

## تجربه جوانی و تولید فضای اجتماعی: مردم‌نگاری انتقادی پرسه‌زنی

### جوانان در فضاهای شهری

(مورد مطالعه: خیابان پاسداران شهر سنندج)

جمال محمدی<sup>۱\*</sup>

جهانگیر محمودی<sup>۲</sup>

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۱۲/۰۸

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۰۱/۱۹

#### چکیده

سیطره‌ی سرمایه‌داری بر زندگی روزمره و میل آن به سامان‌دهی حیات عمومی/خصوصی همواره از رهگذر سازماندهی فضا تحقق یافته است. از جمله فضاهای سازماندهی شده فضاهای شهری‌اند که هویت‌یابی، لذت-جویی، معناسازی و کلاً تعامل‌های روزمره‌ی افراد را تنظیم و کنترل می‌کنند. در شهر سنندج خیابان پاسداران یگانه خیابانی است که دارای حال‌وهوایی متفاوت است. پژوهش حاضر کوشیده است تا این تولید فضای شهری را با تکیه بر دستگاه مفهومی لوفور و به‌کارگیری روش مردم‌نگاری انتقادی تحلیل کند. برای انجام این کار از چند مجرا وارد میدان مطالعه شده‌ایم: مصاحبه‌ی عمیق و فوکوس گروپ با پرسه‌زنان (جوانان ۱۸-۳۰ سال)، مشاهده‌ی مستقیم فضا و مشاهده‌ی مشارکتی. تحلیل تماتیک داده‌ها نشان‌گر آن است که پراکتیس‌ها، قواعد و بازنمایی‌های فضایی حاکم بر این خیابان از پرسه‌زنان جوان «سوژه‌هایی مدگرا» ساخته و عمل فراخواندن جوانان به پذیرش گفتار مصرف‌گرایی را با موفقیت انجام می‌دهد. این فضا با «اعمال تدابیر خرد انضباطی» بر جوانان آنها را غرق در زندگی روزمره‌ی خیابانی می‌کند که تماماً متناسب با قواعد خود فضا شکل گرفته است. جوانان در متن این نوع ساختارها و سامانه‌های فرهنگی حاکم به عمل «نمایش جوانی» (نمایش مردانگی و نمایش زنانگی) دست می‌زنند؛ اما این عمل گویای هیچ‌گونه مقاومت رادیکالی در برابر قواعد فضا نیست. به‌علاوه، این نمایش جوانی پیوندی ناگسستنی با سن‌وسال جوانان دارد و همین نشان می‌دهد که «تجربه‌کردن زندگی» در این فضا به‌هیچ‌رو دال بر گشودگی خود فضا نیست. آنچه بر این فضا سیطره دارد ساختارهای اجتماعی «مناسبات سرمایه» است که به میانجی ساختارهای فرهنگی حاکم، تجربه جوانی را تولید و بازتولید می‌نماید.

