

تأویل کارکرد شناختی فضاهای عمومی محله‌ای از منظر هویت نمونه موردی: محله نازی‌آباد و مهران تهران

حمید ماجدی^۱

مجید منصوررضایی^۲

الهام منصوری^۳

تاریخ دریافت: ۹۳/۰۴/۱۵

تاریخ پذیرش: ۹۳/۱۰/۰۱

چکیده

در مطالعه شهر ایرانی، محلات همواره یکی از قدیمی‌ترین و پایه‌ای‌ترین عوامل ساختاری شهرها به‌شمار می‌رفتند که در مقام ابژه‌ای قابل تأمل و به دور از نگاهی نوستالژیک، از ویژگی‌های تکامل‌یافته‌ای برخوردار بودند. از مصادیق این تکامل‌یافتگی که خود نیازمند مذاقه مفصل است، می‌توان به وجود طیفی از فضاهای عمومی - از مشترک میان چند خانوار تا مشترک میان تمامی ساکنان محله - اشاره کرد که زمینه بسط و رونق تعاملات اجتماعی در سطوح مختلف محله را فراهم می‌کردند.

با آغاز دوره شهرنشینی فزاینده از اوایل دهه ۱۳۴۰، شهر ایرانی با تغییرات معناداری در کمیت و کیفیت فضاهای عمومی خود مواجه شد. از این رو و در مقایسه با کارکرد و اهمیت این فضاها، نوشتار تلاش دارد تا روشنگری را در خصوص کارکرد فضاهای عمومی در پشتیبانی از هویت محلات شهری ایجاد کند. به این منظور دو محله «نازی‌آباد» و «مهران» که وجوه مشترکی از منظر سال‌های شکل‌گیری و طبقه اجتماعی ساکن، و وجوه افتراقی در سازمان فضایی و کمیت و کیفیت فضاهای عمومی خود دارند، مورد مطالعه تطبیقی قرار گرفتند. در تبیین چارچوب نظری پژوهش از نظرات و آرای صاحب‌نظرانی چون راپاپورت^۴، رالف^۵، کارمونا^۶، لینچ^۷ و گیل^۸ بهره گرفته شد. همچنین در انتخاب روش تحقیق، با توجه به ماهیت پژوهش که معنای خود را وام‌دار مجموعه عوامل چندبعدی است، از تلفیق دو روش کمی و کیفی بهره گرفته شد. نتایج پژوهش برآمده از خلال پرسشگری‌ها و مصاحبه‌های عمیق، نشان از نقش بسزای فضاهای عمومی در تولید و پشتیبانی از معیارهای برساننده هویت در محلات شهری دارد.

کلیدواژه: فضای عمومی، محله، هویت، شهرنشینی

۱. majedi@srbiau.ac.ir

۲. mmr_udp@yahoo.com

۳. au.mansoori@gmail.com

۴. Rapoport

۷. Lynch

۱. دانشیار دانشکده هنر و معماری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران

۲. دانش‌آموخته کارشناسی ارشد طراحی و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه آزاد اسلامی

۳. دانشجوی دکتری شهرسازی، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران

۵. Ralph

۸. Gehl

۶. Carmona

در دوره معاصر و در روند ناگزیر جهانی شدن، «هویت»^۱ دغدغه ملت‌هایی است که از سامانه‌های فرهنگی-تاریخی برخوردارند. ما از طریق تمایز با دیگران هویت پیدا می‌کنیم و موجودیت ما با هویتمان گره خورده است. اگر بتوان جهان را به دامنه‌ها و حوزه‌های شناختی تقسیم کرد، تفاوت‌های بیرونی و مابین حوزه‌ها باعث تمایز و تشخیص آنها از یکدیگر می‌شود، و شباهت‌های درونی در هر حوزه، هویت گروهی آنها را شکل می‌دهد.

«محلات»^۲ به‌عنوان یکی از اجزای اصلی تشکیل‌دهنده سازمان فضایی شهرها، از گذشته‌های دور نقش ویژه‌ای را در ساخت و برساخت هویت شهرها بر عهده داشته‌اند. در الگوواره شهر تاریخی ایرانی، محلات ویژگی‌های تکامل‌یافته‌ای داشتند که از جمله مصادیق آن می‌توان به وجود طیفی از فضاهای عمومی^۳ اشاره کرد. وجود این طیف از فضاهای عمومی - مشترک میان چند خانوار تا مشترک میان تمامی ساکنان محله - ضمن ایجاد تنوع در ساختار محلات (شخصیت)، امکان برقراری تعاملات اجتماعی در درون محلات را نیز تسهیل می‌کرد.

با آغاز دهه ۱۳۴۰ و رخ دادن تحولات سیاسی و دگرگونی‌های اقتصادی و اجتماعی، شهر ایرانی با حجم وسیعی از مهاجرت‌های روستا - شهری مواجه شد. این روند در دهه ۵۰ با افزایش قیمت نفت، پیروزی انقلاب اسلامی و شروع جنگ و در دهه ۶۰ با ادامه جنگ و تصویب قانون زمین شهری سرعت گرفت؛ به‌طوری‌که جمعیت شهری ایران از ۶۰۰۲۶۲۱ نفر در سال ۱۳۴۵ به ۴۵۲۵۹۹۶۴ نفر در سال ۱۳۸۵ رسید. در این برهه تاریخی آنچه سبب رشد فزاینده ماهوی چنین جریان پرشتابی بود، تقویت یافتن تخیل فانتزی از شهرنشینی بود که آن را به حضور فیزیکی صرف در شهر و نادیده گرفتن دیگر منویات شهری تقلیل می‌داد. به‌موجب تغییرات سریع و پیش‌بینی نشده، سه لایه «سرزمینی»، «زندگی» و «معنایی» شهرها با تغییرات اساسی مواجه شد که از جمله نتایج آن، باید به دگرگونی «فرم، عملکرد و هویت» و «ساختار اجتماعی» محلات شهری اشاره کرد؛ محلات تازه‌تأسیسی که بدون طرحی از پیش اندیشیده شده و تنها در قالب طرح‌های تفکیکی، آماده‌سازی و در اختیار متقاضیان قرار داده می‌شدند.^۴ از ویژگی‌های «گونه‌شناختی»^۵ چنین محلاتی باید به بلوک‌های مسکونی بزرگ، خیابان‌کشی‌های



1. Identity
2. Neighborhoods
3. Public Spaces
4. این نوع ساخت‌وسازها با تمام انتقاداتی که به آنها وارد است، اما بهتر از الگوهای دیگر سکونت جمعیت مهاجر به شهرها از جمله سکونتگاه‌های غیررسمی و حاشیه‌ای بودند.
5. Typological

شطرنجی، بی‌مرکزی و استحصال فضاهای عمومی محله‌ای از دو منظر کمی و کیفی و نیز از «بعد اجتماعی» به ناشناسی، سابقه پایین سکونت، جابه‌جایی مداوم ساکنان، فقر تعاملات اجتماعی و عدم احساس تعلق اشاره کرد.

از این رو، نوشتار حاضر تلاشی برای مطالعه حال و احوال هویت محلات شهری تهران از منظر «کارکرد فضاهای عمومی» است؛ چراکه تهران به‌عنوان مادرشهر شهرهای ایران که از قضا ادعای هویت نیز دارد، نمونه ویژه‌ای برای پژوهشی آسیب‌شناختی از منظر هویت‌های محله‌ای به‌شمار می‌آید.

