

بررسی نقاط گسست تعاملات اجتماعی در شهر تهران

فاطمه مهدویان^۱، عبدالحسین کلانتری^۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۸/۲۴ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۳/۲۳

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی تأثیر فضاهای شهری بر تعاملات اجتماعی شهروندان شهر تهران انجام شده است. تمرکز این تحقیق بر نقاط گسست تعاملات اجتماعی در فضای شهری است. روش کار کیفی است و مصاحبه‌ها با تکنیک مصاحبه مسئله‌محور طرح و نتایج از طریق تحلیل تماتیک تحلیل شده‌اند. مبنای تحلیل، سی مصاحبه‌ای بوده که از شهروندان تهرانی در مناطق مختلف شهر گرد آمده است. نتایج به دست آمده حاکی از آن است که شهروندان تهران برای حضور در تعاملات اجتماعی به واسطه برخی عوامل فضایی، محدود و مشمول پرداخت هزینه می‌شوند؛ آن عوامل، مطابق یافته‌ها، عبارت‌اند از اقتصاد تعامل، کالایی شدن فضا و شکاف‌های اقتصادی که مناطق مختلف شهری را عملاً به جزیره‌هایی فروسته تبدیل کرده است. توضیح این مطلب ذیل سه تم کلی آمده است: اقتصاد تعامل، دوپارگی شهر و واکنش‌های اجتماعی. هریک از این تم‌ها ذیل مقولاتی مشخص بسط یافته‌اند: مقولاتی که ذیل تم اقتصاد تعامل قرار می‌گیرند عبارت‌اند از: بهای دسترسی و کالایی شدن فضا؛ مقولات ذیل تم دو پارگی شهر عبارت‌اند از: شکاف اقتصادی و جزیره‌ای شدن روابط اجتماعی؛ سرانجام ذیل تم واکنش‌های اجتماعی، این مقولات قرار می‌گیرند: پالادیومی شدن، چانه‌زنی یا اعتراض، دوری جستن یا غریبگی پیشه کردن. مطابق نتایج، شهروندان تهران تمهیداتی جبران‌گر برای ادامه حیات شهری خود اتخاذ کرده‌اند که عبارت‌اند از شبیه شدن به سبک زندگی طبقات فرادستی، چانه‌زنی برای داشتن حق اعمال نظر در ساخت‌وسازهای شهری و درنهایت دوری جستن و غریبگی پیشه کردن. بنابر یافته‌ها، دو راه‌کار نخست مقتضی پرداخت هزینه‌های مالی و سیاسی است. به این ترتیب، مطلوب‌ترین گزینه پیش روی شهروندان تهران در اغلب موارد غریبگی پیشه کردن و انزواست.

واژگان کلیدی: گسست تعاملات اجتماعی، کالایی شدن فضا، جزیره‌ای شدن فضای شهری، تمهیدات جبران‌گر.

^۱. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی سیاسی، دانشگاه تربیت مدرس، نویسنده مسئول، f.mahdavian@ut.ac.ir

^۲. دانشیار جامعه‌شناسی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران، abkalantari@ut.ac.ir

مقدمه و بیان مسئله

شهر اصلی‌ترین مکان زندگی انسان امروزی و بزرگترین مأمن اجتماعی زمانه مدرن است. به این معنا، فراهم کردن شرایط تعامل میان شهروندان یکی از کارکردهای اصلی فضای شهری است. از این منظر، محدودیتی چون محدودیت استفاده از مکان‌های عمومی نافی مقاصدی است که برای برآوردن آنها اجتماعاتی چون شهر پدید آمده است.

فضای شهری فضایی است که در آن شهروندان بتوانند فارغ از محدودیت سن و جنس و طبقه، به تعاملات اجتماعی بپردازند. اما هر فضایی، به محض ایجاد شدن، به بخشی از واقعیت اجتماعی تبدیل می‌شود و استفاده از آن، از طریق چارچوب‌هایی چون قانون یا عرف یا میل شخصی افراد و غیره، محدود و مشروط می‌گردد. بنابراین، معنایی که از طریق کنش‌ها و قراردادهای اجتماعی به فضا داده می‌شود، تعیین‌کننده در دسترس بودن فضا برای اقشار مختلف است (مدنی‌پور^۱، ۱۹۹۹: ۸۸۰-۸۸۱). با این توضیح، مثلاً تأسیس مگامال‌ها و مراکز خرید پرزرق و برق و مراسم‌های افتتاحیه برندهای لوکس خارجی با حضور سلبریتی‌ها که به رویدادی معمول در شهر تهران بدل شده است، واجد معنایی خاص و در نتیجه محدوده دسترس‌پذیری معینی است.

در نظر هانری لوفور^۲، دیالکتیک فضایی اینگونه محقق می‌شود: ابتدا انسان شهر را می‌سازد و مکان‌ها را ایجاد می‌کند؛ سپس با روابط اجتماعی فضا پدید می‌آید و سرانجام فضای پدید آمده روابط اجتماعی بعدی را سامان‌دهی می‌کند (ژیلنیتس^۳، ۲۰۰۷: ۶۹). به این ترتیب، برای مطالعه روابط اجتماعی در شهری مانند تهران، ضرورت دارد که چرخه دیالکتیکی فوق ملاحظه شود؛ یعنی روابط اجتماعی در نسبتی دوسویه با فضا در نظر گرفته شوند چنانکه پرتویی بر این مسئله افکنده شود که چه روابط اجتماعی‌ای فضاهای موجود را در تهران پدید آورده‌اند و آن فضاها چگونه روابط اجتماعی بعدی را سامان‌دهی کرده‌اند. در این معنا، مطالعه فضا برای مطالعه روابط اجتماعی ضرورت و اهمیت تام دارد.

^۱. Madanipour

^۲. Henri Lefebvre

^۳. Zieleniec

اما تهران از جهت دیالکتیک فضا موقعیتی ویژه دارد. نگاهی به پژوهش‌های انجام‌شده در زمینه مشارکت شهروندان در اجتماعات رسمی و غیررسمی حاکی از آن است که تنها تعداد بسیار اندکی از شهروندان تهران در مناسبات و فعالیت‌های جمعی، همکاری دارند (کلانتری، عبدالحسین؛ حسینی‌زاده آرانی، سیدسعید، ۱۳۹۳). به نظر می‌رسد دلایلی وجود دارد که مشارکت شهروندان را ناممکن یا دشوار می‌کند. از همین رو، در بررسی شهری چون تهران ملاحظه نقاط گسست از اهمیت و ضرورت ویژه‌ای برخوردار است. زیرا میزان مشارکت با میزان نقش‌آفرینی نقاط گسست در روابط شهری ارتباط تنگاتنگ دارد. برخی مطالعات انجام شده حاکی از این است که میزان مشارکت مردم در اجتماعات رسمی، یعنی مشارکت در سازمان‌های مردم‌نهاد، مطابق پژوهش‌های آماری «کم» یا «هیچ» است. این مطلب همچنین درخصوص مشارکت در اجتماعات غیررسمی مثل هیئت‌ها، روضه‌ها، همکاری با همسایگان برای انجام امور مختلف و...، نیز صدق می‌کند (همان). این درحالی است که کارکرد فضای شهری ایجاد محیط برای تلاقی گروه‌های اجتماعی و افراد اجتماع است. از آنجاکه میان فضای شهری و میزان مشارکت شهروندان ارتباط وجود دارد، مطالعه میزان مشارکت شهروندان تهران ضرورت توجه به فضای شهری تهران را ایجاد می‌کند. زیرا میزان مشارکت پایین نتیجه وجود گسست‌هایی در ساختار شهری است. در نتیجه، می‌توان چنین پرسش‌هایی طرح کرد: چرا چنین گسست‌هایی در ساختار شهری تهران وجود دارد؟ تأثیر ساختار شهری بر تعاملات اجتماعی چیست؟ و سرانجام، در نتیجه تأثیر گسست‌های ساختاری شهر بر تعاملات شهروندان، چگونه نقاطی پدید می‌آیند که گسست‌های ساختار شهری را بر تعاملات شهروندان آن شهر (در اینجا تهران) تسری می‌دهند؟

پیشینه تجربی

به منظور پی بردن به زوایا و جوانب مختلف بحث ادبیات تجربی موجود در این حیطه بررسی و از میان آنها، تحقیقاتی در پیشرفت تحقیق و تعیین دامنه آن یاری‌رسانی بیشتری می‌کرد، انتخاب شدند:

در تحقیقی با عنوان «بازسازی شهری، تصویر تهران و تجربه بیگانگی» شالچی و همکاران (۱۳۹۵) به بررسی تصویر ذهنی ساکنان دو منطقه شمالی تهران، به عنوان توسعه‌یافته‌ترین محلات شهر، و دو منطقه جنوبی، به عنوان مناطقی که کمترین میزان توسعه را داشته‌اند،

پرداخته‌اند. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که تصویر ذهنی شهروندان در مناطق شمالی و جنوبی با هم متفاوت است. تصویری که ساکنان مناطق توسعه‌یافته شهر از تهران دارند، مطلوب‌تر است و غالباً همراه با خاطرات قدیمی آنان از شهر است. اما در مناطق جنوبی، تصویر ساکنان بیشتر با آسیب و دل‌زدگی همراه است. همچنین، ساکنین معتقدند روابط انسانی و عاطفی در شهر روبه‌زوال است و اعتماد اجتماعی کاهش یافته است.

در مطالعه دیگری با عنوان «تحلیلی بر روابط اجتماعی در فضای شهری پایدار» از فتحی (۱۳۹۱)، چگونگی روابط اجتماعی در فضای شهری مطالعه شده است. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که اگر در تولید فضای شهری بی‌سازمانی وجود داشته باشد، بی‌نظمی اجتماعی به وجود می‌آید و در چنین شرایطی، مجاورت مکانی مجاورت اجتماعی را ایجاد نمی‌کند؛ به این معنا که ممکن است افرادی در یک مکان واحد حضور داشته باشند اما بین آنها رابطه اجتماعی شکل نگیرد. نتیجه آنکه کیفیت مطلوب زندگی در چنین جامعه‌ای از بین خواهد رفت.

در مطالعه‌ای که موسایی و شیانی (۱۳۸۹) با عنوان «مشارکت در امور شهری و الزامات آن» انجام داده‌اند، پیمایشی در مناطق بیست‌ودوگانه تهران انجام شده و الزامات مشارکت آگاهانه شهروندان در امور شهری تهران سنجیده شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که تمایل به مشارکت در امور شهری بسیار پایین است. هرچه احساس تعلق در میان شهروندان بیشتر است، تمایل به مشارکت نیز بالاتر می‌رود.

در حوزه تحقیقات خارجی، جستجوها بیشتر معطوف به آن دسته از پژوهش‌هایی شد که تأثیر فضای کالبدی را بر روابط اجتماعی مردم مطالعه کرده‌اند. بر همین اساس، «دموکراسی و فضای عمومی» اثر پارکینسون^۱ (۲۰۱۲) برای تحقیق حاضر بسیار حائز اهمیت است.