**کلیدواژه‌ها:** فضای شهری، تجربه جوانی، پرسه‌زنی، سوژه مدگرا، ایماژهای مصرفی، نمایش جوانی، ساختارها و مناسبات سرمایه.

۱- دانشیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه کردستان

۲- کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی

\* نویسنده مسئول

## ۱. مقدمه و طرح مسأله

پرسش از فضا و تولید آن در متن زندگی روزمره، اساس صورت‌بندی نظریه‌ی اجتماعی هانری لوفور<sup>۱</sup> است که پژوهش حاضر در بررسی تجربه زیسته فرهنگی پرسه‌زنی جوانان در خیابان به‌مثابه فضایی شهری وامدار آن می‌باشد. آنچه مشخصاً کانون توجه این پژوهش را تشکیل می‌دهد نقش خیابان به‌مثابه فضایی شهری در تولید فضایی اجتماعی است، یعنی این‌که خیابان در مقام یکی از عناصر اصلی برسازنده‌ی حیات شهری واسطه تولید و بازتولید روابط اجتماعی در زندگی روزمره است. از طرف دیگر، هژمونی همواره از طریق مداخله و به‌انقیاد کشیدن ساختار فضاهای شهری است که امر سامان‌بخشی به جامعه را عملی می‌کند. نقطه‌ی ثقل این کشاکش بین اعمال هژمونی از بالا و کنش‌ها/ مقاومت‌های جاری در دل زندگی روزمره تجارب، معناها، لذت‌ها، هویت‌یابی‌ها و تعامل‌هایی است که بین پرسه‌زنان فضاهای شهری صورت تحقق به‌خود می‌گیرد. مرور مباحث این حوزه نشان می‌دهد که «از دهه ۱۹۷۰، علاقه‌ی روبه‌رشدی در نظریه اجتماعی/ فرهنگی نسبت به طرح مسأله‌ی فضا و مکان به‌وجود آمده است. پیشتر، نظریه‌ی مدرن به زمان علاقمند بود و آن را عمده‌ترین قلمرو وقوع تغییرات اجتماعی می‌دانست و در مقابل، فضا عنصری مرده، ثابت و بی‌تحرك تلقی می‌شد که حرکت‌های تاریخ آن را به‌پیش می‌برد. به قول فوکو، کل تاریخی که در مورد مکان‌ها به‌صورت مکتوب برجا مانده است، تاریخ قدرت‌ها نیز بوده و هردو این موارد (تاریخ مکان و قدرت) درباره‌ی استراتژی‌های ژئوپولتیک بزرگ و تاکتیک‌های خرد ساکنان سرزمین بوده است» (بارکر، ۱۳۹۱: ۶۲۴). به‌بیان دیگر، «فضا در هر شکلی از زندگی اجتماعی مقوله‌ای اساسی است بدین دلیل که اساس اعمال قدرت است» (فوکو، ۱۹۸۶: ۲۲۵). از این دید، خیابان یکی از مهم‌ترین فضاها در حیات اجتماعی شهری است که بر کالبد آن نشانه‌های قدرت و ایدئولوژی‌های رقیب حک شده است. خیابان نه گذرگاهی موقت، بلکه شیوه‌ای از زیستن و نوعی بودن است؛ خیابان استعاره‌ای است برای شیوه‌ی متفاوتی از زندگی و تجربه روزمرگی که از بطن مدرنیته‌ی فرهنگی شهری زاده می‌شود. خیابان به‌مثابه شیوه‌ای از هستی اجتماعی قلمرو تلاقی سنخ‌های متفاوت و بعضاً متعارضی از روابط اجتماعی است و همواره در آن بر سر تسلب و تثبیت معنای زندگی منازعه درمی‌گیرد. بدین اعتبار، خیابان عرصه‌ی سیاست و بازتولید روابط قدرت و امکان‌های مقاومت است.

1. Henri Lefebvre

مدرنیته و تناقض‌های درونی آن، از سویی منجر به تغییراتی ساختاری در روابط اجتماعی گردید و از سوی دیگر خیابان را به مثابه فضایی شهری محل منازعه این دگردیسی‌های روابط اجتماعی قرار داد. به نظر می‌رسد که مشخص‌ترین این دگردیسی‌ها مبتنی بر دیالکتیک میان فضای شهری و تعاملات اجتماعی می‌باشد. به تعبیری دیگر، فضا خود زاده‌ی این دگردیسی‌هاست، لیکن مؤلفه‌ای بنیادین در عملکرد و سازمان‌دهی جامعه نیز می‌باشد و این بدین معنی است که فضاهای شهری هم‌زمان که واسطه‌ی روابط اجتماعی‌اند، خود نیز برآیند این فرایند می‌باشند (لوفور، ۱۹۹۱). در این دیالکتیک میان فضا و روابط اجتماعی است که می‌توان از تولید فضای شهری خیابان سخن به میان آورد. در این سازمان‌دهی اجتماعی فضا، عملکردهایی مسلط و نیز ساختارهای فرهنگی حاکمی وجود دارند که به دنبال اعمال قدرت هژمونیک خویش از طریق طراحی و چیدمان حرکات، بر گزینه‌ها، رفتار و بدن کاربران‌اند و به واسطه و در میان شبکه‌ای درهم‌تنیده از تصاویر، نمادها، نشانه‌ها و ایماژها، تجربه‌ی زیسته روزمره در فضای اجتماعی را مملو از اعمال و بازنمایی تکنولوژی‌های قدرت می‌کنند؛ بنابراین، مصرف‌کنندگان فضا (در این جا جوانان) نه فقط از طریق این پراکتیس‌های فضایی معطوف به سامان‌یابی اجتماعی کنترل می‌شوند و در کانال‌های مجازی مملو از نمادهای قدرت/مقاومت، سازمان‌دهی و هدایت می‌گردند، بلکه عملاً کلیت هستی اجتماعی متجسد آنها در کشاکش همین اعمال پراکتیس‌های هژمونیک و ابراز مقاومت‌های خرد بر ساخته می‌شود.