برای این امر، نوشتار با انتخاب و مطالعه دو محله در شهر تهران که از حیث سال‌های تأسیس و سطح اجتماعی و اقتصادی ساکنان با یکدیگر قرابت‌ها و از حیث سازمان فضایی با یکدیگر افتراقاتی دارند، می‌کوشد روشنگری را در ساخت و برساخت هویت محله‌ای از منظر کارکرد فضاهای عمومی ایجاد کند.

هویت، محله و هویت محله

۱. **هویت، معادل واژه "Identity"** در زبان انگلیسی است که در فرهنگ لغت آکسفورد^۱ چنین معنا می‌شود: آنچه کسی یا چیزی هست، همان بودن^۲.

فرهنگ لغت دانشگاهی فانک اند واگنلز^۳ نیز در ذیل مفهوم هویت، ذکر می‌کند:

«حالت مشابهت کامل، همان‌بودن و یکی‌بودن، یکسانی منافع و علایق، حالات شخصی یا شئی خاص بودن و نه چیز دیگر» (پیران، ۱۳۸۴، ۶). جان لاک فیلسوف قرن هجدهم، هویت را مقایسه وجود چیزی که در زمان و مکان مشخص مشاهده شده است با همان چیز در زمان و مکان دیگر می‌داند (داودپور، ۱۳۸۴). از این رو، می‌توان چنین اذعان کرد که هویت به معنای امر تمایزبخشی است که به‌واسطه آن می‌توان میان پدیده‌ای با پدیده دیگر تمایز قائل شد. این پدیده ممکن است یک فرد، یک گروه اجتماعی، یک محله، یک شهر و یا هر پدیده دیگری باشد.

۲. **محله**، به‌عنوان ناحیه یا حوزه سیاسی تعریف می‌شود و توأمان مؤلفه‌های فیزیکی (مکان‌محور) و اجتماعی (مردم‌محور) را در بر می‌گیرد. «بعد فیزیکی»^۴ محله شامل عناصر

1. Oxford
2. Who or sb/sth is, state of being the same
3. Funk and Wagnalls
4. Physical Dimension



مصنوع و غیرمصنوع است و مواردی چون نوع واحدهای مسکونی، موقعیت قرارگیری، فاصله آنها از یکدیگر و خدمات عمومی محله، سلسله مراتب عرصه بندی ها و دسترسی های واحدهای مسکونی، کمیت و کیفیت فضاها و عمومی و چگونگی گذر از فضای خصوصی به عمومی، نمادها و نشانه و ... را شامل می شود. همچنین در خصوص «بعد اجتماعی»^۱ محله، باید به خصوصیات ساکنان آن، جنبه های نمادین و فرهنگی، فعالیت ها و تجربه های مشترک، فرهنگ و روابط اجتماعی بین آنان و ... اشاره کرد.

کُرپات^۲ بیان می کند که «محله، واحد فیزیکی و اجتماعی با سازمان های اجتماعی است که بزرگتر از خانواده و کوچکتر از شهر است. محله ناحیه ای است که آشنایی با آن باعث آسودگی خاطر بوده و هرچه شخص به طرف لبه های آن می رود، آشنایی او با مردم و مکان ها کمتر می شود» (منصوررضایی، ۱۳۹۰، ۷۰).

هانری لوفبور^۳ معتقد است که «محله به وسیله نیروهای اجتماعی سازمان یافته، به ارائه الگوی شهر مبادرت کرده و موجب توسعه آن می شود. لذا محله، یک شکل سازمانی فضا و زمانی شهر است» (ربانی، ۱۳۸۱، ۵۱).

امروزه مفهوم «محله» از اهمیت ویژه ای در حوزه مطالعات شهری برخوردار است و این نکته برای پژوهشگران شهری مطرح است که چگونه قلمروی را که از جانب گروه های مختلف «خودی» تلقی می شود، می توان مورد شناخت و بررسی قرار داد. چراکه این جمله همواره مورد تصدیق قرار گرفته است که مناطق مسکونی متفاوت، هویت های اجتماعی متفاوتی را ایجاد می کنند (رابرتس^۴، ۱۹۷۱، هاروی^۵، ۱۹۷۳ و ۱۹۹۲، رابرتسون^۶ و همکاران، ۲۰۰۸)

۳. هویت محله، ساخت یا شکل گیری هویت محله یک فرایند پیچیده مکانی اجتماعی در حوزه شهرشناسی به شمار می رود (رابرتسون و همکاران، ۲۰۰۸) و در توضیح آن نیاز است بدانیم که چگونه مردم جایی را که در آن زندگی می کنند درک و بازگو می کنند و به چه روش هایی هویت ها و باهمستان^۷ های خود را معرفی می نمایند و دیگران آنها را می شناسند.



1. Social Dimension
2. Kurpat
3. Henri Lefebvre
4. Roberts
5. Harvey
6. Robertson
7. Community

در باب اهمیت هویت، همواره این جمله بیان می‌شود که «مردم به‌منظور توانایی در انجام وظایف خود در جامعه، نیاز به حس هویت و تعلق به یک منطقه خاص، محله یا یک گروه دارند. مردم خود را از طریق ویژگی‌های مختلفی چون تعلق به یک گروه اجتماعی یا قومی خاص، یک منطقه یا یک محله معرفی می‌کنند. در همین راستا در بسیاری از متون تخصصی حوزه شهرشناسی تلاش می‌گردد تا نشان داده شود که چگونه هویت‌های محله‌ای شکل می‌گیرند، گسترش می‌یابند، و در طول زمان به پایداری می‌رسند. در این خصوص بسیاری از کارشناسان، داشتن یک پاسخ مشخص و روشن به سؤال «شما اهل کجا هستید؟»^۱ را بخش مهمی از این شناخت می‌دانند» (والرا،^۱ ۱۹۹۷، رابرتسون و همکاران، ۲۰۰۸).

آردری^۳ بیان می‌کند که «مفهوم درون/ بیرون ذیل مفهوم قلمرو به‌راحتی قابل درک است و مردم با تعریف یک قلمروی منحصر به فرد، خود را معرفی و از هویت خود حمایت می‌کنند. همچنین ناکس^۴ و پینچ^۵ بر اهمیت مفهوم قلمرو تأکید می‌کنند و نشان می‌دهند که چگونه مردم بر اساس عامل درون/ بیرون بین خود و دیگران تمایز قائل می‌شوند و قلمروهایی را برای خود مشخص می‌کنند که این قلمروگرایی خود به‌عنوان عاملی مهم، نقش پایه‌ای در توسعه قلمروهای اجتماعی ایفا می‌کند و به نگرش و رفتار ساکنان آن قلمرو شکل می‌دهد» (کارمونا، ۲۰۰۳).

از دیگر سوی، دو مفهوم «دلبستگی به جامعه»^۶ و «دلبستگی به مکان»^۷ اغلب جهت تفهیم مفهوم هویت به کار برده می‌شوند. اگرچه باید ذکر کرد که این دو مفهوم به‌طور کامل از یکدیگر جدا نیستند و در ساخت و برساخت یکدیگر مؤثرند، اما هیومون^۸ نشان می‌دهد که مفهوم «دلبستگی به جامعه» به‌شدت با میزان روابط اجتماعی محلی در ارتباط است. باین حال، او نیز متذکر می‌شود که محیط ساخته‌شده نیز به تقویت چنین مفهومی کمک می‌کند (برهم^۹ و همکاران، ۲۰۰۶).

