نمونه‌های فراوان این ادعا مطرح شد که آشنایی کودک با نقش‌ها و ارزش‌های جنسیت‌محور و زبان زنانه و زبان مردانه، بخشی از فرایند اجتماعی شدن است، فرایندی که در خلال آن انسان رفته‌رفته می‌آموزد که در موقعیت‌های گوناگون از کدام الگوها و صورت‌های زبانی مناسب زنانه یا مردانه استفاده کند (Goddard & Patterson, 2000). موضوع جنسیت از جنبه‌های مختلف همچون میزان مشارکت زنان در عرصه‌های اجتماعی مختلف نیز مطرح است. برای مثال، مطالعه‌ای مصاحبه‌محور نشان داد که زنان ایرانی با تکیه بر تحصیلات دانشگاهی می‌کوشند موانع موجود در عاملیت و کنش‌گری اجتماعی‌شان را برطرف کرده و مسیر توانمندسازی را دنبال کنند (محبوبی شریعت پناهی و همکاران، ۱۴۰۲).

تأثیر جنسیت بر زبان فارسی مورد توجه محققان ایرانی نیز بوده و بر اساس مشاهدات، دامنه تأثیرات وسیع است و موضوعات متنوعی را در برمی‌گیرد، از جمله تنوعات آوایی (Modarresi, 1978)، واژگان و نظام معنایی زبان فارسی (میرسعیدی، ۱۳۹۱)، قطع گفتار مخاطبان در جریان گفت و گو (رهبر و همکاران، ۱۳۹۱)، بازنمایی زنان در بازاریابی انواع محصولات مانند پودر لباسشویی (کوثری و همکاران، ۱۳۹۳)، استفاده از دشواژه<sup>۱</sup> در فیلم‌های سینمایی ایرانی (تفرجی یگانه، ۱۳۹۵)، استفاده از نشانگرهای فراگفتمان<sup>۲</sup> تعاملی در مقالات علمی (طارمی، و همکاران، ۱۳۹۷)، شیوه بیان کنش گفتار<sup>۳</sup> شکایت در مکالمات روزمره (عسگری فورگ و فاروقی هندوالان، ۱۳۹۹) و همچنین بازتاب نگرش‌های جنسیتی در ضرب‌المثل‌های فارسی (خسروی شکیب، ۱۴۰۳). در اینجا شایسته است دو پژوهش متمرکز بر جنسیت را با توضیحاتی بیشتر معرفی کنیم. فردوسی و فاضلی (۱۴۰۰) از طریق مصاحبه با گروهی از آزمودنی‌های متعلق به طبقه متوسط به این نتیجه رسیدند که زنان در تعاملات زبانی خود از هشت استراتژی شامل (۱) استراتژی لفظ قلم (سخن گفتن با زبان معیار)، (۲) روایت‌پردازی، (۳) رک‌گویی، (۴) تعریف کردن از دیگران، (۵) منت گذاشتن و یادآوری مرحمت‌ها، (۶) بازار گرمی و تعریف از محاسن خود، (۷) سرزنش کردن و (۸) قطع کردن صحبت دیگران استفاده می‌کنند. مطابق با یافته‌ها، زنان گرایش زیادی به پرسش‌های کوتاه دارند به این امید که مخاطب را وارد گفت و گو کنند. همچنین، برای بیان نظرات خود و شرح جزئیات از کلمات بیشتری بهره می‌گیرند. زنان طبقه متوسط در استفاده از استراتژی‌های نوآورانه خلاقیت بیشتری از خود نشان می‌دهند و در این عرصه هر چیزی که به تمایز و تشخص منجر شود، نوعی فضیلت محسوب می‌شود (فردوسی و فاضلی، ۱۴۰۰: ۵۳۷). کارکرد جنسیت در فضای عمومی از منظر هنری و زیبایی‌شناختی نیز مورد بررسی قرار گرفته است. در مطالعه‌ای تطبیقی، پس از بررسی جنبه‌های جنسیتی هشت پوستر تبلیغاتی کاندیداهای زن و مرد انتخابات شورای شهر در تهران، شیراز و اهواز مشخص شد که در پوسترهای مربوط به کاندیداهای زن بر جذابیت و زیبایی زنانه تأکید می‌شود، در حالی که در پوسترهای مردان قدرت و توانمندی القا می‌گردد. بر اساس پژوهش مزبور، در پوسترهای انتخاباتی باورها و کلیشه‌های جنسیتی پنهانی آشکار شده و نقش‌ها و موقعیت‌های اجتماعی دو جنس در شرایط اجتماعی-فرهنگی جامعه بازتاب پیدا می‌کند (اکرمی‌پور و شریفی، ۱۴۰۰).

مکان نیز متغیری غیرزبانی است که در پرتو آن پراکندگی زبان‌ها، ساختار زبان و نیز رفتار زبانی سخنگویان تعریف می‌شود و بر کسی پوشیده نیست که گویش‌شناسی به مثابه حوزه‌ای قدیمی در مطالعات زبانی، اساساً بر مبنای مکان و مرزبندی‌های جغرافیایی شکل گرفته است. در پژوهش حاضر، منظور از مکان صرفاً قلمرویی فیزیکی و فاقد معنا در سطح زمین یا نواحی شهری نیست، بلکه مجموعه‌ای از

<sup>۱</sup>. taboo words

کلمات و عباراتی که به دلایل فرهنگی، اعتقادی یا اجتماعی نامناسب و زننده تلقی می‌شوند و سخنگویان کمتر از آنها استفاده می‌کنند.

<sup>۲</sup>. metadiscourse

<sup>۳</sup>. speech act

مختصات موقعیتی و سازه‌های مادی است که به واسطه حضور انسان‌ها و بروز رویدادها و تجربیات تاریخی و اجتماعی معنامند می‌شود. به این ترتیب، متغیر مکان- به‌ویژه اگر قلمروهای شهری را مدنظر قرار دهیم- با متغیرهای دیگر از جمله توسعه اقتصادی یا طبقه اجتماعی در ارتباط است.

در اغلب مطالعات علمی، محقق بر یک متغیر از پیش تعیین شده متمرکز می‌شود و سایر عوامل را موقتاً کنار می‌گذارد. با این که چنین رویه‌ای در اغلب علوم و موضوعات ارزشمند و اجتناب‌ناپذیر است، در برخی پژوهش‌های علوم انسانی و اجتماعی به نتایجی جامع و قابل دفاع منجر نمی‌شود. این دیدگاه انتقادی در میان صاحب‌نظران ایرانی نیز مطرح است. برای مثال، **داوری اردکانی و عیار (۱۳۸۷)** معتقدند جنسیت مفهومی چندبعدی است و برداشت‌های تک‌بعدی منجر به سطحی‌نگری در تحلیل می‌شود. آنان ضمن اشاره به برخی مطالعات انجام‌شده به نارسایی‌های نظری این حوزه اشاره کرده‌اند و معتقدند در اغلب این پژوهش‌ها نوعی محدودنگری وجود دارد و از این گذشته عنصر بافت به مثابه چند متغیر اجتماعی مجزا از هم و نه الزاماً شبکه‌ای از روابط در نظر گرفته شده است. در واکنش به این انتقاد بجا، نگارنده در مطالعه حاضر می‌کوشد ارتباط و درهم‌تیدگی عامل جنسیت با مکان را در فضای عمومی تهران ارزیابی کند.

از آنجا که در این پژوهش با بازنمایی متغیر جنسیت در فضای عمومی سروکار داریم، شایسته است به نظریه‌ای جامع و راهگشا در این زمینه اتکا کنیم. این پژوهش با تکیه بر نظریه رولندز با محوریت توانمندسازی زنان<sup>۱</sup> انجام شده است (Rowlands, 1997). بر اساس این نظریه، توانمندسازی به معنای یاری رساندن به افرادی است که خارج از حوزه تصمیم‌سازی قرار دارند؛ یاری‌ای که موجب می‌شود این افراد در امور سیاسی مشارکت فعال داشته و از نظر اقتصادی نیز صاحب درآمد شده و به استقلال مالی دست یابند. رولندز با تمرکز بر مفهوم قدرت بر این نکته تأکید می‌کند که در فرایند توانمندسازی، دسترسی به فرایندهای ناملموس تصمیم‌سازی نیز اهمیت دارد؛ فرایندهایی که از طریق آنها افراد نسبت به منافع خود آگاه می‌شوند و همچنین درمی‌یابند که منافع‌شان چه رابطه‌ای با منافع دیگران دارد و بدین وسیله از موضع قدرت بر تصمیم‌گیری‌ها تأثیر می‌گذارند. حاصل این اعمال قدرت افزایش اعتماد به نفس و بهبود اوضاع در زندگی روزمره و کنش‌های اجتماعی است. با این تعریف و توضیحاتی که ارائه شد، درمی‌یابیم که توانمندسازی در اغلب موارد امری میان‌رشته‌ای است و این میان‌رشته‌گی را در پژوهشی با محوریت تأثیر توانمندسازی اقتصادی زنان سرپرست خانوار بر سلامت اجتماعی آنان مشاهده می‌کنیم، پژوهشی که در آن تلاش شده است یک متغیر اجتماعی در سایه یک مفهوم اقتصادی تجزیه و تحلیل گردد (فجری و حق‌پرست، ۱۴۰۱).

