

زنان و فضای سوم؛ بازخوانی مفهوم حوزه عمومی در محدوده مرکزی شهر تهران (خیابان انقلاب)

پروین پرتوی

دانشیار گروه شهرسازی، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه هنر تهران، تهران، ایران

مریم فراش خیابانی*

دانشجوی دکترای شهرسازی، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه هنر تهران، تهران، ایران

چکیده

حوزه عمومی راه، به عنوان یکی از مفاهیم طرح شده توسط فیلسوفانی چون هانا آرنست و یورگن هابرماس، می‌توان شبکه‌ای نامتمرکز و بی‌نام از ارتباطات دربارهٔ علایق مشترک دانست که رشته‌های گوناگون ارتباط را در هم می‌آمیزند. این حوزه و کارکرد آن در عرصه‌های گوناگون یکی از دغدغه‌های اندیشمندان معاصر است. از سوی دیگر مفهوم بدیع‌تر فضای سوم، توسط اندیشمندان معاصر مانند ادوارد سوچا و هومی بابا طرح شده است. این پژوهش تلاش دارد به این سؤال پاسخ دهد که به کمک مفهوم فضای سوم، چگونه می‌توان حوزه عمومی را برای گروه هدف زنان در نمونه مکانی مورد مطالعه احیا کرد؟ فضاهایی که مصادیق آن مانند کافه‌ها طبق مشاهدات این پژوهش توانسته‌اند زنان را به عنوان اصلی‌ترین مخاطبان خود جذب کنند. چرایی این امر و چگونگی کارکرد این فضاها، مورد توجه این پژوهش است. در این راستا رویکرد اتخاذ شده در این پژوهش، کیفی است و پارادایم مد نظر از حیث روش پژوهش، ذیل دسته‌بندی پارادایم تفسیری قرار دارد. همچنین در کاربست نتایج حاصل از مرور مبانی و مطالعات میدانی در محدوده مرکزی شهر تهران (بخشی از خیابان انقلاب) با توجه به در نظر داشتن گروه هدف زنان، از روش مردم‌نگاری بهره گرفته شده است. نتایج حاصل از این پژوهش، پیدایش خرده فرهنگی را در بین گروه هدف زنان نشان می‌دهد که از مهم‌ترین کاربران فضاهای سوم در محدوده مورد مطالعه هستند، فضاهایی که طبق نتایج این پژوهش توانسته‌اند در ارتقاء حوزه عمومی برای مخاطبان خود نقش پررنگی ایفا کنند.

واژگان کلیدی

حوزه عمومی، فضای سوم، هتروتوپیا، مردم‌نگاری

* نویسنده مسئول: maryam.khiabany@gmail.com

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷-۴-۲۶

تاریخ ارسال: ۱۳۹۶-۶-۲۸

DOI: 10.22051/jwsp.2019.17306.1569

مقدمه و بیان مسأله

حوزه عمومی به مثابه بستری که تعاملات اجتماعی و سیاسی در آن صورت می‌گیرد، مفهومی است طرح شده از جانب فیلسوفانی چون هابرماس و آرنه که توسط اندیشمندان دیگری در جوامع گوناگون نیز بسط یافته است. تقویت این حوزه نیز سبب ارتقاء فرهنگ گفتمان حول موضوعات متعدد و افزایش توان مشارکت شهروندان برای زیستی مطلوب‌تر است. در سال‌های اخیر، به تعبیر اندیشمندان با رویکرد انتقادی، فروپاشی حوزه عمومی، به علت دخالت دولت‌ها در امور خصوصی و حل و جذب شدن جامعه در درون دولت‌ها رخ داده است. نقشی که حوزه عمومی در حیات فکری جامعه در گذشته ایفا کرده بود اینک به دیگر نهادهایی منتقل می‌شود که صورت ظاهری از یک حوزه عمومی به شیوه‌ای مخدوش را بازتولید می‌کنند (هولاب، ۱۳۹۳: ۲۹). در این میان زنان به عنوان گروهی که در این عرصه نیز مانند بسیاری از عرصه‌های دیگر اجتماعی محروم‌تر مانده‌اند، از ایفای نقش در این حوزه نیز کم بهره‌اند. موضوعی که برخی نویسندگان فمینیست بر آن تأکید دارند، به عبارت دیگر نقد بر مردانه بودن نظام برنامه‌ریزی، طراحی و مدیریتی در شهرهاست؛ به گونه‌ای که به نظر می‌آید شهرها را مردها ساخته و اداره می‌کنند و لذا زنان در این فرایند در حاشیه قرار دارند (مدنی‌پور، ۱۳۸۴: ۱۲۴).

این پژوهش در پی پاسخ به این سؤال اصلی بود که در بستر فرهنگی مورد مطالعه، چه نوع فضاهایی در سطح شهر تهران (در محدوده مرکزی) توانسته‌اند بستر مناسبی را برای تعاملات بانوان در حوزه عمومی محیا کنند؟ در ادامه سؤالات فرعی‌تر بدین شرح خواهند بود که این فضاها چه ویژگی‌هایی دارند؟ بانوان به عنوان کاربران آن چگونه از این فضاها یاد می‌کنند و به چه دلیل به آن رجوع می‌کنند؟ و در نهایت اینکه این فضاها چه درس‌های آموزنده‌ای برای برنامه‌ریزی در حوزه عمومی و فضاهای شهری برای بانوان خواهد داشت؟ لذا برای نیل به هدف فهم بسترهای پویاتر برای حضور فعال زنان در حوزه عمومی و رویکردی که بتوان با کمک آن به ارتقاء این حوزه برای زنان دست یافت، ابتدا چیرستی حوزه عمومی از منظر دو فیلسوف مذکور توضیح داده شده و چالش‌های آن برای زنان نیز شرح داده می‌شود. سپس مفهوم فضای سوم به عنوان نگرشی دیگر به این مقوله و اندیشمندانی طرح می‌شود که در شکل‌گیری این مفهوم نقش به‌سزایی داشتند. در ادامه مصادیق فضای سوم ذکر شده و در

نهایت این مصادیق در بستر مکانی مورد مطالعه (محدوده مرکزی شهر تهران) با روش مردم‌نگاری که در بخش روش‌شناسی شرح داده شده، بررسی می‌شود.

چیستی حوزه عمومی: شکل دادن به «خود عمومی» با ساختن نقابی متأثر از عرف جامعه، مانند ابزاری است که به فرد اجازه حس آزادی برای هدایت زندگی درون خود را می‌دهد، آنچه که به ظاهر نامرئی، اما مرئی است. در این حالت است که ایجاد تعادل بین عمومی و خصوصی ممکن می‌شود؛ بدین معنا که عرصه عمومی بر اساس عرف و آداب اجتماعی اداره شده و حیطة خصوصی آزادی فرد را دربرمی‌گیرد (مدنی پور، ۱۳۸۹: ۱۵۰). برای درک این مقوله، مفهوم حوزه عمومی شرح داده می‌شود که از سوی اندیشمندان معاصر با اصطلاحات گوناگون بدان توجه شده است. هنا آرنست اصطلاح قلمرو عمومی^۱ را به مثابه محور نظریه سیاسی خود در دهه‌های ۱۹۵۰ و ۶۰ مطرح کرد و یورگن هابرماس اصطلاح سپهر عمومی^۲ را همچون برنامه‌ای پژوهشی با کمک قلمروهای گوناگون علوم انسانی از دهه ۱۹۶۰ - ۸۰ مفهوم سازی کرده است (پدرام، ۱۳۸۸: ۱۸). از منظر آرنست در موقعیت به اشتراک گذاشته شده انسانی، تنها دو راه ممکن و مغایر برای زیستن است، یکی به خاطر زندگی جسمانی^۳ و دیگری برای زندگی این جهانی^۴. اولی اولیه و خصوصی است و دومی اولاً و عمومی است. تمییز کلیدی آرنست بین امر خصوصی و عمومی به خوبی تفاوت بین زندگی^۵ و جهان^۶ را شرح می‌دهد. این نوع نگرش به وضعیت انسان به خودی خود ریشه در پیش داوری حسی به نفع جهان عمومی دارد. انسان راستین^۷ از منظر وی، شهروند-بازیگر^۸ و کنشگری فعال است (دوسا^۹، ۱۹۸۹: ۹۶). وی مخالف زندگی تماماً خصوصی است، چرا که آن را خالی از عناصر ضروری زندگی بشر و بی‌محتوا دانسته و مشوق برون‌گرایی و زندگی سیاسی و

1. Public realm
2. Public sphere
3. Bodily life
4. Worldly life
5. Life
6. World
7. Truly human
8. Citizen-actor
9. Dossa

عمومی است که در آن قلمرو عمومی نقش اصلی را ایفا می‌کند (مدنی پور، ۱۳۸۹: ۱۹۶-۱۹۵). آرنت معتقد است قلمرو عمومی آنجاست که انسان‌ها امکان میابند خود را در معرض دیگری قرار دهند و از طریق گفتار، کردار خود را آشکار کرده و هویت‌سازی کنند (پدرام، ۱۳۸۸: ۱۹). لذا اگر جامعه فرصت این هویت‌سازی را به انسان ندهد، با بحران مواجه می‌شود. از منظر سنت^۱ ظهور سرمایه‌داری و سکولاریزم در قرن نوزدهم و مفهوم خانواده به عنوان پناه دهنده به افول زندگی عمومی منجر شد (مدنی پور، ۱۳۸۹: ۱۴۸). به باور آرنت سیاست به فضای عمومی‌ای نیاز دارد که در آن مردم بتوانند آزادانه عمل کنند و خود را از طریق اعمال و گفتارشان در مقابل هم ابراز کنند. او در زمانه خود می‌دید که این فضا نه تنها با ارباب نازی‌ها و حکومت مستبد استالینی، بلکه در رویه‌های به کار گرفته شده در حکومت‌های لیبرال دموکراسی جدید نیز در معرض تهدید است (لاو، ۱۳۹۳: ۱۶۱). آرنت شهر را مانند واحدی خودگردان از حیث سیاسی می‌شمارد که در آن شهروندان به بحث و گفت و گو حول مسائل خود اقدام می‌کنند. از این منظر شهر فضایی است که در آن گروه‌های مختلف مردم، بحث و مجادله می‌کنند و محیطی است که توسط عامه مردم قابل دسترس بوده و استفاده می‌شود (کارمونا: ۲۰۰۳). هنا آرنت با یادآوری تجربه دولت شهر^۲ یونان باستان به ویژه آتن، مفهوم سیاست را به مفهومی که ارسطو مدنظر داشت، نزدیک کرده و قلمرو عمومی را در این بستر تعریف می‌کند (پدرام، ۱۳۸۸: ۱۸).