عوامل ذکرشده فوق، در کنار عواملی چون احساسات، ادراک فضایی و عوامل اجتماعی، طول مدت اقامت، روابط اجتماعی محلی، دوست داشتن یا نداشتن محله، گرایش به ترک محله،

1. Where are you from?
2. Valera
3. Ardri
4. Knox
5. Pinch
6. Community Attachment
7. Place Attachment
8. Hummon
9. Brehm



داشتن تصویر روشنی از محله و قلمروهای آن، همگی از مهم‌ترین شاخص‌هایی هستند که در تحلیل و بررسی‌های مربوط به مباحث هویتی در مطالعات مختلف، مورد استفاده قرار می‌گیرند.

نقش فضای عمومی محله‌ای در ساخت و برساخت هویت محله

«فضاهای عمومی» به‌عنوان بستر کالبدی حضور شهروندان و برقراری تعاملات اجتماعی ایشان در محلات، نقش عمده و مهمی را از دو نقطه‌نظر کالبدی-ادراکی و اجتماعی ایفا می‌کنند. چراکه محله به‌عنوان یک کلیت، برای هویت‌مندی نیاز به اجزای هویتی چون تمرکز، قلمرو، عرصه درونی و بیرونی و شناسایی دارد^۱ و فضاهای عمومی به‌واسطه مکان شدن خود، نقش مؤثری در شکل‌گیری و تقویت این اجزا در محلات ایفا می‌کنند. از دیگر سو «بعد اجتماعی» این فضاها به‌واسطه تسهیل تعاملات اجتماعی، همگرایی افراد و گروه‌های مختلف و فراهم کردن بستر فعالیت‌ها و اتفاقات گوناگون، در شکل‌گیری و تقویت هویت فردی و جمعی، تعلق مکانی، خاطرات جمعی و تقویت «حوزه عمومی^۲» در محلات مؤثرند.

اگرچه باید پذیرفت که ایجاد «هویت محله» به‌عنوان فرایندی اجتماعی و فرهنگی، امری پیچیده و پویا است و مجموعه عوامل فراچندبعدی چون اجتماعی، فیزیکی و زیست‌محیطی بر آن اثرگذار است، با این حال بر اساس مدل کاساردا^۳ و ژانowitz^۴ (۱۹۷۴)، از «طول مدت اقامت» می‌توان به‌عنوان یک شاخص مهم و اثرگذار در میزان تعلق عاطفی به محله یاد کرد. طبق این مدل، دلبستگی به باهمستان - که ویژگی‌های مکانی را در خود مستتر دارد - با میزان معاشرت‌های فردی و توسعه شبکه‌های اجتماعی محلی در طول زمان تقویت می‌شود (برهم و همکاران، ۲۰۰۶)؛ معاشرت‌ها و تعاملاتی که فضاهای عمومی محله همچون خیابان‌ها، پارک‌ها، میدانچه‌ها، فروشگاه‌ها، کافه‌ها و... به‌عنوان بستری فیزیکی-اجتماعی، ایجادکننده و پشتیبان آنها شناخته می‌شوند.

رفتار انسان متکی بر فرهنگ است و فرهنگ، به‌عنوان مجموعه دستاوردهای معنوی و مادی یک جامعه (شامل ارزش‌ها، سنت‌ها، آداب و رسوم، سطح دانش و فناوری و ...) بر فضاهای شهری تأثیر می‌گذارد. در واقع این فضاها، تبلور عینی ذهنیت‌ها هستند (ماجدی و زرآبادی، ۱۳۸۹). در

۱. برگرفته از الگوواره «ساختار مکان»، کریستین نوربرگ شولتز. (۱۳۸۹)

2. Public Sphere
3. Kasarda
4. Janowitz



این میان، فضاهای عمومی به‌عنوان فرصت‌های محیطی^۱ به‌وضوح بر آنچه مردم انجام می‌دهند و نمی‌توانند انجام دهند، اثرگذار هستند. برخی از محققان حوزه شهرشناسی چون جین جیکوبز^۲ و ویلیام اچ^۳ اعتقاد دارند که خیابان‌های خوب، پیاده‌روها، پارک‌ها و دیگر فضاهای عمومی در آگاهی و رشد مدنیت در جوامع نقش بسزایی ایفا می‌کنند. (کارمونا، ۲۰۰۳)

بسیاری از مفسران در خصوص اینکه چگونه فضا بر مردم، احساسات و رفتار ایشان اثر می‌گذرد، بحث کرده‌اند. این مباحث برآمده از مفهوم فضا، در یک تقسیم‌بندی کلی، در سه بخش قابل دسته‌بندی است:

۱- خصوصیات فیزیکی فضا

۲- فعالیت‌هایی که در فضا رخ می‌دهد

۳- معنای فضا

کارمونا (۲۰۰۳) این سه بخش را با عناوین ابعاد «ریخت‌شناختی»^۴، «اجتماعی و عملکردی»^۵ و «ادراکی»^۶ معرفی می‌کند. رالف (۱۹۷۴) این سه بخش را «بستر فیزیکی»^۷، «فعالیت» و «معنا» می‌داند که در ساخت «هویت مکان» مؤثرند. طبق ادعای رالف، ارتباط بین مردم و مکان از طریق وجود مفهومی با عنوان «حس مکان»^۸ رخ می‌دهد. راپاپورت (۱۹۹۹) اجزا شکل‌گیری محیط را شامل سه بخش، «ساخت فضا»^۹، «ساخت تعاملات»^{۱۰} و «ساخت معنا»^{۱۱} می‌داند. لینچ (۱۹۶۰) بر اهمیت «بعد ادراکی» تأکید دارد و بیان می‌کند: «ما نباید شهرها را به‌عنوان یک موجودیت مجزا بررسی کنیم، بلکه شهرها باید به‌واسطه ساکنان خود درک شوند». مفهوم «خوانایی»^{۱۲} را که او مطرح می‌کند، اشاره‌ای به ویژگی‌های فیزیکی فضا و تأثیر آنها بر ادراک مردم از شهرها دارد.

1. Environmental Opportunities
2. Jane Jacobs
3. William H
4. Morphological Dimension
5. Social and Functional Dimension
6. Perceptual Dimension
7. Physical Settings
8. Sense of Place
9. Organization of Space
10. Organization of Communication
11. Organization of Meaning
12. Imageability



«بوهان گل^۱» (۲۰۰۳) نشان می‌دهد که چگونه کیفیت محیطی فضاهاى عمومی بر میزان و نحوه استفاده مردم از آنها اثرگذار است. طبق نظرات «گل»، فعالیت در فضاهاى عمومی ذیل سه بخش قابل شناسایی است: فعالیت‌های ضروری^۲، اختیاری^۳ و اجتماعی. زمانی که فضا از کیفیات پایینی برخوردار باشد، تنها فعالیت‌های ضروری است که در آنها رخ می‌دهند. با ارتقای کیفیت فضا، ضمن رخداد فعالیت‌های ضروری، طیف گسترده‌ای از فعالیت‌های اختیاری و اجتماعی نیز امکان وقوع می‌یابند و مردم به انجام آنها تمایل پیدا می‌کنند. (گل، ۲۰۰۳)

لینچ: خوانایی			
معنا	فعالیت	عملکرد فضایی	رالف
سازمان معنا	سازمان	سازمان فضا	راپاپورت
بعد ادراکی	بعد اجتماعی	بعد فیزیکی	کارمونا

