

## پرسه‌زنان هراز: علل گرایش جوانان به پرسه‌زنی در خیابان هراز شهر آمل

نجمه خانی هنجانی<sup>۱\*</sup>

هومن الوندی<sup>۲</sup>

علی باقی نصرآبادی<sup>۳</sup>

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۱۰/۲۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۱۰/۲۴

### چکیده:

گرایش جوانان به حضوری متفاوت در خیابان هراز و مصرف دلخواه از آن سبب شده است؛ تا این خیابان به‌عنوان بخشی از زندگی روزمره شهری، به مکانی برای پرسه‌زنی جوانان تبدیل شود. لذا این پژوهش با هدف بررسی علل گرایش جوانان به پرسه‌زنی در خیابان هراز شهر آمل انجام شده است. رویکرد این پژوهش کیفی است؛ و از روش مصاحبه و مشاهده جهت گردآوری اطلاعات بهره برده‌ایم. جامعه مورد بررسی پژوهش ۳۵ نفر از پرسه‌زنان و ۱۰ نفر از فروشندگان می‌باشند. به‌طور کلی یافته‌های این تحقیق نشان داد که اکثر پرسه‌زنان، جوانان غیربومی (دانشجویان) می‌باشند و علت اصلی حضورشان در خیابان هراز برای پرسه‌زدن، تنها گذران فراغت می‌باشد.

پرسه‌زنان هراز با هدف اعتراض به تمایزات و خارج کردن این خیابان پر زرق و برق از سلطه ثروتمندان به این خیابان نیامده‌اند؛ بلکه به سبب پذیرش پرسه‌زنی در این خیابان (توسط مردم) به‌عنوان تفریح جوانان، بی‌هزینه بودن، آشنایی و مصاحبت با جنس مخالف، یافتن دوستان جدید، آگاهی از آخرین مدها و قیمت‌ها به این خیابان پا گذاشته‌اند؛ اما با پرسه‌زدن‌های بی‌درپی، باعث شدند ماهیت این مکان را که به نظر باید در انحصار طبقه خاصی (ثروتمندان) باشد؛ دگرگون شود. آنها بدون توجه به آنچه برایشان در نظر گرفته شده مصرف دلخواه خود را از هراز دارند. اگرچه به‌واسطه پرسه‌های مکرر در این خیابان خود را ملزم می‌دانند سبک پوشش و آرایش خود را با مکان (بالاشهر) هماهنگ کنند و سبب تمایزدایی شوند.

**کلیدواژه‌ها:** رفتار فرهنگی، دیالکتیک، تمایز و تمایزدایی، پرسه‌زن.

۱- کارشناس ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه سبز آمل

۲- دانشجوی دکتری علوم ارتباطات اجتماعی و پژوهشگر پژوهشگاه علوم اسلامی امام صادق(ع)

۳- استادیار گروه مدیریت پژوهشگاه علوم اسلامی امام صادق(ع)

## ۱. مقدمه و بیان مسئله

پرسه‌زنی را شاید بتوان مفهومی مدرن به‌شمار آورد که با انقلاب صنعتی و پیدایش فضاهای جدید شهری و به‌ویژه مفهوم «خیابان» آغاز شد. اگرچه امروزه پرسه‌زن در اشکال متعدد وجود دارد؛ اما نخستین جلوه خود را در خیابان‌های پاریس قرن نوزدهم نشان داد. پرسه‌زن نماد نوعی زیستن در سایه تجربه شهری است؛ و به‌رغم آن به‌عنوان پدیده‌ای فرهنگی، توجه زیادی را جلب کرده و ابهامات مفهومی زیادی دارد (گلاک، ۲۰۰۳: ۵۳) فیزیگنومیست‌های<sup>۱</sup> قرن نوزدهم بین پرسه‌زن و به‌طور بالقوه هر تیپ اجتماعی که می‌تواند با پرسه‌زن خلط شود؛ تفاوت قائل شدند. پرسه‌زن، غریبه‌ای در شهر است که خیابان‌ها را تصادفی و به تنهایی می‌پیماید و خود را فارغ از تعهدات اجتماعی می‌داند و چه بسا بی‌مشغلی‌اش سبب شود او را با ولگرد یکی بپنداریم. او باید جایی در میان جمعیت برای خود دست و پا کند و در عین حال، باید از جمع جدا بماند. برای بحثی دقیق‌تر راجع به پرسه‌زن، ابتدا باید به تفاوتی که ماری‌گلاک بین دو نوع تاریخی پرسه‌زن گذاشته است اشاره کنیم. نخستین شکل، پرسه‌زن عامه است که در صفحات انبوه روزنامه‌ها و مطبوعات تجاری سال‌های ۱۸۳۰ تا ۱۸۴۰ ظاهر شدند و به ایده‌آل‌های یک فرهنگ شهری پویا تجسم بخشیدند. دومین شکل، پرسه‌زن آوانگارد<sup>۲</sup> است که آشکارترین نمونه آن را می‌توان در متون انتقادی بودلر در دهه ۱۸۵۰ و ۱۸۶۰ جستجو کرد (همان، ۲۰۰۳: ۵۵). پرسه‌زن عامه، بیشتر به مکان‌هایی می‌رود که بتواند به مشاهده دیگران پردازد. او هم ناظر صحنه‌های تماشایی شهر و هم منظره‌ای برای دیده‌شدن (بیننده‌ای که دیده می‌شود) است. او خواننده منفعل متون شهری هست و خود، بخش جدایی‌ناپذیری از منظره نمایش شهری است. به همه‌جا می‌نگرد، پاهایش خستگی‌ناپذیر است و چشم‌هایش مهمترین ابزار پرسه‌زنی است. میدان کنش پرسه‌زن، شدیداً به میدان بصری‌اش وابسته است (فرگوسن، ۱۹۹۴: ۲۷)؛ اما پرسه‌زن آوانگارد قبل از خروج از خانه انسانی همانند انسان‌های دیگر است (بازنشسته‌ای معمولی، پروفسوری پیر، وکیل، دیپلمات و...؛) اما لحظه‌ای که سنگفرش خیابان‌ها را لمس می‌کند و گرد و غبار بلوارها را تنفس، نقش خود را ایفا می‌کند. بنابراین وی نمی‌تواند فردی منزوی باشد (گلاک، همان: ۵۵). او کتاب راهنمای زنده است و از نوعی دانش شهری برخوردار است (فرگوسن، همان: ۳۴). پرسه‌زن در نمود بیرونی و ظاهری‌اش، همانند زندگی مدرن، گمنام و ناشناس است؛ و نشانه خاصی برای اینکه او را از دیگران تمیز دهیم وجود ندارد. وی نامریی و غیرقابل

1. physiognomist

2. the Avanthgarde Fluneur

تشخیص باقی می‌ماند (سوز اومگ دانوف، ۲۰۰۶: ۵۴). پرسه‌زن آوانگارد، فردی بی‌همتا است. کسی است که هویتش را نه بر نوع‌بندی، بلکه بر ناشناسی‌ها و گمنامی‌ها بنا کرده و از این طریق است که هویتش را با مدرن‌تیه تعریف می‌کند؛ و شهر به‌عنوان تجسد مادی مدرن‌تیه که عرصه نمایش انبوهی از ناسازه‌های اجتماعی است. با ماهیت پارادوکسیکال به مثابه‌ی نمایش تعارضات طبقاتی، عرضه و سرکوب میل ... در تجربه‌ی نگاه پرسه‌زن است که می‌تواند به خلق ایده بیانجامد. اینجا برخلاف معنای تثبیت شده واژه‌ها همین قدم زدن بر سطح و رویه‌ی شهر است که تجربه سهیم شدن در این ماهیت پارادوکسیکال را فراهم می‌آورد (یکی از ویژگی‌های طی مسیر با متروها، دیده نشدن همین تعارضات شهری است آن جا که بالا و پائین شهر را تنها از روی اسامی ایستگاه‌ها می‌توان تشخیص داد). بر این اساس بسیاری از متفکران مدرن، بر پیوند اساسی خیابان با تفکر تأکید کرده‌اند.

بی‌تردید خیابان هراز نیز مکانی مناسب برای مطالعه مصرف و سبک زندگی است؛ زیرا در این خیابان به تناسب موقعیت آن (بوتیک‌ها، پاساژها، مراکز تجاری بسیار و مصرف‌آن) سبک‌هایی از زندگی از طریق مصرف و عرضه کالاهای متمایز (نسبتاً گران‌قیمت)، به ایجاد جامعه متمایز کمک کرده، هراز هر روز میهمان پرسه‌زنان بسیاری است که ما آنان را به دو دسته: کسانی که به قصد مصرف به این خیابان پا گذاشته‌اند یعنی به قصد خرید از مراکز تجاری و یا استفاده از مراکز اداری آمده‌اند و دسته دوم کسانی‌اند که مورد توجه ما قرارگرفت و به پژوهش در مورد ایشان پرداختیم کسانی که به قصد مصرف خود خیابان آمده‌اند. این سبک زندگی شکل اجتماعی نوینی تلقی می‌شود که فقط در متن تغییرات فرهنگی مدرن‌تیه و رشد فرهنگ مصرف‌گرایی معنا می‌یابد (فاضلی، ۱۳۸۲: ۱۷۸). جامعه مدرن در فضاها و زمان‌های خاصی از خود که بنا بر فرهنگ و میزان درونی شدن فرآیندهای دموکراتیک بسیار متفاوت هستند، پرسه‌زنی را به رسمیت شمرده است. حتی وجود پرسه‌زنان یک خیابان، می‌تواند ارزش آن خیابان را در سطح شهر بالا ببرد. در آمل نیز بخش بزرگی از کسانی که به این خیابان می‌آیند. لزوماً قصد خرید یا استفاده از خدمات واحدهای تجاری یا خدماتی را ندارند و حتی مراکز خرید نیز با جذاب کردن خود، لزوماً به دنبال مشتری مستقیم نیستند. همین که جمعیت زیادی به یک خیابان بیاید، نوعی موفقیت به حساب می‌آید. البته به شرط آنکه مشخصات ظاهری، بدنی، رفتاری، نشانه شناختی این کنشگران با آنچه انتظار می‌رود، همخوانی داشته باشد. پرسه‌زنان هراز نیز با توجه به آنکه این خیابان مملو از مراکز خرید و پاساژها و کافی‌شاپ‌ها و ... است؛ از آن مصرف‌دلخواه خود

را دارند. عبور از جلوی ویترین مغازه‌ها، تماشای کالاها و لذت بردن از آنها اما نه با هدف مصرف آن کالاهاست بلکه مصرف و نیاز به کالاها در پرسه‌زنی کمرنگ می‌شود و اهدافی چون مصرف نشانه‌ها، مصرف تظاهری، پرسه‌زنی، تمایز جنسی و دوست‌یابی در محوریت قرار می‌گیرد.