در این پژوهش، محقق قصد دارد نشان دهد که یکی از شروط تحقق دموکراسی فضای عمومی مناسب است. در بخش عملی تحقیق، پایتخت یازده کشور انتخاب شده‌اند که از میان این یازده پایتخت، می‌توان به کیپ‌تاون (آفریقای جنوبی)، توکیو، لندن و برلین اشاره کرد. مؤلفه‌هایی مانند دسترسی به مکان‌های عمومی از طریق سیستم حمل‌ونقل همگانی ارزان، میدان‌های باز، وجود مکان‌هایی برای دیدارها و تجمع‌های مردمی، وجود مکان‌های عمومی مناسب برای همه

^۱. Parkinson

اقتشار جامعه و تنوع پارک‌ها موردنظر محقق بوده‌اند. بنابر نتایج این تحقیق و میزان دارا بودن مؤلفه‌ها، برلین دموکراتیک‌ترین پایتخت و کیپ‌تاون غیردموکراتیک‌ترین پایتخت است.

دلیل انتخاب پایتخت هر کشور این است که پایتخت‌ها زبده ارزش‌ها و نمادهای هر حکومتی هستند. رویکردی که حکومت‌ها در ساخت پایتخت دارند، نشان‌دهنده رویکرد آنها به ملت و دیگر شهرهای کشور است. طراحی پایتخت‌ها نشان می‌دهد که کدام بخش از جامعه قرار است طرد شود و کدام بخش طرد نمی‌شود. بنابراین، می‌توان گفت که مثلاً آلمان از لندن و ژاپن و آفریقای جنوبی دموکراتیک‌تر است؛ زیرا فضاهای عمومی مناسب‌تری برای شهروندان فراهم کرده است. شهروندان برلین در فضاهای عمومی این شهر زندانی نیستند و توانایی و قدرت تغییر در این فضاها را دارند.

در مقاله‌ای دیگر با عنوان «در باب میدان‌ها: سیاست‌های فضا و فرهنگ عمومی»، ستا لو^۱ (۲۰۰۰) نشان می‌دهد که میدان‌های شهری نه تنها از نظر راحتی، تفریح و هویت جمعی اهمیت دارند، بلکه از جهات سیاسی نیز نقش مهمی برای شهرها بازی می‌کنند. تحقیق مذکور مطالعه‌ای مردم شناسانه بر میدان سن خوزه در کاستاریکا است و نشان می‌دهد که مکان‌های عمومی برای حفظ دموکراسی مشارکتی در شهرها اهمیت فراوانی دارند زیرا برنامه‌های سیاسی متعددی در آنها نهفته است. بنابراین، طراحی این مکان‌ها باید به گونه‌ای باشد که مردم و شهروندان هم مثل حاکمیت بتوانند بر آنها اثرگذار و در تغییر و تحولاتی که بر آنها رخ می‌دهد سهیم باشند. ستا لو معتقد است که حاکمیت با ایجاد موانع و از بین بردن ویژگی‌های مکانی‌ای که از نظر خود نامطلوب می‌داند، پیام‌هایی درباره نگرش سیستم به دموکراسی و نقش مردم می‌فرستد. به نظر لو، ابراز عقاید متضاد با حاکمیت مقتضی فضاهای باز عمومی است؛ فضاهایی که یکی از آخرین محکمه‌های مردم‌سالار برای ابراز مخالفت در جامعه مدنی به‌شمار می‌روند.

وجه تمایز تحقیق حاضر از ادبیات تحقیقی مذکور، از یک سو، تمرکز بر نسبتی است که میان عدالت توزیعی و میزان مشارکت شهروندی وجود دارد؛ و از سوی دیگر، بررسی معنای ذهنی شهروندان در نسبت با وضعیتی خاص از عدالت توزیعی و امکان مشارکت در شهر تهران است. به بیان دیگر، با توجه به الگوی عدالت توزیعی در شهر تهران، شهروند تهرانی تا چه اندازه برای خود امکان مشارکت شهروندی و امکان حضور در شهر متصور است.

^۱. Setha M. Low

ملاحظات نظری

از آنجاکه تحقیق پیش رو تحقیقی کیفی است، مفاهیم و نظریات در آن به صورت پسینی به کار گرفته شده‌اند. با توجه به نتایج تحقیق، بخش‌هایی از نظریات دیوید هاروی^۱، گئورگ زیمل^۲ و هانری لوفور برای فهم نظری یافته‌ها کارآمد به نظر آمده‌اند. توضیحی که در ادامه می‌آید، به اختصار دامنه و ام‌گیری از این نظریات را معین خواهد کرد.

تولید فضای شهری تحت سیطره سرمایه‌داری: نزد دیوید هاروی، شهر و درآمد، یا به طور کلی، گردش سرمایه چنان ارتباط وثیقی دارند که او شکل و فضای شهرهای امروز را برآمده از ضرورت بقای سرمایه‌داری می‌داند. در توضیح، اجمالاً باید گفت که در نظر هاروی، شهر ابزار گردش سرمایه و در عصر حاضر، مخصوصاً در چرخه‌های دوم و سوم است که در چرخه سوم، سرمایه نهایتاً به منظور بازتولید و ابقای طبقه سرمایه‌دار به کار گرفته می‌شود. از همین روست که هاروی بررسی نحوه تولید فضای شهری توسط سرمایه‌داری را ذیل مفهوم شهری شدن سرمایه قرار می‌دهد و فهم فرایندهای شهری را به شرط ملاحظه نظریه انباشت، میسر می‌داند. تهران، بنابر مؤلفه‌های مختلف، شهری است که کمابیش در سیطره اقتصاد سرمایه‌دارانه قرار دارد. بنابراین، شکل و فضای شهری تهران نیز چنان‌که هاروی گفته، به منظور حفظ سرمایه‌داری و برای برآوردن چنین ضرورتی پدید آمده است. در این صورت، فهم فرایندهای شهری و نحوه طراحی و شکل‌دهی به فضا مستلزم ملاحظه نسبتی است که میان مقاصد سرمایه‌دارانه و سیاست‌گذاری‌های فضایی شهر تهران برقرار است. به این ترتیب، مفاهیم او در تحلیل شهرهای دیگر جهان در پژوهش حاضر نیز قابل استفاده است؛ چراکه فضای شهری تهران نیز تا حد زیادی از گردش چرخه سوم سرمایه متأثر شده و همچون ابزاری به اختیار قشر فرادست جامعه کنونی ایران درآمد است.

آنچه هاروی ذیل مفاهیمی چون شهری شدن سرمایه یا عدالت توزیعی مطرح می‌کند، بنابر پژوهش حاضر، در شهر تهران مصداق دارد. در خصوص عدالت توزیعی، هاروی بر آن است که در سیستم‌های باز توزیع درآمد «سازوکارهای پنهانی» وجود دارند که غالباً به جای کاهش

^۱. David Harvey

^۲. Georg Simmel

نابرابری به گسترش آن منجر می‌شوند (هاروی، ۱۳۸۲: ۴۰). بنابراین تعریف از عدالت توزیعی، مداومت بر تأسیس مکان‌های تفریحی و تجاری در نقاط معینی از شهر تهران، که در دسترس همگان نیست، عملاً روی درآمد بازماندگان شهری تأثیر منفی خواهد داشت. این تأثیر خودش را به دو صورت آشکار می‌کند: هزینه دسترسی به این مکان‌ها و عقب‌ماندگی روزافزون محله‌هایی که از این بازار به‌دور مانده‌اند. چنین رویه‌ای منجر به بازتولید نابرابری و به حاشیه رانده شدن هرچه بیشتر طبقات فرودست خواهد شد (همان: ۴۷-۴۴).

هاروی کل محیط شهری را به مثابه چارچوبی در نظر می‌گیرد که سرمایه‌داری ایجاد کرده و تولید یا مصرف در آن رخ می‌دهد. در این ساختار، فضا دست‌کاری می‌شود و حیثیت روابط اجتماعی را تحت تأثیر قرار می‌دهد (ژیلنیتس، ۲۰۰۷: ۱۰۷). در چنین شهری _ که به نظر می‌رسد شهر تهران تا حد زیادی مصداق آن است _ شهروندان آرزوهای خود را با توجه به محیطی شکل می‌دهند که بدون دخل و تصرف ایشان ایجاد شده است. فرایندهای شهری هیچ‌گونه کنشگری‌ای برای شهروندان قائل نیستند. تولید فضا و محصول نهایی، هیچ‌کدام در کنترل فردی یا جمعی آنها قرار ندارد (هاروی، ۱۳۸۲: ۴۷-۴۵).

تعاملات اجتماعی تحت سیطره اقتصاد پولی: تهران کلان‌شهری مدرن با روابط اجتماعی پیچیده است. در تحلیل‌های زیمل، شهری این‌چنینی نمونه‌ای کامل و جامع برای بررسی روابط متقابل و تأثیر و تأثرات فضایی در عصر مدرن است. از نظر زیمل، سیطره اقتصاد پولی با تقویت عقل محاسبه‌گر همراه است و این همراهی چنان وثیق است که نمی‌توان گفت کدام‌یک علت پدید آمدن دیگری است. تهران نیز شهری است کمابیش تحت سیطره اقتصاد پولی و بنابراین دارای شهروندانی با عقل محاسبه‌گر. اقتصاد پولی و سلطه عقلانیت به‌طور درونی، به هم پیوسته‌اند. فردی که از نظر عقلی پیچیده است باید بتواند همه روابط را با استدلال‌های منطقی بسنجد و از آنجاکه سنجش منطقی روابط انسانی همیشه ممکن نیست، فرد کلان‌شهری نسبت به هر نوع فردیت اصیل بی‌اعتناست (زیمل، ۱۳۷۲: ۵۱). زیمل در *فلسفه پول* نشان می‌دهد که شی‌شدگی روابط با گسترش اقتصاد پولی و سلطه عقلانیت پولی بر روابط، شتاب فزاینده‌ای می‌گیرد (ژیلنیتس، ۲۰۰۷: ۴۸-۴۹).

عقل محاسبه‌گر سبب ایجاد تعاملات اجتماعی خاصی میان شهروندان می‌شود که ویژگی اساسی آن رنگ‌زدایی از اشیا و افراد و محو کردن آنها در زمینه خاکستری یکسان‌ساز است. همه این تفاوت‌ها، به تفاوت کمی بدل می‌شوند و محاسبه به منزله معیار ارتباط ظاهر می‌گردد. در کلان‌شهرها آشنایی میان طرفین وجود ندارد و به همین دلیل است که مبنای روابط نوعی واقع‌بینی بی‌رحمانه می‌شود و رفتار حسابگرانه عقلانی اشکالی ایجاد نمی‌کند (زیمل، ۱۳۷۲: ۵۶-۵۵).