با این وصف، ایده‌ی اصلی پژوهش حاضر این است که جوانی به مثابه تجربه، نه یک تجربه زیسته فرهنگی ناب، امری عادی و یا بیولوژیک، منفک از ساختارهای اجتماعی و قدرت، بلکه از اساس مقوله‌ای است که به میانجی سامانه‌های فرهنگی حاکم و مشروط بر ساختارهای اجتماعی بر ساخت می‌گردد. پیوند این برساختی بودن تجربه جوانی با خیابان به مثابه فضایی شهری و به طور عام با تولید فضای اجتماعی مسأله‌ی اصلی پژوهش را تشکیل می‌دهد. خیابان در مقام فضایی لاینفک از زندگی روزمره و به سان تمامی مکان‌ها و فضاهای دیگر می‌تواند همچون نوعی میانجی، کلیت جامعه را بازنمایاند. بدین اعتبار، با واکاوی و واری انتقادی آن می‌توان به کنه شکاف‌ها، تضادها و منازعات فرهنگی موجود در جامعه پی برد و از آن‌ها پرده برداشت. این پژوهش با مطالعه موردی جوانان خیابان پاسداران شهر سنندج، درصدد تأمل در همین مسأله می‌باشد. خیابان پاسداران، یکی از مجلل‌ترین و شلوغ‌ترین خیابان‌های شهر است. وجود پاساژها، مراکز خرید، فروشگاه‌ها، نمایندگی‌های شرکت‌ها، بانک‌ها و دیگر اماکن مهم در این خیابان در کنار پرسه‌زنی‌های جوانان آن را به مورد مطالعاتی حساس و جالب توجهی

بدل می‌کند. بر همین سیاق، پژوهش حاضر نسبت به این مسائل حساس است: فهم و تحلیل ساختار فضایی خیابان پاسداران و پراکتیس‌های هژمونیک معطوف به سامان‌دهی روابط اجتماعی در این فضا که به جهان روزمره‌ی پرسه‌زنان جوان شکل می‌بخشند. همچنین جوانان چگونه در قالب نمایش‌های جوانی که پیوندی درونی با مصرف و بدن دارند، در بازتولید یا به‌چالش کشیدن ساختار فضایی خیابان نقش ایفا می‌کنند. به‌طور کلی، فهم پیوند میان تجربه جوانی و فضای شهری خیابان به‌مثابه بخشی از زندگی روزمره هدف پژوهش حاضر است. با این حال، اگر آنها را به زبان مردم‌نگاری انتقادی ترجمه نماییم می‌توان این پرسش‌های بنیادی را مطرح نمود. تجربه جوانی به چه شیوه‌ای در پرسه‌زنی‌های خیابانی زیسته می‌شود و چه گونه عمل می‌کند؟ چه ارزش‌های فرهنگی حاکمی از این روابط و مناسبات موجود حمایت می‌کنند و چگونه بر آن تجارب زیسته تأثیر می‌گذارند؟ چگونه مناسبات ساختاری که به‌واسطه این ارزش‌های فرهنگی عمل می‌کنند؛ تولید و بازتولید می‌شوند؟