بوهان گل: فعالیت اختیاری
فعالیت اجتماعی

نمودار ۱: ارتباط فضا و انسان

مأخذ: نگارندگان

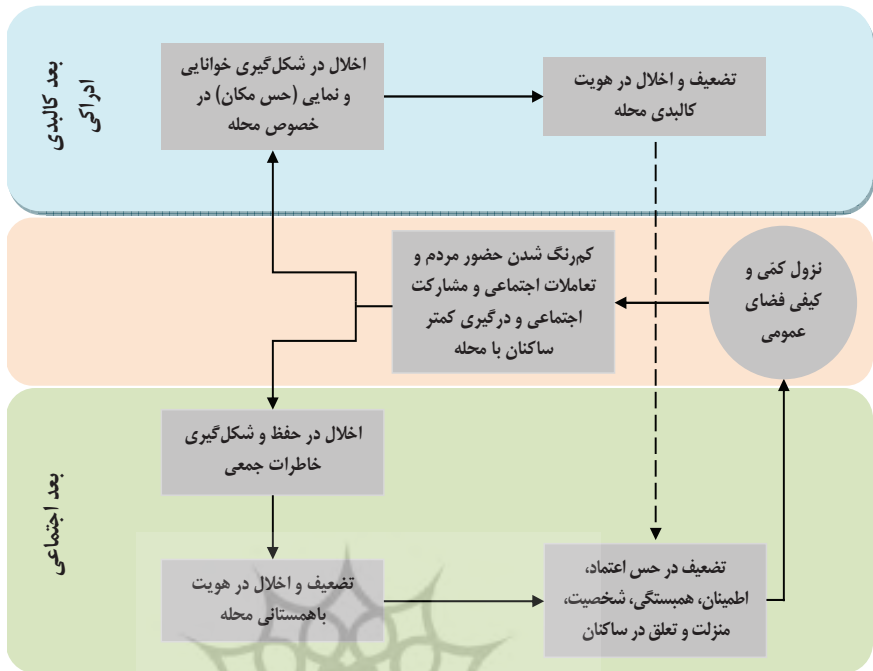
به‌منظور تدوین مبانی نظری پژوهش، نمودار ۱ تلاشی است جهت دسته‌بندی دیدگاه‌ها و ارتباط نظریات واعضان منتخب پژوهش - رالف، راپاپورت، کارمونا، گل و لینچ - که نشان می‌دهد چگونه فضا بر مردم، احساسات و رفتار ایشان اثرگذار است. همچنین نمودار ۲ نشان می‌دهد که چگونه فضای عمومی، هویت محلات را از دو بعد ادراکی و اجتماعی تحت تأثیر قرار می‌دهد.



1. Johan Gehl

2. Necessary

3. Optional



نمودار ۲: کارکرد فضاهای عمومی محله‌ای
مأخذ: منصوررضایی، ۱۳۹۰

روش تحقیق پژوهش

با توجه به ماهیت پژوهش که هدف از آن روشن‌نگری در خصوص نقش فضاهای عمومی در ساخت و برساخت هویت‌های محله‌ای است و با توجه به بررسی مفهوم هویت که معنای خود را وام‌دار عوامل فراچندبعدی است، روش تحقیق پژوهش، تلفیقی از دو روش کمی و کیفی انتخاب شد. از این‌رو، دو محله «نازی‌آباد» و «مهران» در شهر تهران با سابقه سکونت نزدیک به پنجاه سال و از دو سطح اجتماعی متوسط که از حیث طراحی، دسترسی و پراکنش فضاهای عمومی با یکدیگر تفاوت‌هایی دارند، مورد پیمایش قرار گرفتند. با توجه به گوناگونی معیارهای مورد بررسی در روند مطالعه، پژوهش در سه مرحله صورت پذیرفت.

مرحله اول پژوهش به بررسی و مطالعه «فضاهای عمومی» در سطح دو محله اختصاص یافت. این مرحله، مبتنی بر مشاهدات اول شخص^۱ توسط نگارندگان طی دو فصل بهار و پاییز،

1. First-person Observation



در فواصل زمانی مشخص و طی روزهای مختلفی از هفته انجام گرفت. مراد از انجام این بخش، شناسایی پراکنش، تنوع و کارکرد فضاهای عمومی در قالب سازمان فضایی دو محله بود.

مرحله دوم پژوهش بر بررسی دو محله منتخب از حیث «هویت» تمرکز دارد تا نشان دهد که کدام محله در نظر ساکنان خود هویت مند و از باهمستان قوی تری برخوردار است. معیارهای مورد سنجش در این بخش «طول مدت اقامت در محله»، «تمایل به ترک محله»، «احساس تعلق به جامعه» و «روابط محلی ساکنان» در سطح دو محله بود.

به دلیل نیاز به جامعه آماری در این بخش از پژوهش که با روش کمی صورت پذیرفت، حجم نمونه با توجه به دو عامل، درجه دقت مورد نظر و میزان تغییر در جمعیت بر حسب خصوصیات اصلی مورد مطالعه، صد نفر با سطح اطمینان ۹۰ درصد انتخاب شد (دواس، ۱۳۸۸). نکته اساسی در روند نمونه گیری مستثنی نشدند. (دواس، ۱۳۸۸). از این رو، به تشخیص نگارندگان به طور منظم از نمونه گیری مستثنی نشدند. (دواس، ۱۳۸۸). از این رو، به تشخیص نگارندگان و با توجه به ویژگی های محلات، نمونه گیری در فضاهای عمومی محلات که قرارگاه اصلی گروه های اجتماعی بود، صورت پذیرفت. همچنین با توجه به اینکه روابط مردم با فضاهای عمومی با توجه به سن و جنسیت آنها متفاوت است، بنابراین برداشت با توجه به هرم سنی و جنسی ساکنان محله و با توجه به خرده فرهنگ های سنی و جنسی مختلف صورت پذیرفت.

جدول ۱: معیارهای منتخب و سؤالات پرسیده شده در بخش دوم پژوهش

سؤالات	معیار	بر طبق نظرات
تعداد سال های سکونت در محله؟	طول مدت اقامت در محله	کاساردا ژانوویتز
اهل (بچه) کجایی؟	تعلق به باهمستان	والرا و رابرتسون فانک و واگنلر هیومون
عکس العمل به توصیفات بد در خصوص باهمستان؟		
دوست داشتن یا نداشتن محله و تمایل به جابه جایی از آن؟	تمایل به ترک محله	کاساردا ژانوویتز
میزان دوستان و آشنایان در سطح محله؟	آشنایی و روابط محلی	کرپات هیومون

در مرحله سوم پژوهش «نقش فضاهای عمومی» دو محله در ایجاد و تقویت هویت محلات مورد توجه بود. در این بخش دو معیار اصلی پژوهش برای شکل دهی و تقویت

۱. همچنین به منظور فاصله گرفتن از تهدیدات احتمالی ناشی از خانه پرسی در روند پرسشگری و جواب به سؤالات.

محلات، یکی نقش فضاهای عمومی محله در خوانایی محله (بعد ادراکی و فیزیکی محله) و دیگری نقش این فضاها در بسط تعاملات اجتماعی و حمایت از آن در سطح دو محله بود. جامعه آماری این بخش از پژوهش را همان جامعه آماری بخش دوم شکل می‌داد؛ با این تفاوت که پرسشگری در این بخش، بر اساس مصاحبه‌های نیمه عمیق انجام گرفت.