دیالکتیک فضا: لوفور برای تبیین فضا در سرمایه‌داری مدرن، فضا را جدا از روابط اجتماعی نمی‌بیند. توسعه سرمایه‌داری ناگزیر چنین دیدگاهی را به فضا ایجاد کرد که فضا خود منبعی نایاب است و با آن به‌هم‌تابه کالایی همگن و قابل قیمت‌گذاری برخورد شد (ژیلینتس، ۲۰۰۷: ۶۷-۶۸). رویکرد لوفور برای تبیین فضا استفاده از روش دیالکتیکی است. بنابر نظر لوفور، فضا امری است که ساخته می‌شود و می‌سازد. فضا از طریق کنش‌های^۱ کنشگران شکل می‌گیرد و سپس به روابط و ارتباطات اجتماعی جهت و معنا می‌دهد. بنابراین نظریه لوفور را می‌توان تقریر فضایی شده مفهوم بت‌وارگی کالا در مارکس دانست. بت‌وارگی کالا در نظر مارکس، فرایندی است که در آن ارزش مبادله کالا روابط اجتماعی نهفته‌ای که کالا را تولید می‌کنند، از بین می‌برد (همان: ۷۰).

اما آیا در طراحی فضای شهری تهران، خصلت دیالکتیکی فضا ملحوظ بوده است؟

با توجه به اینکه تولید فضا چنان‌که دیوید هاروی می‌گوید، تحت سیطره سرمایه‌داری محقق می‌شود و باز با نظر به اینکه مطابق رأی زیمل سیطره اقتصاد پولی و حاکمیت عقل محاسبه‌گر تعاملات اجتماعی را جهت می‌بخشد، می‌توان پرسید که نسبت شهروندان در شهر تهران هم از حیث فضای شهری، و هم از حیث تعاملات اجتماعی، تحت سیطره سرمایه‌داری و اقتصاد پولی با چه کیفیتی تعیین شده است. این پژوهش درصدد است تا نشان دهد که در طراحی فضاهای شهری تهران دیدگاه دیالکتیکی، چنان‌که لوفور می‌گوید، لحاظ نشده است. برنامه‌ریزی برای تولید فضا گویی در خلأ و بدون توجه به نیازهای جامعه صورت می‌گیرد. اما فضا امری منفعل در جامعه نیست و به محض ایجاد شدن شروع به شکل‌دهی روابط

¹. practice

اجتماعی می‌کند. بنابراین، درک ضرورت نگاه دیالکتیکی و عواقب ناشی از فقدان آن اهمیت تام دارد. پرداختن به این مطالب، از خلال دو مفهوم محوری لوفور، یعنی حق به شهر و تولید فضا، صورت پذیرفته است.

به بیان خلاصه، بررسی تعاملات شهری تهران با چارچوب نظری فوق ما را به این نتیجه می‌رساند که تعاملات شهری در تهران نیز، مانند بسیاری از شهرهای سرمایه‌داری جهان، زیر نفوذ چرخهٔ سوم سرمایه محقق شده است؛ همچنین از آنجایی که تهران را می‌توان واجد خصلت زیملی کلان‌شهر دانست، تعاملات شهروندی در آن تحت سیطرهٔ اقتصاد پولی و عقل محاسبه‌گر شهروندان قرار دارد؛ سرانجام با نگاهی به دیالکتیک فضا در شهر تهران این نتیجه به دست می‌آید که فضای نامناسب منجر به ایجاد اختلالاتی در تعاملات شهروندان شده است. مجموع عوامل فوق به نتیجه‌ای واحد ختم می‌شود که تحقیق حاضر سعی در برجسته‌تر کردن آن دارد: فضای شهری در شهر تهران، دست‌کم در مناطق مورد بررسی، دچار نقصانی است که به گسست تعاملات اجتماعی منجر شده است. این گسست خود را در صورت مسلطی که شهروندان در مناسبات خود اختیار می‌کنند، آشکار می‌کند: شهروندان تهرانی مناطق مذکور، بیش از هر واکنش دیگر به گسست‌های تعاملاتی، به دوری جستن و غریبگی پیشه کردن اقبال نشان می‌دهند.

روش تحقیق

تحقیق حاضر، با توجه به پرسش تحقیق، به دنبال فهم معنای ذهنی شهروندان تهرانی از تعامل در شهر تهران است. در نظر این کنشگران، فضای ارتباطی با هم‌شهریان چگونه است؟ آیا می‌توانند به راحتی باهم گفتگو کنند یا خیر؟ آیا امکان تعامل با دیگری بدون الزام‌های بیرونی را برای خود میسر می‌بینند؟ و در صورتی که پاسخ منفی است و ارتباط بین آنها شکل نمی‌گیرد، علت چیست؟ به همین منظور، برای درک ماهیت تجارب کنشگران و رسیدن به درک عمیق‌تری از مواضع آنان گفتگوهای مستقیمی با آنان انجام گرفت. بنابراین در تحقیق حاضر، روش تحقیق کیفی و به‌طور خاص، روش تحلیل تماتیک^۱ (تحلیل موضوعی) برای تحلیل داده‌ها مورد استفاده قرار گرفته است.

^۱. Thematic Analysis

در تحلیل تماتیک، تأکید بر استخراج الگوها از دل داده‌ها و ثبت الگوهاست. تم‌ها الگوهایی هستند که از مجموعه داده‌ها به دست می‌آیند و برای توضیح پدیده مناسب هستند. مراحل تحلیل تماتیک شامل کدگذاری، طبقه‌بندی و تحلیل داده‌هاست (سالدانیا^۱، ۲۰۰۹: ۱۴۰).

روش نمونه‌گیری مورد استفاده در این تحقیق، نمونه‌گیری هدفمند است که نوعی نمونه‌گیری غیراحتمالی و تدریجی است. در این روش، تحلیل‌گر به‌طور هم‌زمان، داده‌هایش را گردآوری، کدگذاری و تحلیل می‌کند و تصمیم می‌گیرد در مرحله بعدی سراغ کدام گروه برای گردآوری داده برود و به این وسیله نظریه‌اش را در حین شکل‌گیری تدوین کند (فلیک، ۱۳۹۲: ۱۳۸).

در تحقیق حاضر، ابتدا تنها معیار انتخاب مصاحبه‌شوندگان، سکونت در شهر تهران بوده است. نمونه‌ها از نقاط جغرافیایی شمال، جنوب، شرق، غرب و مرکز انتخاب شدند. در ابتدا، ملاک حداکثر تنوع در انتخاب نمونه‌ها و جمع‌آوری اطلاعات از نقاط مختلف و متنوع شهر مدنظر بود، اما به تدریج و با پیشرفت مصاحبه‌ها، پس از مصاحبه پنجم، معلوم شد که با توجه به اهداف تحقیق، در نظر گرفتن طبقه اجتماعی و محل زندگی به تکوین نظریه کمک می‌کند، چراکه شکاف‌های موجود و موانع حضور در شهر را آشکارتر نشان می‌دهد. در نهایت، پس از انجام ۳۰ مصاحبه اشباع حاصل شد.

برای گردآوری داده‌ها، مصاحبه مسئله محور مناسب‌ترین روش تشخیص داده شد. مصاحبه مسئله محور ۳ معیار اصلی دارد: ۱. مسئله محور است؛ یعنی محقق متوجه مسئله‌ای اجتماعی است. ۲. هدفمند است؛ یعنی روش‌ها براساس هدف تحقیق تعیین می‌شوند و ۳. فرایند محور است؛ یعنی خطی نیست و قابلیت بازبینی در حین تحقیق وجود دارد (فلیک، ۱۳۹۲: ۱۷۹).

در تحقیق پیش رو ابتدا مصاحبه‌ها با ۶ سؤال اصلی آغاز شد، اما به فراخور بحث تعداد سؤال‌ها متغیر بود. همچنین در انتهای بحث، سؤال‌های زمینه‌ای مطرح شدند. مصاحبه‌ها در پنج منطقه جغرافیایی شهر تهران انجام شد که شامل شمال، مرکز، شرق، غرب و جنوب تهران می‌شود. مکان مصاحبه‌ها محیط‌های عمومی مثل پارک‌ها و مراکز تفریحی و نیز خیابان‌های شهر انتخاب شد. پارک لاله، پارک ملت و میدان راه‌آهن از جمله این مکان‌ها هستند. دلیل انتخاب این مکان‌ها اولاً، در برگرفتن نقاطی در همه بافت شهری بوده است، و ثانیاً، بدان جهت بود که

^۱. Saldaña

اغلب افراد برای گذران اوقات فراغت در این مکان‌ها حضور می‌یابند و زمان کافی برای پاسخگویی به سؤالات محقق را دارند. مدت زمان انجام مصاحبه‌ها بسته به عواملی چون وقت و رغبت پاسخگویان به سؤالات، حساسیت و طرح سؤالات جدید از ۳۰ تا ۹۰ دقیقه متغیر بود. در ابتدای کار و در جریان مصاحبه‌های اولیه، تعداد سؤالات محدود و حساسیت محقق در سطح پایین‌تری قرار داشت. اما به مرور، با تکوین سؤالات براساس مقولات جدید و توجه به جزئیات بر مدت زمان مصاحبه افزوده شد.

جدول شماره ۱: ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مصاحبه‌شوندگان

جنسیت			وضع تأهل		تحصیلات	
زن	مرد	مجرد	متأهل	کمتر از دیپلم	لیسانس	فوق لیسانس و بالاتر
۱۹	۱۱	۱۸	۱۲	۶	۱۷	۷
محدوده محل زندگی						
شمال	مرکز	غرب	شرق	جنوب		
۸	۵	۴	۳	۱۰		
محدوده سنی						
کمتر از ۳۰ سال	۳۰ تا ۴۰ سال	۴۰ تا ۵۰ سال	۴۰ تا ۵۰ سال	بیش از ۵۰ سال		
۱۴	۷	۵	۴			

پس از انجام هر مصاحبه، یادداشت‌برداری، تقطیع عناصر و کدگذاری‌ها انجام شد و مقولات گام‌به‌گام و طی فرایند مقایسه مستمر استخراج شدند. به‌منظور تضمین اعتبار داده‌ها تقطیع همه مصاحبه‌ها و کدگذاری‌ها توسط هر دو پژوهشگر انجام شد و مقولات استخراج شده به تأیید هر دو نفر رسید. همچنین پس از تکوین تم‌ها با اتکا به تکنیک «اعتباربخشی اعضا مدل به دست آمده به اطلاع چهار نفر از مصاحبه‌شوندگان (که دسترسی به آنها امکان‌پذیر بود) رسید و از ایشان خواسته شد راجع به صحت نظریه استخراجی اظهار نظر کنند. مدل به‌طور کلی، به تأیید اعضا رسید اما اصلاحاتی نیز انجام شد.