اکنون این پرسش بنیادی مطرح می‌شود که آگاه‌سازی مورد نظر رولندز چگونه در عرصه عمومی بازتاب پیدا می‌کند و سهم زبان مکتوب در این فرایند چیست؟ برای پاسخ به این پرسش ضروری است به بازنمایی زبان در فضای عمومی که اصطلاحاً چشم‌انداز زبانی نامیده می‌شوند، پردازیم. در مطالعه حاضر، در چارچوب نظریه توانمندسازی زنان و در بستر چشم‌انداز زبانی تهران به دو پرسش زیر پاسخ می‌دهیم:

۱. آیا در چشم‌انداز زبانی محلات تهران نشانه‌های زبانی جنسیت‌محور و مرتبط با توانمندسازی زنان مشاهده می‌شود؟
  ۲. در صورت پاسخ مثبت به پرسش اول، میان توانمندسازی زنان در چشم‌انداز زبانی با متغیر مکان و به بیان دقیق‌تر محلات شمالی، مرکزی و جنوبی تهران چه ارتباطی وجود دارد؟
- در ادامه، ضمن تعریف چشم‌انداز زبانی و مرور پیشینه پژوهش، روش تحقیق را شرح داده و سپس یافته‌های حاصل از پژوهش میدانی را ارائه می‌دهیم و در پایان نیز ضمن بحث و نتیجه‌گیری، برخی محورهای پژوهشی را برای مطالعات آینده پیشنهاد می‌دهیم.

## ۲. پیشینه پژوهش

چشم‌انداز زبانی بخشی از یک مکان فیزیکی است که در آن عناصری از زبان به صورت مکتوب در معرض دید عموم قرار می‌گیرند. با این

<sup>۱</sup> . women's empowerment

تعریف، مکان‌هایی مانند جدارهٔ بزرگ‌راه‌ها، خیابان‌ها، کوچه‌ها، دیوار و نمای خارجی ساختمان‌های مسکونی، تجاری و سایر سازه‌های شهری مانند مبلمان شهری، بدنه خودروها و حتی کف پیاده‌روها قابلیت آن را دارند که به چشم‌انداز زبانی تبدیل شوند. در واقع، همین که یک عنصر یا متن زبانی مانند واژه، عبارت یا جمله به یک قلمرو مکانی الصاق می‌شود، آن مکان خودبخود به یک چشم‌انداز زبانی تبدیل می‌شود. به این ترتیب، با تکیه بر چارچوبی که توسط لندری و بورهی ارائه شد، تمام صورت‌های زبانی قابل مشاهده در تابلوهای راهنمایی و رانندگی، بیلبردهای تبلیغاتی، تابلوهای معابر و اماکن تجاری و اداری جزئی از چشم‌انداز زبانی شهری محسوب می‌شوند و ارزش آن را دارند که به مثابه داده تحقیق مورد ارزیابی قرار گیرند (Landry & Bourhis, 1997). ناگفته نماند که نشانه‌های زبانی پراکنده در چشم‌اندازهای زبانی دارای دو نقش اطلاع‌رسانی یا نمادین هستند. تابلوی مربوط به نام یک خیابان یا بوستان به طور عمده دارای نقش اطلاعی است، اما پارچه نوشته‌ای با مضمون «اینجا سرزمین مردان بزرگ فرداست» عمدتاً واجد کارکرد نمادین است.

با تعریفی که ارائه شد، درمی‌یابیم که هر چشم‌انداز زبانی در وهلهٔ نخست یک مکان است و دقیقاً به همین علت در تقریباً تمام مطالعات این حوزه، مکان عاملی تعیین‌کننده به شمار می‌آید. ناگفته نماند که در این حوزه مطالعاتی، اهمیت مکان به بزرگی یا کوچکی آن نیست. برای مثال، در حالی که باکائوس در پژوهش الهام‌بخش خود تصویری از چندزبانگی در کلان‌شهر «توکیو» را ارائه داده است (Backhaus, 2007)، محقق دیگری بر پایهٔ مطالعه‌ای میدانی در شهرکی دورافتاده در جنوب غربی ایرلند نشان می‌دهد که چگونه انتخاب‌ها و اولویت‌ها در چشم‌انداز زبانی می‌توانند یک مکان کوچک را به مقصدی محبوب برای گردشگران داخلی و خارجی تبدیل کنند (Moriarty, 2015).

بخش عمده‌ای از مطالعات چشم‌انداز زبانی به مناطق شهری اختصاص دارد. از آنجا که شهرها و به خصوص کلان‌شهرها مکان‌هایی بزرگ و متنوعند، چنانکه بخواهیم تصویری حتی‌المقدور جامع از یک شهر ارائه دهیم ناچاریم برش‌هایی از یک شهر را به عنوان قلمروهای تحقیق انتخاب کنیم. بی‌تردید، هر قدر قلمروهای تعیین‌شده فاصلهٔ فیزیکی و تفاوت اجتماعی و اقتصادی بیشتری با یکدیگر داشته باشند، نتایج حاصل تصویر جامع‌تری از کل شهر ارائه می‌دهد. مطالعه‌ای در قلمرو سه خیابان در بارسلونا نشان داد با این که قلمروهای مورد نظر به لحاظ نشانه‌های یک‌زبانه کمابیش شبیه یکدیگرند، از نظر استفاده از نشانه‌های دو یا چندزبانه از الگوهای کاملاً متفاوت بهره می‌گیرند (Comajoen-Colomé, & Long, 2012). پژوهش‌های میدانی در محلات مختلف منچستر نیز از چندزبانگی گسترده در فضای عمومی این شهر خبر می‌دهد. یافته‌های حاصل از یک پژوهش میدانی گسترده در این شهر نشان می‌دهد که هر گروه مهاجر-اعم از مهاجران عرب یا هندی-می‌کوشند به واسطهٔ عناصر زبان مادری‌شان بر هویت قومی خود در غربت تأکید کنند (Gaiser & Matras, 2016). برخی محققان چشم‌انداز زبانی به طور مستقیم به متغیر جنسیت در فضای عمومی پرداخته‌اند. یکی از آنان ضمن اشاره به توجه اندک به موضوع جنسیت در مطالعات چشم‌انداز زبانی، به بررسی شماری از نشانه‌های زبانی جنسیت‌محور پرداخته است (Milani, 2014). این پژوهش کیفی با تمرکز بر یک دکهٔ روزنامه‌فروشی در فرودگاه دالس<sup>۱</sup> واقع در شهر واشنگتن (ایالات متحده)، لباس‌نوشته‌های یک بوتیک در استکهلم (سوئد) و یک کافی‌شاپ در ژوهانسبورگ (آفریقای جنوبی) انجام شده است. میلانی در مطالعه خود تحلیل می‌کند که مفهوم قدرت و مرزبندی میان «خود» و «دیگری» چگونه در امور و پدیده‌های مرتبط با جنسیت بازنمایی می‌شود. در پژوهشی دیگر، جاینام‌های معابر شهری در سه شهر بزرگ لهستان شامل ورشو، کراکوف و لودز بررسی شدند و یافته‌ها نشان داد که سهم نام‌های مردانه بسیار بیشتر از نام‌های زنانه است. البته، به لحاظ آماری این نابرابری در سه شهر یکسان نیست. میزان فراوانی جاینام‌های مردانه در کراکوف بیش از دو شهر دیگر است، به طوری که در این شهر تاریخی از هر سه خیابان، یک خیابان دارای نام مردانه است. محققان هویت مردانه غالب در کراکوف را به سنت مسیحی این شهر در طول تاریخ نسبت می‌دهند. در نقطهٔ مقابل، شهر لودز به عنوان مرکز اصلی صنعت نساجی کشور لهستان همواره میزبان انبوهی از کارگران زن بوده و احتمالاً به همین علت نابرابری جنسیتی در حوزه نام‌گذاری معابر در لودز کمتر از کراکوف و ورشو است (Górny & Górná, 2024:14).

در پژوهش‌های ایرانی نیز مکان به مثابه متغیری اساسی در نظر گرفته شده است. گاه یک شهر یا حتی بخش کوچکی از یک شهر به

<sup>۱</sup> . Dulles Airport

<sup>۲</sup> . toponym

دلایل مختلف تاریخی، اقتصادی و فرهنگی به مکانی متفاوت و متمایز تبدیل شده و همین تمایز در چشم‌انداز زبانی آن مکان متبلور شده است. در چنین مواردی، وظیفه جامعه‌شناس زبان این است که ابتدا ابعاد گوناگون این تفاوت و تمایز در مکان را درک کند و سپس به گونه‌ای روش‌مند و ترجیحاً میدانی به مطالعه آن بپردازد. مطابق با این شیوه، رضایی و تدین (۲۰۱۸) با آگاهی از وضعیت و تاریخچه محله جلفا در اصفهان به ارزیابی چشم‌انداز زبانی این محله پرداخته‌اند، مطالعه‌ای که توزیع نشانه‌های زبانی فارسی، انگلیسی و ارمنی را در این محله ارمنی‌نشین نشان داده است. تجربه نشان داده است که حتی اگر زائر مشابهی را مدنظر قرار دهیم، با تغییر مکان نتایج متفاوت به دست می‌آید. اگر در میزنوشته‌های گزارش شده توسط آقایی ایبانه و کلانتری (۱۳۹۵) با آنچه شعبانی میناباد و علی‌محمدی (۱۳۹۸) توصیف کرده‌اند تفاوت‌هایی وجود دارد، دلیل عمده‌اش این است که در مطالعه اول، مکان تهران است، در حالی که پژوهش دوم در شهر اردبیل انجام شده است.