جدول ۲: معیارهای منتخب و سؤالات پرسیده شده در بخش سوم پژوهش

سؤالات	معیار	بر طبق نظرات
محله شما کجاست؟	خوانایی	لینچ ناکس پینچ
محدوده / قلمروی محله خود را مشخص نمایید؟		
ویژگی‌هایی از محله خود را بیان نمایید؟ (تعداد مصاحبه‌شوندگانی که در این اشارات خود به فضاهای عمومی و ویژگی‌های فضایی محلات اشاره کردند از نظر آماری با یکدیگر مورد مقایسه قرار گرفتند)		
تنوع فعالیت‌ها و تجارب خود در فضاهای عمومی محله را بیان نمایید؟ (در این بخش از مصاحبه‌شوندگان خواسته شد تا فعالیت‌های خود در فضاهای عمومی محله را توصیف کنند. واژگانی که ایشان در توضیح تجارب و تنوع فعالیت‌های خود بازگو می‌کردند، عامل اصلی در بررسی این پرسش بود).	ارتباط با فضاهای عمومی	گل رالف راپاپورت کارمونا
چه میزان از روابط اجتماعی خود را در محله سامان می‌دهید؟ (دیدن دوستان، ملاقات‌ها و ...)		
آیا از محله و درکنار هم محله‌ای‌های خود خاطرات مشترکی دارید؟ (در خصوص این پرسش، مهم مشخص شدن این نکته بود که در فضاهای عمومی محله خود خاطرات جمعی دارند. به ازای هر یک از رخداد‌های خاطره‌ای که ایشان ذکر می‌کردند، یک امتیاز به محله تعلق می‌گرفت)		

معرفی عرصه‌های پژوهش

محله نازی‌آباد، با مساحتی حدود ۲۳۹ هکتار در شمال غربی منطقه ۱۶ شهرداری تهران واقع شده است و جمعیتی در حدود ۴۲۸۷۴ نفر دارد. محله به صورت یک بلوک عظیم با شکل مربع است که مابین سه بزرگراه بعثت در شمال، رجایی در شرق، تندگویان در غرب و خیابان سبلان و تولایی در غرب واقع شده است.



شکل ۱: موقعیت محله نازی آباد در تهران





محله در اواخر دهه ۱۳۴۰ و اوایل دهه ۵۰ بر اساس طرحی از پیش‌اندیشیده‌شده، توسط دولت (بانک رهنی) طراحی و در اختیار متقاضیان قرار می‌گیرد. نازی‌آباد از پراکنش طیفی از فضاهای عمومی در سطح خود بهره می‌برد که به مدد پوشش گیاهی مناسب و کنترل ترافیک سواره در این فضاها، ارتقای کیفیت زیست‌محیطی در سطح محله را میسر کرده است. از سوی دیگر اختلاط کاربری‌ها در مرکز محله (میدان و راسته مدائن) و حضور مراکز تجاری، اداری و فراغتی در محور اصلی آن، در کنار فضاهای باز کافی، امکان مکث و تجمع گروه‌های مختلف در محله را فراهم آورده است.

محله مهران، با مساحتی قریب به ۵۷۳ هکتار در بخش غربی منطقه ۵ شهرداری تهران واقع شده و جمعیتی بالغ بر ۸۵۴۰۰ نفر را در خود جای داده است. محله از شمال به بزرگراه حکیم، از شرق به خیابان شهید اشرفی اصفهانی، از غرب به بزرگراه حکیم - بلوار آیت‌اله کاشانی و از جنوب به بلوار آیت‌اله کاشان محدود است. فرم محله بر اساس برنامه‌ای از پیش‌اندیشیده‌شده طراحی نشده است و بر اساس طرحی تفکیکی، اراضی قطعه‌بندی شده و توسط بخش خصوصی در اختیار متقاضیان قرار گرفته است. محله فاقد فضاهای عمومی زیاد است و وجود خیابان‌های عمود بر هم و طولانی در نظام شطرنجی با استقرار واحدهای مسکونی پنج‌الی پانزده طبقه در بدنه‌های شمالی-جنوبی معابر از ویژگی‌های تکرارشونده در سطح محله است.



شکل ۲: موقعیت محله مهران در تهران

یافته‌های پژوهش

۱. بخش اول: فضاهای عمومی محلات

۱-۱. محله نازی‌آباد

سازمان فضایی نازی‌آباد بر اساس دو پهنه اصلی طراحی شده است. پهنه مسکونی در جنوب و پهنه صنعتی در شمال محله؛ اما در دهه ۱۳۷۰ با تغییر کاربری اراضی کشتارگاه، واقع در بخش شمال غربی محله، این پهنه به کاربری فرهنگی تبدیل شد. استخوان‌بندی اصلی محله را یک خیابان شمالی-جنوبی (پارس) و یک خیابان شرقی-غربی (مدائن) شکل می‌دهند که در میدان مرکزی محله (میدان بازار دوم مدائن) با یکدیگر پیوند می‌خورند.



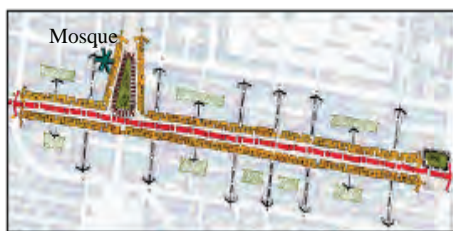
شکل ۳: سازمان فضایی نازی آباد

منازل محله در قالب دو گونه غالب قابل شناسایی است. گونه اول، مجتمع‌های مسکونی چون هزار دستگانه، فرهنگیان و پلیس با فضاهای باز و سبز مابین بلوک‌هایی چهار طبقه و دیگری میدان‌های مرکزی محاط با خانه‌های دو تا پنج طبقه که در مدولی تکرار شونده بلوک‌های بزرگی را شکل می‌دهند. این نوع سامان‌دهی فضایی در مقیاس محله، بازنمایی الگوی فضاهای باز در خانه‌های سنتی ایرانی است که این بار خود را در قالب حیاطی مشترک میان چند خانه و مشترک میان ساکنان آنها نشان داده است.



شکل ۴: پراکندگی فضاهای عمومی در سطح محله نازی آباد

در مقیاس و گونه‌های متنوعی چون میدان‌های عمومی، میدان‌های محلی، بازار، پاساژ، پارک، مراکز فرهنگی و مسیرهای پیاده گسترده و مشجر در سطح محله، جانمایی شده‌اند. این فضاها در سرتاسر محله با امکان دسترسی پیاده، توزیع گشته‌اند.



شکل ۵: مرکز محله نازی آباد در پیوند بازار و میدان دوم مدائن



به واسطه وجود مسیرهای پیاده، عریض و سبز مجهز به میلمان و بدنه‌های جذاب در کنار سرزندگی کارکردی خیابان به سبب فعالیت‌هایی جذاب و حضور دست‌فروشان، پیاده‌روی در سطح محله از رونق ویژه‌ای برخوردار است. همچنین محله، مجهز به مرکزیتی خوانا، کارآمد و قوی است که نقش مهمی در هویت نازی‌آباد ایفا می‌کند. این مرکزیت را میدانی در بخش جنوبی محله شکل می‌دهد که مانند الگوی میدان‌های اصلی شهرهای تاریخی ایرانی در بدنه خود کاربری‌های چون مسجد و بازار را جای داده است و از بخش جنوبی به بازار دوم مدائن متصل می‌شود.