یافته‌ها

در این بخش، پس از تحلیل مصاحبه‌ها برای فهم موانع مشارکت شهروندان در امور شهری و حضورشان در اماکن عمومی شهر سه تم نهایی از مصاحبه‌ها استخراج شده است که شامل «اقتصاد تعامل»، «دوپارگی شهر» و «واکنش‌های اجتماعی» است. در جدول زیر تم‌های استخراج شده و مقولات آنها آورده شده است:

جدول شماره ۲: تم‌ها و مقولات به دست آمده

تم	مقولات
اقتصاد تعامل	بهای دسترسی
	کالایی شدن فضا
دوپارگی شهر	شکاف اقتصادی
	جزیره‌ای شدن روابط اجتماعی
واکنش‌های اجتماعی	پالادیومی شدن
	چانه‌زنی و اعتراض
	دوری جستن یا غریبگی پیشه کردن

طبق مصاحبه‌های انجام شده، عوامل مؤثر دیگری نیز بر حضور در اماکن عمومی شهر وجود دارند: ترافیک، محدودیت‌های خانوادگی، به‌ویژه برای زنان، مشغله‌های روزانه و غیره. اما سؤال تحقیق متوجه عواملی است که مستقیماً به شهر و سیاست‌های مدیریت شهری مربوط است. از این‌رو، از ذکر عوامل فوق و ارائه آنها در بخش تحلیل یافته‌ها پرهیز شد.

۱. اقتصاد تعامل

در شهری مانند تهران، تعامل مستلزم پرداخت هزینه‌های اقتصادی و غیر اقتصادی است. یعنی در ازای دسترسی به امکانات باید هزینه‌هایی پرداخت. این هزینه‌ها غالباً به شکل هزینه‌های اقتصادی مانعی بر سر راه شکل‌گیری تعاملات اجتماعی است. تسری این امر موجب هرچه تنگ‌تر شدن عرصه تعاملات اجتماعی و دور شدن افراد از یکدیگر است که در مصاحبه‌های انجام شده، اغلب مصاحبه‌شوندگان به آن اشاره داشته‌اند.

در تهران، مطالبه این هزینه‌ها از شهروندان ذیل دو شکل اصلی‌تر یعنی بهای دسترسی و کالایی شدن فضای شهری متجلی می‌شوند. بهای دسترسی نتیجه مستقیم توزیع نامناسب فضای شهری است که با تعیین حدود دوری و نزدیکی، تعاملات شهروندان را مشروط به پرداخت هزینه می‌کند. کالایی شدن فضا تجلی دیگر این اقتصاد تعامل است که از منظری دیگر خود علت اقتصادی شدن تعاملات به‌شمار می‌رود. کالایی شدن فضا عبارت است از ایفای نقشی دوگانه که یکی کالا شدن فضا و وارد شدن آن به چرخه داد و ستدهای اقتصادی است و دیگری تبدیل فضا به ابزاری که در خدمت تسهیل آن داد و ستدهاست.

- بهای دسترسی

از اواخر تابستان سال جاری (۱۳۹۶) تا آخرین روزهای مدیریت شهردار پیشین تهران، شعارهای تبلیغاتی‌ای در جای‌جای شهر از جمله ایستگاه‌های مترو و بدنه اتوبوس‌های شهرداری نقش بسته بود (تهران ۱۲۵ کتابخانه عمومی دارد. تهران ۳۵ بزرگراه دارد. تهران ۳۷۴ سرای محله دارد و...) که نشان‌دهنده این نکته است که نگاه برنامه‌ریزان و مدیران به توسعه شهری نگاهی کالبدی و سرانه‌ای، یعنی مطلق‌گراست. به بیان دیگر، فضا به صورت سرانه‌ای و با هدف بالا بردن ارقام و اعداد ایجاد شده است؛ اما کاربردی بودن فضای ایجاد شده برای شهروندان در نظر گرفته نشده است. بسیاری از اماکن موجود برای بخش قابل توجهی از شهروندان دسترس‌پذیر نیست و این نشانه‌ای از ملاحظه کالبدی فضا است. بی‌توجهی به کاربردی بودن فضا برای همه شهروندان در کنار توزیع ناعادلانه فضاهای عمومی در شهر تهران باعث شده عملاً بسیاری از شهروندان از مکان‌های عمومی ایجاد شده محروم بمانند. چند مثال از مصاحبه‌های انجام‌شده:

شیدا، ۲۶ ساله:

«من از خونه تا هر جایی که بخوام برم، لااقل باید یک ساعت تو راه باشم، خب معلومه خیلی وقتاً اصلاً قیدشو می‌زنم. آدم خسته میشه، وقت نداره، هوا تاریک میشه.»

شادی، ۲۵ ساله:

«تأثیر رفتن اصلاً ممکن نیست به خاطر دوری راه من از تمام سالنایی که توش اجراهای درست و حسابی هست.»

بیگانگی شهروندان با فضا در تهران و بی‌توجهی به نیاز شهروندان حاکی از نگاهی مطلق‌گرا به فضا است. در نگاه مطلق‌گرایانه، فضای شهری همانند کالبدی در نظر گرفته می‌شود که فعالیت‌های اجتماعی در آن اتفاق می‌افتند. طرفداران این دیدگاه فضا را منفعل می‌دانند. نمونه‌های بارزی از این نوع نگاه به فضای شهری در ایران وجود دارد، که از بارزترین آنها می‌توان به طرح نوسازی بزرگراه نواب در دهه ۷۰ اشاره کرد (داداش‌پور و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۸۴). دیدگاه نافضایی دقیقاً نقطه مقابل دیدگاه مطلق‌گرایانه به فضا است. در این دیدگاه، تمام روابط و فرایندهای فضایی روابط اجتماعی فرض می‌شوند. در دیدگاه سوم، که دیدگاه دیالکتیکی است، اصل بر این است که فضا چیزی بیرون و مقدم بر جامعه نیست بلکه توسط جامعه ایجاد می‌شود. در این دیدگاه روابط اجتماعی براساس سازه‌های فضایی ایجاد می‌شوند و از طرف دیگر، روابط اجتماعی بر سازه‌های فضایی تأثیر می‌گذارند (همان، ۱۸۹).

نگاهی به مواضع مدیران شهری در تهران نشان می‌دهد که معتقدند توسعه فضاهای عمومی شهر باید به بخش خصوصی سپرده شود. غالب فضاهای ایجاد شده در تهران، اعم از پاساژها و مال‌ها، که امروزه فضایی تفریحی در نظر گرفته می‌شوند، توسط سرمایه‌گذار بخش خصوصی انجام شده است. سرمایه‌گذاران و مدیران بخش‌های خصوصی غالباً به فکر به حداکثر رساندن سود خود هستند و این سود لزوماً با منافع گروه‌های کم‌درآمد یکسان نیست؛ بنابراین سرمایه‌گذاری‌ها در مناطقی صورت می‌گیرند که در زمره مناطق مناسب شهری هستند و بازگشت سرمایه را تضمین می‌کنند. طی چنین فرایندی، مناطقی که از پیش ثروتمند هستند، ثروتمندتر می‌شوند و این به معنای بازتولید نابرابری و تحمیل هزینه‌های دسترسی به اقشار کم‌درآمد است (هاروی، ۱۳۸۲: ۸۵). چراکه دسترسی به منابع شهری برای کسانی که از امتیاز مجاورت به این منابع برخوردارند، کمتر خواهد بود و هرچه فاصله بیشتر باشد هزینه‌ها نیز بالا می‌رود. هزینه دسترسی افراد به امکانات شهری تابعی است از مجاورت و هزینه حمل‌ونقل (همان: ۶۱-۶۰). اگر اکثر امکانات شهری در نقاط خاصی از شهر متمرکز شوند، یعنی نقاطی که معمولاً از افراد کم‌درآمد دور هستند، هزینه دسترسی این افراد بالا می‌رود. البته باید این نکته را هم در نظر داشت که منظور از هزینه فقط هزینه مالی نیست؛ بلکه

هزینه‌های عاطفی، روحی و تنش‌های ناشی از ترافیک و شلوغی (که به راحتی قابل اندازه‌گیری نیستند) را نیز باید در نظر گرفت.

- کالایی شدن فضا

کالایی شدن امکانات شهری منحصر به محدودیت دسترسی به این امکانات نیست؛ زیرا این کالایی شدن مستقیماً از طریق شکل‌دهی خاصی به فضا محقق می‌گردد. در نتیجه آن نحو محدودیت دسترسی که در تهران وجود دارد نتیجه نحوه خاصی از شکل‌گیری فضا در تهران است. زیرا چنان‌که لوفور معتقد است، تنها مجرای کالایی شدن امکانات شهری شکل‌دهی فضایی متناسب با این مقصود بوده است. در نظر لوفور، کالایی شدن سوژه در نظام سرمایه‌داری عبارت است از بازتولید انسان توسط انسان. اما کالایی شدن فضا به مثابه امری همگن از خلال برنامه‌ریزی‌های گوناگون و کنترل‌ها و مهارهای متنوع محقق می‌شود. در این معنا، فضا نیز که امر سومی بود، مانند سوژه و ابژه دستخوش کالایی شدن می‌گردد (لوفور، ۱۹۹۶: ۱۰۱).

فضا که خود به مثابه کالا نگریسته شده است به بخش‌هایی تقسیم شده که هر بخش متناسب برنامه‌ای خاص، بخشی معین از امکانات شهری را درون خود جای داده است. در چنین وضعیتی، دسترسی به فضایی که واجد امکانات شهری بیشتر است، مانند دسترسی به کالایی است پربه‌تر. به این ترتیب، در مناطق مختلف شهر مرزهایی نامرئی ترسیم شده که در خود به لحاظ آرایش و طراحی شهری وحدتی فرو بسته و ناهم‌ساز با مناطق دیگر دارد. این آرایش فرو بسته شهری شبیه‌تر به مناطق همگون و بسیار دور از مناطق ناهمگون است. کالایی شدن امکانات شهری که از خلال تقسیم‌بندی برنامه‌ریزی فضا محقق می‌شود به این معناست که معیار این طراحی و به تبع آن حد همگونی و ناهمگونی منطقه بر مبنای اقتصادی استوار می‌گردد زیرا فضا دیگر نه تنها ظرفی برای کالاهای مورد دادوستد، بلکه خود به کالا بدل شده است و بر فضای روابط اجتماعی غالب می‌شود (ژیلنیتس، ۲۰۰۷: ۶۹-۶۸). در مثال زیر، غلبه و مطالبات فضا از شهروندان دیده می‌شود:

نینا، ۲۰ ساله:

«ما به جمعی هستیم با دوستان خیلی بیرون می‌ریم... بعضی جاها مهم‌تره ماشینت چی باشه، چی بپوشی، آرایش چجوری باشه، گوشیت چی باشه، مثلاً پالا دیوم که می‌ریم خیلی شیک

و پیک می‌ریم، آدم باید به چشم بیاد دیگه، حتی شده از دوستای دیگه مون لباس بگیریم که ست شیم، یا با لباس تکراری نریم.»