از سوی دیگر این حوزه از منظر هابرماس نوعی فضای گفت و گویی و پدیده‌ای اجتماعی است، شبکه‌ای است برای ارتباط و انتقال اطلاعات، نظرات و دیدگاه‌ها. شبکه‌ای نامتمرکز و بی‌نام از ارتباط درباره‌ی علائق مشترک که رشته‌های گوناگون ارتباط را در هم می‌آمیزند (هیلیر، ۱۳۸۸؛ ۳۴۱-۳۴۰). او این مفهوم را به عنوان یک نظریه‌ی اجتماعی هنجاری طرح می‌کند. در سپهر عمومی افراد به شکل آزادانه و به دور از انواع فشارها، درباره‌ی امر عمومی بحث می‌کنند و امکان رسیدن به توافقی جمعی در این بین حاصل می‌شود (پدرام، ۱۳۸۸: ۱۹-۱۷). هابرماس سپهر عمومی بورژوازی را شکل ایدئولوژیک مقدماتی سپهر عمومی می‌داند که مانند ایدئولوژی به شیوه‌ای اتوپایی از حدود وضع موجود فراتر می‌رود. مثلاً ریشه‌ی ایدئولوژیکی

1. Richard Sennett
2. Carmona
3. Polis



پارلمان در همان ایدئولوژی بورژوازی نهفته که مشوق حوزه عمومی بوده است، اما به تدریج شکل آرمانی آن نقص شده است. او بازگشت به حوزه عمومی لیبرالی را ناممکن می‌داند، اما در عین حال حاضر نیست مبانی نظری آن را رها کند (هولاب، ۱۳۹۳: ۳۱-۳۰). همان‌گونه که سیمون و همکارانش نیز معتقدند «هیچ حجمی از خطابه (لفاظی) و مهارت‌های فکری نمی‌تواند جایگزین نیکی بشر^۱ به عنوان جزء تشکیل دهنده قلمرو عمومی شود» (سایمون^۲ و همکاران، ۲۰۱۳: ۲۴۰). در ادامه چالش‌های این حوزه برای گروه هدف زنان با ذکر نمونه‌هایی از ایران شرح داده می‌شود.

چالش‌های حوزه عمومی و مسأله زنان: یکی از انتقادات مهم هابرماس به وضعیت جهان امروز، سلطه عقلانیت ابزاری و منطق حوزه اقتصادی بر قلمروهای اجتماعی و فرهنگی و استفاده ابزاری از انسان است. او راه حل‌هایی از این وضعیت را کنش ارتباطی در حوزه اجتماعی و گفتگوی آزاد و به دور از سلطه در حوزه عمومی می‌داند که زمینه را برای همفکری و همدلی یا وفاق فرهنگی و اجتماعی لازم برای کنش‌های جمعی عام در جهت تحقق اهداف جمعی طبق قواعد عمل جمعی عام مورد توافق همگان فراهم کند. بنابراین، افراد جامعه و به‌ویژه زنان اگر بخواهند در جهت‌های خود عمل کنند باید از وابستگی خود به بخش‌های رسمی و غیررسمی به ویژه دولت و قومیت بکاهند و بر میزان فعالیت خود در حوزه عمومی با رعایت منطق حوزه‌های اجتماعی فرهنگی یعنی تعامل مفاهیم‌ای و گفتگوی آزاد و خردمندانه و به دور از هر نوع سلطه بیفزایند (عبداللهی، ۱۳۸۷). کما اینکه در حوزه استفاده از فضاها و فرهنگی توسط زنان، پژوهش‌هایی در شهر تهران نیز انجام شده است (منادی، ۱۳۹۲). اما آنچه تقریباً در تمامی جوامع قابل مشاهده است، دسترسی و کنترل کمتر زنان بر منابع اجتماعی، اقتصادی و سیاسی است. زنان در محیط خانواده و خصوصاً محیط کار با مسائل و مشکلاتی روبرو هستند که در ادبیات جامعه‌شناختی به «سقف شیشه‌ای»^۳ تعریف شده است. یعنی محدودیت‌هایی غیر قابل رویت، ولی واقعی در حیطه عمومی زندگی و شاید حوزه خصوصی خانواده که زنان با آن‌ها دست و پنجه نرم می‌کنند (میرمحمدرضایی؛ قلی‌پور، ۱۳۹۳). همچنین خصایص زنان در قالب گروه‌بندی اجتماعی، جمعیتی، جنسیتی، از جمله رفتار و شخصیت زنان محصول شرایط

-
1. Human goodness
 2. Simon
 3. Glass ceiling

تاریخی و خصایص زیستی است. شرایط تاریخی‌ای که در طی زمان به ساختار جامعه ویژگی‌های خاصی بخشیده و دگرگون شدن آن نیازمند زمان بوده و دوره‌های بلند مدت تاریخی امکان‌پذیر است (پیران، ۱۳۸۶: ۷۴). برای نمونه در غرب در شهرهای دوران باستان، زنان و برده‌ها از حق شهروندی و مشارکت سیاسی معنادار کنار گذاشته می‌شدند، در دوران مدرن، تفکر دموکراسی سیاسی با گشودن تدریجی فضاهاى عمومی به روی همه، دستاوردهایی نیز داشته است. برای مثال پارک‌های عمومی، موزه‌ها و کتابخانه‌ها، موانع سنتی‌ای را که زنان را از قرار گرفتن در فضای عمومی یکسان مانند دیگران منع می‌کرد، در هم شکستند (زوکین^۱، ۲۰۱۰: ۱۲۹).

آنچه از متون تاریخی درباره نحوه حضور زنان در شهرهای ایران و فعالیت ایشان در عرصه عمومی استخراج می‌شود نیز نشان از این است که تجربه زیست زنانه در شهر بیشتر معطوف به فضای درون خانه بود و در واقع یکی از اصلی‌ترین کارکردهای سنتی خانه، حفاظت از زنان و ایجاد حریمی برای ایشان بوده است. در این بین حضور فعال در جامعه برای زنان طبقات پایین‌تر و بیشتر برای امرار معاش و مشاغلی مانند رختشویی بوده یا برای عموم زنان، شرکت در مراسم خاص (برای مثال عزاداری‌های مذهبی) که در زمان و مکان مشخص و محدودی صورت می‌گرفته است (نادری، ۱۳۹۲: ۷۸). هرچند در سال‌های اخیر، حضور زنان در جامعه ایران در قالب فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی پررنگ‌تر شده، اما همچنان نسبت به دیگر کشورها از جایگاه مناسبی بهره‌مند نیست. زنان گروهی هستند که هم در گذشته و هم در زمان حال، از حضور فعال در حوزه عمومی محروم بوده‌اند. این حضور مؤثر تا زمانی تحقق نمی‌یابد که عرصه فعالیت زنان از خصوصی به سمت عرصه عمومی و انجام فعالیت‌های اجتماعی حرکت نکند. نتایج حاصل از چندین پژوهش گردآوری شده در موضوع زنان و زندگی شهری در سال ۹۴ نشان می‌دهد حضور زنان در فضای شهری خارج از فضای خصوصی خانه، بیشتر در قالب فعالیت‌های ضروری^۲ است و فعالیت‌های اجتماعی سهم اندکی را در این بین به خود اختصاص داده‌اند (پرتوی، ۱۳۹۴: ۳۵۳). برای مثال در مطالعه‌ای که در میدان فرهنگ، مرکز محله خیابان ابن سینا در تهران انجام شد، بیش از ۶۰ درصد حضور

1. Zukin

۲. پرفسور یان گل (۱۹۸۷) انواع فعالیت‌ها را به سه نوع ضروری، اختیاری و اجتماعی دسته‌بندی می‌کند.

زنان در عرصه عمومی برای عبور و مرور روزمره و فعالیت‌های ضروری است، در صورتی که فعالیت‌های اجتماعی سهم ۳۶ درصدی در تعاملات روزمره و ۲۶ درصدی برای ملاقات دوستان را به خود اختصاص داده است. این درحالی است که بخش اعظمی از این درصد فعالیت اجتماعی نیز به ملاقات‌های هم‌زمان با خرید روزانه و گفت و گوهای کوتاه با فروشندگان و هم‌محلّی‌ها تعلق دارد (حبیبی، ۱۳۹۴: ۲۸۳). همچنین طبق نتایج تحقیقی دیگر، ناهنجاری‌های کالبدی و اجتماعی از عوامل مؤثر بر کاهش احساس امنیت برای زنان در فضاهای عمومی شهر است (رحیمی؛ صبوری، ۱۳۹۶: ۴۱). از سوی دیگر به نظر می‌رسد در دو دهه اخیر تلاش برای ایجاد فضاهای زنانه از سوی مدیریت شهری نیز چندان به ایجاد روابط اجتماعی و تقویت این حوزه برای زنان کمک نکرده است. نتایج حاصل از پژوهشی درباره پارک‌های ویژه بانوان نشان می‌دهد معیار اجتماع‌پذیری در این فضاها کمترین درصد را به خود اختصاص داده و نیز نقش این فضاها (برای نمونه بوستان بهشت مادران در شهر تهران) بیشتر جنبه کارکرد ورزشی و پیاده‌روی داشته و فعالیت‌های انجام شده در آن، در حد فعالیت انتخابی باقی‌مانده و چندان به فعالیت اجتماعی بدل نمی‌شود. لذا طبق نتایج نگارندگان این پژوهش، فضای این پارک‌ها نیز با هدف ایجاد امنیت، راهکار را در خصوصی‌سازی عرصه زنان با امر جداسازی، این بار در قالب فضایی بزرگ‌تر (بوستان) به جای خانه در بستر یک شهر دانسته‌اند (حبیبی و علی‌پور شجاعی، ۱۳۹۴). پژوهش‌هایی نیز انجام شده‌اند که تفاوت معنادار فهم زنان و مردان از فضای عمومی شهر را بررسی کرده‌اند که به تفاوت در میزان رضایتمندی آن‌ها منجر شده است (رفیعیان؛ نسترن؛ عزیزپور، ۱۳۹۲). با ذکر تمام این موارد، پژوهش حاضر در تلاش است با نگاهی دیگر به مقوله حوزه عمومی با طرح رویکرد فلسفی فضای سوم، تقویت این حوزه را در بستر مکانی مورد مطالعه بیازماید.