شکل ۶: میدان دوم مدائن در ظهر عاشورا

۱-۲. محله مهران

در سازمان فضایی محله مهران، نظمی از پیش‌اندیشیده شده وجود ندارد و محله مبتنی بر نظمی تفکیکی، برآمده از شیب محدوده و تأمین دسترسی به بلوک‌ها و قطعات، تقسیم شده است. استخوان‌بندی اصلی محله را تنها یک بلوار شمالی-جنوبی (بلوار اباذر) شکل می‌دهد که عموم کاربری‌های خدماتی محله‌ای و فرامحله‌ای محله در بدنه‌های این محور جای دارند. الگوی مسکن رایج محله را آپارتمان‌های پنج‌طبقه شکل می‌دهند که در خیابان‌های شرقی-غربی به صورت متصل به یکدیگر قرار دارند.



شکل ۷: سازمان فضایی محله مهران

فضاهای عمومی محله از حیث تنوع محدود هستند و تنها دو گونه فضای پارک و پاساژ در سطح محله قابل شناسایی است. همچنین محله از حیث مرکز، فاقد مرکزیتی ساختارمند



طراحی شده است. با این حال در سال‌های اخیر و با تأسیس مجموعه پردیس زندگی (مرکز تجاری فرهنگی) در بدنه بلوار اباذر و مجاورت با پارک اصلی محله، تمرکز در این بخش از محله در حال شکل‌گیری و تقویت است.



شکل ۸: پراکنش فضاهای عمومی در سطح محله مهران

در مجموع محله را باید محله‌ای سواره‌محور معرفی کرد. چراکه محله به دلیل عدم وجود پیاده‌روهایی مجهز، جذاب و سرسبز از زندگی پیاده در محله پشتیبانی نمی‌کند و اجازه تبدیل خیابان‌های محله را به «عرصه‌هایی عمومی» مهیا نمی‌سازد.



شکل ۹: فضاهای عمومی در سطح محله مهران

۲. بخش دوم: بررسی هویت دو محله

تجزیه و تحلیل شاخص‌های هویتی در دو محله - نازی‌آباد و مهران - حکایت از بهتر بودن نسبی کلیه شاخص‌ها به نفع محله نازی‌آباد دارد؛ به طوری که در خصوص شاخص «متوسط سابقه سکونت»، محله نازی‌آباد با ۲۸/۶ سال در مقایسه با محله مهران به میزان ۱۱/۲ سال، نشان از بالا بودن متوسط سابقه سکونت در محله نازی‌آباد دارد که به بیانی نشان‌دهنده رضایت‌مندی نسبی ساکنان از محل سکونت خود است. این رضایت‌مندی ساکنان از سکونت در نازی‌آباد به نسبت محله مهران، با نتایج شاخص «میل به مهاجرت از محله» نیز قرابت دارد. به طوری که در برابر بیش از نیمی (۶۶ درصد) از ساکنان محله مهران تنها ۳۵ درصد از مصاحبه‌شوندگان محله نازی‌آباد به تمایل به مهاجرت از محله خود پاسخ مثبت داده‌اند.





برای بررسی شاخص «میزان پیوستگی و تعلق به باهمستان» دو سؤال مورد پرسش قرار گرفت. در سؤال اول از مصاحبه‌شوندگان خواسته شد که خود را ذیل سؤال «بچه کجایی؟» معرفی کنند. مراد از طرح این پرسش، فهم چگونگی معرفی مصاحبه‌شوندگان بود. اینکه آیا ایشان خود را به‌عنوان عضوی از باهمستان محله می‌دانند و بر این اساس خود را معرفی می‌نمایند یا خیر.^۱ در سؤال دوم از ایشان پرسیده شد که اگر کسی در خصوص مردم محله (باهمستان) از توصیف نامناسبی استفاده کند، عکس‌العمل ایشان چگونه خواهد بود؟

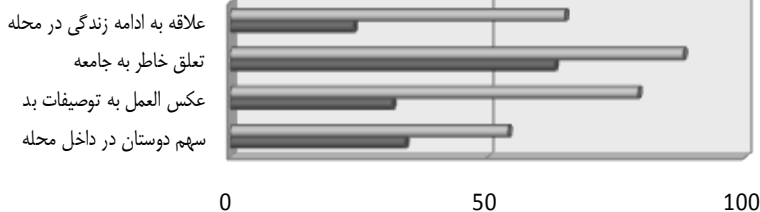
از میان صد مصاحبه‌شونده محله مهران، ۶۳ نفر خود را به‌عنوان یک مهرانی معرفی کردند. همچنین ۵۰ درصد از ۶۳ نفر مذکور، اذعان داشتند که در برابر توصیفات نامناسب در خصوص مردمان محله مهران از خود عکس‌العمل نشان می‌دهند.

این نتایج در محله نازی آباد از شدت و حدت بیشتری برخوردار بود. به‌طوری‌که ۸۸ نفر از مصاحبه‌شوندگان نازی آباد، خود را یک نازی‌آبادی معرفی کردند و ۹۰ درصد ایشان اذعان داشتند که در مقابل توصیفات نامناسب از نازی‌آبادی‌ها، عکس‌العمل نشان خواهند داد.

همچنین در خصوص میزان «تعاملات اجتماعی» در محله، تنها ۳۴ درصد از مصاحبه‌شوندگان محله مهران بیش از نیمی از شبکه اجتماعی خود را در داخل مهران سامان داده‌اند. این شاخص در محله نازی‌آباد ۵۴ درصد مصاحبه‌شوندگان را در بر می‌گیرد. با این حال، آنچه از خلال مصاحبه با مصاحبه‌شوندگان در سطح دو محله به‌خصوص با جوانان قابل برداشت است، کاهش اهمیت وزن هم‌محله‌ای بودن در بسط و شکل‌گیری تعاملات اجتماعی است؛ چراکه از نظر ایشان، امروزه کلید خوردن یک رابطه اجتماعی ریشه در هم‌محله‌ای بودن یا نبودن ندارد، بلکه متأثر از فضای فکری، تیپ و حرف‌های مشترک داشتن است. ایشان در این خصوص به‌سهولت ارتباط و بسط روابط اجتماعی خود در شبکه‌های مجازی اشاره داشتند.

مقایسه چهار شاخص مورد بررسی (تمایل به ترک محله، احساس تعلق به باهمستان، واکنش به توصیفات بد، داشتن تعاملات اجتماعی و دوستانه در داخل محله) نشان از تفاوت هویت در دو محله مورد بررسی دارد (نمودار ۱).

۱. ما نازی‌آبادی‌ها، ما اکباتانی‌ها، ما یوسف‌آبادی‌ها و ...