#### تولید فضا و امر روزمره در برخی پژوهش‌ها

پژوهش‌های متفاوتی در زمینه فضاهای شهری، تولید فضای اجتماعی، زندگی روزمره و در باب جوانی در ایران انجام شده است. ابادری و کاظمی (۱۳۸۸) در «زندگی روزمره و مراکز خرید در شهر تهران» بر آن‌اند که گروه‌های فرودستی چون زنان خانه‌دار، مردان بازنشسته، جنوب شهری‌ها و نوجوانان در قالب تاکتیک‌های به‌یغما بردن به گونه‌های متفاوتی مراکز خرید را مورد بهره‌برداری قرار داده و از آن خود می‌کنند. به‌عبارت دیگر، مردم در مکان‌هایی چون مراکز خرید به‌واسطه خلق فضاهای بی‌شمار و ناهمگن، همگنی مراکز خرید را زیر سؤال می‌برند و از طریق کردار پرسه‌زنی و حضور غیرمتمعارف معناسازی می‌کنند و به‌واسطه مصرف فرهنگی خاص و دستکاری موقعیت مکان، تولید لذت می‌نمایند. رهبری و شارع‌پور (۱۳۹۳) در «جنسیت و حق به شهر» معتقداند که مفهوم تولید فضا تأثیر معناداری بر ادراک از حق به شهر در تهران ندارد که این می‌تواند ناشی از تفاوت‌های زمینه‌ای در ادراک مفهوم حق و یا تفاوت در معنای شهروندی در اجتماعات متفاوت باشد. همچنین داده‌ها بیان‌گر این قضیه‌اند که مشارکت زنان در شهر و اختصاص‌یابی فضای شهری به زنان کمتر از مردان است و جنسیت در کنار طبقه، نقشی کلیدی در اختصاص‌دهی فضاها به اقشار اجتماع بازی می‌کند. شفیع‌ی و علیخواه (۱۳۹۳) در «فضا و بازتولید قدرت: مطالعه‌ای درباره تفکیک جنسیتی در دانشگاه‌های تهران» به این نتیجه دست یافته‌اند که اعمال تکنیک‌های انضباطی فضا در سطح دانشگاه‌ها به خلق سوژه مطیعی که صرفاً مصرف‌کننده فضا باشد منجر نشده، بلکه نوعی مصرف‌کننده‌ی

فضا شکل گرفته است که برای تحقق خواسته‌هایش در فضای عمومی تلاش و تقلا می‌کند. محمدپور و بهمنی (۱۳۸۹) در «زن، پاساژ و مصرف نشانه‌ها» خاطر نشان می‌نمایند که پاساژ صرفاً مکان مصرف کالاها، متعارف نیست، بلکه فضایی نشانه‌شناختی و نمادی شده برای مصرف نشانه‌ها، کیچ، مصرف تظاهری، پرسه‌زنی، هویت‌یابی، مقاومت و تمایز جنسیتی و دوست‌یابی است. کاظمی در «پرسه‌زنی و زندگی روزمره ایرانی» (۱۳۸۸) معتقد است که بخشی از افراد در پاساژها، نه کالاها بلکه خود فضا را مصرف می‌کنند که منطبق بر استراتژی‌های خرید و مصرف نیست، بلکه نوعی تاکتیک و ضداستراتژی است. وی این مسأله را با مفهوم «پرسه‌زنی» توضیح می‌دهد. توانا، شفیعی و صدیقی (۱۳۹۴) در «پرسه‌زنی، جامعه‌شناسی انتقادی و زندگی روزمره (نمونه موردی: خیابان گل‌سار شهر رشت)» بر آن‌اند که میان طبقات و برش‌های اجتماعی در پرسه‌زنی و مصرف فضا، تفاوت وجود دارد. به‌رغم اندک بودن نمونه‌ها، اما نمونه‌هایی که سرمایه‌ی فرهنگی بالایی دارند، مواجهه‌ای مقاومت‌گونه را پیشه می‌نمایند. با نگاهی به نحوه‌ی انجام قریب به اکثریت پژوهش‌های این حوزه که به برخی از آنها اشاره گردید، می‌توان اذعان داشت که عموماً نگاه مسلط در باب تجربه‌های جوانی (پرسه‌زنی، پاساژگردی، فضاهای دانشگاهی و...) در پژوهش‌ها معطوف به تحلیل اعمال، تاکتیک‌ها، خلاقیت‌ها و امکان‌های مقاومت بوده است. چه بسا بینش-روش به‌کار گرفته شده در آن پژوهش‌ها آنها را به این نتایج خاص سوق داده است. با این حال، پژوهش حاضر از این زاویه متمایز است که در جستجوی پیوندی میان فضاهای اجتماعی (مشخصاً خیابان) و تجربه جوانی است. آنچه برای این پژوهش حائز اهمیت است نقد ساختارهای فرهنگی، اعمال قدرت و ساختارهای اجتماعی است که این نوع از تجربه زیسته فرهنگی را شکل می‌دهند.