موقعیت حاضر ناشی از مرزهای نامرئی‌ای است که در نتیجه کالایی شدن خود فضا ترسیم شده است. عبور از این مرزها مستلزم پرداختن بهای گزافی است که سوژه نه برای به‌دست آوردن ابژه بلکه برای به‌دست آوردن فضا یا به تعبیر دیگر انتفاع از فضا می‌پردازد. بهای حاضر را می‌توان با عنوان «هزینه حضور در شهر» صورت‌بندی کرد و این هزینه حضور چیزی است که مقدم بر «هزینه تملک» و علاوه بر آن مطالبه شده است. کالایی شدن فضا مرزهای محدودیت اقتصادی را از ابژه مورد تملک به سوژه خواهان مالکیت و به کل شهر دربرگیرنده آنها گسترش می‌دهد.

کالایی شدن فضای شهری در جریان گسترش یافتن و در برگرفتن تمامیت شهر، از ترسیم مرزی مقدماتی میان سوژه و ابژه به ترسیم مرزی میان سوژه‌های شهر می‌رسد. به این ترتیب، آن هزینه حضوری که پیشتر از آن سخن گفته شد نه فقط در ورای هزینه تملک و پیشتر از آن در حیات شهروند اعمال می‌گردد، بلکه بر روابط اجتماعی او نیز بار می‌شود. به این معنا که امکان برقراری ارتباط میان کسانی که به فضای یکسانی دسترسی دارند بیشتر است.

در تهران، فضا در جریان مطالبه‌ای نامحسوس سوژه‌ای را که قادر به پرداخت «هزینه حضور در شهر» نیست از فضایی که محل برگزاری دیدارهای مستمر و تعاملات اجتماعی است دور می‌کند. فضا در نتیجه پاره‌پاره شدن‌های نامتوازن پیش‌شرط‌های دسترسی شهروند به امکانات شهری را تکثیر و فربه می‌کند و به‌صورت عاملی، مقدماتی به‌صورت نخستین دروازه ورود به حیات اجتماعی در نخستین مرحله ظاهر می‌گردد. هزینه حضور اساساً هزینه‌ای مازاد است که برای کالایی نامعلوم، نامحسوس، بسیار بزرگ و دست نیافتنی به نام فضا باید پرداخت کرد.

۲. دوپارگی شهر

در اینجا، شهر دوپاره به شهری واحد، یعنی تهران، اطلاق شده تا شکاف موجود نشان داده شود. به این معنا که گویی دوپارگی شهر منجر به ایجاد دو شهر متفاوت در دل یک شهر شده است؛ همان‌گونه که دو شهر را فاصله مکانی از هم جدا می‌سازد، شهری واحد را فاصله طبقاتی به دو بخش تقسیم کرده است. از این جهت، در درون شهری که به‌ظاهر یکی است، دو شهر قرار

می‌گیرد که فاصله طبقاتی تأثیری بسیار ملموس همچون تأثیر فاصله مکانی ایجاد می‌کند. در نتیجه این فاصله، دو گونه شهروند مختلف پدید می‌آیند که گویی به دو شهر مختلف تعلق دارند. نه برداشت‌ها، نه انتظارها و نه انواع واکنش هیچ‌کدام شباهتی میان ایشان ایجاد نمی‌کند. ایشان حتی در خصوص شهر ظاهراً واحدی که در آن زندگی می‌کنند تصور یکسانی ندارند. زیرا در واقع نیز یکسانی‌ای در کار نیست.

- شکاف اقتصادی

شکاف اقتصادی در شهر تهران، نمودهای متکثر و چندگانه دارد. بزرگترین نمود این شکاف ظاهراً در تجسد فضاهای شهری ذیل یک دوگانه بزرگ «شمال» و «جنوب» صورت‌بندی می‌شود و تا عمیق‌ترین لایه‌های اجتماعی رسوخ می‌کند. نتایج این شکاف‌های اقتصادی نیز مانند نمودهای آن متکثر و چندگانه است. اما در اینجا نیز نمودی بزرگتر گویی تمام نتایج دیگر را در خود صورت‌بندی می‌کند. این نمود بزرگتر همانا «جزیره‌ای شدن» روابط اجتماعی است.

جزیره‌ای شدن روابط از خلال نوعی دوگانگی محقق می‌گردد. از یک سو، روابطی برقرار است و حوزه حیاتی هر شهروند اغلب بیش از شخص خود او را دربر می‌گیرد. اما از سوی دیگر، شمول این روابط به نحوی جزیره‌ای محدود می‌شود؛ یعنی به نحوی گسسته از دیگر حوزه‌های روابط اجتماعی. استعاره جزیره در اینجا بدان معناست که در این نوع روابط چیزی بیش از محدودیت صرف در گستردگی حلقه طرفین رابطه وجود دارد. زیرا آنچه جزیره روابط را از دیگر جزایر متمایز می‌کند، نه مرزی برآمده از محدودیت گستردگی بلکه گونه‌ای گسستگی نوعی و عدم سنخیت است. همان‌گونه که جزیره نوعاً از آب متمایز است.

مقوم هریک از این جزایر ملاکی است که همچون قانونی نانوشته گستره روابط را تعیین می‌کند و همان‌قدر سبب پیدایش جزیره است که سبب بقای آن. این قانون نانوشته روابط را برمدار شباهتی اقتصادی دایر می‌کند که وجه‌تمایز جزیره از بیرون آن است. به این ترتیب، شهری که در سطوح گوناگون پاره‌پاره و نامتوازن است، اندک‌اندک تبدیل به مجمع‌الجزایری از روابط گوناگون می‌گردد که در امتداد دوگانه بزرگ شمال و جنوب در طیفی از تفاوت‌گذاری‌ها حیات اجتماعی شهر را در خود فرو می‌بلعد. به این ترتیب، همان‌گونه که به سبب کالایی شدن فضا شهر میان نقاط نامتوازن پاره‌پاره شده است، به سبب شکاف اقتصادی روابط شهروندی ذیل جزایری

دور و نزدیک ایجاد می‌شود که از تهران مجمع‌الجزایری ساخته‌است که البته از دریایی واحد، که آنها را یکپارچه سازد، بی‌بهره‌اند.

برای مثال، ساره ۳۸ ساله عدم تمایل برای برقراری ارتباط در خارج از طبقه اقتصادی‌اش را این‌طور بیان می‌کند:

«بینید، شباهت مالی و اقتصادی برای من خیلی مهمه. دوستای من همیشه محدود بودن، اصلاً توی دانشگاه و محل کارم دیگران در حد من نبودن که باهاشون رابطه‌ای برقرار کنم. من تجربه دیگرانو دیدم و عبرت گرفتم. از قیافه طرف می‌فهمم چیکارس، به نگاه به سر تا پا و لباسا و رفتاراش که می‌کنم می‌فهمم کیه و چیه.»

- جزیره‌ای شدن روابط اجتماعی

پاره‌پاره شدن شهرها به سبب شکاف اقتصادی پدیده‌ای نوظهور و نایاب نیست. این چندپارگی در شهر تهران، به‌صورت طیفی از شکاف‌ها درآمده است که در امتداد محدوده جغرافیایی خاصی قابل ردیابی است. به‌سبب همین شکاف‌ها و چندپارگی نمی‌توان از یک شهر واحد صحبت کرد، بلکه ناگزیر باید از چند جزیره بحث کرد. تهران دربر گیرنده مجمع‌الجزایری است که برقراری روابط اجتماعی را دشوار و مخاطره‌آمیز می‌کند.

تهران ازیک‌سو که مربوط به ارتباط اجتماعی فعال است، دچار انسداد و ازسوی دیگر، به‌نحوی غریب واجد قابلیت دسترسی است. خیابان‌ها و اتوبان‌های سرتاسری، شمالی‌ترین نقطه مجمع‌الجزایر را به جنوبی‌ترین نقاط آن وصل می‌کنند و خطوط ارتباطی محور شرق و غرب را به هم مرتبط می‌سازد. در اینجا، این پرسش مطرح می‌شود که چگونه شهری که به سبب شکاف اقتصادی در وضعیت ملموس چندپارگی روابط به‌سر می‌برد، چنین خطوط ارتباطی‌ای در چهار جهت شهر دارد. پاسخ به این پرسش با اشاره به سخنی از دیوید هاروی آسان‌تر می‌شود: درجایی که سرمایه‌داری حاکم است گردش سرمایه نیازمند جابه‌جایی آسان در فضا است. مثال هاروی راه‌آهن قرن نوزدهم و اینترنت در عصر جدید است (هاروی، ۱۳۹۳: ۷۱-۷۰). راه‌های ارتباطی شهر تهران از جهت کثرت و بازتولید مکرر برآمده از همان منطقی هستند که پیشتر سبب جدایی این مناطق شده است؛ یعنی دسترسی آسان صرفاً در جهت گردش سرمایه.

مارکس از چیزی سخن می‌گفت که به نظر هاروی، یکی از مقدسات سرمایه به‌شمار می‌آید و آن از میان بردن فضا از طریق زمان است (هاروی، ۱۳۹۴: ۲۰۰)؛ یعنی با سرعت بخشیدن به روند پیمودن فضا چنان عمل شود که گویی فضایی در میان نیست و با توسل به سرعت حمل‌ونقل و راه‌های ارتباطی سرتاسری، بر فضایی که مستلزم صرف هزینه زمانی خاصی است به‌کلی چیره شده یا آن هزینه تا حد امکان کاهش یابد. از این جهت، در شهر تهران نیز گویی سیاستی دوگانه در کار بوده است که از یک‌سو، به ایجاد فضاهایی متناسب با مقاصد خود همت گماشته و از سوی دیگر، بر آن بوده است که هرگونه فضا را به‌مثابه عامل افزایش هزینه مصرفی زمان به‌کلی از میان بردارد. در این سیاست دوگانه فضازایی و فضازدایی طرح‌هایی ناسازگار و حتی متناقض به اجرا در آمده است که یا بر مشکلات شهری افزوده و/یا به سبب ناکارآمدی نیمه‌کاره رها شده است. در نتیجه، سیمای شهر تهران به سیمای شهری «همواره در دست احداث» بدل شده که گویی زمان را در استمرار آن به دام انداخته‌اند. گویی در تهران هیچ طرح شهری‌ای به پایان نمی‌رسد چراکه هیچ‌گاه آنچنان‌که باید آغاز نشده است.