	علاقه به ادامه زندگی در محله	تعلق خاطر به جامعه	عکس العمل به توصیفات بد	سهم دوستان در داخل محله
نازی آباد	65	88	79.2	54
مهران	24	63	31.5	34

نمودار ۱: بررسی شاخص‌های هویتی دو محله

۳. بخش سوم: نقش فضاهای عمومی بر هویت دو محله

مقایسه نتایج حاصل از پیمایش در سطح دو محله مورد بررسی، حکایت از وجود تفاوت معنادار میزان ارتباط مردم با «فضاهای عمومی محلات» دارد. این ادعا حاصل بررسی پنج معیار مورد ارزیابی است که در راستای چگونگی میزان ارتباط ساکنان با فضای عمومی محله طرح شده‌اند که عبارت‌اند از:

۱. خوانایی
۲. ویژگی‌های فضایی که پاسخ‌دهندگان آنها را به‌عنوان مشخصه در محله خود معرفی کرده‌اند.
۳. تنوع فعالیت‌ها و تجارب در فضاهای عمومی
۴. روابط اجتماعی در فضاهای عمومی
۵. نقش فضاهای عمومی محله در ساخت حافظه جمعی محله

بررسی داده‌های منتج از معیار «خوانایی» در محله مهران نشان می‌دهد که تنها ۲۰ درصد از مصاحبه‌شوندگان تصویری مشترک از محله در مقام یک کلیت دارند. این در حالی است که ۸۰ درصد دیگر مصاحبه‌شوندگان در پاسخ به پرسش «محله شما کجاست؟» به نام کوچه،



خیابان، منطقه و حتی یک بزرگراه اشاره کردند که به پایین بودن خوانایی محله در مقام یک کلیت اشاره دارد.

بررسی این معیار در نازی‌آباد، حکایت از خوانایی بالای محله دارد. به طوری که ۱۰۰ درصد مصاحبه‌شوندگان به کلیت «نازی‌آباد» به عنوان محله خود اشاره داشتند. علاوه بر این ۴۸ درصد ایشان علی‌رغم نازی‌آباد در مقام یک کلیت به زیرمحللات خود چون مجتمع پلیس یا میدان اطلسی و ... نیز آگاهی و شناخت داشتند.

در بررسی اشاره به «ویژگی‌های فضایی» محله، باز این محله نازی‌آباد بود که اشارات بیشتر را به خود اختصاص داد. چراکه به دلیل وجود فضاهای عمومی موفق در نازی‌آباد، میزان درگیری ساکنان با محله بیشتر، و ساکنان تصویر ذهنی قوی‌تری از محله خود داشتند؛ به طوری که ۵۰ درصد ایشان در معرفی محله خود به ویژگی‌های فضایی آن اشاره داشتند. این در حالی است که در محله مهران تنها ۲۹ درصد مصاحبه‌شوندگان به ویژگی‌های فضایی محله خود به عنوان یک شاخصه قابل معرفی، اشاره کردند.

این اختلاف معنادار در دو محله در خصوص تصویر ذهنی را با بررسی نتایج معیار «نوع فعالیت‌ها و تجارب در فضاهای عمومی» ذیل مفهوم میزان استفاده از «فضا» می‌توان روشن‌تر ساخت؛ چراکه نتایج نشان می‌دهند که در محله مهران تنها ۴۷ درصد مصاحبه‌شوندگان از فضاهای عمومی محله خود استفاده می‌کنند و ۵۷ درصد تاکنون مراجعه‌ای به این فضاها نداشته‌اند. در این میان، بررسی فعالیت ۴۷ درصد از استفاده‌کنندگان فضاهای عمومی محله مهران حکایت از محدود بودن این فعالیت‌ها به اقداماتی چون «قدم زدن»، «پاساژگردی»، «دیدن دوستان» و «بازی کودکان» دارد.

این در حالی است که در نازی‌آباد تنها ۱۲ درصد مصاحبه‌شوندگان از فضاهای عمومی محله استفاده نمی‌کنند و ۸۸ درصد ایشان استفاده‌کننده دائمی فضاهای عمومی محله بودند. روایت این گروه از تجارب و فعالیت‌های خود در محله، طیف متنوعی از فعالیت‌های اختیاری و اجتماعی را در بر می‌گیرد؛ فعالیت‌های همچون «قدم زدن»، «پاساژگردی»، «دیدن دوستان» و «بازی کودکان»، «پرسه‌زنی»، «دیدن و دیده شدن»، «خرید»، «خبردار شدن»، «نشستن»، «دورهم‌نشینی»، «درس خواندن»، «ورزش»، «زندگی شبانه»، «مطالعه»، «بازی» و نظایر آن.

بررسی نتایج حاصل از مقایسه میزان «تعاملات اجتماعی» ساکنان در فضاهای عمومی، نشان‌دهنده استفاده ۴۸ درصد مصاحبه‌شوندگان محله مهران از فضاهای عمومی برای ملاقات دوستان و بسط شبکه‌های اجتماعی در سطح محله است. شایان ذکر است که عموم این استفاده‌کنندگان را سالمندان و زنان خانه‌دار محله شکل می‌دهد.



در این معیار همچون دیگر معیارهای مورد بررسی، برتری متعلق به نازی آبادی‌ها بود. استفاده‌کنندگان از فضاهای عمومی نازی‌آباد برای بسط تعاملات اجتماعی، ۶۹ درصد مصاحبه‌شوندگان را شامل می‌شود. در این میان استفاده مکرر نوجوانان و جوانان از فضاهای عمومی محله در کنار دیگر ساکنان، برای تعاملات اجتماعی از ویژگی‌های بارز محله است که در عصرگاهان بخش‌هایی از فضاهای عمومی محله را به پاتوق‌ها و قلمروهای ویژه خود تبدیل می‌کنند.

آخرین معیار مورد بررسی در پژوهش، معیار «نقش فضاهای عمومی محله در ساخت حافظه جمعی» بود که در خصوص این معیار نیز تفاوت معنی‌داری بین دو محله مشاهده شد. در محله مهران ۶۴ درصد مصاحبه‌شوندگان و در محله نازی‌آباد ۷۱ درصد مصاحبه‌شوندگان دارای خاطره جمعی از فضاهای عمومی محله بودند. اما نکته قابل‌مذاقه آن بود که تعداد رخدادهای خاطره‌ای که ساکنان محله نازی‌آباد به آن اشاره داشتند نسبت به رخدادهای معرفی شده توسط ساکنان محله مهران از تنوع بیشتری برخوردار بود. از این‌رو، به‌منظور دخالت این عامل در سنجش «حافظه جمعی» دو محله، به ازای هر رخداد خاطره‌ای که از جانب مصاحبه‌شوندگان به‌عنوان خاطره‌ای جمعی در فضاهای عمومی ذکر شد، وزنی عددی معادل ۱ اختصاص داده شد. مقایسه مجموع وزن‌های حاصله از وزن‌دهی، اختلاف موجود میان کارکرد فضاهای عمومی دو محله در شکل‌دهی و تقویت خاطرات جمعی در نظر ساکنان محله را نشان داد؛ به‌طوری‌که نازی‌آباد با کسب ۱۵۵ امتیاز، ۷۰ امتیاز بیشتر از محله مهران (با امتیاز ۸۵) کسب کرد.



نمودار ۲: شاخص‌های مرتبط با کارکرد فضاهای عمومی دو محله



نتیجه گیری

با آغاز روند شهرنشینی فزاینده در دهه ۱۳۴۰ ه. ش. روند نزولی شهرها و محلات شهری از منظر هویتی آغاز شد. این بی‌هویتی با ساخت‌وسازهای پرسرعتی که هم‌پای مهاجرت‌ها به نقاط شهری انجام می‌گرفت، پیش می‌رفت تا جایی که بسیاری از شهرهای بزرگ ایران امروزه با بحران هویت مواجه‌اند.