پرسه‌زنی در خیابان هراز یکی از کارهای پرتعدادی است که جوانان در اوقات فراغت انجام می‌دهند و شکل جدیدی از رفتار فرهنگی که می‌توان آن را با نوعی سبکِ نوظهور زندگی که همزمان نوعی سبک‌زدایی محسوب می‌شود مرتبط دانست. پدیده‌ای که حسابی در دل جوان‌ها جا باز کرده و با افزایش تعداد اماکن تجاری در این خیابان و مدرن‌تر شدن آن نیز سیر صعودی دارد. زرق و برق این خیابان جوانان را به هوای ساعتی خوشگذرانی مجانی و گذران اوقات به سمت خود جذب می‌کند. مردم گاه از اطراف شهر آمل به هراز می‌آیند و حتی در صورت خرید نکردن به گشت‌زنی و تماشای ویترین‌ها می‌پردازند. گویی تماشای این خیابان معروف و پرسه‌زدن در آن‌ها نوعی تفریح به حساب می‌آید. لذا یک آسیب و یک کژکارکرد به‌شمار نمی‌رود. چراکه قاعدتاً دارای فضایی مشروع و مورد پذیرش اجتماعی به نظر می‌رسد؛ اما بیان این که یکی از خیابان‌های بزرگ شهری چون آمل آن هم یک خیابان نسبتاً مرفه‌نشین و مملو از مکان‌های خرید، کارکرد اصلی خود را از دست دهد و به مکان پرسه‌زنی معروف گردد؛ سبب شده تا این خیابان یکی از بهترین فضاها برای مطالعه و شناخت زندگی روزمره و اوقات فراغت جوانان شهر آمل باشد. در این مکان اصلی‌ترین عناصر سبک زندگی مدرن مانند پوشش، آرایش و روابط افراد تجلی می‌یابد؛ بنابراین ضروری به نظر می‌رسد این مقاله به علت اهمیت موضوع (آثار مخرب رواج پرسه‌زنی به‌عنوان فراغت و تفریحات آسیب‌زا که می‌تواند پیش‌زمینه بسیاری از کجروی‌ها باشد) به بررسی اهداف و علل گرایش جوانان به پرسه‌زنی در خیابان هراز شهر آمل بپردازد؛ و درصدد پاسخگویی به این سؤالات برآید که:

۱. مصرف جوانان از خیابان هراز شهر آمل چگونه است؟
۲. پرسه‌زنان هراز چرا و چگونه در مکانی که متعلق به دیگران (طبقه مرفه) می‌باشد به مصرف خیابان می‌پردازند؟
۳. آیا خیابان هراز، با تمام مؤلفه‌های آن سبک‌های منحصر زندگی را موجب شده‌اند؟

## ۲. پیشینه پژوهش

هر تحقیق علمی باید با آگاهی و مرور تحقیقات قبلی انجام گیرد تا محقق با شناخت نتایج و یافته‌های تحقیقات پیشین، آگاهی خود را تعریف نموده و ابعاد آن را مشخص سازد؛ زیرا در مطالعه پدیده‌های اجتماعی و هر نوع تحقیق دیگر، مرور تحقیقاتی که در این زمینه صورت گرفته، به این معناست که کار تحقیقی از کارهای تحقیقی قبلی اثر پذیرفته و بر کارهای بعدی اثر می‌گذارد؛ بنابراین آشنایی با تحقیقات قبلی که در زمینه موضوع مورد مطالعه صورت گرفته است ضروری به نظر می‌رسد. در واقع هیچ‌کس نمی‌تواند مدعی باشد بضاعت علمی‌اش، او را از خوشه‌چینی در این دستاوردها بی‌نیاز می‌سازد (کیوی و کامپنهود<sup>۱</sup>، ۱۳۷۵: ۳۶).

چاووشیان و توانا (۱۳۹۴) در پژوهشی تحت عنوان «فضای پرسه زنی شمال شهر تهران از دریچه‌ی روابط قدرت- مقاومت» که از طریق روش کیفی چرخه‌ای و مشاهده مشارکتی در بین کاربران و مرتبطان فضای پرسه‌زنی از جمله ساکنین محل (خیابان ایران زمین، آفریقا و سعادت‌آباد) صورت گرفت در بخش تحلیل یافته‌های خود به ۳ تیپ بی‌تفاوت‌ها، مخالفان و موافقان نسبت به فضای پرسه‌زنی اشاره می‌کنند که نگرش آنها به فضای پرسه-زنی از طریق وضعیت اقتصادیشان قابل تبیین نبوده است و در نهایت نتیجه می‌گیرند که فضای پرسه‌زنی، فضایی به شدت مسأله‌آفرین است و روابط قدرت- مقاومت بسیار پیچیده‌ای را در خود جای داده است بنابراین نمی‌توان جایگاه اجتماعی و سیاسی این فضا را با تفسیرهای ساده‌انگارانه و قطبی رایج درک کرد.

جهانگیری، محمدی و پاکدامن (۱۳۹۴) در مقاله‌ای با عنوان «تجربه پرسه‌زنی و بازشکل‌دهی فضاهای همگانی شهری» که از روش مردم‌نگاری شهری، مصاحبه عمیق و مشاهده مشارکتی در بین پرسه‌زنان جوان در فضاهای همگانی شهر سنندج انجام دادند به این نکته پی بردند که تجربه پرسه‌زنی نزد پرسه‌زنان معانی گوناگون دارد که در ۵ مقوله: مستعمره شدن زندگی روزمره در فضاهای همگانی شهری، آفرینش و بازشکل‌دهی فضاهای نمادین به میانجی کنش پرسه‌زنی تمایزپذیری و تمایز‌دایی زندگی روزمره به واسطه پرسه‌زنی کارناوالی شدن زندگی روزمره، پرسه‌زنی در مقام خرده‌فرهنگ شهری قابل دسته‌بندی‌اند. در نتیجه پرسه‌زنی پراکسیس اجتماعی است که از طریق آن گفتمان رسمی مسلط بر عرصه‌های شهری که سعی در تثبیت و شکل‌دهی این عرصه‌ها دارد؛ به چالش

کشیده می‌شود و پرسه‌زنان به میانجی تسخیر نمادین این عرصه‌ها و خلق نظام معنایی خاص خود سعی در باز شکل‌دهی این عرصه‌های شهری دارند به عبارت دیگر سعی در تثبیت گفتمان مسلط و دیگری سعی در بازتولید فضای گفتمانی و ارائه خوانش‌های متفاوت در این عرصه‌ها را دارد.

شفیعی، توانا و صدیقی (۱۳۹۴) طی پژوهشی با عنوان «پرسه‌زنی، جامعه‌شناسی انتقادی و زندگی روزمره» از طریق مشاهده و مصاحبه عمیق انتقادی در بین ۳۰ نفر از افراد ۱۶ تا ۴۴ ساله ساکن در رشت که به‌صورت هدفمند انتخاب شده بودند؛ انجام شد. یافته‌های حاصل با روش تیپ‌بندی بر اساس رابطه اقتصادی متفاوت با یکدیگر طبقه‌بندی شد و نتایج حاکی از آن است که رگه‌های اندیشه انتقادی در میان برخی نمونه‌ها که از سرمایه فرهنگی بالایی برخوردارند قابل مشاهده است. همچنین می‌توان گفت میزان تحصیلات یا جایگاه اقتصادی، تبیین‌کننده نگرش انتقادی موجود در میان نمونه‌ها نسبت به وضعیت زندگی روزمره جاری در خیابان خرید به‌شمار نمی‌رود.

محمدپور و بهمنی (۱۳۸۹) در تحقیقی با عنوان «زنان، پاساژ و مصرف نشانه‌ها» که از نوع کیفی و مردم‌نگاری، با تکنیک مشاهده مشارکتی و مصاحبه نیمه ساخت یافته از بین ۳۱ نفر از زنان فروشنده و خریدار در یکی از پاساژهای مجلل شیراز (جامعه مورد مطالعه) صورت گرفت چنین نتیجه‌گیری می‌کند که پاساژها صرفاً مکان مصرف کالاهای متعارف نیست بلکه فضایی نشانه‌شناختی و نمادی شده برای مصرف نشانه‌ها، مصرف تظاهری، پرسه‌زنی، هویت‌یابی، مقاومت و تمایز جنسیتی و دوست‌یابی است.