ساختار اجتماعی در چنین شهری، به تعبیر زیمل، بر مدار سنجش کمی شهروندان از یکدیگر مستقر خواهد شد (زیمل، ۱۳۷۲: ۵۵). در شهری که فضا خود به کالا تبدیل شده است و از پی طراحی شهری مجمع‌الجزایری نامتوازن برجای مانده است و هرگونه تلاش برای پیوند، بی‌درنگ گسست‌ها را نمایان‌تر می‌کند، همبستگی اجتماعی، در معنای وسیع کلمه، مهم‌ترین امری است که مورد تهدید واقع می‌شود. در شهری مانند تهران، که با اصطلاحات زیملی می‌توان آن را کلان‌شهری تمام‌عیار به‌شمار آورد، شهروندان تمام پرسش‌ها را به پرسش از «چقدر» تقلیل می‌دهند. چنین تقلیلی گونه‌ای تفوق عقل‌گرایی به‌معنای حسابگری است. در نظر زیمل، توسعه عقل‌گرایی با سیطره اقتصاد پولی ارتباط وثیق دارد و گونه‌ای انزوای اجتماعی را در پی خواهد داشت (تانکیس، ۱۳۹۴: ۱۷). درخصوص چگونگی نسبت ساکنان هر جزیره و نسبت این ساکنان با ساکنان جزایر دیگر توجه به مثال زیر و بسط نظر زیمل می‌تواند راهگشا باشد.

سایه ۳۷ ساله نظرش را راجع به گسترش حمل‌ونقل عمومی اینگونه بیان می‌کند:

«از وقتی این مترو باز شده دیگه میدون تجربش اون تجربش سابق نیست، هرچی عمله

هست پاشون باز شده اینجا. سوار مترو میشن میان بالا اینجا رم به هم می‌ریزن».

در نظر زیمل، کلان‌شهری که تحت سیطره اقتصاد پولی است، روند درونی شدن آن سیطره را در حیات ذهنی شهروندان متجلی می‌کند (زیمل، ۱۳۷۲: ۵۷). یعنی در روند درونی شدن اقتصاد پولی، عقل‌گرایی حسابگرانه بر حیات ذهنی شهروندان چیره می‌شود (همان: ۵۵). عقل‌گرایی حسابگرانه به بیان زیمل، جانشینی مغز است به جای قلب. واکنش‌های شهروندی همه براساس محاسبه دوگانه هزینه و عایدی برقرار می‌شود. روابط را عدد تعیین می‌کند و ذیل پرسش تکرار شونده «چقدر» در یک‌سوئی سرد مراودات کلان‌شهری فرو می‌بلعد. در جریان این دگرگونی روابط یا به تعبیر دیگر، سیر درونی شدن اقتصاد پولی در کلان‌شهر، فردیت در یک معنا در هماهنگی با برنامه غیرشخصی بسیار پیچیده مضمحل می‌شود و اقتضائات تازه خود را بر حیات ذهنی شهروندان کلان‌شهر تحمیل می‌کند. شهروند کلان‌شهر به تعبیر زیمل، ناگزیر است «فن زندگی کلان‌شهری» را بیاموزد (همان: ۵۶).

۳. واکنش‌های اجتماعی

بنابر آنچه گفته شد، فردیتی که در ساخت غیر ردی کلان‌شهر محو شده است، ازسوی همان ساخت اقتضا می‌گردد. بنابر پژوهش حاضر، شهروندان تهران سه واکنش برای پرکردن آن فردیت تهی‌شده و ادامه زندگی در کلان‌شهر تهران بروز می‌دهند: تقرب جستن، چانه‌زنی و اعتراض و درنهایت دوری جستن.

- پالادیومی شدن

واکنش نخست، تقرب جستن ساکنان جزایر فرودست به شیوه زندگانی ساکنان جزایر فرادست است. در این واکنش، کوشش‌های رفتاری و کلامی و حتی موضع‌گیری‌ها معطوف می‌شوند به آنکه شباهت را هرچه بیشتر کنند. در این معنا، شبیه‌تر شدن غایت هرگونه حیات اجتماعی است. فردیت تهی‌شده گمان می‌برد با نزدیک‌تر نمودن خود به آنچه به راستی از آن او نیست، خلأ را پر می‌کند و در این فرایند رسمیت‌بخشی، ولو دروغین و ساختگی، خود را بازمی‌یابد. در پژوهش حاضر، کنش تقرب‌جویی تحت استعاره «پالادیومی شدن» صورت‌بندی می‌شود؛ هم از آن جهت که به نظر می‌آید در روزگار کنونی، ایده‌آل متجسد طراحی شهری در کلان‌شهری چون

تهران است؛ و هم آنکه در قالب مثالی صریح در یکی از مصاحبه‌های انجام‌شده، وجوه مختلف کنش تقرب‌جویی را در خود خلاصه کرده است.

مرکز خرید پالادیوم در یکی از فرادستی‌ترین نقاط فرادستی شهر، یعنی زعفرانیه، بنا شده است. پالادیوم در مقایسه با مراکز خرید دیگر، به‌نحوی قیاس‌ناپذیری لوکس و تکنیکه و پرزرق‌وبرق است؛ خلاصه آنکه در این بنای نمونه‌وار، دوگانه مراکز خرید به کمالی هرچه بیشتر متجسد شده است: محلی که همان‌قدر برای رفع نامحدود نیازها و برآوردن آرزوها بسنده است که دست‌نیافتنی و ویژه و محدود به گروهی برگزیده است.

پالادیوم را گونه‌ای کالایی‌شدن فضا ممکن کرده است. فضای کالاشده، با کارکرد دوگانه‌ای که لوفور بر می‌شمرد، در پالادیوم ظهوری بی‌مانند می‌یابد: پالادیوم که خود محصول سرمایه‌داری است و چیزی است که «پدیدآمده» است، روابط اجتماعی گروهی نه چندان کوچک از شهروندان را جهت می‌دهد و خصلتی «پدیدآور» پیدا می‌کند. پالادیوم تحقق کامل‌تر تمام مراکز تجاری تهران است که در طراحی شهری حاضر، یکسره بر این مدار می‌چرخد که علاوه بر اجناس، کالایی دیگر نیز برای عرضه و فروش و کسب عایدی بیشتر دست‌وپا کند؛ آن کالای دیگر همانا فضا است که در پالادیوم، در کنار اجناس دیگر عرضه می‌شود و هزینه حضور در فضا را به‌نحوی غیرمستقیم، مطالبه می‌کند که از آن می‌توان با عنوان «هژمونی فضا» نام برد؛ و هژمونی برخلاف ایدئولوژی، که از بالا به پایین و به‌نحوی زورمندانه اعمال می‌شود، در تمام ابعاد زندگی روزمره انسان‌ها می‌تند و در قالب عقل سلیم درمی‌آید (ایگلتون، ۱۳۸۱: ۱۷۹-۱۷۸). پالادیومی شدن، یعنی به سیطره این هژمونی در آمدن، که عبارت است از تقرب جستن به ریز و درشت زندگانی فرادستان برای بازیابی فردیتی که تهی شده است.

موقعیت هژمونیک پالادیومی شدن، گاه به کامکاری و گاه به ناکامی منجر می‌شود. آنگاه که کامکاری فرد حاصل می‌گردد و فرد خود را به قالب فرادستان و حلقه راه‌یافتگان در می‌آورد، هژمونی فضا توانسته است معیار بودن خود را مستقر کند. همه‌چیز شهروند کامکار، نشانه‌ای است که به ورای خود، به جواز ورودی برای فضاهای فرادستی و هزینه‌ای پرداخت‌شده، دلالت می‌کند. از مارک گوشی موبایل گرفته تا مدل لباس‌ها و الگوی آرایش‌ها و جنس و طرح کفش‌ها، نه خود این اشیا بلکه نشانه‌هایی هستند که در مناسبات اجتماعی عرضه می‌گردند تا

به وسیله عامل یکسان ساز، یعنی پول، سنجیده و بازشناسی شوند. تلاش برای همسان شدن و نزدیک شدن به طبقه فرادست را به خوبی در این مثال می بینیم:

نینا ۲۰ ساله:

«هرجایی کلاس خاص خودشو داره، بالاشهر یه سر و تیپ دیگه ای باید داشته باشی که به چشم بیای. (با خنده) تابلونشه بچه کجایی. با بچه هایی می ریم اینور و اونور که یا خودشون بچه بالان، یا خیلی شیک و پیکن و به کلاس ما می خورن.»

اما آنگاه که تقرب جستن شکاف پرنشدنی را آشکارتر می کند، پالادیومی شدن شکست می خورد. شکست خوردگان پالادیوم ها، یعنی مقلدان ناکام ریز و درشت زندگانی فرادستی، در هر عملی که برای مشابه تر شدن انجام می دهند، گسست ناپیمودنی فضاها را همچون افقی برای فعالیت های خود آشکار می کنند و خود با آن پیوسته مواجه می شوند.

- چانه زنی و اعتراض

واکنش دوم برای بازیابی فردیتی که تهی شده است، چانه زنی و اعتراض در فضای شهر است. معترضان یا از زمره سرخوردگان از تقرب جویی به فرادستان هستند یا دسته ای که موانع اقتصادی آن تقرب جویی را از آغاز دیده و از آن اجتناب کرده اند. با صرف نظر از ابعادی که چانه زنی و اعتراض در وضعیت اجتماعی به خود می گیرد، بحث را به آن گونه ای از چانه زنی و اعتراض محدود می کنیم که سعی دارد با بهره جویی از ظرفیت های فضایی شهر، و به طور کلی، با حقی که شهروند به شهر دارد، گسست های فضایی را مورد مناقشه قرار دهد و از در اعتراض به وضع موجود درآید.

چانه زنی و اعتراض به مثابه یکی از واکنش هایی که فرد به تهی شدن فردیت خود نشان می دهد، اگر نه به صورت طلب نوعی آرمان شهر ناممکن، در قالب احقاق حق به شهر قابل بررسی است. در نظر لوفور، حق به شهر فریادی و درخواستی است؛ فریادی است بر سر زندگی غمبار شهری و ملال زدگی روز افزون آن و درخواستی است برای پدید آوردن شهری که هرچه کمتر اینگونه از خود بیگانگی به بار آورد و نامکانی بزرگ نباشد (هاروی، ۱۳۹۵: ۱۱). اما تلاش برای احقاق این حق، در تهران کنونی، از چه راه هایی ممکن خواهد بود و چه نتیجه ای در پی

خواهد داشت؟ و آیا اساسا در شهری مانند تهران، تلاش برای احقاق حق به شهر، واکنشی ثمربخش است؟

سیاست‌های فضایی اخیر (و مشخصا از سال‌های نخستین دهه نود شمسی به این سو) مبتنی بر اصولی هستند که به وضوح خلاف امکان احقاق حق به شهر به شمار می‌روند؛ مثلا اصل ساده جدایی پیاده‌راه از راه و پیاده‌راه‌زدایی از شهر، که دو مورد برجسته آن زیرگذرهای چهارراه ولیعصر (عج) و میدان ولیعصر (عج) هستند. در هردوی این موارد، به جای پیاده‌راه‌های سابق، که به راه‌ها و همچنین به پیاده‌راه‌های دیگر وصل می‌شد، زیرگذرهایی تو در تو احداث شده است که از بدو ورود به چهارراه یا میدان مذکور، پیادگان را به تناسب مقصد از یکدیگر جدا می‌کند و در دالان‌هایی گاه طویل و طاقت‌فرسا تا خروجی‌ای، که خود نیز به نحوی محصور و جدا شده است، سوق می‌دهد. در مثال‌های فوق، طراحی فضایی خیابان را همچون قلمرویی که نوعا از پیاده‌راه متفاوت است و پیاده‌راه را همچون عاملی که باید از خیابان با نرده‌هایی طویل و بلند منفک شود، در نظر گرفته است و هرگونه توقف و مواجهه و مجال را میان شهروندان بی‌معنا و غیرضروری به شمار آورده است. فضا در دو مثال بالا، قطعه‌قطعه شده است و به وضوح، خلاف امکان احقاق حق به شهر یا بروز اعتراض و چانه‌زنی طراحی شده است.