### نگاه کلاسیک به امر روزمره

مطالعه زندگی روزمره و چیستی آن همواره محل مناقشه سنت‌ها و مکاتب فکری متفاوتی بوده و از نظرگاه‌های گوناگون مورد مذاقه و پرسش قرار گرفته است. از سویی تسلط منطق و فرم‌های سرمایه‌داری پسین بر تمامی جوانب و لحظات زندگی روزمره و از دیگر سو، حساسیت نظری مبتنی بر پیوند ناگسستنی فرهنگ، قدرت، امر روزمره و سیاست زندگی که پژوهش‌های این حوزه را نسبت به جوانب سیاسی فرهنگ و نقد و بازسازی رادیکال زندگی روزمره ملزم و آگاه کرده‌اند، بر اهمیت دوچندان آن افزوده و پژوهش انتقادی در زمینه‌های گوناگون این حوزه را به امری مهم و محل منازعه بدل نموده‌اند. «زندگی روزمره ابتدا در سنت جامعه‌شناسی تفسیری- مکتب کنش متقابل نمادین، پدیدارشناسی و اتنومتدولوژی- به حوزه مطالعاتی

آکادمیک راه یافت که به‌عنوان چیزی خودجوش در قالب توصیفات صرف و سطحی کنش‌های معمولی کنشگران اجتماعی و فعالیت‌های بدیهی عاملان اجتماعی درون شبکه‌های اجتماعی مورد مطالعه قرار گرفت؛ اما این قسم از مطالعات و نگاه‌های شبه‌انضمامی، بسیار دور از پروپلماتیک امر روزمره بودند» (بن‌هایمور<sup>۱</sup>، ۲۰۰۲). برای این سنت نظری، پرسش از زندگی روزمره پرسش از بدیهیات بود؛ اما در نظرگاه نظریه‌پردازان انتقادی، زندگی روزمره تبدیل به امری مسأله‌دار و در پیوند با سلطه و امکان‌های مقاومت گردید؛ که آن را در بطن جامعه سرمایه‌داری و تناقضات مدرنیته صورت‌بندی می‌کردند و بدین‌جهت دارای حساسیت نظری خاصی بود. از ملاحظات نظری متفکرانی مثل گرامشی و لوکاچ گرفته تا مکتب فرانکفورت، هانری لوفور و گی دبور و مطالعات فرهنگی متأثر از چرخش فرهنگی، زندگی روزمره جایگاه ویژه‌ای در اندیشه‌ها و دغدغه‌های آنها داشته و به شیوه‌های متفاوتی خوانش شده است.