کاظمی و رضایی (۱۳۸۷) در مقاله‌ای با عنوان «دیالکتیک تمایز و تمایززدایی» که در سال ۱۳۷۸ از طریق روش تحقیق کیفی و تکنیک مصاحبه عمیق و مشاهده بر روی ۴۰ نفر از زنان و مردان بازنشسته و ۱۰ نفر از اعضای هیأت مدیره مراکز خرید و ۲۰ نفر فروشنده در مرکز خرید گیشا، نصر، گلستان و قائم انجام شد؛ نشان دادند: مراکز خرید در پی ایجاد زندگی خاصی برای طبقات متوسط شهری‌اند که این سبک از طریق خرید و مصرف کالاها فراهم می‌شود. در عین حال، پرسه‌زنی در ایران زندگی گروه‌های فرودست شهری را شکل داده است. فرودستان شهری نه از طریق مصرف کالاها بلکه از طریق مصرف فضا، سبک زندگی خود را نمایش می‌دهند.

کاظمی و ابادری (۱۳۸۳) در پژوهشی تحت عنوان «زندگی روزمره و مراکز خرید در شهر تهران» از طریق مصاحبه، گفتگو و مشاهده در بین پرسه زنان مراکز خرید به این نکته پی

بردند که مراکز خرید امروزه به موقعیتی برای نمایش فرودستان شهری و اقلیت‌های فرهنگی در جامعه ایرانی بدل شده‌اند در نتیجه گروه‌های فرودستی چون زنان خانه‌دار، مردان بازنشسته، جنوب شهری‌ها و نوجوانان به نحوی متفاوت از رویه‌های جاری، از مراکز خرید بهره‌برداری می‌کنند.

با توجه به اینکه تاکنون تحقیقاتی در مورد پرسه‌زنی در خیابان (به‌طور خاص) صورت نگرفته؛ اما پژوهش‌های گسترده‌ای در مورد پاساژگردی و پرسه‌زنی در مراکز خرید انجام شده است. قدرِ مُسَلَّم وجه بارز این پژوهش که آن را از سایر پژوهش‌های پیشین متمایز می‌سازد به‌طور خاص توجه به پدیده پرسه‌زنی در خیابان می‌باشد. با توجه به این که امروزه، در بسیاری از شهرها شاهد آن می‌باشیم. مخصوصاً شهر آمل و خیابان هراز که در آن پرسه-زنی پذیرفته شده و بدیهی به‌شمار می‌آید.

## ۲-۱. رویکرد نظری مرتبط با پژوهش

### والتر بنیامین:

از درخشان‌ترین کارهایی که در باب پرسه‌زن در اختیار ما هست؛ مطالعات بنیامین است. او بین پرسه‌زن و چشم‌انداز شهری مدرنیته پیوند برقرار کرده و بر جای‌گیری پرسه‌زن در فرهنگ توده‌وار تأکید داشت. تفرج بدون هدف، والاترین آرزوی پرسه‌زن است و قدم‌زدن در شهر، بهترین پاداشی است که می‌توان به پرسه‌زن داد (بنیامین، ۲۰۰۳: ۴۱۷). والتر بنیامین انسان پرسه‌زن را به منزله شکل نمادین شهر مدرن و مراکز خرید راه، برای پرسه‌زن فضای مألوفی می‌داند که بدون اینکه ضرورتاً به خرید کالا بپردازند در آن به سیاحت می‌پردازد و مناسبات خاصی با شهر برقرار می‌کند. پدیده‌ای که بالزاک آن را «هنر دیدن» نامید (بالزاک، به نقل از فرگوسن، ۱۹۹۴: ۳۵). به عقیده بنیامین، توده مردم غرق در رویایی هستند که سرمایه‌داری برای آنها در خیابان‌ها، مراکز خرید و... فراهم آورده است. از این منظر، هیچ طبقه‌ای نیست که بتواند از این شی‌وارگی جان سالم بدر برد. خیابان‌ها و گذرگاه‌های شهر، خانه و مأوای پرسه‌زنی هست که به تعبیر بنیامین، روی آسفالت سیاحت می‌کند او تماشاگری شهری و خانه بدوشی است که خود را با فضاهای شهری، جماعت‌ها و ویتترین مغازه‌ها همانند یک دوره‌گرد سرگرم می‌کند. پرسه‌زن، از راه رفتن بر آسفالت خیابان‌ها لذت می‌برد. او زندگی در خیابان و سرگردانی حول شهر را برگزیده است. به جماعت‌ها می‌پیوندد و پیرامون فضاهای مصرفی‌ای چون مراکز خرید، حرکت می‌کند و به کالاها خیره می‌شود (اسمیت، ۲۰۰۱: ۴۱). تصور بنیامین از پرسه‌زن مبهم است زیرا از یکسو او عاملی فعال است

و از سوی دیگر، فرد بیگانه‌ای است؛ که در میان جماعت، گمنام و سرگردان است. به تعبیر دیگر، در چنبره بت‌وارگی کالا اسیر است.

بنیامین عمدتاً پرسه‌زن را با امری بصری و نمایشی مرتبط می‌داند؛ اما عمدتاً آن را در متنی منفی به کار می‌برد؛ یعنی آن را پیامد مستقیم جهان شهری کالایی شده در نظر می‌گرفت. همین شکل پیچیده بینایی پرسه‌زن است که به او اجازه می‌دهد تا نقش قهرمان گرایانه‌اش را در جهان مدرن به انجام رساند به عقیده بنیامین پرسه‌زن باید در آستانه‌ی در باقی بماند. درون و نه بیرون موقعیت، او بخشی از فضا است. درعین حال که باید فاصله‌ی خود را از بازار و کالاها حفظ کند (کاظمی، ۱۳۸۸: ۷۶). این ابعاد متکثر و متضاد کنش پرسه‌زنی در جامعه‌ی مدرن، امکان خودآگاهی و مقاومتش را در برابر نیروهای همسان‌کننده، چند برابر کرده و پرسه‌زن به زعم شارل بودلر به مثابه‌ی «نقاش زندگی مدرن در قلمروی زیبایی‌شناختی» هست و یا به زعم والتر بنیامین، «عابری قهرمان» است. همه‌ی این صفات و خوانش‌ها از پرسه‌زن به مثابه‌ی قهرمانی در زندگی روزمره و علاقمند به فضا و اتمسفر شهر (و نه تاریخ حاکمان) یاد می‌کند. پرسه‌زن، رفیق سوژه و شخصیتی هست که در مقابل همه‌ی آن شرایط و مؤلفه‌های جامعه‌ی تمامیت‌خواه و بسته‌ی ایستادگی می‌کند و با مقاومت خود، «متن» شهر را به چندین شکل متفاوت خوانش می‌کند.

پرسه‌زن در وضعیت نقیضه‌وار خود در آفرینش «متن» می‌تواند به مثابه جامعه‌شناسی که در پی خواندن فضاهای شهری، کشف و رمزگشایی معنای آن است خیابان به متن تبدیل شده و در چشمان تیزبین پرسه‌زن به مکانی مملو از نشانه‌ها بدل می‌شود اما همان‌طور که بنیامین گفته است: پرسه‌زن همواره در معرض این خطر قرار دارد که تماشاچی ویتترین یا مشتری با هویت شناخته شده تقلیل یابد تغییر شکلی که به تعبیر فرگوسن، پایان ارتباط پرسه‌زن خواهد بود (فرگوسن، ۱۹۹۴: ۳۵).

#### پیر بوردیو:

بوردیو در کتاب «تمایز»<sup>۱</sup> به نقش مصرف و نظام‌های نمادین در هویت بخشیدن به طبقات اجتماعی اشاره می‌کند استدلال اصلی بوردیو این است که مبارزه بر سر معانی چیزها و خصوصاً معنای دنیای اجتماعی، جنبه‌ای از مبارزه طبقاتی است. از این جهت، می‌توان این بحث را همان بحث بازتولید به شمار آورد (جنکینز، ۱۳۸۵: ۲۲۳). از نظر بوردیو مصرف کالاهای فرهنگی عامل اساسی برجسته شدن تمایزات بین گروه‌های مختلف است «آدم‌ها در



طیفی از زمینه‌های فرهنگی به‌دنبال تشخیص می‌گردند، نوشابه‌هایی که می‌خورند (کولا یا یک نوشابه گران‌قیمت)، اتومبیل‌هایی که سوار می‌شوند (مرسدس بنز یا یک اتومبیل معمولی)، روزنامه‌هایی که می‌خوانند (نیویورک تایمز یا یک روزنامه عامه‌پسند)، استراحتگاه‌هایی که انتخاب می‌کنند (ریوایری فرانسه یا دیزی لند)» (ریتزر، ۱۳۸۴: ۷۲۹) لذا ادعای اصلی بورديو آن است که: افراد کالا را مصرف نمی‌کنند؛ بلکه آن‌ها نمادها را مصرف می‌کنند تا به‌وسیله آن تفاوت اجتماعی خود با دیگران را نشان دهند» (Lash, 1987: 293).

## ۲-۲. تعریف مفهومی و عملیاتی

مفهوم پرسه‌زنی: پرسه‌زن را ناظر مناظر شهر، خواننده متون شهری و عاشق جماعت می‌دانند. مد لباس‌ها، وسایل تزئینی، عمارت‌ها و ساختمان‌ها، فروشگاه‌ها، کتاب‌ها و هر چیز جدیدی که در شهر پدید می‌آید، از نگاه کنجکاو او دور نمی‌ماند. پرسه‌زن، نوعی شهوت نگاه کنجکاوانه برای دیدن مناظر شهری دارد (ویلسون، ۱۹۹۲: ۹۴). البته چنان‌که کیت تستر<sup>۱</sup> گفته است: «تعاریف ارائه شده در بهترین حالت مشکل و در بدترین حالت متناقض‌اند» (کیت تستر، ۱۹۹۴: ۷).