فضای سوم، رویکردی دیگر: ادوارد سوچا، جغرافیدان پسامدرن، متأثر از نظریه پردازان مکاتب انتقادی، پاسا‌ساختارگرایی، فمینیسم و پاسا‌استعماری است و به گفته خود، ترکیبی از رویکردهای ذکر شده را در قالب جغرافیای پسامدرن به کار گرفته است. وی از سویی منتقد برخی از این نظریه‌ها نیز بوده است و برای مثال نقدی را بر مارکسیسم وارد می‌کند، چرا که معتقد است در این تفکر، اولویت بر جامعه است و نه فضا لذا غلبه تاریخ‌گرایی بر فضا را در مارکسیسم مشهود می‌داند. از منظر او گفتمان اجتماعی - فضایی آن چیزی است که مغفول

مانده و به همان اندازه که طبقه اجتماعی، جغرافیا را شکل می‌دهد، امر جغرافیا نیز سبب شکل‌گیری طبقات اجتماعی می‌شود. ضرورت وجود دیالکتیک سه سویه در این میان درک می‌شود، چیزی که از سوی لوفور با مفهوم «سه‌گانه» مطرح شد. سوجا معتقد است هم لوفور و هم فوکو موضوع یکسانی را با نگاهی دیگر به مقوله فضا در دهه‌های ۶۰ و ۷۰ ارائه می‌دهند. اما نحوه تفکر ایشان آنچنان که باید در زمان خود درک نشد و اکنون پس از سه دهه، الهام بخش او در طرح مفهوم فضای سوم است. از منظر سوجا روش هر دوی این متفکرین (لوفور و فوکو) سه‌گانه سازی^۱ است؛ به معنای ساختارشکنی منطق دوتایی غالب. لوفور این فضا را فضای زیست شده^۲ می‌نامد و فوکو «فضاهای مشخصاً متمایز^۳» و این نوع نگاه به فضا را با ابداع مفهومی جدید، هتروتوپولوژی^۴ می‌نامد (بورچ،^۵ ۲۰۰۲؛ سوجا،^۶ ۱۹۹۶). در نتیجه این اندیشه‌ها، سوجا در ۱۹۹۶ در کتاب شاخص‌اش «فضای سوم: سفرهایی به لس آنجلس و دیگر مکان‌های واقعی و تصور شده^۷» ذکر می‌کند که فضا به اندازه تاریخ و جامعه مهم است و ابعاد فضایی زندگی ما هیچگاه به اندازه ارتباط سیاسی و عملی امروز ما وسیع نبوده است. در واقع انفجار بحث درباره فضا در ادبیات به شرایطی برمی‌گردد که ترس از بی‌ریشگی و بی‌مکانی در دنیای امروز افزون گشته است (جیمز-کارابرتی، استرامپر-کراپ^۸، ۲۰۱۱: ۲). سوجا یکی از مهم‌ترین نظریه‌پردازانی است که واژه «فضای سوم» را به کار برده و این مفهوم از محوری‌ترین مباحث مطرح شده از سوی او به شمار می‌آید. در تبیین مفهوم فضای سوم، عقاید اندیشمند

1. Thirthing

2. Lived space

۳. این واژه از منظر فوکو در ادبیات فرانسه des espaces autres ذکر شده و ترجمه انگلیسی آن other spaces بوده است. این در حالی است که سوجا این ترجمه را کامل ندانسته و مفهوم این واژه در زبان فرانسه را وسیع‌تر و به معنای «فضاهای مشخصاً متمایز» می‌داند. فوکو، فضاهای متفاوت خود را با نام «هتروتوپیا» معرفی کرده و ۶ اصل برای آن برمی‌شمارد: ۱- وجود هتروتوپیاها در همه جوامع طبق بستر فرهنگی آن و تقسیم آن به دو گونه اصلی هتروتوپای بحران و انحراف؛ ۲- تغییر کارکرد هتروتوپیا در طول زمان؛ ۳- همنشینی کارکردها و فضاهای متناقض و متضاد در هتروتوپیا؛ ۴- ارتباط هتروتوپیاها با زمان؛ ۵- وجود سامانه‌ای برای ورود و خروج افراد در هتروتوپیا؛ ۶- قرارگیری هتروتوپیاها در یک طیف کارکردی با دیگر فضاها
Foucault, M (1984) برای مطالعه بیشتر رجوع شود به

4. Heterotopology

5. Borch

6. Soja

7. Third space: Journeys to Los Angeles and Other Real-and-Imagined Places

8. James-Chakraborty and Strümper-Krobb

دیگری نیز حائز اهمیت است، فیلسوف و نظریه پرداز هندی، هومی بابا که پیرو نظریه پسااستعماری^۱ است. سوچا نیز به اندیشه های هومی بابا و شرح مفهوم فضای سوم از منظر او در نوشته های متعددی اشاره کرده است. فضای سوم هومی بابا، فضای تمایلات بین فرهنگ های به هم خورنده، فضای آستانه ای که موجب رشد چیزی دیگر، چیزی جدید و غیر قابل شناخت می شود، منطقه ای جدید از مذاکره از معنا و بازنمود است. در این فضای «درمیانی^۲» هویت های فرهنگی جدیدی پدید می آید و دوباره سازی می شوند (رادرفورد^۳، ۱۹۹۰).

هومی بابا این فضا را فضایی می داند که روی مرزها قرار گرفته است، مرزهای مکانی و زمانی ای که تفاوت ها، با تمام تناقض ها و تکرهایشان، بدون آنکه درون یکدیگر حل شوند در آن حضور دارند. این فضای سوم فضایی است که یکنواخت و یکدست نبوده و در آن همه گفتمان های متکثر و هویت های متناقض در کنار هم می نشینند (بهاها^۴، ۱۹۹۴: ۳۷). لذا رویکرد فضای سوم به عنوان ابزاری برای پژوهش های گوناگون در فضای شهری مورد توجه است. چرا که انتخاب چارچوب فضای سوم به روشن کردن ارتباطات درونی بین اشخاص و نهادها و بازنمایی و تولید فضای شهری کمک می کند (ملانی کی و اسمیت^۵، ۲۰۰۹). یکی از فواید مهم آن، توجه بر امر فضایی در کنار امر اجتماعی است. به عبارتی همان نقدی که در ابتدا سوچا به دیگر مکاتب انتقادی مانند مارکسیسم وارد کرده است. ناکامی حوزه عمومی می تواند با توجه بیشتر به مسأله «فضا» و بستری فضایی-مکانی کاسته شود که بتواند شرایط را برای تعاملات اجتماعی و گفت و گو و تقویت سپهر عمومی مهیا کند. پرفسور کوین هترینگتون^۶ نیز خوانشی مبتنی بر هتروتوپیاشناسی فوکویی از بخشی از آثار هابرماس داشته و بدین طریق به مصادیق فضای سوم اشاره می کند. وی در بازخوانی حوزه عمومی به فضاهایی برای این امر اشاره می کند که مدلی برای جامعه باثبات و نظام یافته آینده و فضایی برای تبدیل^۷ غریبه ها به برادرها هستند. جاهایی که خارج از نگاه خیره مقامات دولتی و عمومی بتوان یکدیگر را

1. Post-colonization
2. Hybridity
3. Rutherford
4. Bhabha
5. Melanie Kay and Smith
6. Kevin Hetherington
7. Transformation

ملاقات کرد و زمانی به درون عموم رفت که حس اعتماد به نفس و قدرت در وجود فرد جاری باشد. جاهایی که در قرن هجدهم اروپا به مردها اجازه اختلاط و مشارکت در گفتمان سیاسی، اقتصادی و فرهنگی امنی را می‌داد. در عین حال شبیه قهوه‌خانه^۱ بود، مکانی که در حالیکه خیلی خاص و سری نبود، برخی از فعالیت‌های مبهم را از منظر بیرونی ارائه می‌کرد. در نهایت هابرماس این قلمرو عمومی را نه یک نظام اجتماعی جدید و نه اتویایی عالی، اما نظامی اجتماعی به نمایندگی سیاسی، مدنی، اقتصادی و اخلاقی بورژوازی می‌خواند (هترینگتون^۲، ۱۹۹۷: ۱۰۵-۱۰۶). توصیف‌های هابرماس و هترینگتون از این ارتباط فضایی با توجه به اتفاقاتی که در فضایی ویژه رخ می‌دهد می‌تواند سبب تقویت نوع خاصی از قلمرو عمومی شده و مصادیق این نوع از فضا برای استفاده بهینه در تقویت قلمرو عمومی در شهرهای امروز را یادآور شود. مصادیقی مانند اشاره هابرماس به قهوه‌خانه‌ها به مثابه جاهایی معمولی و غیر سری که توان جذب مخاطب و ایجاد گفتمانی امن را دارند. در ادامه مصادیقی از این نوع فضاها به طور تفصیلی‌تر معرفی شده و مورد واکاوی قرار می‌گیرند.

مصادیق فضای سوم به مثابه بستر تقویت حوزه عمومی برای زنان: هابرماس باور دارد که خانه و کار هر دو به سپهر خصوصی تعلق دارند، اما گفت و گوهای ادبی که در محافل هنری و کافه‌ها به عنوان عرصه‌های عمومی شکل می‌گرفتند، نقش توجه‌برانگیزی در تولید منابع فرهنگی لازم برای گفت و گوهای سیاسی عقلی و انتقادی ایفا کردند (روبرت و کروسبی^۳، ۲۰۰۴: ۳). فوکو نیز در مقدمه شرح هتروتوپیا در توصیف جایی که شبکه‌ای از ارتباطات اجتماعی در آن شکل می‌گیرد به کافه‌ها اشاره می‌کند (فاکولت^۴، ۱۹۸۴). همچنین بر نقش اجتماعی و فرهنگی کافه‌ها در زمان و مرور سیر تحولات آن‌ها و نقش این فضاها در شهر در آثار متفکرین تأثیرگذار متأخر که با نگاهی انتقادی با مسأله شهر مواجه می‌شوند نیز تأکید شده است (هابرماس^۵، ۱۹۹۱). از سویی امروز سابقه کافه‌ها در کتب مرتبط با تاریخ شهر در ایران و بالاخص تهران، تأکید بر فرهنگ متمایز کافه‌نشینی و ویژگی‌های خاصی را نشان

-
1. Coffee-house
 2. Heterington
 3. Roberts and Crossley
 4. Focult
 5. Habermas

می‌دهد که این فضاها داشته‌اند (شهری، ۱۳۷۱؛ پولاوند، ۱۳۹۰). همچنین مطالعات متأخر داخلی بر روی کافه‌ها به عنوان جاهایی که با کارکردهای ویژه و تأثیرگذار در شهر، نیاز به مطالعه عمیق پیرامون این نوع فضاها را یادآور می‌شود (فاضلی، ۱۳۹۰؛ ارمکی و شالچی، ۱۳۸۴). نمونه دیگر از چنین فضاهایی، سالن‌های سینما و تئاتر هستند، چرا که یکی از مصادیق مهم اصل سوم هتروتوپای فوکو، سینما و تئاتر است. فضایی که محل تلاقی چند فضای متمایز است و صحنه‌ای که مجموعه‌ای از فضاهای بیگانه می‌توانند در آن گرد هم بیایند (سوجا، ۱۹۹۶؛ فاکولت، ۱۹۸۴). تئاتر در غرب با شهر و فرهنگ شهرنشینی عجین شده است، از جشواره‌های مذهبی و شهری در شهر آتن تا تئاترهای خصوصی و عمومی در ابتدای دوران مدرن. در قرن چهارم تا ششم پیش از میلاد در آتن، درام توانست به شکلی تأثیرگذار بر روند شکل‌گیری هویت شهری تأثیرگذار باشد و اغلب نمایش‌ها در فضای شهری اجرا می‌شدند و بستری برای تعاملات انسانی به جهت ایجاد مجالی برای گفت و گو بودند (هاروی، ۱۳۹۳؛ ۳۱-۳۰). در ایران نیز رونق سالن‌های تئاتر و سینما خصوصاً در سال‌های اخیر کاملاً مشهود است و در این بین زنان از مهم‌ترین مخاطبان این فعالیت‌های فرهنگی-هنری هستند. لذا مکان قرارگیری این فعالیت‌ها و عرصه‌های وابسته به آن بستری می‌شود برای قرارهای بانوان.