علاوه بر اینکه تلاش‌های احتمالی برای احیای مرکزیتی مصنوعی در فضای کنونی شهر تهران با دشواری بسیار و روزافزون روبه‌روست، عاملی دیگر نیز در کار است که چانه‌زنی و اعتراض را به واکنشی بدل می‌کند که کمتر مجال تحقق دارد. آن عامل گسیختگی جزیره‌وار گروه‌های مردم در نتیجه سیطره یکسان‌سازی اقتصاد پولی است (زیمِل، ۱۳۹۰: ۳۲۹). به این ترتیب، اگر اعتراض‌هایی هم شکل گرفته، هرگز تمام شهر را فرانگرفته و پایدار و مداوم نبوده است؛ زیرا شهر از تمامیتی منسجم بی‌بهره است و فضا در قطعاتی ناهمگون به بخش‌های متکثر تقسیم شده است.

- دوری جستن یا غریبگی پیشه کردن

در شهری مانند تهران، اگر احقاق حق به شهر در یک سو و سیطره اقتصاد پولی درسوی دیگر باشد، بی‌تردید تفوق با اقتصاد پولی خواهد بود. موقعیت دوگانه اقتصاد پولی و اثرات دوگانه‌ای که از آن نتیجه می‌شود، درنهایت به گسترش چانه‌زنی و اعتراض منتهی نخواهد شد. زیرا

چانه‌زنی و اعتراض در عصر حاضر، نه به انگیزه حاکم کردن بینشی خاص مانند کمونیسم یا سوسیالیسم بر شهر، بلکه به پشتوانه فوران امر متفاوتی ممکن می‌شود که از پیش برنامه‌ریزی نشده است و ناگهان سر بر می‌آورد (هاروی، ۱۳۹۵: ۲۳). اما بروز امر متفاوت در زمینه خاکستری ناشی از هم‌سطح‌سازی در اقتصاد پولی، روبه‌روز دشوارتر و ناممکن‌تر می‌گردد. در چنین وضعیتی، شهروندان به تعبیر آرتور رمبو^۱ شاعر فرانسوی مشغول در خود فرورفتن آرام و به سیطره فضای کالایی شده بی تفاوت می‌شوند. شهروند شهری مانند تهران، مشکل را نه از سازوکار حاکم بلکه از خود می‌داند.

مریم ۳۷ ساله:

«خب شهر همینه دیگه، یعنی شلوغی یعنی جمعیت زیاد، یعنی دوری راه. من راهم از همه‌جا دوره، خونه‌مون اگر نزدیک بود، خب راحت‌تر بودم، ولی نیست دیگه. من باید کنار بیام وگرنه شرایط که همینه.»

در شرایطی که پالادیومی شدن و هر شکلی از تقرب جستن برای فرودستان پرهزینه و در مواردی ناممکن است و احقاق حق به شهر نیز در مناسبات فضایی و اجتماعی فعلی، با موانع بسیار از جمله برخوردهای امنیتی روبه‌روست، دوری جستن دسترس‌پذیرترین راهی است که شهروند تهران پیش می‌گیرد. تفوق دیگر این واکنش بر دو واکنش دیگر این است که هم برای فرودستان مناسب جلوه می‌کند و هم برای فرادستان. اما در شهری مانند تهران، که خطوط ارتباطی فراوان و اقتضائات متعدد نقاط مختلف آن را به هم گره می‌زند، نمی‌توان از دوری جستن به معنای صریح آن سخن گفت. شهروندان تهران به نحو غریبی از یکدیگر دور و به یکدیگر نزدیک‌اند.

نسبت حاضر، یعنی نسبت مرکب از دوری و نزدیکی توأمان، اینگونه دوری جستن را به سنخی اجتماعی تبدیل می‌کند که زیمل آن را سنخ اجتماعی «غریبه» نامیده است (زیمل، ۱۳۹۳: ۲۷۱). دوری جستن در تهران، ناگزیر به غریبگی می‌انجامد؛ زیرا شهروندان نه می‌توانند چندان از یکدیگر دور شوند و نه قادرند به یکدیگر نزدیک گردند. تمثیلی که می‌توان در این خصوص به کار برد، تمثیل شهروندانی است که هر صبح در اتوبوس‌های بسیار شلوغ رهسپارند درحالی‌که

^۱. Arthur Rimbaud

به میزان نزدیکی تحمل‌ناپذیری که دارند، هریک از دیگری بسیار دور است؛ چنان‌که بودن دیگری را اشغال‌کننده فضا می‌داند. بنابراین، دوری‌جستن، که محرومان به‌مثابه واکنش اختیار می‌کنند، در تهران به شکل غریبگی درمی‌آید.

غریبه در معنای مدنظر زیمل، عضوی است از خود گروه که نوعی فاصله درونی با دیگران دارد. غریبه کسی است که هم درون گروه است و هم بیرون گروه؛ به‌همین سبب، به‌رغم آنکه وجود او به‌نحوی غیرارگانیک به گروه ضمیمه شده است، درعین حال به‌نحوی ارگانیک به گروه تعلق دارد (همان: ۲۷۶). غریبگی در تهران با تمام ویژگی‌هایش بروز می‌کند، این ویژگی‌ها عبارت‌اند از: بی‌زمینی، بی‌تقیدی و جانشین‌پذیری (همان: ۲۶۹-۲۷۵).

کسانی که در تهران، به سبب شکاف‌ها غریبگی پیشه می‌کنند، در وهله نخست، کسانی هستند که به جزایر فرودستی تعلق دارند. برای این دسته از شهروندان، دوری‌جستن به شکل غریبه‌شدن ممکن می‌شود؛ حال آنکه شهروندان جزایر فرادستی، دوری‌جستن را به شکل انزجار یا همان خشم پنهان محقق می‌کنند. شهروندان فرادستی، چون بی‌زمین نیستند، غریبه به‌شمار نمی‌روند. اما شهروندان فرودستی، بی‌زمینی را به هردو معنایی که زیمل از آن سخن می‌گوید، تجربه می‌کنند؛ یعنی ایشان هم از مالکیت محروم‌اند و هم از حس تعلق. ایشان در پهنه شهر زمینی ندارند؛ نه به‌معنای فیزیکی و نه به‌معنای استعاره‌ای که عبارت است از جوهری حیاتی که اگرچه به‌معنای مکانی نیست، در بطن محیط اجتماعی ثابت را میسر می‌کند (همان: ۲۷۱). بی‌زمینی در معنای استعاره‌ای کلمه، همانا بی‌ثباتی است و این وضعیتی است که غریبه‌ها در آن به‌سر می‌برند. غریبه اگرچه درون مرزهای مکانی یا گروهی خاصی مستقر می‌شود که مرزهایی شبیه مرزهای مکانی دارد، جایگاه او همواره متأثر از این امر است که او از آغاز به آن مکان تعلق نداشته و آنچه او را به درون این مرزها آورده است، طبیعی نیست (همان: ۲۶۹).

ساره، ۳۸ ساله می‌گوید:

«به دقیقه میام پارک ریلکس کنم، ولی مال خودم نیستم، همش دیگران بهت زل میزنن، از

بس که فرهنگشون پایینه، اکثراً از جاهای دیگه میان اینجا (پارک ملت)، همش حس می‌کنم

داره به حریمم تجاوز می‌شه».

در این مثال، عبارت «اکثرا از جاهای دیگه میان اینجا» گویای مطلب فوق است که می‌توان آن را ذیل تعبیر استنتاج از خاستگاه صورت‌بندی کرد. ارتباط غیرارگانیک که مشخصه روابط غریبه‌هاست، آن عرصه بسیار گسترده و نامتعیین را با آزادی از قید هرگونه تعلق توأم می‌کند. در نتیجه، غریبه اگر هم از عهده پرداخت هزینه حضور خود در فضاهای از آن دیگران برآید، باز هم هیچ احساس تعلق به آن فضاها نخواهد داشت.

غریبه چنان باهمه به‌طور کلی، پیوند دارد که با هیچ‌کس به‌طور خاص، پیوند ندارد. به تعبیر دیگر، روابط غریبه همه جانشین‌پذیرند. جانشین‌پذیری همان بی‌تقیدی است هنگامی که موضع غریبه از وجه رابطه با دیگران، نه رابطه با شهر، ملاحظه شود؛ یعنی از این وجه که او چه معیاری برای برقراری ارتباط با دیگران دارد. این معیار، چنان‌که در خصوص شهر بی‌تقیدی بود، درخصوص دیگران جانشین‌پذیری است. به این ترتیب، غریبه سنخ اجتماعی فرودستان تهران و غریبگی پیشه کردن واکنش غالب ایشان است که به سبب فقدان همبستگی اجتماعی، حتی در جزایر متشکل از مشابهان نیز، بیشتر یا کمتر، سیطره دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش با هدف مطالعه نقاط گسست تعاملات اجتماعی در شهر تهران انجام شده است و در بخش یافته‌ها سه مضمون کلی، حاصل شد که هر یک واجد مقولاتی است. در بخش اول، از اهمیت تعیین‌کننده اقتصاد تعامل و تأثیر آن بر میزان و شکل تعاملات اجتماعی بحث شده است؛ یعنی هزینه‌های اقتصادی و غیراقتصادی حضور در شهر و مشارکت در تعاملات اجتماعی. بنابراین، اولین مقوله اقتصاد تعامل «هزینه‌های حضور در شهر» است که در گستره آن مطالبه و پرداخت نیز معنایی وسیع‌تر از معنای رایج به خود می‌گیرد. چنان‌که هاروی گفته است و با نتایج پژوهش حاضر نیز هم‌سو می‌باشد، هر نوع دستکاری در شهر بر درآمدهای یک گروه می‌افزاید و از درآمدهای گروهی دیگر می‌کاهد و البته این روند غالباً به ضرر طبقات فرودست است (هاروی، ۱۳۸۲). تهران نیز از این قاعده مستثنی نیست. حال آنکه شهر باید زمینه‌ای برای تحقق تعاملات و ارتباطات اجتماعی باشد. نیل به چنین هدفی نیازمند توزیع متناسب اماکن شهری به‌نحوی است که دسترسی و امکان استفاده برای تمام شهروندان میسر باشد. طبق نظر لوفور و

هم‌سو با نتایج پژوهش حاضر، برنامه‌ریزی در جهت رسیدن به چنین ایده‌آلی نیازمند وجود نگاه دیالکتیکی به فضا و پرهیز از نگاه کالبدی و کمی است.