به‌طور کلی می‌توان گفت: «پرسه‌زنی» به مثابه‌ی یکی از کنش‌های بر ساخته‌ی ذهنی، محسوب می‌شود که «فضا و جغرافیای شهری» را با قدم‌زدن و راه رفتن در خیابان‌ها، محله‌ها، بازارها، کوچه‌ها و... متجسس می‌کند. لذا «پرسه‌زنی» نه صرفاً نشانه‌ای برای علافی، ولگردی و دیگر کنش‌های پست و بی‌معنا محسوب می‌شود. بلکه به مثابه‌ی نیرو و ساخت‌ی ذهنی بسیار عمیق و ژرف، در بر ساخته کردن فرهنگ هویت‌های حاشیه‌ای و سبک‌ها متفاوت زندگی به‌کار می‌آید.

تمایز و تمایززدایی: تمایز یعنی با هم فرق داشتن، جدا شدن و تمایززدایی به معنی از بین بردن تفاوت‌ها و شبیه شدن هست در حقیقت تمایز، توصیفی فوق‌العاده از خصوصیت مصرف فرهنگی گروه‌هایی است که به لحاظ فضایی و فراتر از آن در نسبت‌شان با ضرورت‌های مادی زندگی متمایز هستند به عبارت دیگر گروه‌های اجتماعی مختلف از چنان منش‌های متفاوتی برخوردارند که تجلی آن در گوناگونی مصرف‌شان نمود می‌یابد (جمشیدیها، ۱۳۸۶: ۳۰).

### ۳. روش پژوهش

روش پژوهش در مقاله حاضر با تکیه بر رویکرد کیفی است. به همین منظور از روش مشاهده مستمر، گفت‌وگو و مصاحبه عمیق جهت گردآوری اطلاعات بهره برده‌ایم. جامعه آماری، پرسه‌زنان خیابان هراز آمل هستند که از طریق نمونه‌گیری هدفمند، سوژه‌های مورد مطالعه و مصاحبه انتخاب شده و سپس به دو دسته تقسیم شده‌اند: دسته اول افرادی که خیابان را برای پرسه زدن انتخاب کرده‌اند شامل ۳۵ نفر از دختران و پسران جوان و دسته دیگر کسانی که موقعیت ثابتی دارند یعنی ۱۰ نفر از فروشندگان و بوتیک‌داران خیابان هراز که ما را در این پژوهش یاری نمودند. برای تجزیه تحلیل داده‌ها از روش مردم‌نگاری شهری استفاده شده چرا که مردم‌نگاری شهری ادراک این است که ما چگونه از طریق زندگی روزمره و فعالیت‌هایمان فضای شهری را معنادار می‌سازیم و شکل می‌دهیم یعنی تلاش برای خوانش شهر به مثابه یک متن فرهنگی انباشته از نشانه‌ها (فاضلی، ۱۳۹۲: ۲۰) در مورد روایی پژوهش که همان تکرارپذیری یافته‌ها می‌باشد (محمدپور، ۱۳۹۲: ۱۷۳) و جانشین مفهوم پایایی در تحقیق کم است (عباس‌زاده، ۱۳۹۱: ۲۸) باید گفت با توجه به اینکه پژوهش حاضر از نوع کیفی می‌باشد؛ و پایایی و اطمینان‌پذیری تحقیق کیفی، با قابل اعتماد بودن داده‌های جمع‌آوری شده، صحت آنها و همچنین دقت به‌کار رفته در روش اجرای تحقیق ارتباط دارد؛ بنابراین پایایی این پژوهش و به‌کارگیری روش مناسب برای اجرای پژوهش، پایداری و اطمینان‌پذیری پژوهش تضمین می‌شود.

### ۴. یافته‌های پژوهش

برای تبیین یافته‌ها، بر اساس سؤالات پژوهش، پس از بررسی مصاحبه‌ها، مفاهیم و مقولات اصلی هر سؤال انتخاب و عناوینی به آنها اختصاص داده شد که در ادامه طی جداول جداگانه بررسی می‌شود.

جدول ۱: اطلاعات مربوط به پرسه‌زنان

متغیر	تحصیلات					
	زیر دیپلم	دیپلم	کاردانی	کارشناسی	کارشناسی ارشد	بومی
زن	۰	۱	۸	۳	۳	۱۲
مرد	۸	۳	۳	۲	۲	۱۱
جمع	۱۰	۴	۱۱	۵	۵	۲۳

تقریباً تمام دختران پرسه‌زن هراز، تحصیلات دانشگاهی دارند (به جز یک نفر) اما پسران معمولاً از تحصیلات کمتری نسبت به دختران برخوردارند و حتی برخی تحصیلات زیر دیپلم نیز دارند. پسران بومی آمل و غیربومی تقریباً به یک اندازه علاقه‌مند به پرسه‌زنی در هراز هستند. اگرچه تعداد پسران غیربومی در هراز بیشتر می‌باشند؛ اما تعداد دختران بومی آمل که برای پرسه‌زنی به خیابان هراز می‌آیند بسیار اندک است و بیشتر دخترانی که در هراز پرسه‌زنی می‌کنند؛ دختران غیربومی می‌باشند.

جدول ۲: اطلاعات مربوط به پرسه‌زنی

بیش از ۳ نفر	تعداد نفرات زبان پرسه‌زنی			دفعات پیمودن خیابان				میزان حضور در خیابان هراز				روزانه	جمع
	۳ نفره	۲ نفره	تنهایی	نمی‌دانم	بیش از دو بار	دو بار	فقط یکبار	ماهانه	هفتگی	در هفته چند بار			
۱	۵	۸	۰	۲	۱	۸	۴	۰	۳	۵	۷	زن	
۵	۷	۳	۱	۳	۶	۹	۲	۰	۱	۲	۱۷	مرد	
۶	۱۲	۱۱	۱	۵	۷	۱۷	۶	-	۲	۷	۲۴	جمع	

اکثر پرسه‌زنان، روزانه و یا در هفته چندین بار به این خیابان می‌آیند؛ تا به پرسه‌زنی بپردازند. البته بیشتر تمایل دارند تا هر روز ساعاتی از وقت خود را به پرسه‌زدن در هراز بپردازند. اکثراً طول این خیابان را دوبار می‌پیمایند. اگرچه دختران بیشتر ترجیح می‌دهند ۱ الی ۲ بار آن هم در گروه‌های دو نفره طول خیابان (هراز) را به پرسه‌زنی مشغول شوند؛ اما پسران از پیمودن مکرر خیابان ابایی ندارند و گاه بیش از ۲ بار و در گروه‌هایی بزرگ‌تر به پرسه‌زنی می‌پردازند.

جدول ۳: بهره‌گیری از مراکز خرید

متغیر	عدم توجه به مراکز خرید	تماشای ویتترین و کالاها	خرید از مغازه‌ها و بوتیک‌ها	رفتن به کافی‌شاپ و فست فود و...
زن	۳	۴	۲	۶
مرد	۱۴	۱	۰	۵
جمع	۱۷ نفر	۵ نفر	۲ نفر	۱۱ نفر

دختران نمی‌توانند به مراکز خرید بی‌توجه باشند؛ آن‌ها در حین پرسه‌زنی به تماشای ویتترین‌ها می‌پردازند و گاه حتی از مغازه‌ها و بوتیک‌ها خرید می‌کنند؛ اما بیشترین بهره‌ای که از امکانات خیابان هراز می‌برند رفتن به کافی‌شاپ‌ها و فست فودها می‌باشد. همین‌طور

پسران نیز به غیر از قدم‌زدن در خیابان هراز از رفتن به کافی‌شاپ‌ها و فست‌فودها نیز بی‌نصیب نمی‌مانند؛ اما پسران توجهی به مراکز خرید هراز ندارند. آنها معمولاً به تماشای ویتترین‌ها و کالاها نمی‌پردازند و خریدی انجام نمی‌دهند.

### اطلاعات به‌دست‌آمده از گفتگو با پرسه‌زنان

جدول ۴: بررسی علل گرایش به پرسه‌زنی در خیابان هراز (گفتگو با پرسه‌زنان)

گذران اوقات فراغت	پرکردن زمان بیکاری
	صرفاً قدم زدن
	انتخاب کالا و خرید
بهره‌گیری از مراکز خرید و...	صرفاً تماشای مراکز خرید
	آگاهی از آخرین مدها و قیمت‌ها
	چشم‌چرانی (نظربازی)
پرسه‌زنی و اکتفا به لذت آنی	متلک گفتن و تکیه‌پرانی
	پرسه‌زنی در مکانی امن و پرازدحام
	پیدا کردن دوستان هم‌جنس و گسترش گروه دوستان
پرسه‌زنی با هدف ارتباط با سایرین	آشنایی با جنس مخالف
	یافتن دوستان هم‌جنس یا از جنس مخالف برای دورهمی، مصرف علف، مشروب و...