تقسیم‌بندی شهر به قلمروهای کوچک‌تر در مطالعات ایرانی نیز دیده می‌شود. رضا قلی‌فامیان و پژمان‌جم (۱۳۹۵) با مقایسه سه محله از شهر ارومیه دریافتند که در محله‌های نابرخوردار، اکثر تابلوهای اصناف، بنرها و دیوارنوشته‌ها به فارسی است و در محله‌های مرفه و برخوردار تنوعی از نشانه‌های چندزبانه شامل فارسی، انگلیسی و ترکی به کار می‌رود. در پژوهش میدانی دیگری مشخص شد که در شهر تبریز هم متغیر مکان در نام‌گذاری اماکن تجاری تأثیرگذار است، زیرا در محلات برخوردار و نیمه‌برخوردار - به خصوص مناطقی که در آنها فروشگاه‌های مرتبط با پوشاک و سایر کالاهای زنانه فعالیت دارند - الگوهای زبانی به کار رفته در نام‌گذاری از تنوع بیشتری برخوردارند (رضاقلی‌فامیان و کلاه‌دوز محمدی، ۱۳۹۵).

در چند پژوهش ایرانی بازنمایی جنسیت در مطالعات چشم‌انداز زبانی مورد توجه قرار گرفته است. مقصودی و بنی‌فاطمه (۱۳۸۳) با تمرکز بر دیوارنوشته‌های سه دانشکده در دانشگاه شهید باهنر کرمان بر اساس مولفه‌های مختلف به پیش‌بینی جنسیت دیوارنویس‌ها پرداختند و مدعی شدند اغلب دیوارنویس‌ها مرد هستند، اما بر اساس مضمون، مخاطبان دیوارنوشته‌ها اغلب زن هستند. گویا در محیط‌های دانشگاهی، الگوی غالب این است که مردان برای زنان دیوارنویسی کنند. در پژوهشی دیگر، زندی (۱۳۹۳) پس از گردآوری ۳۰۰۰ دیوارنوشته از مناطق مختلف تهران و توصیف جنبه‌های مختلف آنها از منظر رسمی / غیررسمی بودن، استفاده از رسم‌الخط فارسی یا غیرفارسی، به متغیر جنسیت توجه کرد و دریافت که در دیوارنوشته‌های تهران فراوانی نام‌های مذکر بسیار بیشتر از نام‌های مونث است. به اعتقاد وی این تفاوت چشمگیر موضوعی تصادفی نیست و برای تحلیل آن ضروری است جنبه‌های مختلف رفتار اجتماعی و زبانی شهروندان مدنظر قرار بگیرد.

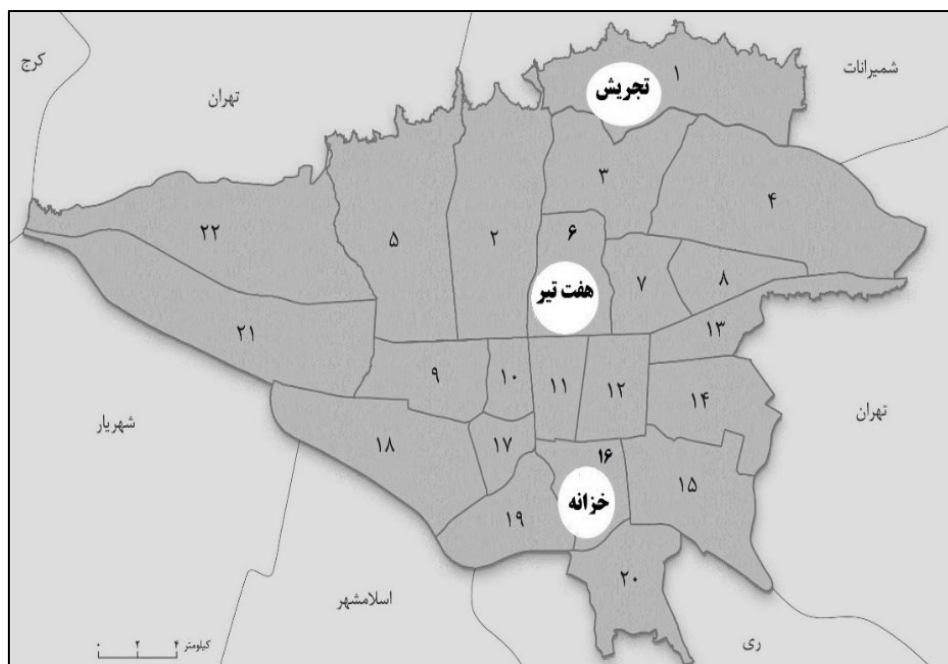
### ۳. روش‌شناسی پژوهش

در این پژوهش داده‌ها از طریق مشاهده مستقیم ثبت، طبقه‌بندی و تحلیل می‌شوند. روش تحقیق میدانی است و سه محله در تهران با توجه به موقعیت جغرافیایی و ملاحظات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مدنظر قرار می‌گیرند. از آنجا که متغیر جنسیت نیز مدنظر است، هر واژه یا عبارت زبانی که به طور مستقیم یا غیرمستقیم ناظر بر مقوله جنسیت باشد، به عنوان داده تحقیق شناسایی می‌گردد.

مطابق با الگوی متعارف در مطالعات چشم‌انداز زبانی، هر «چیز» قابل خواندن یک نشانه زبانی و بالطبع یک داده تحقیق به شمار می‌آید. بنابراین، تابلوهای اصناف و ادارات، تابلوهای هدایت شهری و علائم راهنمایی و رانندگی، بیلبردها، بنرها، پارچه‌نوشته‌ها، اطلاعیه‌ها، دیوارنوشته‌ها و هر آنچه در جداره پل‌های عابر، تلویزیون‌های تبلیغات شهری، مراکز کسب و کار، کف خیابان‌ها، مبلمان شهری، تیرهای چراغ برق، دکه‌های روزنامه‌فروشی و نظایر آن قابل مشاهده و خواندن باشد نشانه زبانی به شمار می‌آید. لازم به یادآوری است که در شمارش و طبقه‌بندی داده‌ها، ابعاد و کیفیت فیزیکی نشانه‌ها مدنظر قرار نمی‌گیرد و به همین علت همان قدر که یک تابلوی بزرگ بیمارستان، یک داده تحقیق محسوب می‌شود، آگهی‌ای کوچک و چسبیده به شیشه یک مغازه نیز یک واحد مطالعه به شمار می‌آید.

### ۳-۱ روش انتخاب قلمروهای مکانی

جامعه آماری تحقیق حاضر نشانه‌های زبانی چشم انداز زبانی تهران است. نمونه آماری نیز تمام نشانه‌های زبانی است که به شکلی متغیر جنسیت را بازتاب می‌دهند. برای تشخیص میزان ارتباط و درهم‌تنیدگی دو متغیر جنسیت و مکان و نیز موضوع توانمندسازی زنان از طریق چشم انداز زبانی، ضروری است سه مکان متفاوت در تهران به عنوان قلمروهای تحقیق انتخاب شوند. به این منظور، محقق خط یک مترو تهران را به عنوان محور اصلی جهت تعیین قلمروهای پژوهش در نظر گرفت. این خط متروی درون‌شهری دارای ۲۹ ایستگاه است و میدان تجریش در شمال شهر را به کهریزک در جنوب شرقی پایتخت متصل می‌کند. محقق با تأمل در نقشه متروی تهران سه محدوده را به این شرح انتخاب کرد: (۱) محله تجریش (از ایستگاه مترو تجریش تا ایستگاه مترو قیطریه)؛ (۲) محله هفت تیر (از ایستگاه شهید مفتاح تا ایستگاه میدان هفت تیر)؛ و (۳) محله خزانه (از ایستگاه پایانه جنوب تا ایستگاه علی‌آباد). بین محله تجریش تا محله هفت تیر یازده ایستگاه مترو و بین محلات هفت تیر تا خزانه نیز ده ایستگاه وجود دارد. به لحاظ تقسیم‌بندی شهری، محلات تجریش، هفت تیر و خزانه به ترتیب در مناطق یک، شش و شانزده شهرداری تهران واقع شده‌اند. این سه محله منتخب سطوح متفاوتی از توسعه شهری و اقتصادی را بازتاب می‌دهند. قلمرو انتخاب‌شده در محله تجریش شامل دو پهنه شرقی و غربی خیابان شریعتی محله‌ای مرفه و برخوردار است. محله هفت تیر با شمار زیادی از کسب و کارهای مختلف، شرکت‌ها و معابر محلی و فرامحلی منتهی به آن یک کانون تجاری، اداری و ترافیکی محسوب می‌شود. محله خزانه در جنوب شرقی تهران نیز محله‌ای نابرخوردار به شمار می‌آید. برای آشنایی بیشتر با وضعیت این سه قلمرو می‌توان به مقاله‌ای با عنوان «رتبه‌بندی محلات شهر تهران از بُعد سطح برخوردار و کیفیت زندگی با استفاده از Fuzzy TOPSIS» استناد کرد (احمدی و جهانگرد، ۱۳۹۹). در مقاله مذکور، ۳۵۵ محله واقع در ۲۲ منطقه شهرداری تهران بر اساس ۵۳ شاخص مرتبط با برخوردار و کیفیت زندگی شهری رتبه‌بندی شده‌اند. در این رتبه‌بندی، محله تجریش در رتبه ۷، هفت تیر در رتبه ۲۲ و خزانه در رتبه ۳۰۳ قرار دارد. به این ترتیب، دو محله تجریش و هفت تیر در زمره مناطق توسعه‌یافته و کاملاً برخوردار قرار دارند و منطقه خزانه جزء محله‌های «کم‌برخوردار» و «نیازمند مداخله» است. تصویر زیر موقعیت این سه محله را در نقشه‌ای شامل ۲۲ منطقه شهرداری تهران نشان می‌دهد.