یکی دیگر از مصادیق فضای سوم که امروزه بیشتر به آن اشاره می‌شود، فضای مجازی است: هرچند فضای سوم می‌تواند با واقعیت مادی تعریف شود، واقعیت فضایی، اجتماعی و اقتصادی که در اینترنت به عنوان فضای مجازی شکل می‌گیرد نیز با خوانش سوچا از مفهوم فضای سوم همگراست. به طوری که از اینترنت به عنوان اتوپیایی یاد شده است که احیاگر دوباره آگورای یونانی است (استایرستروف^۱، ۲۰۰۳، ۱۰۳-۱۰۶). در این زمینه در ایران نیز برخی وبسایت‌ها نقش فعالی در ایجاد بستری برای گفت و گوهای آزاد ایفا می‌کنند. هرچند این نوع از فضا مورد پژوهش این تحقیق نیست، لیکن شایان ذکر است مصادیق این فضاها به مثابه جاهایی است که پژوهشگر با ورود به آن و جستجو در روابط ایجاد شده می‌تواند ظرفیت این فضاها را در جذب زنان نشان داده و بستر تقویت حوزه عمومی پویا برای این گروه هدف را مشخص کند. برای مرور مجدد از سؤال پژوهش تا رسیدن به مفهوم فضای

سوم، به عنوان نگاهی دیگر به مسأله حوزه عمومی، مدل مفهومی (تصویر ۱) ارائه شده است. دایره بیرونی این تصویر، مهم‌ترین ویژگی‌های حوزه عمومی از منظر اشتراکات هابرماس و آرنت را شامل شده است. برای تحقق و تقویت این حوزه، مفهوم فضای سوم در مرکز مدل ترسیم شده است که برای رسیدن به آن، ویژگی‌هایی که اندیشمندان صاحب‌نظر از مفهوم فضای سوم ذکر کرده‌اند در لایه‌های بعدی تصویر ترسیم شده است. ویژگی‌های ذکر شده در این مدل، به عنوان کلیدواژه‌های پژوهش در بستر مورد مطالعه استفاده خواهد شد.



تصویر ۱: مدل مفهومی پژوهش (نگارندگان)

روش پژوهش

با توجه به ماهیت اصلی این پژوهش (هستی‌شناسی^۱) و نسبت محقق با مسأله مورد پژوهش (معرفت‌شناسی^۲)، پژوهش حاضر در سنت کیفی انجام شده است و نظر به اینکه در علوم اجتماعی دسته‌بندی‌های گوناگونی برای انواع رویکردها و روش‌ها ارائه شده، در این تحقیق رویکرد تفسیری^۳ مدنظر قرار گرفته است و در انواع روش تحقیق، بر مبنای دسته‌بندی پنج‌گانه کرسول (۱۳۹۴) برای سنت کیفی پژوهش عمل شده است. در این راستا روش منتخب، مردم‌نگاری^۴ است چرا که این تحقیق در تلاش است پژوهشی عمیق در رابطه با موضوع مورد بررسی برای فهم لایه‌های پنهان و عمیق حوزه عمومی برای زنان در تجلی کالبدی آن در محدوده مورد مطالعه انجام دهد. در پیشینه‌شناسی این روش باید گفت در فاصله بین جنگ جهانی اول و دوم، جامعه‌شناسان وابسته به مکتب شیکاگو از جمله رابرت پارک^۵، رادریک مکزی^۶، لوئیس ویرت^۷ و ارنست برگس^۸، مطالعه زندگی در شهر را به گونه روش‌مندی آغاز کردند. در بین روش‌های مطالعاتی که ایشان به کار بستند، روش مردم‌نگاری یکی از روش‌های کیفی است که جزئیات بسیاری را آشکار می‌کند. این روش در تحقیق شهری که پارک از آن دفاع کرد، تحقیقی را می‌طلبید که محقق، خود را در زندگی فرهنگی گروه هدف مورد مطالعه غرق کند تا اندازه‌ای که قواعد و مقررات پیچیده و ظریف، ارزش‌ها، هنجارها و فعالیت‌های فرهنگی روزمره آن گروه، مشخص و نمایان شود. نتیجه این کار بسط و توسعه مطالعات تفصیلی ژرف در خصوص طیف وسیعی از خرده فرهنگ‌های شهری و تدوین گزارش‌های

1. Ontology

2. Epistemology

۳. برای مطالعه بیشتر در زمینه پیش فرض‌های فلسفی رجوع شود به (کرسول، ۱۳۹۴: ۳۲-۲۹) و (فراستخواه، ۱۳۹۵)

۴. رویکردها یا منطق پژوهش در برخی منابع با سه عنوان اثبات‌گرایی، تفسیری و انتقادی معرفی می‌شوند و در برخی دو رویکرد فمینیستی و پسامدرن نیز افزوده شده است. برای مطالعه بیشتر رجوع شود به (نیومن، ۱۳۹۳-جلد ۱: ۲۱۵-۱۵۶)

5. Ethnography

6. Robert E. Park

7. Roderick Mackenzie

8. Louis Wirth

9. Ernest Burgess

تشریحی از زندگی پر نقش و نگار در مناطق طبیعی، ابتدا از شهر شیکاگو و سپس از زندگی شهرهای سرتاسر دنیا بود (استیونسون، ۱۳۸۸: ۶۲-۵۸). واژه مردم‌نگاری ریشه در انسان‌شناسی فرهنگی دارد. اثنو^۱ به معنای مردم یا قوم و گرافی^۲ به معنای توصیف یک چیز است. کلیفورد گیرتز^۳، انسان‌شناس امریکایی، معتقد است که بخش بسیار مهم مردم‌نگاری، توصیف کامل و دقیق است، توصیفی غنی از موارد خاص (برخلاف خلاصه کردن، استانداردسازی، تعمیم دهی یا کار با متغیرها). توصیف عمیق از یک رخداد سه دقیقه‌ای ممکن است چند صفحه شود و چنین توصیفی آنچه را روی داده و حس نهفته در آن رویداد را بیان می‌کند و تفسیری چندگانه از آن را میسر می‌کند (نیومن، ۱۳۹۴: جلد دوم؛ ۲۷۹-۲۷۸). یکی از شاخص‌ترین جنبه‌های این روش نیز تکیه بر مشاهده مشارکتی است. پژوهشگر علاوه بر مشاهدات خود از بستر پژوهش و بررسی رفتار و اتفاقاتی که در آن مکان می‌افتد با توجه به فرهنگ و ویژه آن زمینه، می‌تواند اطلاعات خود را با فهم مشاهدات دیگران بر اساس گفت و گو و روایتی کامل کند که کاربران فضا از آن دارند (گروت؛ وانگ، ۱۳۸۴: ۱۸۵-۱۸۳). از مهم‌ترین مزایای این روش پژوهش با توجه به تأکید آن بر مقوله فرهنگ، شناسایی و فهم خرده فرهنگ‌هایی است که ممکن است در بستر مورد مطالعه شکل گرفته باشد. فهم صحیح این مسأله کمک می‌کند خرده فرهنگ‌ها به عنوان ابزاری کارآمد برای ایجاد هویت اجتماعی در نظر گرفته شود (فکوهی، ۱۳۸۷: ۲۸۷-۲۸۶). لذا در تحقیق حاضر برای پژوهش در نمونه فضاهایی که خود، جاهایی در لایه‌های پنهان‌تر شهر هستند و کمتر مورد توجه قرار می‌گیرند، چنین روشی می‌تواند عمق اندیشه و نظر مخاطبین و کاربران این فضاها را بهتر هویدا کرده و دلایل جذب ایشان به این نوع از فضا را مشخص کند. برای رسیدن به این هدف، از بین این مکان‌ها که در ادامه محدودۀ جغرافیایی آن‌ها در شهر تهران شرح داده می‌شود، شاخص‌ترین آن‌ها به عنوان پایلوت انتخاب شده و پژوهشگر با استقرار در این فضاها به گفت و گو با مخاطبین می‌نشیند. نحوه انجام این روند در ادامه شرح داده می‌شود.

مورد پژوهشی: فضاهای سوم در مرکز شهر تهران: در اثر مشترک اتکینسون و همسرلی

1. Ethno
2. Graphy
3. Clifford Geertz
4. Subculture

که توسط انتشارات روتلج^۱ منتشر شده، نحوه انجام مردم‌نگاری به صورت کاربردی شرح و مرحله به مرحله شرح داده شده است. از نحوه گفت و گو تا ضبط و گردآوری و سازماندهی داده‌ها و در ادامه فرایند تحلیل و نوشتن مردم‌نگاری (هامرسلی و اتکینسون، ۲۰۰۷). در این



پژوهش به‌رغم تلاش در استفاده از این دستورالعمل به دلیل تفاوت در ماهیت پژوهش (نقش مهم مکان) و مدل مفهومی آن، تغییراتی در روند انجام کار ایجاد شده که در ادامه شرح داده می‌شود. ابتدا یکی از مناطق مرکزی تهران به عنوان محدوده تحقیق مدنظر بود، اما پس از مکان‌یابی فضاهایی که طبق مبانی نظری می‌توانند مصادیق فضای سوم باشند (مانند سالن‌های تئاتر، سینما، کافه‌ها) بر روی نقشه شهر تهران، محدوده‌ای

از تجمع این فضاها به‌دست آمد که مابین سه منطقه ۱۲، ۱۱ و ۷ شهر قرار دارد. این محدوده با فضاهایی که بر

تصویر ۲: مکان‌یابی مصادیق فضای سوم در محدوده مرکزی شهر تهران (نگارندگان)

روی نقشه شناسایی شده است، در تصویر ۲ نشان داده می‌شود. از بین سه نوع فضای مشخص شده بر روی نقشه شامل تئاتر، سینما و کافه، در مجموع ۴ مجموعه تئاتر، ۱۹ سینما و ۱۰ کافه شاخص در منطقه ۱۲ قرار دارند. ۹ مجموعه تئاتر، ۱۱ سینما و ۲۸ کافه شاخص در منطقه ۱۱ و در نهایت ۵ مجموعه تئاتر، ۹ سینما و ۳۸ کافه شاخص در منطقه ۷ واقع هستند. از بین تمام این موارد، حدود ۶۵ درصد در حوالی خیابان انقلاب (به عنوان خیابان مرزی این سه منطقه) حدفاصل دروازه دولت و میدان انقلاب متمرکز هستند. لذا محدوده مکانی مشخص شده برای

1. Routledge
2. Hammersley and Atkinson

بستر این پژوهش همین محدوده در نظر گرفته شده و در کل شامل ۵۴ مورد (تئاتر، سینما و کافه) است. این بازه مکانی در تصویر ۳ نشان داده شده است.