- گذران فراغت:

به‌طورکلی پرسه‌زنان برای پرکردن زمان بیکاری و صرفاً قدم زدن به خیابان هراز می‌آیند و اساساً با امکانات این خیابان (نظیر پاساژها، بوتیک‌ها و...) کاری ندارند بلکه از این خیابان به منزله پاتوق و محل گذران فراغت استفاده می‌کنند چنان‌که یکی از دختران پرسه‌زن در هراز می‌گوید: «سرگرمی دیگری جز قدم‌زدن و وجب‌کردن سنگ‌فرش‌های هراز نداریم تازه با این کار مدهای جدید را هم می‌بینیم». یا سعید، پرسه‌زن دیگر می‌گوید: «من همیشه دنبال یک جای شلوغ برای گشت زدن هستم هراز‌گردی هم برای پر کردن اوقات فراغت هست هم یک تفریح در یه جای شلوغ پر از دختر پسر جوان» آن‌چه مسلم است پرسه‌زنان هراز توانسته‌اند از خیابان (هراز) که باید کارکردهای خاص خود، از مسیر عبور و مرور بودن اتومبیل‌ها گرفته تا دسترسی افراد به فضاها و مکان‌های اداری، تجاری و ... و انجام بخش عظیمی از کنش معاملات روزمره نظیر خرید و فروش، استفاده دیگری نمایند. ایشان از

خیابان هراز مصرف دلخواه خود را دارند یعنی پرسه‌زدن و گذران فراغت لذا می‌توان گفت به نوعی آفرینش و بازشکل‌دهی در نحوه استفاده از این خیابان دست زده‌اند.

- بهره‌گیری از مراکز خرید و ...

منظور از بهره‌گیری از مراکز خرید تنها منحصر به انتخاب کالا و خرید نمی‌باشد بلکه می‌تواند مصرف ویتترین‌ها (صرفاً تماشای کالاها)، تماشای مراکز خرید و حتی کسب آگاهی از مدها و قیمت‌ها باشد. اگرچه تعدادی از افراد، یا ساکنین این خیابان می‌باشند و یا با هدف خرید به خیابان هراز می‌آیند اما به دلیل اینکه در زمره پرسه‌زنان قرار نمی‌گیرند در این پژوهش به آن‌ها نپرداختیم و فقط به ذکر اطلاعاتی که از پرسه‌زنان کسب کردیم می‌پردازیم. طبق نظر اکثر افراد مورد مطالعه کمتر کسی از پرسه‌زنان حاضر به خرید می‌شود حتی به ندرت اتفاق می‌افتد که وقت خود صرف تماشای ویتترین‌ها و مراکز خرید کنند همان‌طور که دو تن از پسران پرسه‌زن می‌گویند: «ما هراز می‌ایم تا خوش بگذرونیم کاری به ویتترین و پاساژ و این حرف‌ها هم نداریم. الکی هم پول نمی‌دهیم این‌جا جنس گران بخریم» اما دختران اگر چه گاهی تمایل به خرید دارند ولی بیشتر ترجیح می‌دهند به تماشای ویتترین‌ها و کالا بپردازند تا از آخرین قیمت‌ها و مدها آگاه شوند البته از آنجا که بعد از آگاهی خود را ملزم به پیروی از مد می‌دانند و یا به خاطر مقاومت در برابر وسوسه خرید سعی در بی‌توجهی به امکانات هراز (نظیر بوتیک‌ها، پاساژ و مغازه‌ها) می‌کنند «من عاشق تماشای طلا و جواهرات و لباس هستم به هر مغازه یا بوتیکی که می‌روم اول یک دل سیر نگاه می‌کنم و بعد به راهم ادامه می‌دهم. تو شهر خودمون هم همین‌طور هستم ولی اینجا قیمت‌ها بالاترند منم دانشجوی هستم خیلی نمی‌توانم ولخرجی کنم به خاطر همین فقط نگاه می‌کنم؛ تا از قافله عقب نمونم. لاقبل بدونم چی مد شده چی از مد افتاده...» دوستش می‌گوید: «من اصلاً دوست ندارم مثل این مدام پشت ویتترین هر مغازه‌ای بایستم چون دلم نمی‌خواهد اعصابم خرد بشه که مثلاً فلان مانتوی من از مد افتاده یا من چرا نمی‌توانم فلان مدل لباس را بخرم. اگه بخوام به این چیزها توجه کنم و پشت هر ویتترینی بایستم افسرده می‌شم .... اما بعضی وقت‌ها با اینکه با خودم خیلی کلنجار می‌رم که خرید نکنم همیشه و آخر مجبور به خرید می‌شوم؛ پس بهتر هست اصلاً توجهی به مغازه‌ها و ویتترین‌ها نکنم. آدم همین که پا به هراز می‌گذاره و این همه دختر پسر جوان می‌بینم که هر روز به چیزی مد می‌کنند و به مدلی می‌پوشند دیگه نیازی نیست به ویتترین‌ها نگاه کنه ... اونها خودشون انگار ویتترین هستند...» با توجه به اینکه خیابان هراز در منطقه نسبتاً مرفه‌نشین شهر آمل

واقع شده است و معمولاً مراکز خرید آن (به‌طور مشخص بوتیک‌های لباس‌فروشی و دکوراسیون) اصولاً کالاهایی نسبتاً گران‌قیمت را برای فروش عرضه می‌کنند که طبقات پایین و گاه متوسط توان خرید آن را ندارند. استفاده از این مکان و خرید از هراز به خصوص در برخی اجناس (چون لوازمی که مصرف تجملاتی دارند) نشان از تمایز و منزلتی است که خریداران و افراد با پایگاه اقتصادی بالا را از دیگران جدا می‌کند این یعنی ساختارهای متناسب با ایجاد تمایز وجود دارد و این خیابان با تمامی مراکز خریدش ایمازی<sup>۱</sup> منحصر به فرد از گروه‌های با منزلت جامعه می‌باشد گرچه تمایز بدیهی به نظر می‌رسد اما نکته مهم در هراز فرآیند تمایززدایی است چرا که هدف اصلی پرسه‌زنان تنها پرکردن فراغت و استفاده خاص از خیابان است که باید کارکردهای دیگری داشته باشد.

- پرسه‌زنی و اکتفا به لذت‌آنی

هدف از پرسه‌زنی در خیابان هراز گذران فراغتی است که گاه همراه با لذتی‌آنی می‌باشد یعنی ایجاد ارتباط محدود به زمان و مکان هراز نظیر، نظربازی و چشم‌چرانی، متلک گفتن و شیطنت‌هایی این‌چنین در مکانی امن و پرازدحام «اینجا امن‌ترین جای آمل و اطراف برای قدم‌زدن و پُرکردن زمان بیکاری هست چهارتا متلک میگی چهارصد تا جواب می‌شنوی اون وسط حواست هم به تیپ و قیافه بقیه دخترها هم هست».

- پرسه‌زنی با هدف ارتباط با سایرین

گاه هدف پرسه‌زنان از پیمودن خیابان هراز شکل دیگری به خود می‌گیرد و هراز‌گردان که اکثراً افراد غیربومی و دانشجویان هستند به دنبال پیدا کردن دوستان جدید یا آشنایی و مصاحبت با جنس مخالف می‌باشند در برخی موارد این آشنایی‌ها برای دوره‌می‌ها و حضور در میهمانی‌های مخصوص و خوشگذرانی می‌باشد که با توجه به اینکه هراز مملو از جوانانی با تیپ‌های شخصیتی متفاوت می‌باشد لذا کسانی که با این هدف در هراز قدم می‌گذارند به راحتی می‌توانند به مقصود خود برسند. «برای آشنایی و ارتباط با آدم‌های جدید و ... به هراز می‌ایم با بچه‌های دانشگاه‌های دیگه آشنا می‌شویم یه جا دوره‌می باشه به هم اطلاع می‌دهیم» انگیزه بیشتر پرسه‌زنان تنها پرکردن فراغت، دوست‌یابی و درآمدن از تنهایی است و این‌ها همه با پا گذاشتن به هراز امکان‌پذیر می‌باشد اما همین توقعات به ظاهر اندک، بعدها ایشان را به تفریحات آسیب‌زا کشانده است نظیر حضور در پارتی‌های مختلط و مصرف مواد مخدر و... «معمولاً در دوره‌می‌ها مشروب هست بعضی بچه‌ها چیزهای دیگه‌ای هم

1. Image

مصرف می‌کنند بستگی به مهمان‌ها دارد... برای میهمانی‌های خیلی صمیمی معمولاً بچه‌ها ساقی معرفی می‌کنند برای علف و پنیر و چیزای دیگه».

### اطلاعات به دست آمده از صاحبان مغازه‌ها و بوتیک‌ها

جدول ۵: بررسی علل گرایش به پرسه‌زنی در خیابان (گفتگو با صاحبان مغازه و بوتیک)

عدم ممنوعیت پرسه‌زنی	جوانان با خیال راحت می‌توانند به پرسه‌زدن ادامه دهند بی‌آنکه منکرات به آنها کاری داشته باشد (برخلاف مکان‌هایی چون محمودآباد که به مأمورآباد معروف شده)
عدم تحقیر پرسه‌زن	پرسه‌زنی در خیابان هراز امری عادی تلقی می‌شود و افراد بدون اینکه تحقیر شود بارها مسیر را طی می‌کنند.
عدم صرف هزینه	جنگل، دریا، سینما و... نیاز به مصرف هزینه دارد ولی هرازگردی مجانی است.
مکان مناسب برای آشنایی	بهترین و شلوغ‌ترین مکان آمل برای آشنایی جوانان با هم و انتخاب یکدیگر
امنیت بالای خیابان	این خیابان مأمنی برای جوانان تا دیروقت می‌باشد چیزی که شاید در هیچ‌جای آمل وجود ندارد.
استتار در لباس خریدار	هدف پرسه‌زنی است اما پرسه‌زن وقتی احساس کند که بیش از اندازه به پیمودن مکرر خیابان پرداخته و یا ساکنین او را بارها دیده‌اند مجبور می‌شوند خرید کند و یا قیمت‌ها را جویا شود.
تماشای کالاها از ویتترین	به دلیل آگاهی از آخرین مدها و قیمت‌ها و خرید آبی
انتخاب و خرید کالا	به دلیل وجود مراکز خرید فراوان و تنوع کالا به این خیابان می‌آیند.
خودنمایی و تظاهر به مرفه بودن	شکل‌گیری نیازهای کاذب در مواجهه با آخرین مدها (سبک پوشش و آرایش)، احساس حقارت و خودکم‌بینی، نیاز به دیده شدن