تصویر ۱- موقعیت محلات تجریش، هفت تیر و خزانه در تهران

Figure 1- Location of Tajrish, Haft Tir and Khazane neighborhoods in Tehran

### ۲-۳ روش گردآوری داده‌ها

مشاهدات عینی محقق و عکس‌برداری در سه محله خزانه، هفت تیر و تجریش به ترتیب در روزهای هشتم، سیزدهم و پانزدهم شهریور ۱۴۰۳ انجام شد. مطابق با روش تمام‌شماری، تمام تابلوهای اصناف، تابلوهای معابر و اماکن، نمایشه مراکز کسب و کار، بیلوردهای

نصب‌شده در حاشیه خیابان‌ها، آگهی‌های تبلیغاتی چسبیده بر در و دیوار، دیوارنوشته‌ها و حتی آگهی‌های چسبیده بر کف پیاده‌روها مدنظر قرار گرفتند و عناصر زبانی مندرج در آنها به مثابه گردآوری، شمارش، طبقه‌بندی و ارزیابی شدند. با توجه به هدف پژوهش حاضر، تمام نشانه‌های زبانی که به نحوی متغیر جنسیت را بازتاب می‌دادند، شناسایی و شمارش شدند. نام‌های زنانه و مردانه، و همچنین کاربرد واژه‌هایی نظیر «زنانه»، «مردانه»، «ویژه بانوان» و نظایر به عنوان معیارهای انتخاب نشانه‌ها مدنظر قرار گرفتند. ناگفته نماند که در مواردی یک آگهی، اطلاعیه یا بیلبورد به مثابه داده پژوهش مدنظر قرار گرفته شده است با این که در متن آن هیچ یک از واژه‌های جنسیت‌محور به کار نرفته است. در این قبیل موارد، معیار محقق تصویر زن یا مرد و همچنین نوع کالا یا خدمات تبلیغی بوده است. برای نمونه، در میان داده‌ها آگهی‌ای با عنوان «مطب زیبایی» دیده شد که بر روی آن تصویری از یک زن درج شده است. در متن این آگهی کلماتی مانند «زنانه»، «بانوان» یا نظایر آن دیده نمی‌شود، اما به دلیل تصویر و نیز نوع خدمات ذکر شده (مانند لیزر و بوتاکس) محقق آن را یک نشانه جنسیتی زنانه در نظر گرفته است.

### ۳-۳ روش تحلیل داده‌ها

داده‌ها با توجه به دو پرسش تحقیق تجزیه و تحلیل شدند. برای پاسخ به پرسش اول، فراوانی داده‌هایی که به اشکال مختلف متغیر جنسیت را بازتاب می‌دادند شمارش و طبقه‌بندی شدند. لازم به ذکر است که در این طبقه‌بندی، بزرگی و کوچکی نشانه‌ها مدنظر نبوده است و هر نشانه زبانی دارای یک واژه یا عبارت جنسیت-محور به مثابه یک داده شناسایی شد. در پاسخ به پرسش دوم، عبارات زبانی با روش تحلیل محتوا ارزیابی شدند تا میزان توانمندسازی نشانه‌های زبانی با توجه به مکان تحقیق نیز مشخص شود.

### ۴. یافته‌های پژوهش

در این بخش ضمن ارائه نتایج آماری و تحلیل نشانه‌های زبانی جنسیت‌محور به دو پرسش پژوهش پاسخ می‌دهیم.

#### ۴-۱ نتایج آماری

در پژوهش حاضر در مجموع ۵۱۷۴ نشانه زبانی گردآوری شد. به علت تفاوت در تراکم فعالیت‌های تجاری و اداری سه محله مورد مطالعه، توزیع نشانه‌ها در محلات به یک اندازه نیست. فراوانی و درصد کل نشانه‌ها و نیز نشانه‌های جنسیت‌محور به تفکیک سه محله در جدول زیر درج شده است.

جدول ۱- فراوانی و درصد نشانه‌های جنسیت‌محور در پیکره

Table 1- Frequency and percentage of gender-based signs in the corpus

| نشانه‌های جنسیت‌محور |         |                   | فراوانی<br>نشانه‌ها |             |
|----------------------|---------|-------------------|---------------------|-------------|
| ۷۷<br>(۶۰)           | ز<br>ن  | ۱۲۸<br>(۹/۶)      | ۱۳۲۳                | تجری<br>یش  |
| ۵۳<br>(۴۰)           | م<br>رد |                   |                     |             |
| ۱۸۳<br>۶۸/۵<br>( )   | ز<br>ن  | ۲۶۷<br>/۲<br>(۱۲) | ۲۱۸۵                | هف<br>ت‌تیر |
| ۸۴<br>۳۱/۴<br>( )    | م<br>رد |                   |                     |             |
| ۳۰<br>/۷             | ز<br>ن  | ۱۰۸<br>(۶/۴)      | ۱۶۶۶                | خزازه       |

|      |    |       |      |     |
|------|----|-------|------|-----|
|      |    |       |      |     |
|      |    |       |      |     |
|      | م  |       |      |     |
| ۷۸   | رد |       |      |     |
| (۲)  |    |       |      |     |
| (۷۲) |    |       |      |     |
|      |    | ۵۰۳   | ۵۱۷۴ | مج  |
|      |    | (۹/۷) |      | موع |

مطابق با جدول فوق، ۵۰۳ نشانه زبانی شناسایی شده در قلمرو پژوهش (۹/۷ درصد) به نحوی با متغیر جنسیت ارتباط دارند. البته، فراوانی این دسته از نشانه‌ها در سه محله مورد بررسی یکسان نیست و نوعی ارتباط و درهم‌تنیدگی میان متغیر جنسیت و مکان مشاهده می‌شود. در محله هفت تیر با ۲۶۷ نشانه (۱۲/۲٪) شاهد بیشترین فراوانی و در محله خزانه با ۱۰۸ نشانه (۶/۴٪) شاهد کمترین تعداد نشانه‌های جنسیت‌محور هستیم. تجریش با ۹/۶ درصد در میانه این طیف قرار می‌گیرد. از منظر تفکیک جنسیتی نیز تفاوت‌های چشمگیری در سه محله مشاهده می‌شود. مطابق با ارقام مندرج در جدول بیشترین تمایز جنسیتی در خزانه وجود دارد؛ زیرا ۷۲ درصد از نشانه‌های زبانی به جنسیت مردانه و ۳۰ درصد به جنسیت زنانه ارجاع می‌کنند. کمترین تمایز در محله تجریش مشاهده می‌شود زیرا ارجاعات زنانه و مردانه به ترتیب ۶۰ و ۴۰ درصد می‌باشد. محله هفت تیر از این جهت در میانه پیوستار قرار دارد. در پاسخ به اولین پرسش تحقیق که اساساً ماهیت کمی دارد، باید گفت که از کل نشانه‌های زبانی استخراج شده در قلمرو پژوهش حدود ۱۰ درصد متغیر جنسیت را بازتاب می‌دهند.

برای پاسخ به پرسش دوم، داده‌های پژوهش با تکیه بر چهار معیار و شاخص شامل نام‌شناسی<sup>۱</sup>، تنوع زبانی<sup>۲</sup>، عاملیت و قلمروسازی مدنظر قرار گرفتند. ذکر این نکته ضروری است که در این مرحله، چهار شاخص مذکور با تکیه بر رویکرد داده‌محور<sup>۳</sup> شناسایی شدند. به بیان دیگر، محقق به دور از هرگونه پیش داوری و یا تصمیم اولیه در خصوص شاخص‌های مطالعه‌شده در مطالعات پیشین، صرفاً به تحلیل محتوای نشانه‌ها پرداخت و خود شاخص‌های مرتبط از میان داده‌ها اصطلاحاً «نمایان» شدند. در پایان، یافته‌های مرتبط با این چهار شاخص با تکیه بر نظریه توانمندسازی تجزیه و تحلیل شده‌اند.