### نگاه انتقادی به امر روزمره

در این پژوهش به فراخور مسأله موردبررسی به یکی از انتقادی‌ترین صورت‌بندی‌های تئوریک زندگی روزمره، یعنی نظرات هانری لوفور، پرداخته می‌شود، چراکه او بر این باور است «هرگونه نظریه‌پردازی، باید از زندگی روزمره کار خود را آغاز کند... به‌دست دادن کلیت زندگی روزمره در متن سرمایه‌داری پسین، مهم‌ترین وظیفه‌ای است که لوفور بر عهده‌ی نظریه‌پرداز می‌گذارد» (لاجوردی، ۱۳۸۴: ۱۳۳-۱۳۲). وی هرچند بر این امر واقف است که زندگی روزمره تحت سیطره‌ی سرمایه‌داری است، همچنان ادعا می‌کند «که افراد ظرفیت و توانایی عملیت خود را حفظ می‌کنند و نهایتاً می‌توانند از طریق طرد و انکار بازنمود کاذب زندگی روزمره که صنایع فرهنگی سرمایه‌داری اخیر آن را عرضه می‌کنند، موجب تغییر اجتماعی شوند» (بنت، ۱۳۸۶: ۳۵). مفهوم زندگی روزمره لوفور نشان می‌دهد که سرمایه‌داری همواره زندگی را سازمان‌دهی کرده است، کنترلش را به‌شدت بر فراز زندگی خصوصی، یعنی بر فراز فراغت گسترانیده است و این اغلب به‌واسطه‌ی سازمان‌دهی فضا رخ می‌دهد (الدن، ۱۳۹۴: ۶۸). بحث لوفور درباره‌ی فضا، مشخصاً مبتنی بر یک چرخش فضایی است که عمدتاً از جغرافیا فراتر می‌رود و با فرایندهایی همچون شهری‌شدن و جهانی‌شدن پیوند می‌خورد. این ترکیب‌بندی متفاوت از مسأله فضا- زمان، بازاندیشی در مفاهیم مرتبط با فضا را می‌طلبید و نظریه‌ی تولید فضای لوفور محصول و برآیند همین بازاندیشی و پروپلماتیک‌کردن این مفهوم از طریق پیوند دادن آن با سرمایه‌داری و زندگی روزمره است. این مسأله حاکی از آن است که تسلط بر

1. Ben Highmore

فضا، مبنای قدرت و اعمال آن در زندگی روزمره و در جامعه است. مدعای لوفور این است که «فضای اجتماعی، تولیدی اجتماعی است» (لوفور، ۱۹۹۱: ۲۶). واقعیت اجتماعی محصول این فضای تولیدشده‌ای است که خود «هستی‌ای فی‌نفسه ندارد بلکه تولید می‌شود» (اشمید<sup>۱</sup>، ۲۰۰۸: ۲۸). او با تفکیک فضاهاى اجتماعى و فیزیکی، نقش فرهنگ و شیوه‌ی زندگی را برجسته نموده و از همین زاویه، شهر را به‌عنوان یک فضا بررسی کرده است. شهر دیگر فضایی برای سکونت نیست، بلکه بازتابی از جامعه و روابط اجتماعی است که روی زمین به تصویر کشیده شده است (مری‌فیلد<sup>۲</sup>، ۲۰۰۶: ۱۱۱-۱۰۸).

### دیالکتیک فضا و امر روزمره

ایده‌ی اصلی لوفور این است که امروزه چرخشی تاریخی درون سرمایه‌داری و مناسبات سرمایه رخ داده است مبنی بر این که تولید صرفاً در فضا رخ نمی‌دهد، بلکه خود فضا به‌واسطه پیشرفت سرمایه‌داری تولید می‌شود. به‌عبارت‌دیگر، «امروزه، تحلیل تولید نشان می‌دهد که از تولید چیزها در فضا، به تولید خود فضا گذر کرده‌ایم» (لوفور، ۱۳۹۴: ۲۵). وی برای صورت‌بندی تولید فضا، با جای‌دادن فضا در پروبلماتیک شیوه‌ی تولید مارکسی، وجهه‌ای انتقادی و مارکسیستی به رویکرد خود می‌بخشد که در قالب بازخوانی دیالکتیک مارکسی و عنوان «دیالکتیک سه وجهی» خود را نشان می‌دهد. از نقطه‌نظر لوفور، «در هر جامعه‌ای شیوه‌ی خاصی از تولید وجود دارد که فضای مختص به خود را شکل می‌دهد» (لوفور، ۱۹۹۱: ۳۱). از همین روست که فضای اجتماعی دارای تاریخ است و اگر تاریخ فضا وجود دارد، بر حسب دوره‌ها و شیوه‌های روابط تولیدی متفاوت خواهد بود؛ بنابراین، فضایی مختص به سرمایه‌داری وجود دارد که تحت سیطره و مدیریت بورژوازی است و از آن‌جا که در این برهه از تاریخ، فضا خود یکی از وسایل تولیدی است و همچون ابژه‌ای مصرفی تولید می‌شود، تصاحب آن در حکم سلطه بر جامعه است. به‌عبارت‌دیگر، «هر شیوه‌ای از سازمان‌دهی اجتماعی، محیطی را تولید می‌کند که پیامد روابط اجتماعی‌ای است که این شیوه سازمان‌دهی را در اختیار دارد... به این معنا که فضا، هم واسطه روابط اجتماعی است و هم فراورده مادی‌ای است که می‌تواند روابط اجتماعی را تحت تأثیر خود قرار دهد» (گاتدینر، ۱۳۹۴: ۱۶). چگونگی تولید فضا ما را به بحث رابطه میان سه لحظه دیالکتیکی درهم‌تنیده «پراکتیس فضایی<sup>۳</sup>»، «بازنمایی فضایی<sup>۴</sup>»