#### - عدم ممنوعیت پرسه‌زنی

صاحبان بوتیک‌ها و مغازه‌داران، رواج پرسه‌زنی در هراز را به علت عدم ممنوعیت پرسه‌زنی در این خیابان و عدم تحقیر پرسه‌زنان می‌دانند. یکی از مشاورین املاک در هراز می‌گوید: «اینجا مأمور آباد (محمودآباد) نیست که مأمورها به جوان‌های مردم گیر بدهند که چرا باهم تو خیابون پرسه می‌زنید و...» همان‌طور که یکی از پرسه‌زنان هم می‌گوید: «تمام کسانی که به اینجا می‌آیند برای پرسه‌زنی می‌آیند خیابان هراز به پرسه‌زنی معروف هست». صاحب یکی از فست‌فودی‌های هراز می‌گوید: «جوان‌ها چکار کنند نه شغلی و نه سرگرمی دارند بیشتر این‌ها غریب هستند به هراز می‌آیند قدمی بزنند با هم خوش باشند. چه اشکالی دارد؟ تازه برای ما هم بهتر هست اینجا تا دیروقت شلوغ هست بالاخره ما هم کاسب هستیم».

## - عدم تحقیر پرسه‌زن

در میان پرسه‌زنان غیربومی کسانی هستند که اوایل ورود و سکونت در آمل به دلیل اینکه نسبت به پرسه‌زدن حس خوبی نداشتند و تصور می‌کردند این امر موجب تمسخر ایشان می‌شود از فضای باز هراز به مکان سرپوشیده مغازه‌ها و پاساژها پناه می‌برند با تصور اینکه پرسه‌زنی، بدبینی‌های اجتماعی را به همراه دارد. «اوایل که یک مسیر را تکرار می‌کردیم خجالت می‌کشیدیم به خاطر همین به ویتترین‌ها هم نگاه می‌کردیم داخل پاساژ و مغازه‌ها می‌رفتیم اما الان می‌دانیم که پرسه در هراز پذیرفته شده هست این تفریح دانشجویهاست» یکی از کسبه می‌گوید: «اینجا کسی جوان‌ها را اذیت نمی‌کند که چرا تو خیابون چرخ می‌زندی، دعوا و درگیری هم پیش نمیداد که شلوغ نکنید یا مانع کسب نشوید حالا اگه هر جای دیگه باشه مردم ناراحت می‌شوند که چرا به مشت جوان بیکار تو خیابون می‌چرخند. اینجا محل گذر زن و بچه هست؛ خانواده زندگی می‌کنه اما تو خیابون هراز کاری به کارشون ندارند».

## - عدم صرف هزینه

پرسه‌زدن در هراز یا هر جای دیگری نیاز به صرف هزینه ندارد و با جیب‌خالی هم، سر سازگاری دارد حال آن‌که گذران فراغت و تفریح معمولاً هزینه‌بر می‌باشد «جوان‌ها لازم نیست برای هرازگردی پولی خرج کنند یا هزینه‌ای بدهند اما هر جای دیگری که بخواهند بروند حتماً باید دست به جیب شوند و پول خرج کنند».

## - مکان مناسب برای آشنایی

اکثر بوتیک‌دارها و مغازه‌داران مورد مطالعه معتقدند هراز مکان مناسبی برای آشنایی پرسه‌زنان با یکدیگر است «این خیابان بهترین و شلوغ‌ترین جای آمل برای آشنایی جوان‌ها با هم و انتخاب یکدیگر هست...»

## - امنیت بالای خیابان

ساکنان هراز و صاحبان مغازه‌های آن، امنیت بالای خیابان برای پرسه‌زنان و عدم مزاحمت برای ایشان (از طرف منکرات و...) را یکی از دلایل پرسه‌زنی در این خیابان می‌دانند این خیابان مأمّن جوانان تا دیروقت هست؛ چیزی که شاید در هیچ جای آمل وجود ندارد.

## - استتار در لباس خریدار

«خیلی سخت می‌توان خریدار را از پرسه‌زن تشخیص دارد هر دو به ویتترین‌ها و جنس‌ها نگاه می‌کنند آن‌ها را برمی‌دارند، برانداز می‌کنند، قیمت می‌پرسند و می‌روند»



(سوغات‌فروشی هراز). البته صاحبان بوتیک‌ها هم به‌خصوص، تمایل چندانی به دادن لباس به دانشجویها برای پرو ندارند چرا که تجربه به آنها ثابت کرده به‌ندرت دانشجویان واقعاً به هدف خرید پا به مغازه می‌گذارند «روزی صد نفر به این بوتیک می‌آیند؛ اگر قرار باشد به همه روی خوش نشان بدهم و برای همه وقت بگذارم چه کسی خسارتی که به من وارد می‌شود را جبران می‌کند؟ من نمی‌خواهم تاوان پرسه‌زنی دانشجویان را بدهم. نگاه می‌کنم اگر چند جوان دانشجوی غریب بودند؛ اول قیمت می‌گویم بعد می‌پرسم اگر واقعاً قصد خرید دارید پرو کنید...» یکی از پرسه‌زنان هم می‌گوید: «وایل مجبور به پرو یا خرید هم می‌شدیم اما الان می‌دانیم قدم‌زدن عیب نیست» لذا بعد از اینکه جوانان پرسه‌زنی در هراز را امری عادی تلقی می‌کنند دیگر تمایلی به خرید یا صرف وقت برای تماشای ویتترین یا پرو لباس نمی‌کنند «شاید طول این خیابان را بیش از ده بار طی می‌کنیم قدم‌زدن عیب نیست». پرسه‌زنان اگرچه گاهی به مراکز خرید وارد می‌شوند اما کالاها به ایشان تعلق ندارد و اینان معمولاً خریدار نمی‌باشند بلکه صرفاً خویش را به شکل خریدار استتار نموده‌اند «هدف دانشجویها بیشتر قدم‌زدن هست اما به بهانه اینکه می‌خواهند خرید کنند به چند تا مغازه هم سر می‌زنند تا معلوم نباشد که بی‌دلیل به هراز آمده‌اند» (بوتیک‌دار). بیشتر آنها نه به قصد خرید و نه توان خرید دارند بلکه خود را در استفاده از خیابان و زرق و برق آن سهیم می‌دانند اما نه به این دلیل که نمی‌خواهند، بپذیرند این مکان و مراکز خریدش برای گروه‌های نسبتاً مرفه است چرا که آنان به نشانه اعتراض از تمایزات و خارج کردن این خیابان از سلطه ثروتمندان به هراز نیامده‌اند و هدفشان صرفاً گذران فراغت می‌باشد استفاده ایشان از هراز و امکاناتش متفاوت هست (و مصرف خاص خود را از آن دارند) اما گاه مجبور هستند تا احساس بیگانگی خویش را پنهان دارند و خود را به شکل خریدار استتار کنند.

- تماشای کالا از ویتترین

مغازه‌دارها و بوتیک‌داران معتقدند خیابان هراز به‌دلیل تراکم مراکز خرید و عرضه متنوع کالاها جوانان را جذب می‌کند گاه پرسه‌زنان بدون هدف خرید به تماشای کالاها می‌پردازند و گاه به‌دلیل علاقه‌مندی و یا تنها از روی کنجکاوی و فرار تکراری و پیمودن مکرر خیابان قیمت‌ها را جویا می‌شوند و از آخرین مدها و قیمت‌ها هم مطلع می‌شوند.

- انتخاب و خرید کالا

گاهی جوانان به قصد خرید به خیابان هراز می‌آیند به انتخاب و خرید کالا می‌پردازند و در جایگاه خریدار قرار می‌گیرند؛ اما استفاده ایشان بیشتر از فست‌فودی‌ها و کافی‌شاپ‌ها و

در برخی موارد سوغات‌فروشی‌ها می‌باشد چنانکه یکی از کسبه می‌گوید: «جوان‌ها بیشتر سراغ ساندویچی‌ها و پیتزا فروشی‌ها می‌روند همین بستنی‌فروشی... از شلوغی قیامته، کاری به کیف و کفش فروشی و لباس فروشی ندارند آگه هم یه موقع بیان برای قیمت کردن هست نه خرید. موقعی هم که می‌خواهند به شهرهاشون برگردند آخرای ترم سوغات فروشی‌ها قُلُقُلَه جمعیت هست.»