اگرچه مجموعه عواملی فراچندبعدی در شکل‌دهی و ارتقای هویت شهرها دخیل‌اند، اما محلات شهری به‌عنوان یکی از مهم‌ترین این عوامل، نقش بسزایی را در ساخت و برساخت هویت شهرها ایفا می‌کنند. نوشتار حاضر با توجه به آگراندیسمان خود بر چگونگی حمایت و پشتیبانی فضاهای عمومی محله از هویت‌های محله‌ای، اذعان دارد که تغییرات حادث‌شده در سازمان فضایی محلات شهری و به‌تبع آن استحصال در ماهیت و کارکرد فضاهای عمومی محله‌ای یکی از عوامل مؤثر در بحران هویتی و به قول مارک اژه «لامکانی»^۲ محلات شهری امروز است. (اژه، ۱۳۸۷)

بر اساس پیمایش‌های میدانی صورت‌گرفته، بی‌شک باید سازمان‌دهی آگاهانه فضا و طراحی طیفی از فضاهای عمومی - از مشترک میان چند خانوار تا مشترک میان تمامی ساکنان محله - را از عوامل اساسی و مؤثر در برتری «هویت‌های محله‌ای» معرفی کرد. چراکه همانگونه که ذکر شد ساکنان محله نازی‌آباد به‌واسطه وجود طیفی از فضاهای عمومی در سطح محله، فرصت و مجال پیوند زندگی خود به جریان سیال و پویای زندگی محله را یافته‌اند و با بسط این روابط در قلمروی مشخص به شکل‌گیری و تقویت یک «باهمستان» در محله کمک می‌رسانند. باهمستانی که به‌عنوان بخشی از هویت خود آن را می‌شناسند، از آن حمایت می‌کنند و از سرمایه‌های اجتماعی آن منتفع می‌شوند.

از این رو، باید اذعان کرد که مادامی که طراحی یک محله که نیازمند مذاقه در اصول برنامه‌ریزی و طراحی شهری است به طرح‌های تفکیکی ساده‌انگارانه‌ای تقلیل یابد - طرح‌هایی که همچون بسیاری از ابرپروژه‌های مسکونی اخیر کشور مسکن را تنها یک سقف و فضای باز را اندک فضایی اضافی میان زمین‌های مسکونی می‌پندارند - همچنان باید شاهد رشد و توسعه «پهنه‌های مسکونی» در مقابل «محلات» در شهرهایمان باشیم. استفاده از واژه «پهنه مسکونی» در این هنگام از آن روی است که واژه «محله» توأمان واجد سویه‌های هویتی و معنایی است



1. Marc Auger
2. Non - places

که برآمده از وجوه کالبدی و اجتماعی محله است. وقتی کالبد چیزی فراتر از یک انتظام فضایی ساده نباشد بالطبع اجتماعی خلق نمی‌شود؛ اجتماعی که کنشگر و مشارکت‌کننده باشد، و محله را دوست داشته باشد و از جانب محله دوست داشته شود. اینگونه است که به جای واژه «محله» برای این به اصطلاح محلات شایسته است که از واژه «پهنه‌های مسکونی» استفاده کنیم، پهنه‌هایی که با تزیینات خود بحران هویت در شهرهای معاصر را قدرت می‌بخشند.



منابع

- اژه، مارک (۱۳۸۷). *نامکان‌ها درآمدی بر انسان‌شناسی سوپرمدرنیته*. منوچهر فرومند. تهران: انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- پیران، پرویز (۱۳۸۴). هویت شهرها، غوغای بسیار برای مفهومی پیچیده، *فصلنامه آبادی*. ۱۳، ۹-۶.
- داودیور، زهره (۱۳۸۴). سرعت تحولات شهری و مسئله هویت. *فصلنامه آبادی*. ۱۳، ۲۲-۱۳.
- دواس، دی ای (۱۳۸۸). *پیمایش در تحقیقات اجتماعی*. هوشنگ نایی. تهران: انتشارات نی.
- ربانی، رسول (۱۳۸۱). *جامعه‌شناسی شهری*. تهران: انتشارات سمت.
- ماجدی، حمید و سعیده زرآبادی، زهرا السادات (۱۳۸۹). شهر نشان‌دار به مثابه شهر زمینه‌گرا. *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*. ۱۱، ۳-۱.
- منصوررضایی، مجید، مدیری، آ. و رفیعیان، مجتبی (۱۳۹۰). روشی برای تحلیل خصیصه‌های باهمستانی در نظام محلات شهری، *فصلنامه معماری و شهرسازی*. ۱۰، ۸۹-۶۹.
- نوربرگ شولتز، ک (۱۳۸۹). *روح مکان به سوی پدیدارشناسی معماری*. محمدرضا شیرازی. تهران: انتشارات رخ داد نو.



فصلنامه علمی-پژوهشی

۶۰

دوره هفتم

شماره ۴

زمستان ۱۳۹۳

Ardrey, R. (1967). *The Territorial Imperative: a Personal Inquiry into the Animal Origins of Property and Nation*. London: Collins.

Brehm, J. M., Eisenhauer B. W. and Kranich, R. S. (2006). Community Attachments As Predictors of Local Environmental Concern. *American Behavioral Scientist*. 50 (1), 142-165.

Bridge, G. (2002). *The Neighborhood and Social Networks*. CNR Paper 4, ESRC Centre Neighborhood Research

Carmona, M. & Tiesdell, S. (Eds) (2007). *Urban Design Reader*. Uk: Architectural Press.

Carmona, M., Health, T., OC, T. & Tiesdell, S. (2003). *Public Spaces_ Urban*

Gehl Architects Aps. (2003). *Public Space And Public Life*. South Astralian Government: Planning Sa.

Hesamian, F., Etamad, G. & Haeri, M.R. (2004). *Urbanization In Iran*. Tehran: Agah Publication, (In Persian)

Hummon, D. H. (1992). *Community At Tachment: Local Sentiment And Sense of Place*. In Altman, I. & Low, S. M. (Eds). *Place Attachment*. Newyork, Plenum

Jarvis, R. (1980). *Urban Environments As Visual Art or Social Setting*. Town Planning Review. 51, 50-66. Liverpool University Press.

Kasarda, J.D., And Janowitz, M. (1974). *Community Attachment In Mas Ssociety*. American Sociological Review. 39, 328-339.

Mansoor Rezaee, M. & Esmaily, Sh. (2010). *Transformation of Public Space Leads To Transformation Of Neighborhood Identity*. 14th Iphs Conference. Itu Urban Environmental Planning And Research Center.

Ralph, E. (1976). *On The Identity Of Places*. In Relph, E. (1976). *Place And Placelessness*, Pion, London, 44-62.

Rapoport, A. (1999). *Spatial Organization And Built Environment*, In, Ingold, T. (1999). *Companion Encyclopedia Of Anthropology*. London, Newyork, Routledge. 460-502.

Robertson D., Smyth, J. & McIntosh, I. (2008). "*Neighborhood Identity People, Time And Place*". Joseph Rowntree Foundation

Robertson, D., Smyth, J. & McIntosh, I. (2008). *Neighbourhood Identity, People, Time And Place*. Stirling University.

Spaces: The Dimensions of Urban Design. Uk: Architectural Press

Tibbalds, F. (1992). *Places Matter Most*", In Tibbalds, F. (1992). *Making People-Friendly Towns: Improving The Public Environment In Towns And Cities*. Longman, Harlow.

Valera, Sergi. (1997). *Public Space And Social Identity*. University De Barcelona.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی