

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۰/۰۴/۰۱

تاریخ پذیرش نهایی: ۱۳۹۰/۰۸/۰۷

مجید منصور رضایی^۱، آتوسا مدیری^۲، مجتبی رفیعیان^۳

روشنی برای تحلیل خصیصه‌های باهمستانی در نظام محلات شهری نمونه موردی: محله نازی آباد تهران^۴

چکیده

«باهمستان» در محلات شهری عاملی مهم در ایجاد حس اعتماد، منزلت، تعلق و مشارکت ساکنان به شمار می‌رود که امروزه در حوزه ادبیات شهرشناسی به آن توجهی ویژه می‌گردد. این مفهوم و خصیصه‌های آن تاکنون به‌روشنی در حوزه ادبیات شهرشناسی کشور مورد بررسی قرار نگرفته است. تحلیل و بررسی مفهوم مورد نظر به‌واسطه موضوعیت، نیاز به روش‌شناسی به‌خصوصی دارد. هدف این نوشتار، گذر از تعاریف کلی مفهوم باهمستان و درک خصیصه‌های اصلی و ارائه روشی ساختارمند جهت تحلیل آن در نظام محلات شهری است. جهت این امر، محله نازی‌آباد تهران مورد مطالعه قرار گرفت. مبانی نظری نوشتار برگرفته از نظریات شولتز، رلف و کراس شکل یافت و برای پژوهش، بهره‌گیری از دو رویکرد اول شخص و اگزستانسیال برگرفته از روش پدیدارشناسی انتخاب گردید. ارزیابی نتایج، حکایت از مکان بودن، مولد معنا بودن، وجود ارزش و سرمایه‌های اجتماعی متنوع در میان خرده‌فرهنگ‌های سنی و جنسی مختلف و برانگیختن حس تعلق به مکان و اجتماع ساکنان نسبت به محله نازی‌آباد دارد. در مجموع محله نازی‌آباد را می‌توان یک باهمستان معرفی نمود که تمامی خصیصه‌های باهمستان با اعتبار بالایی در آن صدق می‌کنند. تحلیل خصیصه‌های باهمستان مبتنی بر روش پیشنهادی در سایر محلات شهری و بررسی تطبیقی آن‌ها از آن روی حائز اهمیت است که می‌تواند برای مدیران و برنامه‌ریزان شهری سنج‌های در میزان دستیابی به محلاتی شهروندمدارتر باشد.

کلیدواژه‌ها: محله، باهمستان، پدیدارشناسی.

^۱ کارشناس ارشد طراحی و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده هنر و معماری دانشگاه آزاد اسلامی تهران مرکز، استان تهران، شهر تهران

Email: mmr_udp@yahoo.com

^۲ استادیار دانشکده هنر و معماری دانشگاه آزاد اسلامی تهران مرکز، استان تهران، شهر تهران

Email: a_modiri@iauctb.ac.ir

^۳ دانشیار دانشکده معماری و شهرسازی دانشگاه تربیت مدرس تهران، استان تهران، شهر تهران (نویسنده مسئول)

Email: rafiei_m@modares.ac.ir

^۴ این مقاله برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد مجید منصور رضایی با موضوع «بررسی اثرات کارکردی فضاهای عمومی در ارتقا هویت باهمستانی»، با راهنمایی دکتر مجتبی رفیعیان و مشاوره دکتر آتوسا مدیری در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز است.

مقدمه

شهر به عنوان تجلی‌گاه تمدن بشری، سکونتگاهی است که انسان آن را برای کسب عناصری بهتر و شایسته‌تر برای مقام خود برگزید. شهری که قرار بود برای او چیزهای بهتری را به ارمغان آورد، امروزه در مواردی زمینه‌های رنجش او را فراهم ساخته است. در این میان، محلات شهری به عنوان یکی از عناصر اصلی شکل دهنده شهرها از این امر مستثنی نیستند.

نگاه به محله در این نوشتار بر پایه‌ها و تعاریف فرهنگی استوار است که آن را مکانی «مولد معنا» می‌داند. مبتنی بر این نگاه، محلات در عمده شهرهای کشور به محدوده‌های خوابگاهی تنزل یافته‌اند که از کارکردهای اجتماعی و فرهنگی به عنوان کارکردهای مولد معنا محروم هستند. از اثرات سوء شکل‌گیری و بسط چنین محلاتی باید به عدم شکل‌گیری و تقویت «باهمستان‌ها» و بالطبع کاهش نظارت‌های عمومی، سیستم‌های حمایتی، مشارکت و در مجموع بی‌توجهی شهروندان به محله خود اشاره داشت.

این در حالی است که در چرخش از پارادیم سنتی به پارادیم نو در مدیریت و برنامه‌ریزی شهری در سطح جهانی، تشویق نگرش‌های مشارکتی و توانمندسازی «باهمستان‌ها» مورد تأکید است. با این حال «باهمستان» در ادبیات تخصصی حوزه شهرسازی کشورمان واژه‌ای است نوپا که مفهوم آن با تشبث و پراکندگی همراه بوده و در خصوص چگونگی بررسی آن در سکونتگاه‌های انسانی تاکنون بحث تخصصی صورت نگرفته است. از این رو هدف اصلی این نوشتار، روشن‌گری در خصوص مفهوم باهمستان و تلاش جهت دستیابی به روشی نظام‌مند جهت ارزیابی باهمستان‌ها در محلات شهری است.

جهت این امر، نوشتار حاضر در ۵ بخش اصلی بسط یافته است. بخش اول به بیان مفهوم مشترکی از «محله» و «باهمستان» اختصاص دارد و شاخص‌های باهمستان در آن مورد بررسی قرار خواهند گرفت. در بخش دوم نوشتار، روش‌شناسی پژوهش، روش و حجم نمونه‌گیری و چگونگی تأمین روایی و پایایی پژوهش ارائه می‌گردد. بخش سوم نوشتار به مبانی نظری پژوهش که مطالعات به پشتیبانی آن قوام می‌یابد و ارتباط این مبانی با شاخص‌های پژوهش می‌پردازد. بخش چهارم پژوهش به معرفی عرصه پژوهش و بخش پنجم، یافته‌های تحقیق حاصل از دو گام اول شخص و اگزستانسیال را ارائه می‌نماید. در پایان، نتیجه‌گیری‌ای از پژوهش به عنوان ماحصل تحقیق بیان می‌گردد.

مفاهیم

الف) مفهوم محله

مفهوم محله با معانی، کارکردها و ارزش‌هایی همراه است که می‌توان آن‌ها را در ابعاد و سطوح مختلف مورد بررسی قرار داد. هانری لوفور محله را یک شکل سازمانی فضا و زمانی شهر دانسته و اذعان می‌دارد که محله به وسیله نیروهای اجتماعی سازمان می‌یابد (ربانی، ۱۳۸۱). از این رو محله را می‌توان محدوده‌هایی کوچک و به عنوان جزیی از سازمان فضایی شهرها به شمار آورد که قابلیت شناسایی شدن از نظر اجتماعی - فرهنگی را دارا بوده و مولد معنا است (Mansoor, Rezaee & Esmaily, 2010).

بعد اجتماعی محلات، خصوصیات ساکنان آن، جنبه‌های نمادین و فرهنگی، فعالیت‌ها و تجربه‌های مشترک و روابط اجتماعی بین آنان را شامل می‌شود که در محدوده و مکان مشخص

محله از آن تحت عنوان «باهمستان» یاد می‌گردد.

ب) باهمستان^۱

به طور واضح، باهمستان عبارتی بی‌ثبات و گریزان است که از یک تعریف مشخص سرپاز می‌زند و مردم به آن توصیفات مختلفی را ضمیمه می‌کنند. این عبارت گاه در معانی چون زیر آمده است (Robertson et al., 2008):

- یک نوع ویژه از روابط بین اشخاص؛
 - یک نوع ویژه از نهادهای اجتماعی؛
 - یک اسم عمومی در برگیرنده همه نوع گروه‌ها و دسته‌های جمعی.
- در فرهنگ لغت آکسفورد ۲۰۰۹ در ذیل واژه "Community" آمده است: «گروهی از مردم که در یک مکان، ناحیه و محدوده با یکدیگر زندگی کرده و در مواردی چون مذهب، نژاد، حرفه و ... با هم اشتراکاتی را دارا هستند.»

باهمستان‌ها «مجموعه‌های مرکب از تکتک اعضاء و بخش‌هایی هستند که ضمن دارا بودن خصلت‌های متمایز، دارای روابط متقابل با یکدیگر بوده، می‌توانند به وسیله ویژگی‌های افراد ساکن در یک محل، مرزهای جغرافیایی، ارزش‌ها و منافع تعریف گردند (www.wyongsc.nsw.gov.au). جان لنگ^۲ باهمستان را برای اشاره به شبکه‌ای از روابط شخصی و گروهی به‌کار برده است (برکپور، ۱۳۷۸). بارتون^۳ مفهوم باهمستان را برای شبکه‌ای از اجتماع‌های مردمی با هویت، علایق و نظریه‌های مشترک در سطح محلی به‌کار می‌برد که امکان شناخت فرصت و حمایت‌های دوسویه‌ای را برای دوستی و همکاری‌ها فراهم می‌آورد (صادقی، ۱۳۸۸). با نگاهی به تعاریف مختلف ارائه شده فوق، خصایل اصلی باهمستان را می‌توان چنین بیان نمود:

- مکان محور بودن باهمستان
- احساس تعلق به مکان و اجتماع باهمستان
- تعاملات اجتماعی و ارزش‌های مشترک باهمستان.

روش‌شناسی

با توجه به ماهیت موضوع قابل بررسی که معنای خود را و مدار مجموعه‌ای از روابط و نسبت‌ها است، به گونه‌ای که روشنگری در خصوص این روابط و نسبت‌ها در غیاب پاره‌ای دیگر می‌تواند گاه ناتمام باقی مانده و چه بسا تصویر دگرگونه‌ای از واقعیت را عرضه نماید، روش کیفی جهت پژوهش انتخاب می‌گردد. از میان روش‌های کیفی نیز «پدیدارشناسی»^۴ به واسطه توجه به ارتباط «انسان» با «مکان» و پرداختن به مکان‌های واجد معنا مورد انتخاب قرار می‌گیرد.

«پدیدارشناسی» در حقیقت تعبیری است فلسفی که کسانی چون لایبنت، کانت، هگل آن را مطرح کردند (شیرازی، ۱۳۸۹)؛ و ادموند هوسرل آن را در حوزه‌ای عام شناساند و دیگرانی چون هایدگر آن را بسط دادند. این نگرش توسط کسانی چون نوربرگ شولتس، رلف، پالاسما در حوزه ادبیات معماری و شهرسازی به‌کار گرفته شده است. هدف غایی پدیدارشناسی را می‌توان «بازگشت به ماهیت اشیاء» دانست که به معنی شناختی به‌دور از مفاهیم تجربیدی و انتزاعی و روبه‌رو شدن با واقعیت پدیده‌ها با صادقانه‌ترین و خالصانه‌ترین صورت ممکن است. هایدگر پدیدارشناسی را فرآیندی می‌داند که به موجب آن امکان ظهور و آشکار شدن اشیاء فراهم می‌آید (پرتوی، ۱۳۸۷). در روند پژوهش پدیدارشناسی، دستورالعمل از پیش تجویز شده‌ای وجود ندارد، با این حال

وسیله اصلی در این نوع پژوهش را می‌باید «بصیرت شهودی»^۵ معرفی نمود که نیل به آن مستلزم اخلاص، حفاظت، مراقبت و توجه است.

در تحقیق پدیدارشناسانه به نقل از سیمون (۲۰۰۰) سه رویکرد متمایز قابل تشخیص است (پرتوی، ۱۳۸۷):

- پژوهش پدیدارشناسانه اول شخص^۶؛ مبتنی بر مشاهدات و تجربه مستقیم محقق.
 - پژوهش پدیدارشناسانه اگزیستانسیال^۷؛ مبتنی بر تجربه ویژه افراد و گروه‌های درگیر با موقعیت واقعی.
 - پژوهش پدیدارشناسانه هرمنوتیک^۸؛ مبتنی بر تفسیر و تأویل.
- در پژوهش حاضر به واسطه اهداف ترسیم شده، از دو رویکرد پدیدارشناسانه اول شخص و اگزیستانسیال استفاده می‌گردد.

روش و حجم نمونه‌گیری

نگاه به روش و حجم نمونه‌گیری در رویکرد کیفی با روش‌های نمونه‌گیری در علوم و رویکردهای کمی و اثباتی که نمونه‌های تصادفی را از میان افراد مورد مطالعه با حجمی بالا انتخاب می‌نمایند تا سطح اطمینان قابل قبولی را جهت تعمیم به جامعه دارا باشد، متفاوت است. در رویکرد کیفی، نمونه‌های مورد بررسی با توجه به دارا بودن شرایط مناسب‌تر یا موقعیت خاص‌تر در رابطه با پدیده مورد نظر انتخاب می‌گردند (مردیها، ۱۳۸۷).

در پژوهش حاضر، جهت بهره‌گیری از نظرات تمامی گروه‌های ساکن در محله، مصاحبه با ۸ گروه از ساکنان به نسبت خرده‌فرهنگ سنی (نوجوانان، جوانان، میانسالان و سالمندان)^۹ در دو گروه جنسی مردان و زنان و به تعداد ۲۲ مصاحبه عمیق^{۱۰} صورت پذیرفت. مصاحبه‌ها دارای سؤالات باز و از پیش‌اندیشیده‌ای در خصوص سنجش شاخص‌های هویت باهمستانی در سه حوزه مکان، تعاملات اجتماعی و ارزش‌های مشترک و تعلق به مکان و اجتماع بودند. در اولین مرحله از مصاحبه، سؤالات با ۳ نفر از مصاحبه‌شوندگان مورد بررسی قرار گرفت و اصلاحاتی در مورد آن‌ها اعمال گردید. در طول مصاحبه به مصاحبه‌شوندگان اجازه داده شد تا داستان خود را نقل نموده و به تجارب فردی خود نزدیک بمانند.

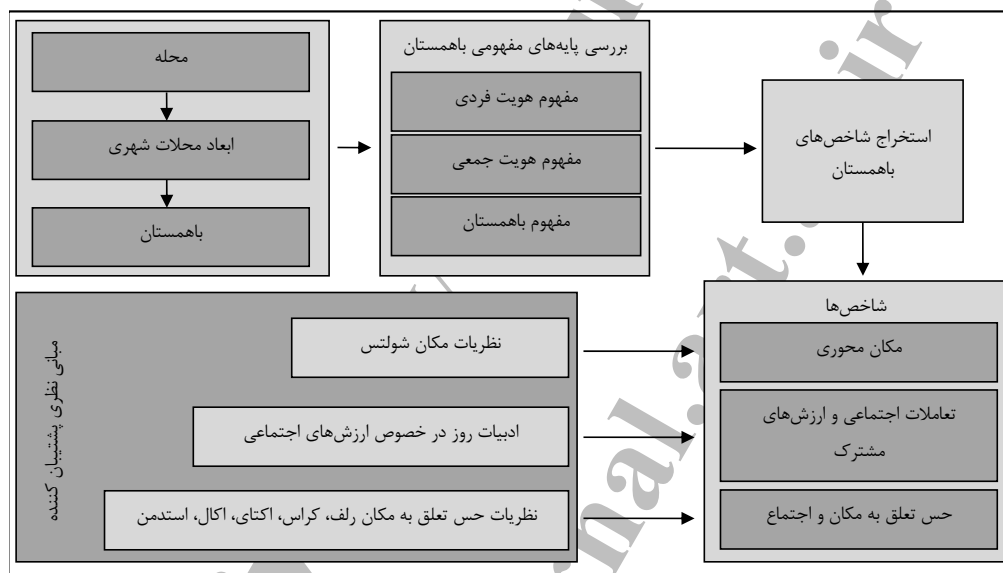
اعتماد و اعتبار تحقیق

از دیدگاه پدیدارشناسی، قابلیت اعتماد پژوهش بیش از هر چیز به معنای مناسب بودن تفسیر و تأویل‌های انجام شده است (صمیمی، ۱۳۸۹). به‌رغم نسبییت قابلیت اعتماد روش‌های کیفی، در پژوهش حاضر تلاش گردید تا به اصول اساسی روش‌شناسی کیفی چون تأکید بر مکان طبیعی، تأکید بر تفسیر و معنا، توجه به فهم پاسخگویان از شرایط و استفاده از تدابیر چندگانه توجه ویژه گردد (پرتوی، ۱۳۸۷).

در پایان، جهت تصدیق یافته‌های پژوهش، نتایج حاصله در اختیار درصدی از مصاحبه‌شوندگان و بخشی از اعضای عضو در سایت بچه‌های نازی‌آباد به آدرس www.cloob.com قرار داده شد تا از نظرات ایشان در تدقیق یافته‌ها بهره برد و به اعتبار پژوهش افزود.

مبانی نظری پژوهش

هدف پژوهش حاضر، شناخت شاخص‌های باهمستان و سنجش آن‌ها در محلات شهری است. از این رو مطالعات کتابخانه‌ای و اسنادی وسیعی در حوزه مفهوم باهمستان صورت پذیرفت که به دستیابی به شاخص‌های باهمستان منتج گردید. پس از مشخص گشتن شاخص‌ها آنچه که اهمیت می‌یابد، دستیابی به مبانی نظری جهت پشتیبانی از شاخص‌ها است. از این رو مطالعات کتابخانه‌ای جداگانه‌ای صورت پذیرفت تا از شاخص‌های پژوهش پشتیبانی نماید. شکل ۱ الگوواره ادبیات پشتیبانی کننده هر یک از شاخص‌های باهمستان را نشان می‌دهد که ماحصل روند مطالعات کتابخانه‌ای و اسنادی پشتیبان کننده شاخص‌ها است.

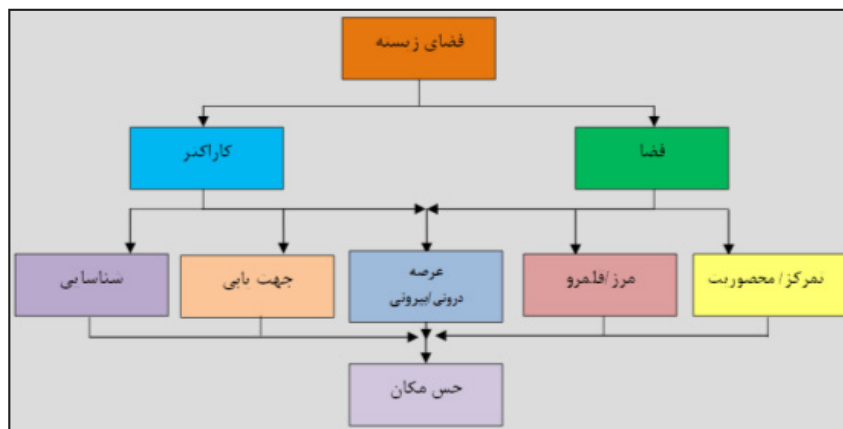


شکل ۱. الگوواره فرآیند دستیابی به شاخص‌های باهمستان و مبانی نظری پشتیبان کننده هر یک از شاخص‌ها
منبع: نگارندگان

در ادامه مبانی نظری پشتیبان کننده هر یک از شاخص‌های باهمستان به اختصار تشریح می‌گردد.

الف) مکان

هدف از شناسایی این شاخص در بررسی باهمستان آن بود که دریابیم آیا ساکنان یک محدوده (محله)، آن را به عنوان یک مکان شناخته و درک می‌کنند؟ اصطلاح مکان در مقابل فضا مطرح می‌شود و مستلزم رابطه عاطفی قوی و موقتی یا طولانی بین یک شخص و یک مکان فیزیکی خاص است. دهه ۱۹۷۰ را باید دوره‌ای معرفی نمود که «مفهوم مکان» مورد توجه قرار گرفت. اغلب مطالعات در این دوره از پدیدارشناسی نشأت می‌گرفت که بر پایه مفهوم «قصدمندی»^{۱۱} مطرح شده توسط هوسرل و هایدگر بودند (Carmona, 2003).



شکل ۲. الگوواره ساختار مکان

منبع: پرتوی، ۱۳۸۷

در دیدگاه پدیدارشناسی مکان به عنوان «فضای زیسته» مطرح می‌گردد، یعنی جایی که تهی نیست و آغشته به هویت است (Ralph, 1976). شولتز معمار نروژی، «مکان» را فضایی تلقی می‌کند که انسان به حضور خود در آن ادراک و شناخت پیدا می‌کند. او به عنوان یکی از پژوهشگران پدیدارشناس در توصیف «فضای زیسته» آن را دارای ساختاری شامل «سازمان فضایی» و «کاراکتر» معرفی می‌نماید. در پژوهش حاضر بنابر مبانی نظری منتخب در شناسایی مکان، از الگوواره شولتز در شناسایی مکان استفاده می‌گردد.

ادوارد رلف^{۱۲} جغرافیدان کانادایی، مبتنی بر نظریات پدیدارشناسی بر روی مطالب روان‌شناختی مکان تمرکز نموده است. رلف اذعان می‌دارد که هرچند بی‌شکل و نامحسوس، هر زمان که فضا را درک نماییم، مفهوم مکان نیز شکل می‌یابد (Carmona, 2003). او «درون بودن» را کیفیتی بسیار مهم می‌داند که از طریق آن فضا به مکان ارتقاء می‌یابد (Ralph, 1976). در این راستا رلف دیالکتیک درون و بیرون را به عنوان هسته اصلی تجربه مکان ارائه می‌دهد (Ralph, 1976).

جدول ۱. سلسله مراتب دیالکتیک درون - بیرون، رلف

عرصه درونی وجودی	عرصه بیرونی وجودی	عرصه بیرونی هدفمندانه	عرصه بیرونی ضمنی	عرصه درونی رفتاری	عرصه درونی توأم با همدردی و همدلی	عرصه درونی غیر مستقیم
------------------	-------------------	-----------------------	------------------	-------------------	-----------------------------------	-----------------------

منبع: Ralph, 1976

ب) تعاملات اجتماعی و ارزش‌های مشترک

هدف از مطالعه شاخص مدنظر آن است تا روشن شود که ساکنان محله مورد مطالعه تا چه میزان دارای زندگی عمومی و تعاملات اجتماعی در سطح محله بوده و این روابط عموماً در چه مکان‌هایی شکل می‌یابند. در این میان فضاهای عمومی به عنوان بستر کالبدی تعاملات اجتماعی نقش ویژه‌ای خواهند یافت (Tibbalds, 1992)؛ چراکه این جمله مکرراً تصدیق گشته که ویژگی‌های کالبدی - فضایی متنوع ویژگی‌های اجتماعی متنوعی را سامان می‌بخشند (Carmona, 2003). این

ویژگی‌های اجتماعی که تحت عنوان سرمایه‌های اجتماعی می‌توان به آن‌ها پرداخت، خود شامل خرده شاخص‌هایی چون میزان تعاملات اجتماعی، میزان شبکه‌های اجتماعی، میزان خاطرات جمعی و ویژگی‌های منحصر به فرد اجتماعی جامعه مورد مطالعه است (Holland & et al., 2007).

پ) حس تعلق به مکان و اجتماع

باهمستان محصول تعاملات اجتماعی و شکل‌گیری نظام ارزشی در قلمرو و مکانی مشخص است که برای اعضای خود با احساس تعلق به آن مکان و اجتماع همراه است. این بخش از پژوهش مبتنی بر ادبیات هویت مکان و هویت مکانی پشتیبانی می‌گردد. اکتای^{۱۳} در سال ۲۰۰۲ «هویت مکان» را چنین مطرح می‌کند: «حوزه‌ای که شخص می‌تواند آن را به واسطه وجود یک شخصیت قابل تشخیص (متمایز) نسبت به سایر مکان‌ها تشخیص داده و به یاد آورد» (Oktay, 2002). اریکسون^{۱۴} و رابرتز^{۱۵} در خصوص رابطه بین مکان و هویت بیان می‌دارند: «مکان و هویت ملزم به تجارب و احساسات شخصی به واسطه تداعی معانی، شباهت و تفاوت بین خودمان، مردمان دیگر و دیگر مکان‌ها است» (Erikson & Roberts, 1997). والمسلی^{۱۶} اذعان می‌دارد: «هویت مکان در اثر تجربه مستقیم محیط فیزیکی رشد می‌یابد. بنابراین بازتابی است از وجوه اجتماعی و فرهنگی مکان». هویت مکان را به واسطه اشاره به ویژگی‌های قابل تشخیص و شناخت مکان بیرونی، می‌توان معادل «حس مکان»^{۱۷} دانست (رضازاده، ۱۳۸۰). جنیفر کراس حس مکان را در سطح ۷ گانه‌ای به تبعیت از هیومن چنین مطرح می‌نماید.

جدول ۲. سطوح مختلف هویت مکان / حس مکان از دیدگاه جنیفر کراس

بی تفاوتی نسبت به مکان	آگاهی از قرار گیری در یک مکان	تعلق به مکان	دلبستگی به مکان	یکی شدن با اهداف مکان	حضور در مکان	فداکاری برای مکان
------------------------	-------------------------------	--------------	-----------------	-----------------------	--------------	-------------------

منبع: ضرابیان، ۱۳۸۷

«هویت مکانی» نیز محصول تداوم و تبدیل هویت مکان از امری بیرونی به مسئله‌ای درونی است. به طوری که پروشانسکی آن را زیرساختی از هویت فردی دانسته که می‌تواند توصیفی از میزان اجتماعی شدن^{۱۸} افراد به وسیله محیط کالبدی باشد (Proshanesky, 1983). اکال^{۱۹} پیشنهاد می‌کند که معنای هویت مکانی باید در دو سطح فردی و اجتماعی بررسی گردد و اذعان می‌دارد که هویت مکانی نه تنها در ارتباط و وابسته به فرآیندهای ادراکی چون خاطرات، احساسات و تفسیرات شخصی بوده بلکه با مفاهیم اجتماعی چون ساختار اجتماعی، فرهنگ مردم و ارزش‌ها نیز به شدت ممزوج است (Akcal, 2004). استدمن^{۲۰} و جورگینسن^{۲۱} مکان‌های اشاره شده را که افراد و گروه‌ها به آن‌ها وابستگی داشته و تعلق دارند، مکان‌هایی معرفی می‌کنند که تجارب مختلفی را در خود سامان می‌دهند. همچنین اظهار می‌دارند که حس تعلق و وابستگی به یک مکان و اجتماع قویاً مبتنی بر روابط بین مردم در آن مکان‌ها است و این مکان‌ها هستند که این امر را تسهیل می‌بخشند (lalli, 1988).

شناخت عرصه پژوهش، محله نازی‌آباد

محله نازی‌آباد به عنوان یکی از محلات جنوبی شهر تهران با مساحتی در حدود ۲۴۰ هکتار در

شمال غربی منطقه ۱۶ شهرداری تهران واقع بوده و جمعیتی در حدود ۴۲۸۷۴ نفر را در خود جای می‌دهد (مشاور نقش محیط، ۱۳۸۶). شروع سکونت در اراضی این محدوده به دوره قاجار و توسعه باغات نازخاتون از همسران ناصرالدین شاه باز می‌گردد. اما بنیان و شالوده طرح‌ریزی نظام‌مند محله را می‌باید در راستای مدرنیزاسیون پهلوی اول معرفی نمود که طرحی توسط مشاوران آلمانی تهیه و در دوران پهلوی دوم به اجرا درآمد. ایده طراحی محله، به‌عنوان محله‌ای کارگری در جنوب شهر تهران، بر اساس طرحی از پیش اندیشیده شده شکل یافته است. اراضی بخش شمالی محله به واسطه مجاورت با خطوط ریلی راه‌آهن، برای احداث کارخانه‌ها، بخش مرکزی و جنوبی محله نیز جهت تأمین سکونت و سایر نیازهای کارکنان کارخانجات مبتنی بر نظام شطرنجی شامل هفتاد و دو میدان کوچک و بزرگ طراحی شده که طیفی از فضاهای عمومی - از مشترک میان چند خانوار تا مشترک مابین تمامی ساکنان محله - را در خود جای می‌دهد (Mansoor Rezaee & Esmaily, 2010).

یافته‌های پژوهش

الف) رویکرد اول شخص

در این گام از پژوهش که دوره‌ای ۱۶ ماهه را به خود اختصاص داد، نگارندگان با حضور در محله نازی‌آباد در دوره‌های زمانی مختلف در پی مشاهده و کشف زندگی واقعی در حیطه عرصه عمومی محله بوده‌اند که خود چهار طیف مشاهده را شامل گردید:

- نگرستن نگارندگان از بیرون به موضوع، بدون آنکه دیده شوند؛
 - حضور نگارندگان در محل به‌صورت غیرفعال، بدون جلب توجه و تعامل با ساکنان و استفاده‌کنندگان از فضا؛
 - تعامل محدود و مداخله نگارندگان صرفاً در مواردی که وضوح‌بخشی به اقدامات مورد نظر نیاز گردید؛
 - مشاهده توأم با مشارکت به معنی حضور فعال محقق در فضای مورد بررسی؛
- همانگونه که در تعاریف باهمستان مطرح گردید، باهمستان یک پدیده عینی نیست که سریعاً قابل درک باشد، در واقع امر مفهومی پیچیده و منتج از یک سری روابط، ارزش‌ها و احساسات انسانی است. درک این گونه مفاهیم در سطح مشاهده‌گری، نیازمند مشاهده دقیق، طولانی‌مدت و عمیق است که آن را باید از لابه‌لای روابط و تعاملات اجتماعی موجود در سطح محله استنتاج نمود.
- حضور و مشاهده نگارندگان در طول دوره مطالعه در سطح محله، نشان از پویایی فعالیت‌های اجتماعی در سطح محله دارد. وجود فضاهای سبز طراحی شده، پیاده‌روهای عریض، فرهنگسراها و پارک‌های مختلف در گوشه و کنار محله به همراه نورپردازی و مبلمان شهری در سطح محله در کنار سرزندگی و پویایی حیات تجاری و خدماتی محله، موجبات حضور خرده فرهنگ‌های سنی و جنسی مختلف در سطح محله را مهیا و تسهیل نموده است. در این میان خرده فرهنگ‌های سنی و جنسی مختلف، مکان‌ها و زمان‌های مختلفی را در سطح محله برای گردهمایی‌های خود دارند که بین این زمان‌ها و مکان‌ها مرزهای نامحسوسی وجود دارد.

- *پیرمردان نازی‌آباد*، اغلب صبح‌ها و عصرها در پارک‌های موجود در داخل محله و یا در فضای سبز میدان بازار دوم و راسته مدائن جمع شده و ضمن صحبت و گپ‌وگفت به بازی‌هایی چون شطرنج می‌پردازند. نوع چیدمان صندلی‌ها در بسیاری از پارک‌های نازی‌آباد به گونه‌ای است که امکان دور هم نشستن را برای این افراد فراهم می‌نماید. در این میان زنان سالمند از

حضور و جابجایی کمتری در سطح محله برخوردارند و آن‌ها را عموماً در میداين محلی و در عصرگاه در ضلع جنوبی «میدان بازار دوم» با هم سن و سالان خود می‌توان مشاهده نمود.



شکل ۳. دورهم‌نشینی و بازی سالمندان در عصرگاه، پارک ۱۷ شهریور
منبع: نگارندگان

- نوجوانان نازی‌آباد، اغلب بعد از ظهر و عصرها در پارک‌های کوچک محلی، فرهنگسراها، فضاهای ورزشی و گیم‌نت‌ها موجود در سطح محله دیده می‌شوند. دختران نوجوان در عصرها به همراه خانواده‌های خود نیز در مرکز محله (خیابان مدائن) حاضر می‌شوند.



شکل ۴. بازی نوجوانان در میدان محلی قشقایی
منبع: نگارندگان

- پسران جوان نازی‌آباد، اغلب در تمامی ساعات در همه‌جا حضور دارند و بیشترین میزان جابجایی در سطح محله متعلق به ایشان است. عموماً عصرها در پارک‌های محله یا باشگاه‌های بدن‌سازی و فضاهای ورزشی دور هم جمع می‌شوند و در مسیر عزیمت به خانه در گروه‌های چندتایی و یا تک نفره برای دیدن سایر دوستان، خود را به میدان بازار دوم و مسیر پیاده آن می‌رسانند.



شکل ۵. حضور پسران جوان در راسته مدائن
منبع: نگارندگان

- دختران جوان نازی‌آباد، نیز چون اغلب سایر خرده فرهنگ‌های سنی و جنسی، در طول روز (به‌خصوص عصر) خود را به خیابان مدائن و خصوصاً اطراف بازار دوم در گروه‌های دو یا سه نفره می‌رسانند و مشغول قدم زدن، بازدید از اجناس مغازه‌ها می‌شوند. در مواردی نیز در

پاتوق‌هایی که به فروش ذرت، اسنک و غیره مشغول هستند در کنار سایر افراد اندکی به بهانه خرید مکث کرده، نشست و به تماشا می‌پردازند.



شکل ۶. حضور دختران جوان در سطح محله
منبع: نگارندگان

- زنان نازی‌آباد، و به‌خصوص زنان خانه‌دار را باید بعد از پسران جوان محله، بیشترین استفاده‌کنندگان از فضاهای عمومی محله معرفی نمود. نحوه استفاده ایشان در ساعات مختلف از فضاهای محله متفاوت است. در عموم اوقات صبح تا ظهر، زنان را می‌توان در اطراف پارک‌های کوچک محلی به همراه کودکان خود یا در حین برگشت از بازار روز یا سایر خرده‌فروشی‌های محله مشاهده نمود. خانم‌هایی که با چادرهای رنگی به مغازه‌ها آمده و در صف شیر با هم صحبت می‌کنند، زن‌هایی که نان تازه خریده و سر ظهر به سمت خانه‌شان می‌روند. همچنین گروه‌هایی از زنان در ساعات ۸-۱۰ صبح جهت ورزش به پارک‌های بزرگ محله مراجعه می‌کنند. در عصرها زنان در پارک‌های کوچک محلی نزدیک خانه‌شان در گروه‌های چندتایی با سایر همسایگان در حال گفت و شنود هستند و یا با فرزندان و سایر دوستان خود به فضاهایی چون پارک‌ها و یا خیابان مدائن رجوع می‌نمایند. گروه‌هایی از آنها نیز در قالب کلاس‌های کارهای خانگی، هنرهای دستی و غیره در خانه فرهنگ کوشا دور هم جمع می‌شوند.



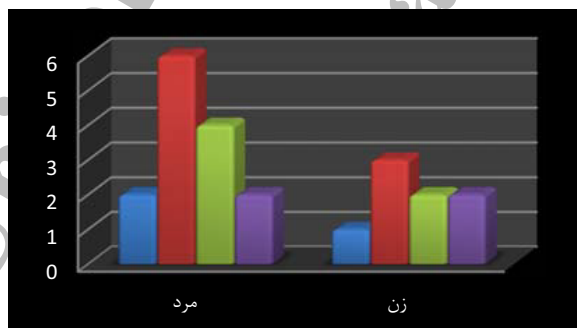
شکل ۷. حضور زنان در سطح محله
منبع: نگارندگان

همه این تصاویر، روی هم رفته واقعیت صحنه اجتماعی قابل مشاهده در سطح فضاهای عمومی محله را در ایام عادی شکل می‌دهند. جدا از این، در ایام خاصی چون محرم، نیمه شعبان، رمضان و یا شب‌های چهارشنبه سوری، زندگی در محله از حال و هوایی متفاوت برخوردار شده و اتفاقات بی‌شماری روی می‌دهد که گروه‌های مختلف در آن شرکت می‌نمایند. این ایام از نظر ساکنان محله، ایامی است که هویت مردم نازی‌آباد به‌عنوان کلیتی از هویت باهمستانی نازی‌آبادی‌ها در عرصه‌های عمومی به نمایش گذاشته می‌شود. هویت باهمستانی که هر روزه در تعاملات اجتماعی در بستر فضاهای عمومی محله شکل یافته و تقویت می‌گردد.

تکرار و تداوم تعاملات اجتماعی در سطح محله در کنار سابقه سکونت بالای اهالی، شکل‌گیری و تقویت ارزش‌ها و منافع مشترکی را برای نازی‌آبادی‌ها به ارمغان داشته است، به طوری‌که در نشست‌های یک ساعته در یکی از میدانی کوچک محلی، هر ناظری به این نتیجه خواهد رسید که گویی بیشتر همسایگان یکدیگر را می‌شناسند. چرا که عموم آن‌ها با یکدیگر سلام و احوالپرسی دارند. این مورد شناس بودن همسایگان و دارا بودن حتی حداقل تعاملات اجتماعی، نشان از وجود شبکه‌های اجتماعی در سطح محله دارد. شبکه‌های اجتماعی اشاره شده در سطح محله که برای ساکنان ارزش‌های متنوعی چون همیاری، پشتیبانی، امنیت، اعتماد و مشارکت را بر دارد و می‌توان آن‌ها را در مواردی چون وجود حساب‌های دفتری فروشگاه‌ها، اطلاع‌رسانی فوت یکی از اعضای محله توسط پلاکاردهایی مشخص جهت اطلاع‌رسانی، کمک مغازه‌دارها به مستمندان محله، شکل‌گیری گروه‌های مردمی جهت جمع‌آوری کمک‌های نقدی و غیرنقدی، نظارت عمومی ساکنان در ایجاد حفظ و آرامش در محله، شکل‌گیری هیئت‌های مذهبی قابل توجه متشکل از زنان و مردان محله و مشارکت ایشان در اعیاد و جشن‌های مذهبی و آیینی در سطح محله مورد اشاره قرار داد و ردیابی نمود. از برهم‌نهی اتفاقات و تعاملات اشاره شده در کنار دیگر ارزش‌های محله چون چهره‌های شاخص سیاسی، ورزشی، هنری، اجتماعی؛ هویتی جمعی در قالب «ما نازی‌آبادی‌ها» در ذهن ساکنان شکل می‌گیرد که مکان و قلمرو مشخصی دارد.

ب) رویکرد اگزستانسیالی

این گام از پژوهش، حاصل مصاحبه‌های عمیق در محدوده مطالعاتی نازی‌آباد با افرادی است که درگیر موقعیت‌های واقعی بوده‌اند. به واسطه روش تحقیق پژوهش، از مصاحبه‌های استاندارد شده با سؤالات باز^{۲۲} که برآمده از مبانی نظری پژوهش بود، بهره گرفته شد. مصاحبه‌شوندگان مطالعه را ۲۲ نفر از ساکنان محله شکل داد.



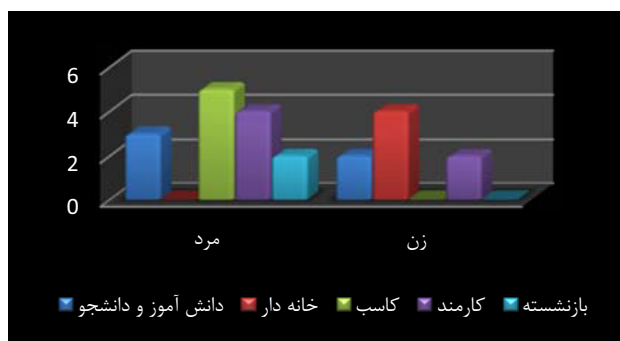
شکل ۸. تفکیک سنی و جنسی مصاحبه‌شوندگان

منبع: نگارندگان



شکل ۹. گروه‌های تحصیلی به تفکیک زنان و مردان

منبع: نگارندگان



شکل ۱۰. گروه‌های شغلی به تفکیک زنان و مردان

منبع: نگارندگان

یافته‌هایی که در این گام از پژوهش حاصل گردید، منتج از مصاحبه‌های عمیق به پشتیبانی از مبانی نظری پژوهش است. در بخش‌های پیشین این نتیجه حاصل گردید که باهمستان دارای شاخص‌هایی است که این شاخص‌ها در سه حوزه مکان، تعاملات اجتماعی و ارزش‌های مشترک، و حس تعلق به مکان و اجتماع قابل بررسی است. در ادامه به بررسی این شاخص‌ها در محله نازی‌آباد پرداخته می‌شود.

الف) مکان

در خصوص بررسی محله نازی‌آباد از حیث «مکان» از ساختار مکان شولتس کمک گرفته می‌گردد که دارای ساختاری است مبتنی بر تمرکز و محصوریت، مرز و قلمرو، عرصه درونی و بیرونی، جهت‌یابی و شناسایی.

- تمرکز و محصوریت

نوربرگ شولتس ویژگی اصلی مکان‌های مصنوع را تمرکز^{۳۳} می‌داند (پرتوی، ۱۳۸۷). مکان با داشتن این شاخص به درون تبدیل می‌شود و آنچه را که باید شناخته شود در خود جمع می‌آورد. ۱۰۰٪ مصاحبه‌شوندگان پژوهش به مرکز محور بودن محله نازی‌آباد اشاره داشته‌اند که این اشارات در مقام اول معطوف به میدان بازار دوم مدائن بوده است.

جدول ۳. مراکز شناسایی شده محله

مراکز اشاره شده	میدان مدائن	فرهنگسرای بهمن	پارک سردار جنگل	مساجد محله
مراجعات	تمامی ساکنان	جوان‌ترها و مادران و فرزندان	جوان‌ترها، مادران و فرزندان، سالمندان	جوانان، میانسالان و سالمندان با نگرش مذهبی
تعداد	۲۲	۹	۷	۶
درصد	۱۰۰	۴۰/۹	۳۱/۸	۲۷/۲

منبع: نگارندگان

- مرز و قلمرو

قلمرو در واقع ناحیه خاصی است که به‌طور فیزیکی یا از طریق برخی نمادها و مقررات، ناحیه متعلق به یک فرد یا گروه را معرفی می‌کند. کارمونا اذعان می‌دارد که مردم نیاز دارند تا خود را متعلق به یک قلمرو مشخص بدانند. آنچه که در بررسی این شاخص حائز اهمیت است، روشنگری در خصوص این موضوع است که از نظر ساکنان نازی‌آباد، فضای داخلی یا خارجی آن‌ها از کجا آغاز می‌شود. مصاحبه شوندگان در اشاره به مرزهای محله در بخش‌های مختلف آن به نقاط، خطوط و سطوحی اشاره داشتند.

اشاره ۶۸٪ مصاحبه شوندگان به مرز قطعی و روشن بخش شمالی محله، ۷۲/۷٪ مصاحبه شوندگان به مرز قطعی بخش شرقی محله و اشاره ۸۶/۳٪ به مرز غربی محله، حکایت از شفافیت مرز و قلمروی محله در این بخش‌ها از محله دارد. در بخش جنوبی محله تنها ۵۰٪ به مرز قطعی و صحیح اشاره داشته‌اند که ایشان نیز در اظهارات خود از اطمینان کافی برخوردار نبوده‌اند. در این میان سابقه سکونت و میزان درگیری با محیط را می‌باید از عواملی ذکر نمود که مصاحبه شوندگان با پاسخ‌های صحیح به نسبت دیگر مصاحبه شوندگان از میزان بیشتری از آن برخوردار بودند.

جدول ۳. مراکز شناسایی شده محله

بخش محله	عوامل و عناصر یاد شده	تعداد
شمال	بزرگراه بعثت	۱۵
	کارخانه چیت‌سازی	۷
	سازمان غله	۳
شرق	میدان بهمن	۵
	خیابان رجایی	۱۶
	پارک مدائن	۵
جنوب	خطوط راه آهن	۴
	خیابان مدائن	۶
	پارک ۱۷ شهریور	۱۱
	خیابان عراقی	۳
غرب	نامشخص	۶
	بزرگراه تندگویان	۱۹
	فرهنگسرای بهمن	۶

منبع: نگارندگان

- عرصه درونی و بیرونی

در درون بودن و آگاهی از این امر در واقع کیفیتی است که از طریق آن فضا به مکان ارتقاء می‌یابد. نحوه پرسشگری در خصوص شاخص مورد نظر، بهره‌گیری از دیالکتیک درون - بیرون ادوارد رلف است؛ به گونه‌ای که حالات و احساسات ۷ مرتبه‌ای دیالکتیک رلف با مصاحبه‌شوندگان به بحث و گفتگو گذاشته شد و با کمک و توضیحات نگارندگان، موردی که نزدیک‌ترین حالات و احساسات مصاحبه‌شونده را در بر می‌گرفت توسط نگارندگان انتخاب گردید.

اشاره ۶۳/۶٪ مصاحبه‌شوندگان به قرارگیری در سطح عرصه «درونی وجودی» دیالکتیک درون و بیرون رلف و حکایت از حس وابستگی و راحتی بیش از نیمی از مصاحبه‌شوندگان از حضور در محله نازی آباد اشاره دارد. بررسی سابقه سکونت، تعداد دوستان، میزان تعاملات اجتماعی نشان از برتری نسبی اشاره‌کنندگان به این سطح از دیالکتیک درون و بیرون در مقام مقایسه با سایر مصاحبه‌شوندگان دارد. همچنین خرده فرهنگ سنی جوانان را می‌باید نیمی از افرادی معرفی نمود که خارج از این سطح (درونی وجودی) دیالکتیک درون و بیرون جای دارند.

جدول ۵. بررسی دیالکتیک درون و بیرون رلف

دیالکتیک درون و بیرون	عرصه درونی وجودی	عرصه بیرونی وجودی	عرصه بیرونی هدفمندانه	عرصه بیرونی ضمنی	عرصه درونی رفتاری	عرصه درونی توأم با همدردی و همدلی	عرصه درونی غیر مستقیم
تعداد	۱۲	۰	۱	۴	۲	۰	۰

منبع: نگارندگان

- جهت‌یابی

رپاپورت بیان می‌دارد، جهت‌یابی در پی سه سؤال مطرح می‌گردد: شخص در کجا قرار دارد؟ چگونه به جایی که می‌خواهد می‌رسد؟ چگونه می‌فهمد که به کجا وارد شده است؟ (پرتوی، ۱۳۸۷) ۹۰/۹٪ مصاحبه‌شوندگان در بررسی‌های به عمل آمده در خصوص جهت‌یابی در سطح محله اذعان می‌داشتند که محله به راحتی برای آن‌ها قابل جهت‌یابی است. ایشان در دلایل جهت‌یابی آسان خود به وجود خیابان‌های اصلی در سطح محله، نمادها و نشانه‌های شاخص، لبه‌های قوی و مراکز محله اشاره داشتند.

خانم مهتاب، ۲۴ ساله، دانشجوی حقوق، سابقه سکونت ۲۴ ساله در خصوص جهت‌یابی در سطح محله بیان می‌دارند: «به واسطه پراکنش نمادها و نشانه‌های شاخص در سطح محله، علاوه بر اینکه خود در جهت‌یابی در سطح محله با هیچ اشکالی مواجه نیستم. حتی در آدرس‌دهی به دوستانم که وارد محله می‌شوند تا به منزل ما بیایند به واسطه وجود خیابان‌های شاخص در کنار میادین شاخص و سایر عناصر و نشانه‌ها، بسیار راحت هستم، آن‌ها نیز به راحتی بر طبق گفته‌های من قادرند جهت‌یابی را انجام دهند».

ب) تعاملات اجتماعی و ارزش‌های مشترک

برای پی بردن به میزان تعاملات اجتماعی پرسش‌شوندگان و وجوه ارزش‌های مشترک میان آنان از زیرشاخص‌هایی چون میزان شبکه‌های اجتماعی، میزان مراجعه به محله و کارکردهای ایشان در عرصه فضاهای عمومی محله، خاطرات جمعی و میزان مشارکت آنان، گفتگوهایی به عمل آمد که نتایج آن به شرح زیر می‌باشد.

- دوستان

در بررسی میزان دوستان، از مصاحبه‌شوندگان درخواست گردید تا بیان دارند که چه میزان از دوستان ایشان ساکن محله نازی‌آباد هستند. از این رو، در چهار سر تیترا: بیشتر دوستان، نصف دوستان، کمترین دوستان و هیچ‌یک از دوستان، از پرسش‌شوندگان توضیح خواسته شد. یافته‌های پژوهش در این بخش از آن حکایت دارد که بیشترین حجم مصاحبه‌شوندگان ۵۹٪ (۱۳ نفر) بالاترین میزان شبکه اجتماعی خود را در داخل محله دارا هستند. بررسی میزان سابقه سکونت این ۱۳ نفر در برابر ۶ نفری که ادعان نموده‌اند، کمترین میزان دوستان ایشان در محله ساکن هستند، حاکی از آن است که جزء در ۲ مورد مابقی ۶ نفر (معادل ۴ نفر) سابقه سکونت کمتری در مقام مقایسه با ۱۳ نفر (با میانگین ۴/۵ سال سکونت) مذکور دارند. در خصوص ۲ نفری که با سابقه سکونت بالای ۲۰ سال ادعان داشته‌اند کمترین میزان دوستان آن‌ها ساکن نازی‌آباد هستند باید به مواردی چون دانشجو بودن آن‌ها و ادعای ایشان در خصوص همسو نبودن دوستان داخل محله از نظر فکری با ایشان اشاره نمود.

نکته قابل توجه در این بخش آن است که هیچ‌یک از مصاحبه‌شوندگان (حتی با سابقه سکونت کمتر ۲ سال) به عدم داشتن دوستانی در سطح محله اشاره نداشته‌اند. به طوری که می‌توان چنین ادعان نمود که تمامی مصاحبه‌شوندگان از حداقل تعاملات اجتماعی در سطح محله برخوردارند.

جدول ۶. حجم دوستان ساکن در محله مصاحبه‌شوندگان

میزان دوستان	بیشتر دوستان	نصف دوستان	کمترین دوستان	هیچ‌یک
تعداد	۱۳	۳	۶	۰
درصد	۵۹	۱۳/۶	۲۷/۲	۰

منبع: نگارندگان

- همسایگان

نتایج بررسی میزان همسایگانی که مصاحبه‌شوندگان آن‌ها را می‌شناختند و یا با آن‌ها حداقل تعاملات اجتماعی (سلام و علیک) داشتند، نتایج قابل توجهی به دست داد. از میان ۲۲ مصاحبه‌شونده، ۱۶ نفر در پلاک‌های اطراف میادین محلی ساکنند. بررسی حجم همسایگان قابل شناس در بین این ۱۶ نفر در مقام مقایسه با مابقی مصاحبه‌شوندگان (۶ نفر) از آن حکایت دارد که ۶۸٪ (۱۱ نفر) مصاحبه‌شوندگان ساکن در میادین محلی، همسایگان خود را می‌شناختند به طوری که با ورود یک شخص غریبه به میدان می‌توانستند او را شناسایی نمایند. این مسئله در خصوص ۶ نفر ساکن در الگوی خارج از میادین محلی (بر معابر اصلی و یا سایر کوچه‌ها) از آن حکایت دارد که ۳۳٪

(۲ نفر) تنها قادر به شناسایی غریبه‌ها از میان همسایگان خود بودند و مابقی تعداد قابل توجهی از همسایگان خود را نمی‌شناختند.

خانم نعمت‌پور، ۵۲ ساله، خانه‌دار با سابقه سکونت ۱۸ سال که در داخل میدان محلی عسجدی سکونت دارد در خصوص رابطه خود با همسایگان چنین بیان می‌دارد:

«من به همراه تعداد دیگری از زنان ساکن میدان، هر هفته مجالس قرآن‌خوانی برگزار می‌کنیم. عموم شرکت‌کنندگان این مجالس را زنان ساکن داخل همین میدان شکل می‌دهند. در این نهاد مذهبی، صندوقی شکل گرفته که هر ماه بر حسب اولویت و نیاز به یکی از خانواده‌های داخل میدان وام اعطا می‌نماید. در ماه محرم از این صندوق وامی اعطا نمی‌گردد و مبلغ وام در کنار سایر کمک‌ها، صرف پخت غذای نذری در داخل میدان و پخش آن بین عزاداران می‌گردد. به واسطه شکل‌گیری این نهاد غیر رسمی و برگزاری جلسات هفتگی باید اذعان دارم که عموم زنان ساکن در داخل میدان یکدیگر را می‌شناسند و با یکدیگر روابط گرم و صمیمی دارند.»

– نحوه و میزان استفاده از فضاهای عمومی محله

در پی روشنگری در خصوص میزان بسط و توسعه زندگی عمومی ساکنان نازی‌آباد به سطح فضاهای عمومی محله، می‌توان به طیف گوناگونی از فعالیت‌ها، از فعالیت‌های صرفاً ضروری گرفته تا تنوع قابل توجهی از فعالیت‌های اختیاری و اجتماعی که از دل مصاحبه‌های عمیق به آن دست یافته شده، اشاره نمود.

در این میان، گفته‌های مصاحبه‌شوندگان از آن حکایت دارد که ۷۷٪ (۱۷ نفر) ایشان، هدف غایی خود از مراجعه به فضاهای عمومی را شکل‌دهی به فعالیت‌ها و تعاملات اجتماعی ذکر نموده‌اند. اگرچه در مواردی این هدف به‌واسطه فراهم نبودن شرایط محقق نمی‌گردد.

۱۳/۵٪ (۳ نفر) از مصاحبه‌شوندگان تنها دلیل خود از مراجعه به فضاهای عمومی محله را برطرف کردن نیازهای ضروری خود ذکر نموده‌اند و ۹٪ (۲ نفر) اگرچه گام جلوتر از گروه قبل با نیت فعالیت‌های اختیاری و ضروری وارد فضاهای عمومی محله می‌شوند، اما خواستار شرکت در فعالیت‌های اجتماعی نیستند.

در ادامه تمامی فعالیت‌های اختیاری و اجتماعی که مصاحبه‌شوندگان در بیان دلایل مراجعه خود به فضاهای عمومی محله بیان داشته‌اند، ذکر می‌گردد. این فعالیت‌ها که طیف وسیعی از فعالیت‌ها را شامل می‌گردند عبارتند از: شکل‌دهی به مناسبات اجتماعی، تماشا کردن مردم، تماشا کردن فروشگاه‌ها، هوا خوردن و نشستن در فضای باز، گذران اوقات در کنار دوستان، پیاده‌روی، خرید، خوردن، ورزش، دیدن مدهای جدید، وسایل بازی، دیده شدن، مراجعه به مسجد، با خیر شدن.

در خصوص میزان مراجعه مصاحبه‌شوندگان به فضاهای عمومی محله، ۸۶٪ (۱۹ نفر) اذعان داشتند که عموماً هر روزه به این فضاها جهت برطرف نمودن نیازهای خود مراجعه می‌نمایند. در این میان ۴۵٪ (۱۰ نفر) علاوه بر نیازها و فعالیت‌های ضروری هر روزه با توجه به فعالیت‌های اختیاری و اجتماعی خود از مراجعه‌کنندگان هر روزه به فضای محله بودند. بررسی‌های تکمیلی از آن حکایت دارد که افرادی که بیشترین میزان مراجعه را به فضاهای عمومی در راستای فعالیت‌های اختیاری و اجتماعی دارا هستند عموماً افرادی هستند که بیشترین حجم دوستان آنها نیز در سطح محله ساکن‌اند و عموم همسایگان خود را نیز می‌شناسند، همچنین عموم این افراد در سطح عرصه «درونی وجودی» دیالکتیک درون و بیرون رلف جای دارند.

- تجارب مشترک و خاطرات جمعی

خاطره جمعی به‌عنوان یکی از شاخصه‌های هویت مطرح است. خاطره جمعی جهت شکل‌گیری و تقویت نیازمند فضا، بستر و حضور گروهی از انسان‌ها است. وجود طیفی از فضاهای عمومی در سطح محله نازی‌آباد، فضا و بستر وقوع رخدادهای متنوعی را امکان‌پذیر می‌سازد. پرسش مربوط به خاطرات جمعی می‌تواند روشنگر میزان اجتماع‌پذیری و مشارکت مصاحبه‌شوندگان در سطح محله باشد.

نتایج این بخش از پژوهش از آن حکایت دارد که از میان ۲۲ مصاحبه‌شونده، تنها ۲۲/۸٪ (۵ نفر) خاطره و تجربه مشترکی را با سایر هم‌محله‌ای نداشته و مابقی مصاحبه‌شوندگان معادل ۷۷/۲٪ (۱۷ نفر) دارای خاطرات مشترک و جمعی هستند. نکته حائز اهمیت در خصوص ۵ نفر مصاحبه‌شونده بدون خاطره جمعی، میانگین سابقه سکونت ۴ سال در آن‌ها است که در مقام مقایسه با میانگین سابقه سکونت ۱۷ نفر دارای خاطره جمعی معادل ۱۸ سال، در حدود ۱۴ سال کمتر است.

نتایج از آن حکایت دارد که یکی از خاطرات مشترک ساکنان، برگزاری مراسم تاسوعا و عاشورا است که تمامی ۱۷ نفر مصاحبه‌شونده دارای خاطره به این رویداد به‌عنوان یکی از خاطرات جمعی خود اشاره نموده‌اند. از میان ۱۷ نفری که به خاطره برگزاری مراسم تاسوعا و عاشورا به‌عنوان یکی از خاطرات جمعی خود اشاره داشته‌اند، ۷۰/۵٪ (۱۲ نفر) محل شکل‌گیری این خاطره را میدان بازار دوم مدائن معرفی نموده‌اند.

- ارزش‌ها و منافع مشترک

شکل‌گیری و تقویت تعاملات اجتماعی در محور زمان و در یک قلمرو مشخص برای گروه‌های دخیل، ارزش‌ها و منافع مشترکی به ارمغان خواهد آورد. افراد از این ارزش‌ها و منافع به‌عنوان دستاوردهای هویت فردی و جمعی خود یاد کرده و از آن‌ها حمایت می‌نمایند.

نتایج از آن حکایت دارد که ۶۸٪ (۱۵ نفر) از مصاحبه‌شوندگان، محله نازی‌آباد را محله‌ای واجد ارزش ذکر نموده‌اند. مابقی مصاحبه‌شوندگان معادل ۳۱٪ (۷ نفر) به موارد واجد ارزشی در محله اشاره نداشته و عموماً به کمبودها و کاستی‌های محله اشاره کرده‌اند. عموم این افراد متعلق به خرده فرهنگ سنی جوانان می‌باشند.

خانم نعمت‌پور، ۵۲ ساله، خانه‌دار با سابقه سکونت ۱۸ سال در خصوص ارزش‌ها و منافع مشترک بیان می‌دارد:

«نزدیکی ساکنان محله از لحاظ فرهنگی و اقتصادی و توجه آنان به آیین مذهبی، و سیستم‌های حمایتی موجود را که نشان از اعتماد ساکنان به یکدیگر دارد، جزء ارزش‌های این محله می‌دانم.»

پ) تعلق به مکان و اجتماع

بررسی تعلق به مکان و اجتماع از مصاحبه‌شوندگان در دو بخش مجزا تعلق به مکان و تعلق به اجتماع صورت می‌پذیرد.

- تعلق به مکان

مصاحبه‌گری در خصوص حس تعلق به مکان با بهره‌گیری از ادبیات هویت مکان^{۲۴} و هویت مکانی^{۲۵} صورت پذیرفت. نتایج از آن حکایت داشتند که ۷۲/۷٪ (۱۶ نفر) از مصاحبه‌شوندگان

نگاهشان به محله تنها محدوده‌ای نبوده که بر حسب جبر جغرافیایی در آن ساکن شده‌اند، بلکه سکونت ایشان در محله همراه با حس شناسایی، دوست داشتن و احساس تعلق و درک هویت مکان بیان می‌گردید. به دلیل تأثیرگذاری عوامل چندبعدی در ایجاد هویت مکان و مکانی همچون سابقه سکونت، خرده‌فرهنگ سنی و جنسی، نیازها، بینش و عواملی از این دست، تلاش گردید تا میزان هویت مکان و مکانی مصاحبه‌شوندگان در روندی تحلیلی‌پذیر و قابل شمول مورد مطالعه قرار گیرد تا به سطوح هویتی مصاحبه‌شوندگان در خصوص محله دست یافته شود. از این رو مبتنی بر ادبیات مطالعه شده در بخش مبانی نظری پژوهش از جدول کراس استفاده گردید که نتایج آن به شرح جدول ۷ ارائه می‌گردد. جدول مذکور نشان می‌دهد که ۷۲/۵٪ مصاحبه‌شوندگان در خصوص محله نازی‌آباد، گونه‌ای از حس مکان را دارا هستند. در این میان بیشترین درصد را (۲۷/۲٪) افرادی با حس «دلبستگی به مکان» به خود اختصاص می‌دهند که در بیان احساسات خود، خود را وابسته به محله دانسته و محله را عامل مؤثری در شکل‌گیری هویت فردی و جمعی خود معرفی نموده‌اند.

جدول ۷. بررسی حس مکان جنیفر کراس

سطوح حس مکان	تعداد	درصد
بی تفاوتی نسبت به مکان	۲	۹
آگاهی از قرارگیری در یک مکان	۴	۱۸/۱
تعلق به مکان	۳	۱۳/۶
دلبستگی به مکان	۶	۲۷/۲
یکی شدن با اهداف مکان	۳	۱۳/۶
حضور در مکان	۴	۱۸/۱
فداکاری برای مکان	۰	۰
مجموع	۲۲	۱۰۰

منبع: نگارندگان

آقای عبدا... نصیری ۳۸ ساله، دندانپزشک تجربی با سابقه سکونت ۲۳ ساله در خصوص احساس تعلق خود به محله نازی‌آباد چنین بیان می‌دارد:

«محل کار من در خیابان دماوند است. پس از ازدواج در حدود ۳ سال در محله نظام آباد ساکن شدم، اما نتوانستم با محیط زندگی خود ارتباط برقرار کنم لذا مجدداً به محله نازی‌آباد بازگشتم. من در نازی‌آباد ارتباطات خوب و قوی دارم. به این مکان وابسته هستم و فاصله گرفتن از آن برای من با احساس دل‌تنگی همراه است. هنگامیکه در نازی‌آباد قدم می‌زنم با احساس آرامش و شخصیت بیشتری گام برمی‌دارم. چونکه در اینجا است که من هویت عبدا... نصیری بودن خود را می‌یابم و مردم به واسطه این هویت مرا می‌شناسند و به من احترام می‌گذارند.»

بررسی‌های تکمیلی حکایت از ارتباط مستقیم سابقه سکونت، میزان تعاملات اجتماعی، توجه و آگاهی به ارزش‌های محله و میزان رضایت‌مندی با شاخص تعلق به مکان دارند.

- حس تعلق به اجتماع

حس تعلق به اجتماع نتیجه آن است که شخص خود را متعلق به گروهی بداند و خود را مبتنی بر هویت این گروه معرفی نماید؛ مسئله‌ای که در مصاحبه‌ها از جانب مصاحبه‌شوندگان در قالب جملاتی چون «ما نازی‌آبادی‌ها» یا «من به‌عنوان یک نازی‌آبادی» به آن اشاره می‌گردید. نتایج حکایت از آن دارد که ۷۷/۲٪ (۱۷ نفر) از مصاحبه‌شوندگان خود را جزو اجتماع نازی‌آبادی‌ها معرفی نموده و ۲۲/۷٪ (۵ نفر) اگرچه در محله نازی‌آباد ساکن هستند ولی تعلق به اجتماع نازی‌آبادی‌ها از خود نشان نمی‌دهند و خود را نازی‌آبادی معرفی نمی‌کنند.

مهتاب، ۲۴ ساله، دانشجوی حقوق، سابقه سکونت ۲۴ ساله بیان می‌دارد:

«اگرچه احساسی که با خود دارم این است که من یک نازی‌آبادی هستم، چراکه در این جامعه عضویت دارم و با دیگر اعضای این جامعه در تعاملات اجتماعی هستم ولی به این امر اعتقادی ندارم و هویت فردی خود را مستقل از این مکان و این اجتماع می‌دانم.»

وحید، ۲۲ ساله، کاسب، سابقه سکونت ۲۲ ساله در خصوص تعلق خود به جامعه نازی‌آبادی‌ها

چنین بیان می‌دارد:

«من با افتخار خود را نازی‌آبادی معرفی می‌کنم، چرا که بهترین دوستان و اشخاصی که تاکنون شناخته‌ام، ساکن این محله هستند. نازی‌آبادی بودن بخشی از هویت من است و به من در سطح جامعه شخصیت می‌بخشد.»

بررسی‌های تکمیلی حکایت از ارتباط مستقیم بین تعداد دوستان، تعداد همسایگان، آگاهی به ارزش‌های جمعی محله، دارا بودن خاطرات جمعی، سابقه سکونت و تعلق به مکان با شاخص تعلق به اجتماع دارد.

نتیجه‌گیری

مطالعات در خصوص شاخص‌های باهمستانی برآمده از مبانی نظری پژوهش شامل مکان محور بودن، شبکه‌های اجتماعی و ارزش‌های مشترک و احساس تعلق به مکان و اجتماع مبتنی بر دو گام اول شخص و اگزستانسیال، نتایج نهایی زیر را در بردارد:

- محله نازی‌آباد را باید یک محله با مرکزیت قوی و قلمرو مشخص معرفی نمود.
- محله نازی‌آباد را باید یک «مکان»^{۲۶} معرفی نمود که تمامی شاخص‌های ساختار مکان نوربرگ شولتس با اعتبار بالایی در آن صدق می‌کنند.
- محله نازی‌آباد را باید محله‌ای با شبکه‌های اجتماعی پویا، قوی و نظام‌مند و دارای ارزش‌های مشترک قابل توجه معرفی نمود.
- محله نازی‌آباد را باید از دو بعد مکانی و اجتماعی برانگیزاننده حس تعلق و وابستگی به خود معرفی نمود.
- و در نهایت محله نازی‌آباد و اجتماع ساکن در آن را می‌باید به‌عنوان یک کلیت دارای «هویت باهمستانی» به شمار آورد که تمامی خصیصه‌های باهمستان در آن با اعتبار بالایی صدق می‌کنند.

در این میان، مشاهدات مبتنی بر رویکرد اول شخص و مصاحبه‌های صورت گرفته مبتنی بر رویکرد اگزستانسیال حکایت از تأثیرگذاری عوامل چندبعدی در شکل‌گیری و تقویت باهمستان‌ها دارد. شکل ۱۱. الگوواره مهم‌ترین و ساختارمندترین این عوامل منتج از یافته‌های دو گام اول شخص و اگزستانسیال را نشان می‌دهد.



شکل ۱۱. الگوواره عوامل مؤثر در شکل‌گیری و تقویت باهمستان‌ها
منبع: نگارندگان

عموم عوامل یاد شده در کنش و واکنشی دیالکتیکی بر هم اثر می‌گذارند، به طوری که نمی‌توان هیچ یک را بر دیگری مقدم شمرد. آگاهی و شناخت این عوامل و تلاش جهت روشن‌گری درخصوص تکتک عوامل مذکور می‌تواند روشن‌بخش طراحی و برنامه‌ریزی سکونتگاه‌های انسانی در دستیابی این سکونتگاه‌ها به خصیصه‌های باهمستان باشد. در این میان سازماندهی آگاهانه فضا به‌عنوان حوزه تخصصی شهرسازان و معماران از اهمیت خاصی برخوردار است. تصدیق این ادعا، اشاره غیرمستقیم مصاحبه‌شوندگان پژوهش به نقش و کارکردهای عمده فضاهای محله در زندگی روزانه آن‌ها و فراهم نمودن امکان با هم بودن ساکنان در عرصه عمومی محله نازی‌آباد است. ویژگی‌ای که عمده محلات معاصر شهرمان با اضمحلال کمی و کیفی آن مواجه هستند.

پی‌نوشت‌ها

۱. باهمستان معادل "community" در زبان فارسی که توسط مترجم برجسته "داریوش آشوری" پیشنهاد شده و مناسب‌ترین واژه به لحاظ بار مفهومی و معنای لاتین آن را در ذهن متبادر می‌کند.
2. Jan lang
3. Barton
4. Phenomenology
5. Intuitive Insight
6. First person
7. Existentialism
8. Hermeneutic
۹. خرده فرهنگ سنی کودکان به دلیل آنکه هنوز سیر شکل‌گیری هویت در آن‌ها رشد و تکمیل نیافته، آگاهانه از مورد مصاحبه قرار گرفتن حذف گردیدند.
۱۰. علت انتخاب این تعداد نمونه و توقف عملیات نمونه‌گیری، رسیدن به جواب‌های مشابه و تکراری بوده است.
11. Intentionality
12. Ralph
13. Oktay
14. Erikson
15. Raberts
16. walmsley
17. Sence of Place
18. Socialization
19. Akcal
20. Stedman

21. Jorgensen
22. Standardized Open-Ended Interviews
23. Concentration
24. Place Identity
25. Identity of Place
26. Place

فهرست منابع

- برک‌پور، ناصر (۱۳۷۸) «مفهوم باهمستان در شهرسازی»، مجله آبادی، شماره ۵، ۲۴.
- پرتوی، پروین (۱۳۸۷) *پدیدارشناسی مکان*، انتشارات فرهنگ و هنر، تهران.
- ربانی، رسول (۱۳۸۱) *جامعه‌شناسی شهری*، انتشارات سمت، تهران.
- رضازاده، راضیه (۱۳۸۰) «رویکرد روان‌شناسانه و جامعه‌شناسانه به هویت مکانی در شهرهای جدید»، مجموعه مقالات هویت شهرهای جدید، کتاب دوم، وزارت مسکن و شهرسازی - شرکت عمران شهرهای جدید، تهران.
- شیرازی، محمد رضا (۱۳۸۹) «پدیدارشناسی در عمل، آموختن از تحلیل پدیدارشناسی پالاسما از ویلا مایرآ»، دوفصلنامه آرمان‌شهر، سال سوم، شماره ۴، ۷۵-۶۵.
- صادقی، علیرضا، پورجعفر، محمد رضا و تقوایی، علی اکبر (۱۳۸۸) «رویکردی نوین در طراحی واحدهای همسایگی محلی با تأکید بر طراحی خیابان‌های پیاده‌محور»، فصلنامه آبادی، سال نوزدهم، شماره ۶۳، ۵۱-۴۳.
- صمیمی، علی (۱۳۸۹) *بررسی سنجش حس مکان در محلات ارگ‌نیک و برنامه ریزی شده*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه هنر تهران.
- ضرابیان، فرناز و منعم، محمدرضا (۱۳۸۷) «بررسی و میزان عوامل تأثیرگذار بر حس مکان»، فصلنامه شهرداری‌ها، شماره ۸۹، ۵۹-۵۱.
- مردیها، علی (۱۳۸۷) *فضیلت عدم قطعیت در عدم شناخت اجتماع*، انتشارات طرح نو، تهران.
- مهندسین مشاور نقش محیط (۱۳۸۶)، *طرح تفصیلی منطقه ۱۶ تهران*، تهران.
- Akçal, A. (2004) *Place Attachment in Gated Communities: A Case Study in Bilkent Housing Settlements*, Bilkent University Master Thesis, Ankara.
- Carmona, Heath, T.Oc, T. & Tiesdell, S. (2003) *Urban Places Urban Spaces*, Architectural Press.
- Erickson, B. & Roberts, M. (1997) "Marketing local identity", *Journal of Urban Design*, 2, 1.
- Holland, Caroline., Clark, Andrew & Katz, Jeanne (2007) *Social interactions in urban public places*, Published for the Joseph Rowntree Foundation by The Policy Press.
- Lalli, M. (1988) "Urban identity", In Canter, D. Jesuino, J. C., Soczka, L., Stephenson, G. M. (Eds.), *Environmental Social Psychology*. London: Kluwer Publishers. pp. 303-311.
- Mansoor Rezaee, Majid & Esmaily, SH. (2010) "Transformation of Public Space Leads to Transformation of Neighborhood Identity", 14th IPHS Conference, ITU Urban Environmental Planning and Research Center.
- Oktay, D. (2002) "The Quest for Urban Identity in the Changing Context of the City". *Cities*, 19, 4.
- Proshansky, H. M., Fabian, A. K. & Kaminoff, R. (1983) "Place- identity: Physical world socialization of self", *Journal of Environmental Psychology*, 3, 57-83.
- Ralph, E. (1976) "On the Identity of Places", in Ralph, E. (1976), *Place and Placelessness*, Pion, London.
- Robertson, Douglas, Smyth, James & McIntosh, Ian (2008) *Neighbourhood identity, People, time and place*, Stirling University.
- Tibbalds, F. (1992) *Places Matter Most, Making People-Friendly Towns: Improving the public environment in towns and cities*, Longman, Harlow.
- www.wyongsc.nsw.gov.au