- خودنمایی و تظاهر به مرفه بودن

هرچند اکثر پرسه‌زنان با خیال راحت (بدون تحقیر شدن و نگاه سنگین دیگران) به پرسه‌زنی مشغول هستند و پس از باور این مسأله که هراز تنها یک خیابان برای عبور و مرور اتومبیل‌ها و افرادی که ساکن خیابان یا مصرف‌کننده خدمات و کالاها و یا فروشندگان نیست بلکه هراز مکانی هست که برای پرسه زنان آغوش باز کرده و روزانه پذیرای تعدادی زیادی افراد هست که صرفاً با هدف پرسه‌زنی وارد این خیابان می‌شوند و ایرادی به پرسه‌زنی ایشان وارد نیست (چرا که پرسه‌زنی امری پذیرفته شده محسوب می‌شود) پس لزومی ندارد که خود را تا مرتبه خریدار تنزل دهد؛ اما ضروری است که خود را هم‌شأن و منزلت ساکنین هراز درآورد و گاه حتی فراتر از آن، ما این را به راحتی در پوشش و آرایش اغراق‌آمیز پرسه-زنان می‌بینیم (که تنها به دلیل احساس حقارت و یا نیاز به دیده شدن، هویت طبقاتی خود را پنهان می‌کنند) این خیابان پر شده از بوتیک‌ها و مغازه‌های متعددی که نوبت به نوبت گشایش یافته و ظاهر شیک خود را در معرض دید مردم می‌نهند و پرسه‌زنان بی‌توجه به آن و گاه با نگاهی سرسری از کنار آنها به قدم‌زدن می‌پردازد. گرچه این افراد تمایلی به تماشای خرید ندارند؛ اما اگر بگوییم کسی از میان افرادی که مدام در خیابان هراز پرسه می‌زنند وجود دارد که با مدهای روز آشنایی چندانی ندارد و یا به آن اهمیتی نداده و مخالف هرگونه مد و مدگرایی است؛ بعید به نظر می‌رسد که این شخص بعد از مدت کوتاهی به سمت‌وسوی مدگرایی حرکت نکند؛ چرا که ناچار است در حین عبور و مرور در این خیابان، آخرین مدل‌ها و مد روز را که توسط برخی هرازگردان و یا بوتیک‌ها عرضه می‌شود را ببیند و تحت تأثیر آن قرار می‌گیرد.

لذا نیازهای کاذب با پرسه‌زدن در این خیابان معروف و با همان نگاه سرسری به وجود می‌آید اگرچه همان‌طور که گفته شد اکثر پرسه زنان خریدار و مصرف‌کننده اجناس این خیابان نیستند، اما با آخرین مدها مواجه می‌شوند و این نیاز در آنان به وجود می‌آید که خود را با ساکنین این خیابان یکرنگ کنند. چنان‌که مشاهده کرده‌ایم همه پرسه‌زنان سعی دارند

سبک پوشش و آرایش خود را به طبقات مرفه نزدیک کنند تا جایی که تمایز چندانی در ظاهر طبقه متوسط و مرفه معلوم نیست.

لذا پیوند اغنیا و سایرین و حضور طبقات مختلف در این خیابان موجب شده تا نظام معنایی که به واسطه سرمایه‌داری تولید می‌شود متزلزل گردد چرا که دیگر گروه‌های مختلف از هم قابل تمایز نیست و نوع پوشش دیگر معرف طبقه خاصی نیست. از این رو هویت طبقاتی، از طریق شبیه شدن گروه‌ها در حال رنگ باختن است. پرسه‌زنان به دلیل اینکه وضعیت «حال» شان را تعیین‌کننده هویت و پایگاه خود می‌دانند سعی دارند ظاهرشان را (سبک پوشش و آرایش) را آن‌گونه کنند که وانمود شود از طبقات مرفه هستند.

### بحث و نتیجه‌گیری

خیابانگردی و پرسه‌زنی وقتی به‌عنوان آسیب قابل بررسی است که به شکل یک تفریح و امری پذیرفته شده برای گذران فراغت در جامعه رواج پیدا کند. پرسه‌زنی در هراز هم به علت پذیرفته شدن آن به‌عنوان تفریح دانشجویان و جوانان سبب شده تا لشکر جوانانی که سرمایه‌های گرانقدر اجتماعی این کشورند را به‌سوی خود جلب کند. به هوای گذران فراغتی که برایش نقشه‌ای ندارند و یا تفریحی که مجانی است. آری پرسه در هراز شاید تنها تفریحی است که با جیب خالی سر ناسازگاری ندارد و هراز شاید تنها جایی هست که جوانان در آن برای پرسه‌زدن امنیت دارند. اگرچه در جامعه مدرن بر نفس پرسه‌زنی ایرادی وارد نیست اما چرا جوانان باید به این مکان برای پرسه‌زدن بیایند؟ و اصلاً مصرف جوانان از خیابان هراز چگونه است؟ و آیا پرسه‌زدن در خیابان هراز باعث تغییر در سبک زندگی پرسه‌زنان می‌شود؟

یافته‌های ما از این پژوهش نشان داد:

بین دو جنس تفاوت رفتاری مشاهده می‌شود؛ طوری که دختران نمی‌توانند به زرق و برق خیابان و مکان‌های خرید بی تفاوت باشند و گاه خود را مجبور به استتار در لوای خریدار می‌کنند. دختران به پرسه‌زدن در گروه‌های کوچک ۲ الی ۳ نفره علاقه‌مند هستند و بیشتر با هدف گذران فراغت در محیطی امن و آگاهی از آخرین مدها و حضور در فضاهای لوکس نظیر پاساژها و نیز دیده شدن به این خیابان می‌آیند؛ اما پسران از قدم زدن در گروه‌های بزرگ‌تر و پیمودن مکرر پیاده‌رو ابایی ندارند و هرگز خود را به شکل خریدار استتار نمی‌کنند یا همان‌طور که جهانگیری (۱۳۹۴) در پژوهش خود می‌گوید پرسه‌زن به‌دنبال کالاهای

لوکسی که زرق و برق آنها در ویتترین‌ها چشم‌ها بیننده‌ای را خیره می‌کند نیست. پرسه‌زنان هراز هم از این قانده مستثنی نیستند آنها معمولاً به دلیل بی‌هزینه بودن پرسه‌زنی و یافتن دوستان جدید، آشنایی و مصاحبت با جنس مخالف به پرسه‌زنی در هراز رو آورده‌اند. چاووشیان (۱۳۹۴) نیز در مطالعه خود فضای پرسه‌زنی شمال شهر تهران، را به‌عنوان یکی از میدان‌های اصلی فراغت جوانان و نوجوانان تهرانی فضایی به‌شدت مسأله‌آفرین می‌داند که منجر به کم‌رنگ شدن فضاهای گذران فراغت جوانان (قشر متوسط) و تقلیل یافتن کارکرد آن به برقراری ارتباط با جنس مخالف دانسته است. محمدپور (۱۳۸۹) نیز همراستای این پژوهش چنین نتیجه می‌گیرد که پاساژها فضایی نمادی شده برای مصرف-تظاهری، تمایز جنسیتی و دوست‌یابی‌اند.

اگرچه هدف از پرسه‌زنی جوانان در خیابان هراز صرفاً قدم زدن و گذران فراغتی همراه با لذت‌های آنی (نظیر نظربازی، متلک گفتن و بهره‌مندی از مکانی امن و پر ازدحام) می‌باشد و یا به علت افزایش کنش‌های ارتباطی نظیر آشنایی و مصاحبت با جنس مخالف، گسترش گروه دوستان برای دعوت و ورود به دور همی‌ها و مصرف مشروبات، علف و پنیر و سایر مخدرها و گاه آشنا شدن با ساقی‌ها می‌باشد اما به دلیل حضور در این خیابان (حال با هر هدفی که باشد) خود را ملزم می‌دانند که سبک پوشش و آرایش خود را با مکان (بالا شهر) هماهنگ کنند که این منجر به تمایز زدایی می‌شود. هر چند پرسه‌زنان با هدف اعتراض از تمایزات و خارج کردن این خیابان از سلطه ثروتمندان به هراز نیامده‌اند و صرفاً مصرف دلخواه خود را از خیابان هراز دارند. اما باعث می‌شوند ماهیت این مکان که به نظر باید در انحصار ثروتمندان و خریداران باشد دگرگون شود.

پژوهش شفيعی (۱۳۹۴) نیز نشان داد اقشار فرودست لزوماً نگرش انتقادی به فضا را نمایندگی نمی‌کنند همان‌طور که کاظمی و رضایی (۱۳۸۷) معتقدند پرسه‌زنی در ایران، زندگی گروه‌های فرودست شهری را شکل داده که نه از طریق مصرف کالاها بلکه از طریق مصرف فضاها سبک زندگی خود را نمایش می‌دهند در همین راستا، محمدی و جهانگیری (۱۳۹۴) نیز معتقدند پرسه‌زنان به میانجی تسخیر نمادین این عرصه‌ها و فضاهای همگانی و خلق نظام‌های معنایی خاص خود سعی در باز شکل‌دهی و آفرینش این عرصه‌های شهری دارند.

ما نیز در این پژوهش به این نتیجه رسیدیم که زرق و برق خیابان و امکاناتش تأثیر چندانی در حضور جوانان به این مکان نداشته است. شاید در ابتدای امر، چنین به نظر برسد؛

اما مهم‌ترین علت حضور جوانان پذیرفته شدن، پرسه‌زنی در این مکان و تأیید آن به‌عنوان تفریح جوانان در انتظار عمومی است؛ و این امتیازی بزرگ است که جوانان بی‌هیچ محدودیتی به راحتی بتوانند به شکل واکنشی در خیابان هراز حضور یابند؛ واکنش به بی‌توجهی به نیازهای جوانان و فرصت ارضاء بسیاری از این نیازها، شاید حضور واکنشی خطرناک باشد جوانان هرازگرد به شکل واکنشی به این خیابان آمده‌اند. البته آنان قصد واکنش به تمایزات و یا در هم ریختن نظام تمایزات را ندارند؛ اما سردمداران تمایزدایی از هراز می‌باشند و با حضور مداوم خود نمی‌گذارند یک خیابان پرزرق و برق با تمام امکاناتش برای تعداد محدودی از افراد قابل استفاده باشد اگرچه هراز و امکاناتش متعلق به همه مردم است چه بتوانند از آن همان مصرفی را داشته باشند که برایشان در نظر گرفته شده و چه مصرف دلخواه؛ مهم این است که هراز از سلطه ساکنین و خریداران خارج شده است و یک خیابان با کارکرد عبور مرور رهگذران، تبدیل به پاتوق جوانان برای پرسه‌زنی شده است که امروز آمده‌اند و فردا می‌مانند و با حضور مداوم، سبب به هم ریختن تمایزات شده‌اند.