تصویر ۳: محدوده تجمع مهم‌ترین مصادیق فضای سوم (خیابان انقلاب حدفاصل دروازه دولت تا میدان انقلاب) // (نگارندگان)

همان‌طور که بر روی این تصویر مشخص است، خیابان انقلاب، محدوده میدان انقلاب تا دروازه دولت بیشترین تراکم مصادیق فضای سوم طبق مبانی طرح شده را دارد. پس از مشخص کردن ۵۴ مکان شناسایی شده بر روی نقشه، برای انتخاب مکان‌هایی که پژوهشگر قصد ورود به آن‌ها دارد، از جستجوی عمیق‌تر در فضای مجازی و مشاهدات صفحات مجازی این فضاها کمک گرفته شد. در نهایت تعداد فضاهایی که به نظر بیشترین قرابت را با مبانی مدنظر داشتند، ۲۲ عدد برآورد شدند. در این مرحله پژوهشگر به مدت ۶ ماه (فروردین تا شهریور ۹۵) و در فواصل زمانی پراکنده به تمامی این مکان‌ها رفته و به روش مردم‌نگاری، مشاهدات مستقیم خود و ارتباطات شکل گرفته در این فضاها را یادداشت می‌کند. همچنین در این بین برای انجام مصاحبه با بانوان و مشاهده مشارکتی، ۷ مکان شناسایی شدند که بیشترین ویژگی‌های مدنظر را داشتند. یکی از مهم‌ترین معیارها برای این کار بررسی این مورد است که در کدام یک از آن‌ها، امکان ایجاد ارتباط با کاربران فضا هست. مواردی مانند نوع چیدمان فضا و امکان هم‌کلام شدن با دیگران، میزان حضورپذیری بانوان، برآورد بهترین بازه زمانی ممکن برای انجام پژوهش، از مهم‌ترین معیارهای مدنظر پژوهشگر هستند. جدول ۱ برآیند این مرحله پژوهش برای این ۷ مورد را نشان می‌دهد. سعی شده است در انتخاب آن‌ها، پراکندگی مکانی رعایت شود به طوری که از سکانس‌های مختلف خیابان انقلاب در این محدوده، نمونه‌ای



انتخاب شده باشد. شایان ذکر است تجمع این فضاها پیرامون چهارراه ولیعصر مشهود است، لذا از این محدوده بیش از یک مورد انتخاب شده است. در مرحله بعدی، فرایند مردم‌نگاری به صورت ویژه به کمک مشاهده مشارکتی و مصاحبه در ۷ فضای منتخب انجام شده است. در خصوص تعداد افرادی که مورد مصاحبه قرار می‌گیرند نیز با توجه به نیمه‌ساختاریافته بودن مصاحبه و محدودیت‌های فضا، گفت و گوها تا حد اشباع نظری (حدی که دیگر اطلاعات جدیدی به دست نمی‌آید) ادامه خواهد داشت. ویژگی‌های این فضاها و اقداماتی که فرایند مردم‌نگاری در آن‌ها انجام شده در جدول ۱ به اختصار آورده شده است.

جدول ۱: فضاهای منتخب برای گفت و گو، مصاحبه و مشاهده مشارکتی

شماره	مکان	ویژگی نمونه‌ها(بانوان) و گفت و گوها	مدت گفت و گو
کافه شماره ۱	چهارراه ولیعصر	گفت و گوی اول: یک گروه ۳ نفره از دانشجویان مقطع کارشناسی گفت و گوی دوم: ۱ نفر دانشجوی دکتری گردشگری	۳ ساعت
کافه شماره ۲	خ انقلاب- خ قدس	۱ نفر- شاغل در حوزه اقتصاد	دو نوبت هر بار ۲ ساعت
کافه شماره ۳	حوالی چهارراه ولیعصر	گروه ۳ نفره- دانشجوی مقطع کارشناسی از رشته‌های هنری	۱٫۵ ساعت
لابی و کافه تئاتر شهر	چهارراه ولیعصر	۱ نفر- کارشناسی ارشد محیط زیست، بدون شغل	۱٫۵ ساعت
کافه شماره ۴	خ انقلاب؛ حوالی خ حافظ	۱ نفر- دانشجوی کارشناسی ارشد	۱ ساعت
کافه شماره ۵	خ انقلاب، دروازه دولت	گروه ۳ نفره دانشجویان مقاطع مختلف	۱ ساعت
کافه شماره ۶	خ انقلاب؛ خ فلسطین	۱ نفر- کارمند	۱٫۵ ساعت

اولین فضا کافه‌ای است در نزدیکی تقاطع خیابان انقلاب با خیابان ولیعصر، مکانی دنج با میزهای چوبی، نمای چوبی و گلدان‌های شمعدانی در کنار پنجره‌هایش. فاصله میزها نزدیک است و طبق مشاهدات پیشین نگارنده در انتخاب مکان در ساعات مختلف، تقریباً ۷۰ درصد از مشتری‌ها بانوان هستند. همچنین نزدیکی میزها و فضای گرمی که در نتیجه طراحی آن ایجاد شده است، امکان ایجاد ارتباط و گفت و گو با دیگر میزها را مهیا می‌کند. گفت و گوها

در قالب مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته انجام شده است و پژوهشگر، مخاطب را در جریان چرایی مصاحبه قرار داده است. سؤالات نیز بر اساس کلیدواژه‌های مدل مفهومی پژوهش طرح شده است. در تجربه مردم‌نگارانه این فضا، گروهی از دختران جوان سرگرم گفت و گویی هستند توأم با خنده و شادمانی. بخشی از روایت حاصله از گفت و گوی گروهی با این بانوان (۳ نفر ۱۹ - ۲۲ ساله) به مدت دو ساعت بدین شرح است:

«نمی‌دانم برای خلاصی از زیر نظر بودن کجا باید رفت! جایی که کسی جرأت نگاه‌های نامربوط نداشته باشه، متلک نگه، آزادانه حرف بزنی و لباس بیوشی و رفتار کنی بدون زیر ذره بین بودن. جای دیگه‌ای نیست که در امنیت و آسایش باشی و کسی کاری بهت نداشته باشه. کافه تنها جاییه که میتونی آزادتر باشی و با دوستان حرف بزنی یا حتی تنهایی بشینی و فکر کنی. البته خوردن هم عامل کم اهمیتی نیست، نوعی گرما بخشی داره و خوراکی‌های خوشمزه در کافه‌ها حس شادی بخش و گرم و خودمونی ایجاد می‌کنن».

تجربه دیگر در مشهورترین و شلوغ‌ترین کافه ثبت می‌شود، جایی که معروف به پاتوق دانشجویهاست. مکانی با مبلمان متنوع، سقفی بلند، دیوارهای آجری که شاخص‌ترین عنصر این فضا، دیواری است پوشیده از کتاب در کتابخانه‌ای فلزی، کتابخانه‌ای که از کف تا سقف دیوار را پوشانده و تعجب نمی‌کنید اگر آدم‌های تنهایی را مشغول خواندن کتاب در این فضا ببینید. وجود میزی بزرگ و هشت نفره در بخشی از فضا، فرصتی برای مشاهده مشارکتی ایجاد کرد. این نوع میزها که افراد تنها یا گروه‌های مختلف و ناآشنا گرد آن نشسته و فرصت ایجاد ارتباط با فردی که از پیش نمی‌شناسند نیز به کمک آن پیش می‌آید. میزهایی که به عنوان میز گفت و گو و ایجاد تعاملات اجتماعی^۱ مصطلح هستند و وجودشان سبب گرمای بیشتر محیط کافه است. روایت بانوان از تجربه این مکان در مصاحبه نیمه ساختاریافته در این فضا به شرح زیر است: (گفت و گوی یک ساعته با بانوی ۳۵ ساله):

«بین کارهام وقتی یک زمان خالی دارم و فرصت هم نیست که به خونه برگردم، بهترین راه اینه که برم کافه و قهوه بخورم و کتابی بخونم و چیز جالبی

1. Social table

تجربه کنم و وقتم این طور بگذره تا به کار بعدیم برسیم. فضای خودمونی این کافه باعث می‌شه مثل رستوران رسمی نباشه. بوی قهوه و ردیف کتاب‌های این کنار رو دوست دارم. چیز خوب دیگش اینه که هر کسی کافه نیامد، مثل رستوران نیست که همه برن، هر تپپی رو نمیبینی، منظورم اینه که آدمایی که میان بیشتر بهت نزدیکن، دانشجو و فرهنگی و از این قشر هستن. (نوعی آشنایی توأم با غریبگی و با حفظ تفاوت‌ها). از بوی خوب قهوه در کافه‌ها هم نمی‌شه چشم‌پوشی کرد. با اینکه خونه من سمت شمال شهر (پاسداران) هست، اما برای کارهام و کافه رفتن‌ها و برقراری تعاملات اجتماعی به مرکز شهر میام، این محدوده بیشتر پاتوق منه، با آدم‌های اینجا حس همدلی بیشتری دارم. موسیقی هم از عوامل تأثیرگذار در جذب من به این محیط بوده خصوصاً موسیقی آرام بخش و گاهی متفاوت که در مکان‌های دیگه شنیده نمی‌شه».

در تمام مدت این گفت و گو اشاره به طراحی فضا و دیوار کتابخانه‌ای بسیار پررنگ بود. عنصری که در هنگام ورود برای پژوهشگر نیز حسی از قرارگیری در محیطی دانشجویی ایجاد کرد. در همین فضا در ساعت و روز دیگر، گفت و گو با گروهی سه نفره از دختران ۲۱، ۲۲ و ۲۳ ساله انجام شد و روایت ایشان بدین شرح است:

«وقتی می‌خواهیم با هم بیرون بریم و حرف بزنین جای دیگری نیست، مثلاً همین پارک روبرو (پارک دانشجو)، بارها تنها به پارک رفتیم و مردی ناآشنا درخواست گفت و گو کرده، پنج دقیقه هم نمی‌توانی در خلوت و آرامش باشی. فضای کافه‌ها رو خیلی دوست دارم، خودمونه، وجود کتاب، چوب، هر چیزی که حال و هوای هنر داشته باشه جذبیم می‌کنه. بین کلاس‌های دانشگاه بهترین جا کافه است. وجود کافه‌ها تو شهر خیلی مهمه، کلاً این محدوده (خیابان انقلاب حوالی چهارراه ولیعصر) رو به خاطر جو هنری و فرهنگی، کتاب‌ها و کافه‌هاش دوست دارم (اشاره به رومیزی، ظروف و عناصر تزئینی یکی از کافه‌ها). جای مهم دیگه‌ای که فرصت تبادل نظر بهمون میده تئاتره، البته بعدش میریم کافه اون تماشاخونه و اونجا در مورد چیزی که دیدیم و برداشتمون حرف می‌زنین. چون اغلب سالن‌های تئاتر برای این کار جای

مناسی ندارند. این تئاترها رو از طریق سایت تیوال هم پیگیری می‌کنم، نظرات افراد مختلف رو درباره نمایش‌ها و فیلم‌ها می‌خونم، گفت و گوهایی که توش می‌شه بد نیست».