#### ۴-۱ نام‌شناسی

یکی از کارکردهای نشانه‌های زبانی در فضای عمومی نام‌گذاری معابر و اماکن است. در قلمرو پژوهش حاضر شمار قابل توجهی از جاینام‌های شناسایی‌شده ماهیت جنسیت‌محور دارند. برای مثال، تابلوی «ساختمان مریم» در محله تجریش به جنسیت زنانه و پارچه‌نوشته «باشگاه شهید داود مجیدی» به جنسیت مردانه دلالت دارد. چنانچه صرفاً نام معابر را مدنظر قرار دهیم، در سه محله مورد مطالعه تفاوت‌هایی از منظر جنسیت مشاهده می‌شود. صرف‌نظر از نام‌های خانوادگی مانند «ساعدی» (محله تجریش)، «مشیری» (محله هفت تیر) یا «عبدی» (محله خزانه) که فاقد ویژگی جنسیتی هستند، اغلب جاینام‌های مربوط به معابر عمومی اعم از خیابان‌ها و کوچه‌ها اصطلاحاً مردانه‌اند. در این میان، محقق با چهار استثنا مواجه شد که البته محدود به دو محله شمالی و مرکزی تهران هستند. سه مورد از این نام‌ها شامل «پروین»، «مریم» و «میترا» مربوط به خیابان‌های فرعی متصل به خیابان شریعتی (محله تجریش) هستند و «زهره» نیز نام خیابانی فرعی در مفتاح شمالی (محله هفت تیر) است. در قلمرو پژوهش مربوط به محله خزانه هیچ نام زنانه‌ای برای معابر اصلی یا فرعی انتخاب نشده است. با این توضیحات می‌توان نتیجه گرفت که در هر سه محله مورد مطالعه جاینام‌های مردانه غالب‌اند؛ اما هر قدر از قلمرو جنوبی به سمت قلمرو شمالی پژوهش حرکت می‌کنیم، حضور نام‌های زنانه بیشتر می‌شود.

در نام‌گذاری اماکن خصوصی و مراکز کسب و کار تمایز جنسیتی آشکاری میان سه محله مشاهده می‌شود. در محله هفت تیر با انبوهی از کسب و کارهای مرتبط با کالاها و خدمات زیبایی زنانه سروکار داریم که برای خود نام‌هایی زنانه مانند «مرکز خرید نگین»، «عکاسی ویدا»، «فرش دیبا»، «مزون یاسمن»، «فروشگاه نازبانو»، «کیف و کفش سارا»، «ماتو ندا» و نظایر آن انتخاب کرده‌اند. این تعداد نام زنانه در

<sup>1</sup>. onomastics

<sup>2</sup>. linguistic diversity

<sup>3</sup>. data-driven approach

دو محله دیگر به ویژه در خزانه مشاهده نمی‌شود.

## ۲-۴ تنوع زبانی

تنوع زبانی مفهومی مهم و پیچیده در زبان‌شناسی است که هم با تعداد زبان‌های مختلف در یک قلمرو مکانی و هم با الگوهای زبانی متنوع تعریف می‌شود. در مطالعات چشم‌انداز زبانی، همان قدر که یک نشانه زبانی فارسی در کنار یک نشانه زبانی انگلیسی موجب تنوع زبانی در یک قلمرو مکانی می‌شود، یک نشانه دوزبانه فارسی-انگلیسی (مانند تابلویی که بخشی از آن به فارسی و بخش دیگر به انگلیسی است) نیز باعث تنوع می‌گردد. از این منظر، داده‌های این پژوهش را می‌توان به نشانه‌های یک‌زبانه فارسی، یک زبانه انگلیسی و دوزبانه فارسی-انگلیسی تقسیم‌بندی کرد. اطلاعاتی، پوستر یا تابلویی که صرفاً شامل کلمات فارسی یا انگلیسی است یک‌زبانه فارسی یا انگلیسی محسوب می‌شود و نشانه‌ای که در آن از هر دو زبان فارسی و انگلیسی استفاده شده باشد، دوزبانه به شمار می‌آید. از نکات قابل تأمل در داده‌های گردآوری شده این است که در نشانه‌های جنسیت‌محور مشاهده شده، میان تنوع زبانی از یک سو و مکان از سوی دیگر نوعی ارتباط وجود دارد. به بیان دقیق‌تر، در حالی که در برخی نشانه‌های زبانی محلات تجریش و هفت تیر واژه‌های انگلیسی-خواه با الفبای لاتین یا فارسی-در کنار عناصر زبان فارسی مشاهده می‌شود، نشانه‌های محله خزانه صرفاً فارسی هستند. این تفاوت زبانی را در دو تصویر زیر می‌بینیم.

|                                                                                                                             |                                                                                                                |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                           |                             |
| <p><b>تصویر ۳- نشانه دوزبانه فارسی-انگلیسی (تجریش)</b><br/> <b>Figure 3- A bilingual Persian-English sign (Tajrish)</b></p> | <p><b>تصویر ۲- نشانه یک‌زبانه فارسی (خزانه)</b><br/> <b>Figure 2- A monolingual Persian sign (Khazane)</b></p> |

در تصویر ۲ پارچه‌نوشته‌ای کاملاً فارسی را می‌بینیم که به واسطه عبارت «ویژه پسران» بر فضای مردانه باشگاه تأکید دارد. در مقابل، در تصویر ۳ عبارت «ویژه بانوان» به صورت درشت و چشمگیر به فضای زنانه باشگاه اشاره دارد و تابلوی هشداردهنده نصب شده بر روی درب باشگاه با مضمون «ورود آقایان ممنوع» بر این امر تأکید می‌کند. از این گذشته، عبارت انگلیسی Fit Station Ladies Gym در سمت چپ تابلو آن را به یک نشانه دوزبانه فارسی-انگلیسی تبدیل کرده است. گفتنی است، تفاوت در یک یا دو زبانگی محدود به این دو نمونه نیست و در هر دو محله تجریش و هفت تیر با نمونه‌های دیگری از تنوع زبانی در سطح نشانه‌های جنسیت‌محور مواجه می‌شویم. برای مثال می‌توان به یک فروشگاه پوشاک زنانه در محله هفت تیر اشاره کرد که در تابلوی صنفی‌اش واژه ترکی ana را درج کرده است. فروشگاه مذکور اولاً با تکیه بر معنای این واژه در زبان ترکی (مادر) به ماهیت جنسیت‌محور محصولات خود اشاره کرده و ثانیاً به واسطه استفاده از

یک واژه ترکی با الفبای لاتین موجب تنوع چشم‌انداز زبانی این منطقه از شهر شده است. با استناد به نمونه‌های مشابه می‌توان نتیجه گرفت در مناطقی از شهر که در آنها زنانگی بازتاب بیشتری دارد، تنوع زبانی نیز بیشتر است.

#### ۳-۴ عاملیت

در این بخش، عاملیت عبارت است از قدرت و قابلیت که اجتماع و فرهنگ برای کنش‌گری فراهم می‌سازند (Ahearn, 2001:112). برای فهم میزان عاملیت هر یک از دو جنس زن یا مرد به دو نمونه از داده‌های پژوهش در قالب دو تصویر زیر دقت می‌کنیم.

|                                                                                                                                                |                                                                                                                              |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                              |                                           |
| <p><b>تصویر ۵- عاملیت زنانه در آگهی فروش آپارتمان (تجریش)</b><br/> <b>Figure 5- Female agency in apartment sales advertising (Tajrish)</b></p> | <p><b>تصویر ۴- عاملیت مردانه در فضای آموزشی (خزانه)</b><br/> <b>Figure 4- Male agency in educational space (Khazane)</b></p> |

همان‌طور که در تصویر ۴ می‌بینیم، جمله انگیزشی «اینجا سرزمین مردان بزرگ فدااست» اولاً به گونه‌ای استعاری فضای این دبیرستان را به مکانی بسیار بزرگ (سرزمین) تشبیه کرده است و ثانیاً دانش‌آموزان این مدرسه پسرانه واقع در محله خزانه را به‌مثابه آینده‌سازان جامعه معرفی می‌کند و به این ترتیب برای آنان نوعی عاملیت قائل می‌شود. لازم به ذکر است که در محله مزبور حاضر هیچ نمونه مشابهی برای دختران یا زنان مشاهده نشد.

تصویر ۵ آگهی‌ای مربوط به فروش یک واحد آپارتمان در خیابان دکتر شریعتی است که به گونه‌ای محسوس بر عاملیت زنانه دلالت می‌کند؛ زیرا با نگاهی به آگهی متوجه می‌شویم که یک زن (خانم لندرانی) مسئولیت هماهنگی و فروش آپارتمان را به عهده دارد. این نشانه زبانی از منظر عاملیت زنانه بسیار قابل تأمل است چرا که نشان می‌دهد در کسب و کاری که به طور سنتی «مردانه» تلقی می‌شود،

زنان-دست‌کم در مناطق شمالی تهران- رفته‌رفته به رقابت با مردان می‌پردازند و فعالانه در حوزه‌های شغلی مردانه نقش ایفا می‌کنند. گفتنی است این میزان از عاملیت زنانه در محله خزان و حتی هفت‌تیر مشاهده نشد. در پایان این بخش تأکید می‌شود که هدف از توصیف و تحلیل دو نشانه زبانی مورد بحث- تابلوی مدرسه و آگهی فروش آپارتمان- الزاماً مقایسه دو ژانر نوشتاری در فضای عمومی شهر تهران نیست. این تصاویر صرفاً به منزله داده‌هایی متنوع از چشم‌انداز زبانی تهران انتخاب شده‌اند تا امکان بررسی عینی‌تر مصادیق متنوع بازنمایی جنسیت در فضاهای عمومی فراهم شود.