---

1. Christian Schmidt  
2. Merrifield  
3. Spatial practice  
4. Spatial representation

و «فضاهای بازنمایی<sup>۱</sup>» گره می‌زند؛ «چراکه رویکرد لوفور، کاربست روش دیالکتیکی بر فضا است» (ژلینتین، ۱۳۹۴: ۱۰۳). وجه نخست، فضا را به‌سان شکلی فیزیکی در نظر می‌گیرد، فضای واقعی، فضایی است که تولید می‌شود. وجه دوم فضای دانش رسمی و منطقی، نقشه‌ها و ریاضیات است، فضا به‌مثابه فضای ابزاری مهندسان اجتماعی و برنامه‌ریزان شهری، یعنی فضا به‌سان ساختی ذهنی، فضای تصور شده یا به اندیشه درآمده. وجه سوم، فضا را به‌مثابه امری می‌بیند که در طول زمان و به‌واسطه استفاده، تولید و تغییر کرده است؛ فضایی آکنده از نمادگرایی و معنا، فضای دانش غیررسمی» (الدن، ۱۳۹۴: ۷۷). لوفور در ایضاح این مسأله عنوان می‌کند که: «فضای مفهوم‌پردازی‌شده، فضای دانشمندان، برنامه‌ریزان، اوربان‌یست‌ها، تکنوکرات‌ها و مهندسان اجتماعی و همچنین فضای قسم مشخصی از هنرمندان است» (لوفور، ۱۹۹۱: ۳۸). همین فضا است که از سوی کارگزاران به‌شیوه‌ی گفتمانی برساخت می‌گردد و حامل ایدئولوژی‌هاست. از این منظر، بازنمایی‌های فضا با ایدئولوژی پیوند خورده است. وجه سوم که همان فضاهای بازنمایی است، در اصل فضای زیست‌شده زندگی روزمره است که مورد هجوم منطقی عقلانی‌سازی و یک‌دست‌سازی‌های هژمونیک است که دست‌برقضا، محل مقاومت و خلق تفاوت‌ها و حامل توان‌های نهفته مبارزه و منازعه با پراکتیس‌های مسلط نیز می‌باشد. «سلطه‌ی فضای تصور شده‌ی انتزاعی - که سرمایه، پول، کالاها و فالوس محوری در آن نیروهای بنیادین هستند - بر فضای اجتماعی تجربه‌ی زیسته‌ی روزمره، تجربه‌ی شهوانی، مراسم بازی و سرگرمی را انکار می‌کند یا منقاد می‌سازد؛ بنابراین، لوفور نقش محوری برای مبارزه طبقاتی در برابر این سلطه فضای انتزاعی یکسان‌ساز متصور است» (ژلینتین، ۱۳۹۴: ۱۲۳-۱۲۲).