تجربه بعدی در کافه یکی از مجموعه‌های تئاتر صورت گرفت، فضایی ساده با صندلی‌های لهستانی و رومیزی‌های پارچه‌ای، این فضا به نوعی بخشی از محوطه انتظار برای شروع نمایش است. برخی از افرادی که منتظر تماشای نمایش هستند، در این کافه به گفت و گو نشسته‌اند، آدم‌های تنها مشغول مطالعه یا خوردن چای یا قهوه هم در فضا کم نیستند. با یکی از این افراد که بانویی ۳۱ ساله است گفت و گوی مفصلی انجام شد و خلاصه‌ای از روایت ایشان بدین شرح است:

«کافه‌ها از مهم‌ترین پاتوق‌های این روزهای ما هستن. اغلب جلسات کتابخوانی یا شعرخوانی یا بحث و گفت و گو حول یک موضوع خاص رو تو کافه انجام می‌دیم. کافه‌ای که برای این کار انتخاب می‌کنیم هم اغلب در همین حوالیست. هم به محیط‌های دانشگاهی نزدیکه و هم حال و هوای فرهنگی و هنری دارن و هم از نظر اقتصادی به صرفه هستن. به حس همدلی بین آدم‌های اینجا هست. توی این کافه‌ها احساس غریبگی نمی‌کنم. غیر از این‌طور جاها، کجاها میشه جلسات گروهیمون رو برگزار کنیم؟ تئاترها و تماشاخانه‌ها و سینماها هم فضاهای دوست داشتنی هستند که باعث تفکر و گفت و گو میشن، چون اغلب نمایش‌ها این روزها مضمون اجتماعی دارن، ولی همه سالن‌ها جایی برای نشستن ندارند، اینکه گاهی گپ و گفتی به طور ایستاده در زمان انتظار شروع اجرا انجام میشه، گاهی تو به کافه در همون حوالی جمع میشیم مثل اینجا، و مواقع زیادی هم این گفت و گو در صفحه مجازی (مثلاً سایت تیوال) ادامه پیدا می‌کنه، اونجا که کاملاً پاتوقه، هر نمایشی بهونه ایجاد گفت و گو حول موضوعات بسیاری می‌شه که محفلی برای صحبت در موردش توی شهر نیست، ولی توی این سایت آزادانه (البته با رعایت ادب) می‌تونی تبادل اندیشه کنی. بین سالن‌ها و فضاهای سینما و تئاتر فقط پردیس چارسو رو یادم میاد که چون لابی بزرگی داره می‌شه توش نشست و حرف زد

و تعامل داشت و محوطه خانه هنرمندان هم این فضا رو داره». اشاره‌های این فرد بر عناصر هنری به مثابه بهانه‌هایی برای تعامل و گفت و گو بسیار پر رنگ بود. همچنین در خلال گفت و گو به لزوم وجود موسیقی در این فضا و کمبودش در کافه محل گفت و گو اشاره شد. و نیز فقر استفاده از اِلمان‌ها و عناصر هنری در شهرهای ما از مهم‌ترین دغدغه‌های ایشان بود.

مکان بعدی یکی از کافه‌ها واقع در خیابان قدس با کمی فاصله از بدنه اصلی خیابان انقلاب است. محیطی شبیه به خانه، با پرسنلی خودمانی، یک خانم جوان، گروه‌های مختلفی در این فضا مشغول صحبت هستند، روایت بانوی ۲۹ ساله از بودن در این فضا بدین شرح است:

«اینجا و مکان‌هایی مثل این برایم مطلوب است و دلنشین، حس امنیت از مهم‌ترین دلایل هست. امنیت توأم با آزادی. خاطرات خوشی از این فضاها دارم، اغلب قرارهای دوستانم در کافه‌ها یا در سالن‌های فیلم و تئاتر بوده. خصوصاً در کافه‌ها از هر موضوعی صحبت می‌کردیم، از حرف‌های خاله‌زنکی^۱ تا بحث‌های جدی سیاسی و اجتماعی و هنری. موسیقی‌ای که در کافه‌ها می‌شنوی جای دیگری نیست. خودمانی بودن فضا هم بسیار مهم است. از اینکه میزها کمی به هم نزدیک باشن تا شاید بتوان با میز کناری هم وارد گفت و گو شد، لذت می‌برم. از صدای گفت و گویی که در فضا جاری است هم لذت می‌برم. بعضی کافه‌ها میز بزرگی برای این کار دارند که به ایجاد تعامل اجتماعی کمک می‌کند، عناصر تزئینی که در کافه‌ها هست رو هم دوست دارم، اشیای زیبا که با سلیقه چیده شدن، ظروف و مبلمان جالب. این روزها کافه‌ها دلبازتر از گذشته هستند، تاریک و دخمه‌وار نیستن و از پستوها و کوچه‌های فرعی بیشتر به لبه‌های اصلی خیابانها آمدن، با رنگ‌های روشن و دعوت کننده هستن، خصوصاً با گل‌دان‌ها و پنجره‌های زیباشان. کارکنان این فضاها هم نقش مهمی در جذب مخاطب دارن، از جنس خودمون هستن با برخوردهای صمیمی و دوستانه. بوی خوب قهوه هم عالیست».

موارد اشاره شده با تجربه پژوهشگر در چند ساعت مشاهده فضا اشتراکات بسیاری داشت خصوصاً تأمل در عناصر به کار گرفته شده در طراحی فضا، مبلمان، تابلوهای نقاشی و عکس، موسیقی و بوی خوش قهوه. مواردی که در فضای عمومی شهر حس نمی‌شود. روایات بانوان در نتیجه گفت و گوهای صورت گرفته، نشان می‌دهد که بخشی از خیابان انقلاب در این زمینه بستر فرهنگی^۱ ویژه‌ای را برای شکل‌گیری فضاهای سوم فراهم کرده است. این نکته شبیه نقشی است که بن گالن^۲ برای خیابان اکسفورد در شهر ولنگنگ^۳ استرالیا در پژوهش‌اش در مورد سایت‌های دیگر (هتروتوپیاها) موسیقی قائل شده است (گالان، ۲۰۱۳). چرا که در این بخش از خیابان انقلاب تهران گویی خرده فرهنگی در حال شکل‌گیری است که عناصر مورد پسند بانوان در ساخت آن نقش به‌سزایی دارند. یافته‌های تفصیلی پژوهش در ادامه ذکر می‌شوند.

یافته‌های پژوهش

ثبت روایات مردم (گروه هدف زنان) در این پژوهش نشان می‌دهد مهم‌ترین فضاهایی که بستر مناسبی برای ایجاد فعالیت اجتماعی برای زنان ایجاد کرده و حوزه عمومی پررنگی را در مرکز شهر تهران شکل داده، کافه‌هایی هستند که از مهم‌ترین مصادیق فضاهای سوم نیز به شمار می‌آیند. اغلب مخاطبین این فضاها نیز زنان جوان هستند، زنانی که عرصه حضور خود را محدود به حوزه خصوصی نمی‌دانند، برای گفت و گو با یکدیگر فضاهای عمومی و عرصه‌های باز شهر را به دلایل مختلف مناسب نمی‌بینند و این فضاهای نیمه عمومی را برمی‌گزینند. دلایلی مانند عدم امنیت، آزادی (بیان، پوشش و رفتار)، زیر نگاه دیگران بودن، شنیدن طعنه و متلک و... لذا توجه به این نکته که چه چیزی در این فضاها سبب جذب زنان و تعاملات اجتماعی ایشان شده در این پژوهش مد نظر قرار گرفته است. روایت زنان نشان می‌دهد این فضاها خصوصاً کافه‌ها ویژگی‌هایی دارند که این گروه را جذب می‌کند مانند خودمانی بودن فضا، طراحی فضاها به شکلی که هویت هنرمندانه‌ای به آن بخشیده، استفاده از

-
1. Cultural context
 2. Ben Gallan
 3. Wollongong
 4. Gallan

المان‌های فرهنگی مانند کتاب یا تابلوهای نقاشی و عکس (تأکید بر عناصر زیبایی‌شناسانه) و چیدمان مبلمان در فضا.

همچنین در گفت و گوهای انجام شده و نیز مشاهدات پژوهشگر، هر چند از فضاهای فرهنگی-هنری مانند سینما و تئاتر هم در مبانی نظری و هم در روایات زنان به عنوان فضای سوم یاد شد، تمامی سالن‌های سینما و تئاتر بستر مناسبی برای تعاملات اجتماعی ایجاد نمی‌کنند و تنها تعداد محدودی این قابلیت را دارند. در محدوده مرکزی تهران که در تصویر شماره ۲ نشان داده شده، محوطه خانه هنرمندان ایران و تماشاخانه ایرانشهر و دو سالن دیگر که در این مجموعه است، چنین قابلیت‌هایی را دارد. همچنین پردیس سینمایی چارسو با داشتن سالن انتظاری بزرگ با انواع مبلمان، به عنوان مکان برگزاری بسیاری از جشنواره‌های سینمایی از چنین قابلیت‌هایی برخوردار است. چنین قابلیت‌هایی می‌تواند الگویی برای دیگر فضاهای مشابه باشد، به گونه‌ای که از ظرفیت دیگر سالن‌ها نیز برای تقویت حوزه عمومی استفاده شود. البته، هیچ یک از دو مورد یاد شده، در محدوده خیابان انقلاب (تصویر شماره ۳) قرار ندارند. لذا اگر مبنای پژوهش را تصویر ۳ قرار دهیم، فضاهای سوم واقع در این محدوده تنها شامل کافه‌ها می‌شوند. به انضمام چند سالن تئاتر که وجود کافه‌ای در کنار آن‌ها یا کافه‌هایی واقع در مجموعه‌های تئاتر، سبب ایجاد فضایی برای گفت و گو در این نقاط نیز شده است. لازم به ذکر است از بین کافه‌هایی که بانوان در محدوده مرکزی تهران به آن اشاره می‌کردند، تقریباً تمامی موارد در بازه تصویر ۳ قرار داشته و نیز محدوده‌ای که ایشان به عنوان محدوده پاتوق رفت و آمد خود در بخش مرکزی تهران مد نظر داشتند، درون همین بازه قرار دارد. لذا بازه پیش‌بینی شده بر حسب مبانی نظری بر روی تصویر ۳، با روایت بانوان همخوانی داشته است. در این پژوهش نیز طبق روال دسته‌بندی در یک تحقیق کیفی، موارد طرح شده در مصاحبه‌ها و مشاهدات بر اساس متن نوشته‌های مردم‌نگارانه، مورد تحلیل موضوعی قرار می‌گیرد. بدین معنی که ابتدا متن نوشتارها کدگذاری شده، سپس کدها در قالب مقولات دسته‌بندی شدند و در نهایت مضامین اصلی استخراج شده است. خلاصه‌ای از این روند در جدول ۲ نشان داده شده است.