#### ۴-۲ قلمروسازی<sup>۱</sup>

یکی از معیارهای رشد و توسعه اجتماعی و اقتصادی، تخصصی‌شدگی مشاغل و فعالیت‌ها و در پی آن تعیین قلمروهای مکانی اختصاصی برای مشاغل و فعالیت‌هاست. این اصطلاح که ابتدا در جغرافیا و علوم سیاسی برای تعیین حدود و ثغور موجودیت‌های سیاسی وضع شد ارتباط نزدیکی با مکان دارد و به لحاظ مفهومی با مفاهیمی همچون مالکیت، حق شهروندی و تلاش برای غیریت‌سازی<sup>۲</sup> در ارتباط است (Blomely, 2019). مشاهدات حاکی از آن است که برخی مالکان و گردانندگان واحدهای صنفی تهران از زبان برای مرزبندی مکانی و غیریت‌سازی استفاده می‌کنند و جالب این که بخش قابل توجهی از این قلمروسازی با تکیه بر متغیر جنسیت انجام می‌گیرد. مقایسه نشانه‌های زبانی سه محله نشان می‌دهد که در فعالیت‌های تبلیغ شده در چشم‌انداز زبانی محلات تجریش و هفت‌تیر نوعی تخصصی‌شدگی و در پی آن قلمروسازی به چشم می‌خورد. پیشتر با نمونه‌ای از قلمروسازی در یک باشگاه ورزشی (تصویر ۳) آشنا شدیم. در آن تصویر، عبارت «ویژه بانوان» و همچنین تابلوی «ورود آقایان ممنوع» قلمرویی اختصاصی برای زنان فراهم ساخته و به این ترتیب بر محیط زنانه آن فضای ورزشی در محله تجریش تأکید کرده است. در ادامه، با دو نمونه دیگر از قلمروسازی در محدوده پژوهش آشنا می‌شویم



<sup>۱</sup>. territorialization

<sup>۲</sup>. غیریت‌سازی (othering) به معنای فرایندی است که در آن یک فرد یا گروه اجتماعی غیرخودی، غریبه و «غیر» انگاشته می‌شود.

|                                                                                                                   |                                                                                                                        |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>تصویر ۷- قلمروسازی جنسیتی (خزانه)</b></p> <p><b>Figure 7- Gender-based territorialization (Khazane)</b></p> | <p><b>تصویر ۶- قلمروسازی جنسیتی (هفت تیر)</b></p> <p><b>Figure 6- Gender-based territorialization (Haft-e Tir)</b></p> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

در تصویر ۶ راه پله‌ای منتهی به یک باشگاه ورزشی را در محله هفت تیر می‌بینیم. پوستره‌های کف پله‌ها ضمن معرفی نام این مکان (باشگاه ورزشی ادرینا) و برخی فعالیت‌ها و رشته‌های ورزشی دایر در آن به اطلاع مخاطب می‌رساند که ساعت کار این باشگاه ۷ صبح تا ۹ شب است و مهم‌تر این که باشگاه یکسره به زنان اختصاص دارد. ذکر این نکته ضروری است که در نشانه‌های زبانی این باشگاه زنانه نیز با واژه‌های غیرفارسی مانند TRX مواجه می‌شویم. این تنوع زبانی که نتیجه کاربرد کلمات انگلیسی در کنار عناصر فارسی است، پیش‌تر در تابلوی باشگاه ایستگاه تناسب در محله تجریش (تصویر ۳) هم مشاهده شد. این قبیل مثال‌ها موضع نگارنده در خصوص وجود نوعی پیوند و درهم تنیدگی میان متغیر جنسیت با تنوع زبانی را تقویت می‌کنند.

تصویر ۷ از محدود نشانه‌های ناظر بر قلمروسازی زنانه در محله خزانه است. مطابق با این اطلاعیه در مکان مورد نظر مراسم دهه آخر صفر «ویژه بانوان» و با سخنرانی زنان برگزار می‌شود. درج نام دو سخنران زن در واقع عاملیت زنانه در این قلمروی آیینی را بازتاب می‌دهد. شایان ذکر است که نمونه مشابه این مراسم مذهبی در دو محله تجریش و هفت تیر مشاهده نشد و بالعکس، نمونه قلمروسازی ورزشی مطابق با آنچه در تجریش (تصویر ۳) و هفت تیر (تصویر ۶) دیدیم، در محله خزانه رویت نشد.

## ۵. بحث و نتیجه‌گیری

جنسیت همواره موضوعی چالش‌برانگیز برای جامعه‌شناسان بوده و مسأله حضور زنان در فضای عمومی در دوران معاصر مورد توجه جامعه‌شناسان ایران نیز بوده است. پیش از آغاز بحث و تحلیل نهایی یافته‌ها ضروری است به تحولی عمده که در خصوص متغیر جنسیت در فضای عمومی ایران رخ داده است، اشاره کنیم. در حالی که به گزارش برخی محققان مانند **عنایت‌زاده و همکاران (۱۴۰۳)**، زنان در برخی شهرهای کوچک ایران با انواع محدودیت‌ها و حتی مخاطرات در فضاهای عمومی روبرو می‌شوند، به نظر می‌آید آنان در شهرهای بزرگ به ویژه در سال‌های اخیر وضعیت کاملاً متفاوتی را تجربه کرده‌اند. **پوراحمد و همکاران (۱۳۹۲)** ضمن اشاره به مردانه بودن فضای عمومی در جوامع سنتی، با استفاده از پرسشنامه به نظرسنجی در خصوص حضور زنان جوان در دو پارک تبریز پرداخته و دریافته‌اند که به واسطه حضور گسترده زنان در مراکز دانشگاهی، آموزشی و شغلی، حضور زنان در فضاهای عمومی افزایش یافته و دیدگاه‌های جامعه به فضاهای عمومی شهری و حضور زنان در این فضاها دگرگون شده است. **فاضلی (۱۳۹۴)** نیز بر اساس تجربه زیسته خود در محله‌ای متوسط‌نشین در غرب تهران ادعا کرده است که در ایران معاصر به واسطه رخدادهایی همچون انقلاب اسلامی سال ۱۳۵۷ و عواملی مانند تحصیل زنان در دانشگاه‌ها و نیز افزایش ضریب امنیت در فضاهای عمومی، حضور زنان در مناطق شهری به ویژه در کلان‌شهر تهران افزایش یافته است.

در ادامه، به دو پرسش مطرح‌شده در مقدمه مقاله پاسخ می‌دهیم. در چارچوب پرسش اول، دریافتیم که در چشم‌انداز زبانی محلات تهران، برخی نشانه‌های زبانی دارای ماهیت جنسیتی هستند و شماری از آنها با توانمندسازی زنان در عرصه‌های اجتماعی مختلف ارتباط دارند. در توضیح پیرامون پرسش دوم نیز می‌توان نتیجه گرفت که کمیت و کیفیت نشانه‌ها در سه محله مورد مطالعه متفاوتند. با تأمل در محلات شمالی و مرکزی تهران نیز درمی‌یابیم که ادعای زنانه شدن فضای عمومی تهران توسط **فاضلی (۱۳۹۴)** ادعایی قابل اعتناست به شرط آن که متغیر مکان را نیز مدنظر قرار دهیم. در واقع، میان فراوانی نشانه‌های زبانی جنسیت‌محور و مکان ارتباط وجود دارد، به طوری که در محله هفت تیر شاهد بیشترین و در خزانه شاهد کمترین فراوانی عناصر زبانی جنسیتی هستیم. محله تجریش از این منظر در میانه پیوستار قرار می‌گیرد. سه محله مورد بررسی به لحاظ تفکیک جنسیتی نیز تفاوت‌های قابل ملاحظه‌ای دارند. در حالی که در محله خزانه، تمایز جنسیتی به نفع جنسیت مردانه رقم می‌خورد، فاصله و تمایز جنسیتی در تجریش به حداقل می‌رسد. محله هفت تیر از این منظر در میانه طیف قرار دارد.