این پژوهش در کوشش برای پاسخگویی به کیفیت تعاملات شهروندی و معنای ذهنی خود شهروندان از این تعاملات، به چنین نتیجه‌ای رسید: اکثر مصاحبه‌شونده‌های پژوهش، برای آنکه بتوانند با دیگری ارتباط برقرار کنند به دنبال «شباهت‌های اقتصادی» می‌گردند؛ یعنی ابتدا باید اطمینان حاصل کنند که میان آنها و دیگری از نظر اقتصادی شکاف عمیقی وجود ندارد و پس از آنکه چنین اعتمادی حاصل شد، رابطه شکل می‌گیرد و بعضاً ادامه پیدا می‌کند. چنان‌که در پژوهشی، از اعتماد به عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل برقراری ارتباط میان شهروندان نام برده شده (موسایی و شیانی، ۱۳۸۹) در این پژوهش نیز مشاهده شد برقراری ارتباط دست‌کم در محدوده مناطق مورد بحث تهران منوط به نوعی اعتماد شده‌است که می‌توان آن را «اعتماد از فقدان شکاف اقتصادی» نامید. از این جهت، تهران به مجمع‌الجزایری تشبیه شده است که عامل تعیین‌کننده مرزهای جزایر آن «اقتصاد» است.

معنای ذهنی خود شهروندان از تعاملات متقابل را می‌توان به بیانی دقیق‌تر نیز ضمن استفاده از مفهوم غریبگی نزد زیمل طرح کرد. زیمل غریبگی را یکی از ویژگی‌های زندگی کلان‌شهری می‌داند. همین ویژگی در میان مصاحبه‌های پژوهش حاضر مشاهده شد و این نتیجه را حاصل کرد که هرچه ساکنان این جزایر به لحاظ اقتصادی از هم دورتر می‌شوند، کم‌تر به جهان ذهنی و معنایی یکدیگر راه پیدا می‌کنند و نسبت به یکدیگر غریبه‌تر می‌گردند؛ به گونه‌ای که تصوراتشان از شهر و آنچه که شهر باید باشد، به کلی متفاوت است: ساکنان جزایر فرادست انتقادات جدی به شهر دارند و آن را خیلی از آنچه باید باشد دور می‌دانند. برعکس، ساکنان جزایر فرودست نقصان‌ها را درونی می‌کنند و مشکل را از خودشان می‌دانند.

همان‌طور که در پژوهش‌هایی (پارکینسون، ۲۰۱۲؛ ستا لو، ۲۰۰۰) دریافته‌اند، اگر فضای شهری متناسب با نیاز و کاربرد همگان نباشد، شهروندان دست به واکنش‌هایی می‌زنند. این واکنش‌ها در ابتدا، به شکل طلب حق و میل به اثرگذاری در شهر دیده می‌شود و چنانچه به نتیجه نرسد، منجر به طرد شهروندان از فضای شهری خواهد شد. در این مطالعه نیز مشاهده شد که شهروندان تهران در قبال فضای شهری موجود و متناسب با آن واکنش‌هایی اتخاذ می‌کنند.

بنابر نتایجی که از مشاهدات میدانی به دست آمد، این واکنش‌ها در مناطق مورد بررسی شهر تهران عبارت‌اند از: پالادیومی شدن یا تقرب‌جویی، چانه‌زنی و اعتراض و در نهایت دوری جستن یا غریبگی پیشه کردن.

تمسک به واکنش اول نیازمند حدی از توان مالی است چراکه کنشگران در این شیوه سعی می‌کنند هرچه بیشتر به شیوه زندگی طبقات فرادستی شهر نزدیک شوند. اما روی آوردن به برندهای تقلبی، خرید اقساطی کالاهای لوکس و اقداماتی از این قبیل نشان‌دهنده شکست این واکنش است.

راه دوم، چانه‌زنی شهروندان با مسئولان و مدیران شهری به منظور اعمال نظر در ساخت و سازهای شهر است. اما ناهمسو بودن منافع مردم و دوری «جزایرشان» تا کنون اعتراضات منسجم و یکپارچه‌ای شکل نگرفته است. اعتراضاتی هم که به هر شکلی به گوش مسئولان رسیده غالباً بی‌پاسخ مانده است.

راه سوم پیش‌روی شهروندان تهرانی دوری جستن و غریبگی پیشه کردن است. دوری جستن فرودستان در تهران در شکل غریبه‌بودن محقق می‌شود؛ چرا که به واسطه وجود راه‌های ارتباطی بی‌شمار در شهر تهران و شیوه توزیع فضای شهری و اماکن عمومی، دوری جستن و انزوای مطلق برای فرودستان امکان‌پذیر نیست. این شکل از فضای شهری برآمده از سیطره اقتصاد پولی و کالایی شدن فضا است که هم‌زمان با یکسان‌سازی و رنگ‌زدایی از اشیا و انسان‌ها، نزدیکی‌های بی‌سابقه پدید آورده است. در چنین موقعیتی، از میان سه واکنشی که شهروندان فرودست تهران به شکاف‌های عمیق طبقاتی و فردیت تهی شده خود نشان می‌دهند، تقرب جستن با هزینه‌ها و ناممکنی‌های گوناگون همراه است و اعتراض و چانه‌زنی با موانع بی‌شمار؛ در نتیجه واکنش غالب، بنابر پژوهش پیش رو، دوری جستن است که عملاً در شکل «غریبگی پیشه کردن» نمود می‌یابد.

به بیان خلاصه، تخصیص فضا در مناطق مورد بررسی شهر تهران به گونه‌ای است که برای شهروندان آن مناطق راهی جز دوری جستن و غریبگی پیشه کردن باقی نمی‌گذارد. دو راه محتمل دیگر، یکی تشبه به طبقه فرادستی و دیگری چانه‌زنی با مسئولان و مدیران، به سبب ناممکنی یا هزینه‌زا بودن با اقبال کمتری از سوی شهروندان مواجه می‌شوند. نتیجه‌ای که تحقیق

حاضر با صراحت در پی بیان آن است، چنین است: با نظر به مطالعات کتابخانه‌ای و میدانی و ضمن استفاده از داده‌ها و روش مشخص، می‌توان تصدیق کرد که راه پیش‌روی شهروندان مناطق مذکور در تعاملات اجتماعی عبارت است از دوری جستن و غریبگی پیشه کردن.

منابع

- 0 تانکیس، فرن (۱۳۹۴). *فضا، شهر و نظریه اجتماعی*، ترجمه: دکتر حمیدرضا پارسی و آرزو افلاطونی. تهران: نشر دانشگاه تهران.
- 0 تری ایگلتن (۱۳۸۱). *درآمدی بر ایدئولوژی*. ترجمه: اکبر معصوم بیگی. تهران: نشر آگه.
- 0 داداش‌پور، هاشم و همکاران (۱۳۹۴). جایگاه عدالت فضایی در نظام برنامه ریزی شهری ایران. *مجله علمی-ترویجی راهبرد توسعه*. سال ۱۱، شماره ۴۳: ۲۰۶-۱۸۱.
- 0 زیمیل، گئورگ (۱۳۷۲). *کلان‌شهر و حیات ذهنی*. ترجمه: یوسف اباذری. *نامه علوم اجتماعی*. سال ۱۶، شماره ۶: ۵۳-۶۶.
- 0 زیمیل، گئورگ (۱۳۹۰). *پول در فرهنگ مدرن*. ترجمه: یوسف اباذری. *فصلنامه فلسفی، ادبی، فرهنگی/ارغنون*. سال ۱، شماره ۳: ۳۳۸-۳۲۶.
- 0 زیمیل، گئورگ (۱۳۹۳). *درباره فردیت و فرم‌های اجتماعی*. ترجمه: شهناز مسمی پرست. تهران: نشر ثالث.
- 0 شالچی، سمیه و همکاران (۱۳۹۵). بازسازی شهری، تصویر تهران و تجربه بیگانگی. *مجله تحقیقات فرهنگی ایران*، سال ۸، شماره ۳: ۳۲-۱.
- 0 فتحی، سروش (۱۳۹۱). *تحلیلی بر روابط اجتماعی در فضای شهری پایدار*. *مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران*. سال ۴، شماره ۴: ۶۴-۴۷.
- 0 فلیک، اووه (۱۳۹۲). *درآمدی بر تحقیق کیفی*. ترجمه هادی جلیلی. تهران: نشر نی.
- 0 کلانتری، عبدالحسین و حسینی‌زاده آرانی، سیدسعید (۱۳۹۳). بررسی ارتباط میان مشارکت در شبکه‌های نهادی اجتماعی و تجربه احساس تنهایی (مورد مطالعه: کلان شهر تهران). *فصلنامه علوم اجتماعی*. سال ۱۳، شماره ۴: ۱۳۴-۱۰۹.
- 0 موسایی، میثم و شیانی، ملیحه (۱۳۸۹). *مشارکت در امور شهری و الزامات آن*. *مجله رفاه اجتماعی*. سال ۲، شماره ۳۸: ۲۶۸-۲۴۵.

- 0 هاروی، دیوید (۱۳۹۳). *معمای سرمایه و بحران های سرمایه داری*. ترجمه: مجید امینی. تهران: نشر کلاغ.
- 0 هاروی، دیوید (۱۳۹۴). *هفده تناقض و پایان سرمایه داری*. ترجمه: خسرو کلانتری و مجید امینی. تهران: نشر کلاغ.
- 0 هاروی، دیوید (۱۳۹۵). *از حق به شهر تا شهرهای شورشی*. ترجمه: خسرو کلانتری و پرویز صداقت. تهران: نشر آگاه.
- 0 هاروی، دیوید (۱۳۸۲). *عدالت اجتماعی و شهر*. ترجمه: حسام فرخیان و همکاران. تهران: شرکت پردازش برنامه ریزی شهری وابسته به شهرداری تهران.
- 0 Lefebvre, H. (1996). *The Production of Space*. Oxford: Blackwell.
- 0 Low, S. (2000). *On the Plaza: The Politics of Public Space and Culture*. Austin: University of Texas Press.
- 0 Madanipour, A. (1999). *Why are the design and development of public spaces significant for cities*. England: University of Newcastle.
- 0 Parkinson, J.R (2012). *Democracy and public space*. Oxford: Oxford University Press.
- 0 Saldaña, J. (2009). *The Coding Manual for Qualitative Researchers*. London: Sage publication.
- 0 Zieleniec, A. (2007). *Space and social theory*. London: Sage Publication.