جدول ۲: تحلیل موضوعی (تماتیک) یافته‌های پژوهش مردم‌نگارانه

مضمون‌های اصلی	مقولات	کدگذاری اولیه
گفت و گو آزادی	فضای گفت و گو راحتی	صحبت کردن، دورهمی، گپ و گفت هر کار می‌خواهی می‌کنی، زن و مرد نداره، غریبه‌های آشنا، دنج، عدم دخالت تو کار هم، پوشش راحت‌تر از بیرون، خودمونی بودن
دوری از نگاه جنسیتی اهمیت حواس زیبایی‌شناسانه	امکان تشکیل جمع دوستانه	دوستی، درد و دل، شادی و خنده
سهولت دسترسی سنخیت فرهنگی	فضای امن از منظر ذهنی	امنیت، آسایش، بدون مزاحمت، فرار از گیر دادن، آزادی
	حمل و نقل عمومی مطلوب	رفت و آمد راحت، تاکسی و اتوبوس و مترو
	فرهنگ مشترک عناصر	هرکسی نمیداد، تیپ‌های مشابه، سلیقه‌های مشترک دکوراسیون قشنگ، ظروف جالب، چیدمان جالب غذاها و
	زیبایی‌شناسانه غناي حسی	خوراکی‌ها، تابلوهای هنری، گل‌دان موسیقی، طعم‌های خوب و متفاوت، بوی قهوه، نور، گیاه

همان‌گونه که در این جدول مشاهده می‌شود، مضامین طرح شده از سوی بانوان در این پژوهش در ۶ مورد قابل دسته‌بندی هستند.

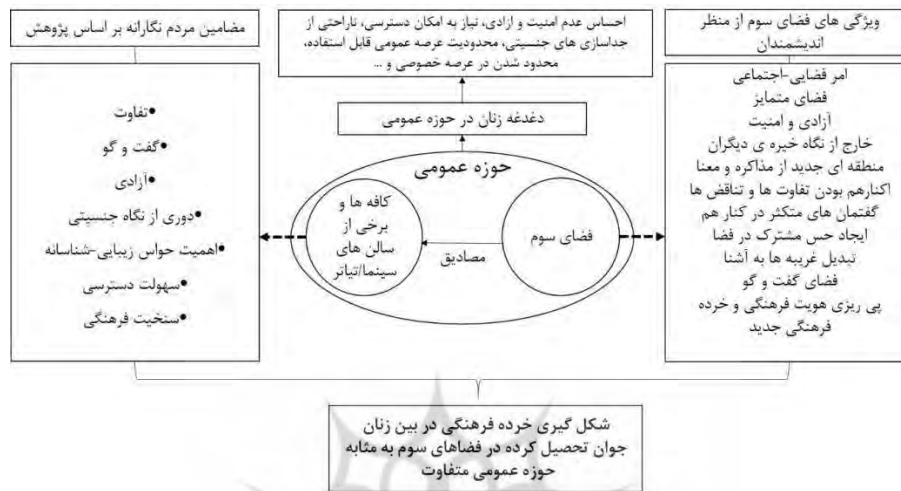
بحث و نتیجه‌گیری

از مرور ادبیات تحقیق و روایت‌های مردم‌نگارانه این پژوهش اینگونه می‌توان جمع‌بندی کرد که نظریه‌های مرتبط با شکل‌گیری و تقویت حوزه عمومی، بستر مکانی این اتفاق را چندان مد نظر قرار نمی‌دهند، لذا چگونگی رشد این حوزه با ابهام مواجه می‌شود و خصوصاً برای گروه زنان که در اغلب موارد محرومیت‌های بیشتری از مردان را در جامعه تجربه می‌کنند، فقدان وجود بستری که بتواند سبب تقویت این حوزه در ایشان شود، بیش‌تر حائز اهمیت است. مفهوم فضای سوم در این میان رویکرد نوینی است که با تأکید ویژه بر امر فضا، شکل‌گیری فعالیت اجتماعی را در زمینه‌ای امکان‌پذیر می‌داند که آن را فضای سوم می‌نامد. برای مثال از عوامل مهم برای جذب این گروه، قشری است که کاربر این فضاست، اشتراکی که از دید این کاربران فضا در بین مخاطبین کافه‌ها و سالن‌های تئاتر و سینما وجود دارد، که در قالب مضامین اصلی پژوهش با نام «سنخیت فرهنگی» معرفی شده است، از مهم‌ترین عوامل جذابیت

این فضاهاست. فضایی که دسترسی به آن برای بانوان دشوار نیست، امکان گفت و گو را مهیا کرده، عناصر زیبایی‌شناسانه در آن نقش پررنگی دارد و سبب تجربه حس آزادی در زنان می‌شود.

آنچه از مجموع این روایات و مشاهدات پژوهشگران به دست می‌آید، شکل‌گیری خرده فرهنگی در میان بانوان جوانی است که کاربران این فضاها هستند. زنانی که اغلب تحصیل کرده یا دانشجوی هستند، شیفته هنر و فرهنگ هستند و فضاهایی جذّابشان می‌کند که نشانه‌هایی از این عناصر را تداعی کند. حس زیبایی‌شناسی در این بانوان در انتخابشان تأثیرگذار است. عواملی مانند صدا (موسیقی)، بو (قهوه)، طراحی فضا، چیدمان مبلمان و رنگ هم از منظر این گروه با اهمیت است. طالب آزادی و گفت و گوهای آزادانه هستند و نسبت به آدم‌های اطرافشان حساس بوده و فضایی را می‌طلبند که حس همدلی و اشتراک را در آن حس کنند. مجموعه عواملی که برای ویژگی‌های مصادیق فضای سوم از روایات مردم‌نگارانه به دست آمد در نسبت با مبانی نظری پژوهش و مدل مفهومی (تصویر شماره ۱)، در قالب تصویر ۴ ارائه شده است. نتیجه این برآیند شکل‌گیری خرده فرهنگی است که به ویژگی‌های آن اشاره شده است. زنان در این خرده فرهنگ، با قرارگیری در مصادیق فضای سوم مانند کافه‌ها، دغدغه‌های حوزه عمومی را کم‌رنگ‌تر دیده و این فضاها را بستری برای تعاملات اجتماعی و جبران کمبودهای حوزه عمومی در اغلب فضاهای عمومی شهر برای خود می‌بینند.

در نهایت اینکه مضامین به دست آمده، ویژگی‌هایی هستند که فضاهای مورد بررسی را برای زنان مطلوب کرده و سبب جذب این گروه شدند. توجه بیشتر به این فضاهای به ظاهر کم اهمیت در سطح شهر تهران همچنین تأمل در این ویژگی‌ها می‌تواند به برنامه‌ریزی و طراحی فضاهای عمومی و باز شهری کمک کند و عرصه‌های نوینی برای حضور زنان با تأکید بر امکان تعاملات اجتماعی پویا ایجاد کند. شایان ذکر است در این پژوهش طبق مشاهدات مردم‌نگارانه پژوهشگر، فضاهای دیگری مانند گالری‌ها نیز می‌توانست مدنظر قرار گیرد که با توجه به محدودیت این تحقیق و گستردگی مکانی این فضاها، می‌توان این مورد و نیز فضاهای دیگری را در تحقیقات بعدی در امتداد این پژوهش بررسی کرد.



تصویر ۴: نتایج کاربست مدل مفهومی پژوهش در بستر محدوده مورد مطالعه با روش مردم نگاری/

(نگارندگان)

منابع

- آزاد ارمکی، تقی و شالچی، وحید (۱۳۸۴). دو جهان ایرانی: مسجد و کافی شاپ. فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات. ۱(۴): ۱۸۳-۱۶۳.
- استیونسون، دבורا (۱۳۸۸). شهرها و فرهنگ‌های شهری، ترجمه رجب پناهی، احمد پوراحمد، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات شهرسازی و معماری.
- پدرام، مسعود (۱۳۸۸). سپهر عمومی، روایتی دیگر از سیاست؛ نظریات آرنست و هابرماس، تهران: یادآوران.
- پرتوی، پروین (۱۳۹۴). زنان و فضاهای عمومی شهری (مجموعه مقالات)، تهران: مرکز مطالعات و برنامه‌ریزی شهر تهران
- پولاوند، محمدرضا (۱۳۹۰). کافه نادری؛ تاریخ کافه و کافه داری در ایران. تهران: منوچهری.
- پیران، پرویز (۱۳۸۶). عرصه‌های تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی زنان ایران زمین- نیم نگاهی به یک تحقیق علمی، نشریه چشم انداز ایران، شماره آبان و آذر، صص ۸۱-۷۱
- حبیبی، میترا و علی‌پور شجاعی، فرشته (۱۳۹۴). بررسی تطبیقی فضاهای عمومی ویژه زنان در میزان پاسخگویی به نیازهای بانوان؛ نمونه موردی: پارک آب و آتش و بوستان بهشت مادران تهران، نشریه هنرهای زیبا، ۲۰(۱): ۳۰-۱۷.
- حبیبی، میترا (۱۳۹۴). کیفیت و تنوع فعالیت‌ها و تسهیلات در فضاهای عمومی و تأثیر آن بر حضور زنان با تأکید بر شهر تهران، مجموعه مقالات فضاهای عمومی شهری، تهران: مرکز مطالعات و برنامه‌ریزی شهر، صص ۳۲۵-۲۰۷.
- رحیمی، لیلا و صبوری، صابر (۱۳۹۶). امنیت زنان در فضاهای عمومی شهری و بررسی عوامل فیزیکی مؤثر بر آن (نمونه موردی: پارک ائل گلی تبریز)، فصلنامه علمی-پژوهشی مطالعات اجتماعی روانشناختی زنان، ۱۵(۴): ۷۷-۳۹
- رفعیان، مجتبی، نسترن، مهین و عزیزپور، سولماز (۱۳۹۲). ارزیابی رضایتمندی از کیفیت فضای شهری با توجه به متغیر جنسیت، فصلنامه علمی-پژوهشی مطالعات اجتماعی روانشناختی زنان، ۱۱(۴): ۵۸-۳۵.