با تکیه بر یافته‌ها می‌توان ادعا کرد که در تهران هویت مردانه در جایانام‌های معابر عمومی و اماکن غالب است، هرچند در محله تجریش به وضوح و تا اندازه‌ای در محله هفت‌تیر گرایش به استفاده از جایانام‌های زنانه وجود دارد. در این پژوهش علاوه بر جایانام‌ها به سه شاخص تنوع زبانی، عاملیت و قلمروسازی نیز توجه کردیم. تأمل در نشانه‌های زبانی حاکی از آن است که میان هویت زنانه با تنوع زبانی نوعی پیوند برقرار است، به طوری که در فضاهای زنانه فراوانی نشانه‌های زبانی متنوع به خصوص نشانه‌های دوزبانه بیشتر است. بر اساس نتایج تحقیق، محلات مورد مطالعه تصویر یکسانی از تنوع زبانی جنسیت‌محور را بازتاب نمی‌دهند. در حالی که در محله شمالی (تجریش) و مرکزی (هفت‌تیر) با تعداد قابل توجهی از نشانه‌های زبانی فارسی، انگلیسی و حتی ترکی مواجه می‌شویم، محله خزانه در جنوب تهران به صورت یکدست فارسی است. نشانه‌های جنسیت‌محور از نظر شاخص عاملیت نیز تفاوت‌های چشمگیری با یکدیگر دارند. در حالی که در محله جنوبی (خزانه) شاهد بازنمایی عاملیت مردانه در حوزه‌های مختلف آموزشی و ورزشی هستیم، در محله شمالی و مرکزی تهران به وضوح بر عاملیت زنانه تأکید قرار می‌شود. تنها شاخصی که نوعی شباهت میان محلات دیده می‌شود قلمروسازی است، هرچند در اینجا هم تفاوتی عمده به لحاظ حوزه فعالیت مشاهده می‌شود. در حالی که در محلات شمالی و مرکزی تهران قلمروهایی ویژه برای فعالیت‌های ورزشی و تفریحی زنان اختصاص می‌یابد، در جنوب تهران قلمروسازی زنانه به طور خاص به فعالیت‌های آیینی و مذهبی محدود می‌شود. در مجموع، به نظر می‌آید در بازنمایی هویت زنانه در چشم‌اندازهای زبانی، مکان متغیری بسیار تعیین‌کننده است و به همین دلیل می‌توان از نوعی درهم‌تیدگی میان جنسیت و مکان سخن گفت. لازم به یادآوری است که با توجه به فراوانی چشمگیر نام‌های مردانه در هر سه مکان مطالعه‌شده، نتایج حاصل از این پژوهش با یافته‌های مطرح شده در اغلب مطالعات چشم‌انداز زبانی به خصوص **گورنی و گورنا** (2024) و **زند** (۱۳۹۳) سازگار است.

یافته‌های پژوهش حاضر را می‌توان در چارچوب نظریه توانمندسازی زنان (Rowlands, 1997) نیز تبیین کرد. برخی نشانه‌های زبانی گردآوری‌شده به وضوح بر نقش‌های اجتماعی‌ای دلالت دارند که از قدرتمندسازی زنان خبر می‌دهند. با تأمل در این نشانه‌ها می‌توان دریافت که زنان در هر سه منطقه شمالی، مرکزی و جنوبی تهران می‌کوشند به سطحی از تنظیم‌گری فعال در خارج از قلمرو خانه و خانواده دست یابند. تابلوی ایستگاه تناسب و ویژه زنان در محله تجریش (تصویر ۳) و همچنین نشانه‌های مربوط به باشگاه ورزشی ادرینا در محله هفت‌تیر (تصویر ۶) به این واقعیت اشاره دارند که زنان - دست‌کم در مناطق شمالی و مرکزی تهران - به درجه‌ای از استقلال مالی و اجتماعی دست یافته‌اند که یک مکان مستقل را به طور تمام وقت به فعالیت‌های ورزشی خود اختصاص دهند. در جنوب تهران نیز درجاتی از توانمندسازی زنان دیده می‌شود، هرچند کمیت و کیفیت آن تا اندازه‌ای متفاوت است. برای مثال، در اطلاعیه مراسم دهه آخر صفر (تصویر ۷) شاهد اطلاع‌رسانی در خصوص فعالیتی جمعی توسط زنان هستیم، هرچند فعالیت مورد نظر ناظر بر فعالیتی اقتصادی نیست و با الگوهای رفتاری زنان سنتی همخوانی بیشتری دارد. شاید مهم‌ترین نشانه توانمندسازی زنان را بتوان در اطلاعیه فروش آپارتمان (تصویر ۵) مشاهده کرد. این اطلاعیه نشان می‌دهد که چگونه یک زن تلاش دارد با گذر از کلیشه‌های جنسیتی، وارد قلمرو صنفی خاصی شود که به صورت عرفی در کنترل مردان ایرانی بوده است. بدیهی است به منظور درک عمیق‌تر دامنه و عمق درهم‌تیدگی دو متغیر جنسیت و مکان و همچنین آگاهی از کاربرد زبان در امر توانمندسازی زنان می‌توان به مطالعه میدانی فضای عمومی سایر شهرها نیز پرداخت. از آنجا که توانمندسازی زنان اغلب در چارچوب توسعه<sup>۱</sup> تعریف و ارزیابی می‌شود، بی‌شک چنین مطالعاتی ضمن تعمیق دانش ما در حیطه جامعه‌شناسی زبان، تصویری دقیق‌تر از توسعه‌یافتگی اجتماعی نیز ارائه می‌دهد.

## منابع فارسی

احمدی، اکبر و جهانگرد، اسفندیار. (۱۳۹۹). رتبه‌بندی محلات شهر تهران از نظر سطح برخورداری و کیفیت زندگی با استفاده از Fuzzy TOPSIS. *اقتصاد شهری* (۵)، ۱۲۷-۱۴۸.

<sup>۱</sup>. development

آقای ایبانه، بنفشه و کلانتری، عبدالحسین. (۱۳۹۵). بررسی مقایسه‌ای میزنوشته‌های مدارس منطقه شش شهر تهران. *اندیشه‌های نوین تربیتی* ۱۲(۲)، ۳۱-۶۱.

اکرمی‌پور، پیام و شریفی، نفیسه. (۱۴۰۰). خوانش جنسیتی از چهارمین و پنجمین دوره پوسترهای تبلیغاتی انتخابات شورای شهر در سه شهر تهران، شیراز و اهواز. *زن در فرهنگ و هنر* ۱۳(۳)، ۴۶۷-۴۹۰.

پوراحمد، احمد؛ اشرفی، یوسف و رشیدی، طلا. (۱۳۹۲). دگرگونی‌های حضور زنان در فضای عمومی شهری مورد کاوی: پارک ائل گلی و خاقانی تبریز. *زن در توسعه و سیاست* ۱۱(۳)، ۳۵۱-۳۷۶.

تفرجی یگانه، مریم. (۱۳۹۵). تحلیل به کارگیری دشوازه در فیلم‌های سینمای ایران از منظر جامعه‌شناسی زبان و رابطه آن با جنسیت بازیگران. *مطالعات فرهنگ-ارتباطات* ۱۷(۳۵)، ۱۵۱-۱۶۶.

خسروی شکیب، محمد. (۱۴۰۳). بررسی و تحلیل «ماهیت جنسیتی» در ضرب‌المثل‌های فارسی با تأکید بر رویکرد فمینیسم اگزیستانسیالیست. *فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران* ۱۷(۳)، ۸۳-۱۰۵.

داوری اردکانی، نگار و عیار، عطیه. (۱۳۸۷). کنکاشی در پژوهش‌های زبان‌شناسی جنسیت. *مطالعات راهبردی زنان* ۱۱(۴۲)، ۱۶۲-۱۸۱.

رضا قلی فامیان، علی و پژمان جم، محبوبه. (۱۳۹۵). چندزبانگی در چشم‌انداز زبانی شهر ارومیه. *پژوهش‌های زبان‌شناسی* ۸(۲)، ۲۱-۳۶.

رضا قلی فامیان، علی و کلاهدوز محمدی، ماندانا. (۱۳۹۵). بررسی الگوهای زبانی در نام‌گذاری مراکز کسب و کار شهر تبریز. *مطالعات فرهنگ-ارتباطات* ۱۷(۳۳)، ۱۰۹-۱۲۵.

رهر، بهزاد؛ محمودی بختیاری، بهروز و کریم خانلویی، گیتی. (۱۳۹۱). رابطه جنسیت و قطع گفتار: بررسی جامعه‌شناختی زبان. *پژوهش‌های زبان و ادبیات تطبیقی* ۳(۴)، ۱۳۵-۱۴۷.

زندی، بهمن. (۱۳۹۳). بررسی دیوارنوشته‌های شهر تهران از دیدگاه جامعه‌شناسی زبان. *مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران* ۳(۲)، ۳۳۵-۳۵۵.

شعبانی میناباد، ملاحت و علی محمدی، شبنم. (۱۳۹۸). تحلیل محتوای نیمکت‌نوشته‌ها و دیوارنوشته‌های مدارس متوسطه ودانشگاه‌های شهر اردبیل از دیدگاه زبان‌شناسی اجتماعی. *زبان‌شناسی اجتماعی* ۲(۳)، ۱۱-۲۴.

طارمی، طاهره؛ تاکی، گیتی و یوسفیان، پاکزاد. (۱۳۹۷). جنسیت در مقالات علمی فارسی زبان: مطالعه پیکره بنیاد نشانگرهای فراگفتمان تعاملی بر اساس انگاره هایلند. *پژوهش‌های زبان‌شناسی* ۱۰(۱۸)، ۲۳-۴۲.

عسگری فورگ، سارا و فاروقی هندوالان، جلیل‌الله. (۱۳۹۹). بررسی رابطه سن و جنسیت با شیوه بیان کنش گفتار شکایت در زبان فارسی. *زبان‌شناسی و گویش‌های خراسان* ۱۲(۲)، ۹۹-۱۲۵.