محمدی و همکارانش (۱۳۹۴) نیز پرسه‌زنی را پراکسیس اجتماعی می‌دانند که از طریق آن گفتمان رسمی مسلط بر عرصه‌های شهری که سعی در تثبیت و شکل‌دهی این عرصه‌ها را دارد به چالش کشیده می‌شود و پرسه‌زنان به میانجی تسخیر نمادین این عرصه‌ها، با خلق نظام معنایی خاص خود سعی در بازتولید فضاهای گفتمانی و ارائه خوانش‌های متفاوت را در این عرصه‌ها دارد.

پرسه‌زنان هراز نیز اگر چه به واقع هیچکدام به قصد تمایزدایی به هراز پا نگذاشته‌اند، بلکه صرفاً نمی‌خواهند از زرق و برق خیابان هراز بی‌نصیب باشند. هر چند به‌واسطه پرسه‌های مکرر، خود را ملزم می‌دانند با ساکنین این خیابان یکرنگ کنند و یا سبک پوشش و آرایش خود را به طبقات مرفه نزدیک کنند تا جایی که تمایز چندانی در ظاهر پرسه‌زنان که بیشتر از طبقه متوسط می‌باشند با خریداران یا ساکنین هراز مشخص نیست. همانطور که جهانگیری (۱۳۹۴) می‌گوید پرسه‌زن با حضور در عرصه‌های شهری تمایز زدایی می‌کند و به‌گونه‌ای حضور می‌یابد که دیگر نمی‌توان او را از سایر افرادی که متعلق به طبقات فرادستاند تمیز داد دیگر نمی‌توان گفت محله‌های بالا شهر با همه تجملات آن دیگر در تسخیر فرادستان است و تنها آنان هستند که در این مکان‌ها حضور می‌یابند؛ فرادست و فرودست از همدیگر قابل تفکیک نیستند. حضور پرسه‌زنان و شباهت ظاهری آنان با فرادستان مانع شکل‌گیری هرگونه هویت متمایز می‌شود.

اگرچه نظیر این خیابان در اکثر شهرها وجود دارد و شاید خیابان هراز نسبت به بسیاری از خیابان‌ها که در شهرهای دیگر وجود دارد نه زرق و برق و نه امکانات خاصی داشته باشد. بلکه هراز یک نوع معروفیت کاذب یافته، آن هم به واسطه پرسه‌زنان، قطعاً خیابان هراز یکی از بهترین و پر زرق و برق‌ترین خیابان‌های شهر آمل است اما این نمی‌تواند جذابیتی برای پرسه‌زنانی (غیر بومی) داشته باشد که در شهر خود خیابان‌هایی مجهزتر و بهتر دارند و لذا نمی‌توان ادعا کرد که پرسه‌زنان به قصد تمایز زدایی وارد این خیابان شده باشند اگرچه این اتفاق با ورود ایشان به هراز می‌افتد اما مهم‌ترین دلیل حضور پرسه‌زنان در وهله اول پذیرفته شدن پرسه‌زنی در این خیابان و نیاز به مکانی امن برای گذران فراغتی بی‌برنامه و نیاز به لذت دیده شدن و دیدن می‌باشد؛ که متأسفانه خود خطر بزرگی است و مسؤولین به آن بی‌توجه‌اند، عدم برنامه‌ریزی دقیق و درست مبتنی بر نیازهای واقعی جوانان، دادن فرصت پرسه‌های پی در پی و قرار گرفتن جوانان در فضا و مکانی مشخص، بدون آنکه بنا بر مبدأ یا مقصد تعریف شود کنش پرسه‌زن را به مرور به یک تخطی تبدیل می‌کند. که از پیامدهای پرسه‌زنی می‌باشد و سبب شده تا پرسه‌زنی در هراز را یک کژکارکرد بدانیم. کسی متوجه بهایی که جوانان برای پرسه‌زنی پرداخت می‌کنند نیست. (اتلاف این همه انرژی و به بطالت گذراندن زمان آدم‌هایی که باید تولید کنند و مایه سربلندی باشند و هدر دادن فرصت‌ها که از دست می‌روند). البته در شرایط فعلی موقعیت متناقض و غیر قابل‌دفاعی وجود دارد در شهر آمل تنها یک خیابان مملو از مراکز خرید و ... وجود دارد نمی‌توان انتظار داشت کسی برای پرسه‌زدن به آنجا نرود چرا که امکانات تفریحی برای جوانان بسیار محدود است و امنیت در این خیابان به‌خصوص برای دختران بالاتر از سایر مکان‌هاست؛ اما با توجه به این نکته که میزان تأثیرپذیری افراد در لحظات فراغتی بسیار زیاد است به همین دلیل نحوه سپری شدن آن در شخصیت افراد مؤثر است تک‌تک افراد تشکیل‌دهنده جامعه‌اند و در جهت سلامت و عدم سلامت جامعه مؤثرند و ضروری است چاره‌ای برای آن اندیشیده شود. با توجه به تمام اینها به نظر می‌رسد باید بپذیریم که هرازگردی نیاز به کنترل اجتماعی دارد نه اینکه مورد تأیید قرار بگیرد. بدیهی است خصوصياتی که از هراز و هرازگردی برشمردیم گزینشی نسبتاً با اغماض به آثار مخربی است که پرسه در آن برای جوانان به‌وجود می‌آورد.

## منابع

- بنیامین، والتر (۲۰۰۳). «درباره برخی مضامین و دستمایه‌های شعر بودلر»، ترجمه مراد فرهادپور، فصلنامه ارغنون، ۱۴: ۲۷-۴۸.
- توانا، سهیل؛ معصومه شفیعی و بهرنگ، صدیقی (۱۳۹۴). «پرسه‌زنی، جامعه‌شناسی انتقادی و زندگی روزمره (نمونه موردی: خیابان گلزار رشت)»، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، سال یازدهم، ۴۱: ۳۹-۶۸.
- کاظمی، عباس و رضایی، محمد (۱۳۸۷). «دیالکتیک تمایز و تمایززدایی پرسه‌زنی و زندگی گروه‌های فرودست شهری در مراکز خرید تهران» فصلنامه تحقیقات فرهنگی، ۱(۱): ۱-۲۴.
- کاظمی، عباس و اباذری، یوسف (۱۳۸۳). «زندگی روزمره و مراکز خرید در شهر تهران»، نامه انسان‌شناسی، ۳(۶): ۹۷-۱۱۶.
- کیوی، ریمون و کامپنهود، مالوک وان (۱۳۷۵). روش تحقیق در علوم رفتاری، عبدالحسین نیک گهر، نشر توتیا.
- فاضلی، نعمت‌الله (۱۳۹۲). پشت دریاها شهری است: فرآیندها، روش‌ها و کاربردهای مردم‌نگاری، تهران: تیسرا.
- فاضلی، محمد (۱۳۸۲). سبک زندگی و مصرف، قم: انتشارات صبح صادق.
- محمدپور، احمد (۱۳۹۲). روش تحقیق کیفی ضد روش ۲، تهران: جامعه‌شناسان.
- محمدپور، احمد، بهمنی، مریم (۱۳۸۹). «زنان، پاساژ و مصرف نشانه‌ها»، مطالعات راهبردی زنان، ۱۲(۴۷): ۴۱-۷۲.
- محمدی، جمال؛ جهانگیری، امیر و پاکدامن، یوسف (۱۳۹۴). «تجربه پرسه زنی و باز شکل‌دهی فضاهای همگانی شهری»، فصلنامه علوم اجتماعی، ۲۵(۷۰): ۲۸۰-۳۱۲.
- جنکینز، ریچارد (۱۳۸۵). پی‌یر بوردیو، ترجمه لیلا جوافشانی و حسن چاووشیان، نشر نی، چاپ اول چاووشیان، حسن و توانا، سهیل (۱۳۹۴). «فضای پرسه‌زنی شمال شهر تهران از دریچه روابط قدرت-مقاومت»، فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ۳۸: ۴۱-۷۷.
- عباس‌زاده، محمد (۱۳۹۱). «تأملی بر اعتبار و پایایی در تحقیقات کیفی»، جامعه‌شناسی کاربردی، ۴۵: ۱۹-۳۴.
- جمشیدیه‌ها، غلامرضا و پرستش، شهرام (۱۳۸۶). «دیالکتیک منش و میدان در نظریه پی‌یر بوردیو»، نامه علوم اجتماعی، شماره ۱: ۳۰-۳۲.
- ریترز، جرج (۱۳۸۴). نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر، ترجمه محسن ثلاثی، انتشارات علمی، چاپ دهم.
- Ferguson, P. P. (1994). *The flaneur on and off the streets of Parise*, in Keith Tester (ed.) *the flaneur*, London: Routledg.
- Gluck, M. (2003). *The Flaneur and the Aesthetic Appropriation of Urban Culture in Mid-19th- Century Paris*”, *Theory, Culture & Society*, SAGE, London.

- Smith, P. (2001). *Cultural Theory; an Introduction*, New York: Blackwell publishers.
- Souza A. and Mc Donough, T. (2006). *The invisible Flaneur*, London, ManchesterUniversity Press.
- Tester, K. (1994). *The Flaneur*, London, New York: Routledge.
- Lash, S. and Urry, J. (1987). *The structure and function of communication in society-in* W. Schramm eds *The process and effects of Mass Communication* Chicago.
- Wilson, E. (1992). "The invisible flaneure", *New left Review*, 191: 90-110.