- شهری، جعفر (۱۳۷۱). تهران قدیم جلد ۱، تهران: معین.
- شهری، جعفر (۱۳۷۱). تهران قدیم جلد ۲، تهران: معین.
- عبداللهی، محمد (۱۳۸۷). زنان در عرصه عمومی؛ عوامل، موانع و راهبردهای مشارکت مدنی زنان ایرانی، تهران: جامعه شناسان،
- فاضلی، نعمت ... (۱۳۹۰). کافی‌شاپ و زندگی شهری (نیمرخ شهر ۴). اداره کل مطالعات اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران: تیسرا
- فراستخواه، مقصود (۱۳۹۵). روش تحقیق کیفی در علوم اجتماعی (با تأکید بر نظریه برپایه) گراند تئوری، تهران: آگه.
- فکوهی، ناصر (۱۳۸۷). انسان‌شناسی شهری، تهران: نی.
- کرسول، جان (۱۳۹۴). پویای کیفی و طرح پژوهش: انتخاب از میان پنج رویکرد (روایت پژوهی، پدیدارشناسی، نظریه داده بنیاد، قوم نگاری، مطالعه موردی)، ترجمه حسن دانایی فرد و حسین کاظمی، تهران: صفار.
- گروت، لیندا؛ وانگ، دیوید (۱۳۸۴). روش‌های تحقیق در معماری، ترجمه علیرضا عینی‌فر، تهران: دانشگاه تهران.
- لاو، استیفان (۱۳۹۳). نگاهی نو به فلسفه، ترجمه محمد احسان مصحفی، تهران: سبزان.
- مدنی‌پور، علی (۱۳۸۴). طراحی فضای شهری: نگرشی بر فرآیندی اجتماعی و مکانی، ترجمه فرهاد مرتضایی، تهران: شرکت پردازش و برنامه‌ریزی شهری (وابسته به شهرداری تهران)، چاپ دوم
- مدنی‌پور، علی (۱۳۸۹). فضاهای عمومی و خصوصی شهر، ترجمه فرشاد نوریان، تهران: سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات شهرداری تهران.
- منادی، مرتضی (۱۳۹۲). مصرف‌کننده‌های فضاهای فرهنگی؛ بررسی تطبیقی زنان شاغل و خانه‌دار تهرانی، فصلنامه علمی-پژوهشی مطالعات اجتماعی روان‌شناختی زنان، ۱۱، ۲: ۱۱۳-۱۴۴.
- میرمحمد رضایی، زهرا و قلی‌پور، ماجده (۱۳۹۳). نابرابری جنسیتی در عرصه عمومی و

خصوصی، دومین کنفرانس ملی جامعه شناسی و علوم اجتماعی، تهران.
 نادری، سارا (۱۳۹۲). درآمای بر روایت زنانه از شهر؛ کاوشی نظری در خوانش تجربه‌های
 زنانه از شهر، تهران: تیسسا.
 نیومن، ویلیام لارنس (۱۳۹۴). روش‌های پژوهش اجتماعی؛ رویکرد کمی و کیفی (جلد اول و
 دوم)، ترجمه ابوالحسن فقیهی و غسل آغاز، تهران: ترمه.
 هاروی، جین (۱۳۹۳). تئاتر و شهر، ترجمه سپیده خمسه نژاد، تهران: مروارید.
 هولاب، رابرت (۱۳۹۳). یورگن هابرماس: نقد در حوزه عمومی، ترجمه حسین بشیریه، تهران:
 نی.
 هیلیز، جین (۱۳۸۸). سایه‌های قدرت: حکایت دوراندیشی برنامه‌ریزی کاربری اراضی، ترجمه
 کمال پولادی، تهران: آذرخش.

- Abdollahi, M. (2008). *Women in the public domain; Factors, barriers and strategies of Iranian women's civil participation*, Tehran: Sociologist Publication (Text in Persian)
- Bhabha, H. (1994). *The Location of Culture*. Routledge
- Borch, C. (2002). Interview with Edward W. Soja: Thirdspace, postmetropolis and social theory, *Distinktion: Journal of Social Theory*, 3(1): 113-120
- Carmona, M. Heath, Tim. Oc, Taner. and Tiesdell, Steve (2003). *Public places, urban spaces*. The Dimensions of Urban Design. Architectural Press.
- Creswell, J. (2007). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*, Translated by Hassan Danaeefard and Hossein Kazemi, Tehran: Safar Publication (Text in Persian).
- Dossa, S. (1989). *The public realm and the public self: The political theory of Hannah Arendt*, WILFRID LAURIER UNIVERSITY PRESS.
- Fakouhi, N. (2008). *Urban anthropology*, Tehran: Ney Publication (Text in Persian)
- Fazeli, N. (2011). *Coffeeshop and urban life*, Tehran: Tisa Publication (Text in Persian).
- Ferasatkah, M. (2016). *Qualitative research in social science with emphasis on Grounded Theory*, Tehran: Agah Publication (Text in Persian)
- Foucault, M. (1984). *Of Other Spaces: Utopias and Heterotopias*, translated by Jay Miskowiec, *Diacritics*, 16(1): 22-27.
- Gehl, J. (1987). *Life Between Buildings: Using Public Space*, translated by Jo Koch,

- Van Nostrand Reinhold, New York.
- Groat, L. and Wang, D. (2002). *Architectural Research Methods*, Translated by Alireza Einifar, Tehran University Publication (Text in Persian).
- Habermas, J. (1991). *The Structural Transformation of the Public Sphere*. T. B. Lawrence, Trans. MIT Press.
- Habibi, M. (2015). *Quality and variety of activities and facilities in public spaces and their impact on the presence of women with emphasis on Tehran City*, Tehran Urban Research & Planning Center (Text in Persian).
- Habibi, M. and Alipour Shojaee, F. (2015). A comparative study of special public spaces of women in meeting the needs of women; Case study: Ab-o-Atash Park and Beheshte Madaran Park in Tehran city, *Iranian Journal of Honar-ha-ye-ziba*, Tehran University 20 (1) (Text in Persian) <https://jfaup.ut.ac.ir/>
- Hammersley, M. and Atkinson, P. (2007). *Ethnography: Principles in practice*, Routledge, 3rd edition.
- Harvie, J. (2009). *Theatre and the City*, translated by Sepideh Khamse nejad, Tehran: Morvarid Publication (Text in Persian)
- Hetherington, K. (2003). *The Badlands of Modernity: heterotopia and social ordering*, Routledge.
- Hillier, J. (2002). *Shadows of power: An Allegory of Prudence in Land-Use Planning*, translated by Kamal Pouladi, Tehran: Azarakhsh Publication (Text in Persian).
- Holub, R. (1991). *Jurgen Habermas: critic in the public sphere*, translated by Hossein Bashirie, Tehran: Ney Publication (Text in Persian)
- James-Chakraborty, K. and Strümper-Krobb, S. (Eds.), (2011). *Crossing Borders*, Bern, Switzerland: Peter Lang, UK.
- Law, S. (2007). *a new approach to philosophy*, Translated by Mohammad Ehsan Mashafi, Tehran: Sabzan Publication (Text in Persian)
- Lefebvre, H. (1991). *The production of space*, T.B. Donald Nicholson-Smith, Cambridge: Blackwell.
- Madanipour, A. (1996). *Design of urban space: an inquiry into a socio-spatial process*, Translated by Farhad Mortezaee, Tehran: Urban Processing and Planning Co. (Text in Persian)
- Madanipour, A. (2003). *Public and private spaces of the city*, Tehran Municipality ICT Organization, 2nd edition (Text in Persian)
- MirMohammad Rezaee, Z. and Gholipour, M. (2014). *Gender inequality in public and private domain*, Tehran: Second conference of sociology and social science (Text in Persian).

- Monadi, M. (2013). Consumers of cultural spaces; A comparative study of employed women and Housewives in Tehran City, *Journal of Women's Studies sociological and psychological*, 11(2): 113-144 (Text in Persian).
- Naderi, S. (2013). *A preface to Feminine narrations of the city: Theoretical Exploration in Reading Women's Experiences of the City*, Tehran: Tisa Publication (Text in Persian)
- Neuman, L. (2006). *Social research methods: Qualitative and Quantitative Approaches*, Translated by Abolhasan Faghihi and Asal Aghaz, Tehran: Termeh Publication (Text in Persian)
- Oldenburg, R. (1989). *The Great Good Place: cafes, coffee shops, bookstores, bars, hair salons, and other hangouts at the heart of a community*. Marlowe & Company, New York.
- Partovi, P. (2015). *Women and Urban public spaces*, Tehran Urban Research & Planning Center (Text in Persian)
- Pedram, M. (2008). *Public Sphere: Another narrative of politics: Arendt and Habermas*, Tehran: Yadavaran Publication (Text in Persian)
- Piran, P. (2007). Decision taking and Decision making domains for Iranian women: a review of a scientific research, Tehran: *Iran's Vision Journal* (Text in Persian)
- Poolavand, Mohammadreza (2010). *Naderi Café: The history of Café and do Café in Iran*, Tehran: Manouchehri Publication (Text in Persian)
- Rafieian, M., Nastaran, M. and Azizpour, S. (2013). Assessing Satisfaction with the quality of urban space with regards to the variable of gender (Case study: Family Park in Karaj), *Journal of Women's Studies sociological and psychological*, 11(4): 35-58 (Text in Persian)
- Rahimi, L.; Sabouri, S. (2018). A Study of women's safety in urban public spaces and the influential environmental factors (Case study: The Elgoli Park in Tabriz), *Journal of Women's Studies sociological and psychological*, 15(4): 39-77 (Text in Persian).
- Roberts, J. and Crossley, N. (2004). *After Habermas: new perspectives on the public sphere*, Blackwell Publishing, USA.
- Shahri, J. (1992). *The old Tehran*, Volume I, Tehran: Moeen Publication, pp: 32-33, 64, 270 (Text in Persian)
- Shahri, J. (1992). *The old Tehran*, Volume II, Tehran: Moeen Publication, pp: 141-142, 249 (Text in Persian)
- Simon, J., Temple, N. and Tobe, R. (2013). *Architecture and Justice: Judicial Meanings in the Public Realm*, Ashgate Publishing Company, UK.
- Smith, M.K. (2009). *Re-articulating culture in the context of urban regeneration: a*

- thirdspace approach*. PhD thesis, University of Greenwich.
- Soja, E. (1996). *Thirdspace: Journeys to Los Angeles and Other Real-and-Imagined Places*, Cambridge: Blackwell.
- Stevenson, D. (2003). *Cities and urban cultures*, Translated by Rajab Panahi and Ahmad Pour ahmad, Iran's Center of Study and Research on Urbanism and Architecture (Text in Persian).
- Stierstorfer, K. (2003). *Beyond Postmodernism: Reassessments in Literature, Theory, and Culture*, Walter de Gruyter GmbH & Co, Germany
- Zukin, S. (2010). *Naked city: the death and life of authentic urban places*, Oxford University Press.





Women and the Third space: Rereading the Public Realm Concept in Central District of the City of Tehran (Enghelab street)

Parvin Partovi

Associate Professor, Faculty of architecture and urban planning and design, Art University, Tehran

Maryam Farash Khiabani*

Ph.D. Student, Faculty of architecture and urban planning and design, Art University, Tehran

Abstract

Public realm, one of the concepts propounded by Jürgen Habermas and Hannah Arendt can be regarded as decentralized and anonymous communication networks of common interests which combine various disciplines of communication. This sphere and its function in various fields, despite the different interpretations offered by scholars, is one of the concerns of contemporary thinkers. On the other hand, more recent concept of third space have been mentioned by contemporary thinkers such as Edward Soja and Homi Bhabha. By utilizing this subject, this research attempts to answer this question “By using the concept of the third space, how can the public realm be revived for women as the target group in the study?” Spaces such as cafes, as observed in this study, have been able to attract more women as the main audience; therefore, the reason behind this and the function of these spaces are the focus of this research. The current study has been carried out by the ‘Qualitative research’ approach along with interpretive paradigm. The ethnographic method was employed for the application of the results of the literature review and observations in the central district of Tehran (Enghelab Street) with respect to women as the target group.

Keywords

Public realm, Third space, Heterotopia, Ethnography

* Corresponding author: maryam.khiabany@gmail.com
Submit Date: 2017-9-19 Accept Date: 2018-7-17
DOI: 10.22051/jwsps.2019.17306.1569