عنایت زاده، چنور؛ موسوی خامنه، مرضیه و موسوی، سید یعقوب. (۱۴۰۳). تجارب زیسته و ادراک زنان از فضاهای عمومی شهری (مورد مطالعه: زنان شهر سقز). *زن در توسعه و سیاست* ۲۲(۳)، ۵۶۵-۵۹۷.

فاضلی، نعمت‌الله. (۱۳۹۴). زنانه شدن فضای شهری در ایران امروز، با تکیه بر فضای کلان‌شهر تهران. *پژوهش‌نامه زنان* ۶، ۱۰۷-۱۳۲.

فردوسی، مریم و فاضلی، نعمت‌الله. (۱۴۰۰). کارکرد قدرت‌بخش زبان در زندگی روزمره زنان (مطالعه استراتژی‌های زبانی قدرت در زبان طبقه متوسط ساکن تهران). *زن در فرهنگ و هنر* ۱۳(۴)، ۵۱۱-۵۳۹.

قجری، حسینعلی و حق‌پرست، فاطمه. (۱۴۰۱). مطالعه تأثیر توانمندسازی اقتصادی زنان سرپرست خانوار بر سلامت اجتماعی آنان. *فصلنامه مطالعات میان‌رشته‌ای در علوم انسانی* ۱۴ (۲)، ۱۵۱-۱۷۷.

کوثری، مسعود؛ عزیزی، فرید و عزیزی، حمید. (۱۳۹۳). بازنمایی زنان در تبلیغات تلویزیونی پودر لباسشویی پرسیل. *فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران* ۷(۴)، ۱۸۹-۲۱۲.

محبوبی شریعت پناهی، نسیم‌السادات؛ مداحی، جواد؛ حیدری، حسین و کبیری، سعید. (۱۴۰۲). مطالعه کیفی نقش و جایگاه آموزش عالی در مشارکت زنان در نهادهای مدنی و اجتماعی. *فصلنامه مطالعات دانشگاه* ۱(۴)، ۳۹-۶۸.

مقصودی، سوده و بنی‌فاطمه، زهرا. (۱۳۸۳). تحلیل محتوای دیوانروسی‌های کلاس‌های درس دانشگاه شهید باهنر کرمان. *رفاه/اجتماعی*

۳(۱۳)، ۲۶۷-۲۸۸.

میرسعیدی، عاطفه‌سادات. (۱۳۹۱). فارسی کنونی به عنوان یک زبان جنسیت‌گرا. *زبان‌پژوهی* ۳(۶)، ۲۰۱-۲۲۲.

## References

- Aghayee Abianeh, B., & Kalantari, A. H. (2016). Comparative study of the schools graffiti in District Six of Tehran. *Journal of New Thoughts on Education* 12(2), 31-62. [In Persian]
- Ahearn, L. M. (2001) Language and agency. *Annual Review of Anthropology* 30, 109-137.
- Ahmadi, A., & Jahangard, E. (2020). Ranking of the neighborhoods of Tehran metropolis in terms of development and quality of life: A fuzzy TOPSIS approach. *Urban Economics* 5(1), 127-148. [In Persian]
- Akramipour, P., & Sharifi, N. (2021). A gender analysis of posters of fourth and fifth City Council elections in cities of Tehran, Shiraz and Ahvaz in Iran. *Journal of Woman in Culture and Arts* 13(3), 467-490. [In Persian]
- Askari Foorg, S., & Faroughi Hendevalan, J. (2020). A study of age and gender variables in complaint speech act in Persian. *Journal of Linguistics and Khorasan Dialects* 12(2), 99-125. [In Persian]
- Backhaus, P. (2007). *Linguistic landscapes: A comparative study of urban multilingualism in Tokyo*. Multilingual matters.
- Blomely, N. (2019). The territorialization of property in land: space, power and practice, *Territory, Politics, Governance* 7(2), 233-249.
- Comajoen-Colomé, L., & Long, E. (2012). The linguistic landscape of three streets in Barcelona: Patterns of language visibility in public space, In: D. Gorter, H. F. Marten & L.V. Mensel (Eds.) *Minority languages in linguistic landscape* (pp.183-203). Palgrave Macmillan.
- Davari Ardakani, N., & Ayyar, A. (2009). A study in researches in the realm of the linguistics of gender. *Women's Strategic Studies* 11(42), 162-181. [In Persian]
- Enayatzadeh, C., Mousavi Khameneh, M., & Mousavi, Y. (2024). Lived experiences and women's perception of urban public spaces (Study Case: Saqqez City Women). *Woman in Development & Politics* 22(3), 565-597. [In Persian]
- Fazeli, N. (2015). Feminization of urban spaces in contemporary Iran: With emphasis on Tehran grand city spaces. *Women Studies* 6(0), 107-132. [In Persian]
- Ferdosi, M., & Fazeli, N. (2021). The empowering function of language in women's daily lives (A Study on power strategies of language in middle class women living in Tehran). *Journal of Woman in Culture and Arts* 13(4), 511-539. [In Persian]
- Gaiser, L., & Matras, Y. (2016). *The spatial construction of civic identities: A study of Manchester's linguistic landscapes*. The University of Manchester Press.
- Ghajari, H., & Haghpars, F. (2022). The effect of economic empowerment of women household heads on their social health. *Interdisciplinary Studies in the Humanities* 14(2), 151-177 [In Persian]
- Goddard, A., & Patterson, L.M. (2000). *Language and gender*. Routledge.
- Górny, K., & Górna, A. (2024) Gender and the urban linguistic landscape: Polish street naming practices. *Names: A Journal of Onomastics* 72(2), 1-19.
- Khosravi Shakib, M. (2024). An analytical study of "gender identity" in Persian proverbs: With emphasis on existentialist feminism approach. *Journal of Iranian Cultural Research* 17(3), 83-105. [In Persian]
- Kousari, M., Azizi, F., & Azizi, H. (2015). The representation of women in the advertisement of Persil washing powder. *Journal of Iranian Cultural Research* 7(4), 189-212 [In Persian]
- Lakoff, R. (1973). Language and women's place. *Language in Society* 2, 45-80.
- Landry, R., & Bourhis, R. Y. (1997). Linguistic landscape and ethno-linguistic vitality: An empirical study. *Journal of Language and Social Psychology* 16, 23-49.
- Maghsoodi S., & Banifateme, Z. (2004). A sociological survey of comments written on university's classroom walls. *Refahj* 4(13), 267-291. [In Persian]
- Mahboubi Sharit Panahi, N., Maddahi, J., Heidari, H., & Kabiri, S. (2023). A qualitative study of the role of higher education in the participation of women in civil and social institutions. *Journal of University Studies* 1(4), 39-68. [In Persian]
- Milani, T. M. (2014). Sexed signs: Queering the scenery. *International Journal of the Sociology of Language* 228, 201-225.
- Mirsayedi, A. (2012). The current Persian language as a sexist language. *Journal of Language Research* 3(6), 201-222. [In Persian]
- Modarresi, Y. (1978). *A sociolinguistic analysis of Persian language*. Ph.D. Dissertation, University of Kansas.

- Moriarty, M. (2015). Indexing authenticity: The linguistic landscape of an Irish tourist town. *International Journal of the Sociology of Language* 232, 195-214.
- Pourahmad, A., Ashrafi, Y., & Rashidy, T. (2013). Transformations of women participation in urban public space; Case Study: Eal-Guly and Khaghani parks in Tabriz. *Woman in Development & Politics* 11(3), 351-376. [In Persian]
- Rahbar, B., Mahmoodi-Bakhtiari, B., & Karimi Khanlooi, G. (2012). The relationship between gender and speech interruption: A sociolinguistic study. *Language Related Research* 3(4), 135-147. [In Persian]
- Reza Gholi Famian, A., & Kolahduz Mohammadi, M. (2016). The study of linguistic patterns in shop signs of Tabriz. *Journal of Culture-Communication Studies* 17(33), 109-125 [In Persian]
- Reza Gholi Famian, A., & Pezhman Jam, M. (2017). Multilingualism in linguistic landscape of Urmia. *Journal of Researches in Linguistics* 8(2), 21-36. [In Persian]
- Rezaei, S., & Tadayyon, M. (2018). Linguistic landscape in the city of Isfahan in Iran: The representation of languages and identities in Julfa. *Multilingua* 37(6), 701-720.
- Rowlands, J. (1997). *Questioning empowerment*. Oxfam Publications.
- Shabani Minaabad, M., & Alimohammadi, S. (2019). A content-based analysis of bench-writing and graffiti of secondary schools and universities in Ardebil city from a sociolinguistic point of view. *Journal of Sociolinguistics* 2(3), 11-24. [In Persian]
- Tafaraji Yeganeh, M. (2016). The sociolinguistic analysis of taboo application in Iranian cinematic films and its relation with actor or actress' gender. *Journal of Culture-Communication Studies* 17(35), 151-166. [In Persian]
- Taremi, T., Taki, G., & Yousefian, P. (2018). Gender in Persian research articles: A corpus-based approach to Interactional metadiscourse markers based on Hyland's model. *Journal of Researches in Linguistics* 10(1), 23-42. [In Persian]
- Zandi, B. (2014). A sociolinguistic study of graffiti in Tehran. *Social Studies and Research in Iran* 3(2), 335-355. [In Persian]