براساس این نوع خوانش است که لوفور از سیاسی‌بودن فضا و سیاست فضایی سخن به‌میان می‌آورد. در واقع، به‌تعبیری لوفوری «سیاست فضایی وجود دارد، چراکه فضا سیاسی است» (الدن، ۱۳۹۴): فضا، سیاسی است چراکه کم و کیف بازنمایی فضا اثراتی بر چگونگی استفاده از آن دارد و توانش‌های معارضة بر سر سلطه و کنترل بازنمایی‌های فضا، همان توانش‌های معارضة‌جویی بین طبقات و اقشار متفاوت طبقاتی است. همین ایده بنیادی سیاست فضا و سیاسی‌بودن فضا است که در آن پروبلماتیک زندگی روزمره در عصر حاضر صورتی مسأله‌زا پیدا می‌کند، زیرا اگر امروزه سرمایه‌داری زندگی روزمره را به تسخیر درآورده، لوکیشن آن یعنی همان فضای اجتماعی را نیز تحت سلطه خود قرار داده است. به بیان دیگر، از آن‌جاکه زندگی روزمره فضایی شده است، تأمل در زندگی روزمره، تلاش برای فهم فضا و چگونگی



ساخته‌شدن و مورد استفاده قرار گرفتن‌اش را الزامی می‌سازد. در واقع، قصد لوفور در استفاده از مفهوم زندگی روزمره، روایت مدرنیته‌ای است که در آن معانی و عمل‌های تجربه زندگی شهری در سرمایه‌داری تعیین کننده‌اند. «زندگی روزمره، آمیزه‌ای از نشانه‌هاست که به واسطه‌ی آنها جامعه خود را نمایان و توجیه می‌کند، ملغمه‌ای از نشانه‌ها که بخشی از ایدئولوژی این جامعه را تشکیل می‌دهند» (لوفور، ۱۹۷۱: ۲۴). بدین ترتیب، تولید فضا و زندگی روزمره در نظریه‌ی لوفور اساساً واجد پیوندی ارگانیک و تحلیلی‌اند و از نظر او خلق تفاوت‌ها از طریق بازسامان‌دهی فضا تنها از کانال و در پراکتیس‌های زندگی روزمره است که ممکن می‌گردد (هابرساک، ۲۰۱۰).

## ۲. روش‌شناسی پژوهش

استراتژی پژوهش حاضر مردم‌نگاری انتقادی است. این روش با آن که نقطه تلاقی‌های حائز اهمیتی با مردم‌نگاری‌های معمول در پارادایم برساخت‌گرایی تفسیری دارد، لیکن ماهیتاً انتقادی و در واقع، شاخه‌ای از روش‌های کیفی انتقادی معرفی می‌شود. رویکرد انتقادی نیز ضمن حفظ بنیان‌های اصیل تفسیری - برساختی و تأویلی مردم‌نگاری، توجه این روش را به مطالعه‌ی عناصر قدرت، سلطه و نابرابری در فرآیند زندگی اجتماعی معطوف می‌کند (اسمیت، ۲۰۰۵). بر همین سیاق، امروزه اگر پای صحبت از مردم‌نگاری به میان می‌آید، منظور نه آن مردم‌نگاری متعارفی که به دنبال درک و تفسیر تجارب عمیق و توصیف‌های تجربه‌گرایانه و تقلیل‌گرایانه اتمیستی از تجارب و نه حتی توصیف ضخیم کسانی همچون کیلفورد گیرتز است؛ بلکه مسأله بر سر بررسی یک «تجربه فرهنگی»، درون فضای «زندگی روزمره» است که «شرایط ساختاری» و یا «قدرتی اجتماعی» ساحت تولید و بازتولید آن را شکل می‌دهد. هدف این قسم از مردم‌نگاری بررسی یک تجربه فرهنگی درون فضای زندگی روزمره است که خود مبتنی و یا مشروط بر یک شرایط اجتماعی/ساختاری می‌باشد (کاراسپیکن، ۱۹۹۶). اگر بپذیریم که امروزه هیچ تجربه زیسته‌ای جدای از فرایندها و اعمال قدرت نیست؛ آنگاه هدف این قسم پژوهش‌ها روشن می‌شود که امثال کاراسپیکن (۱۹۹۶) و اسمیت (۲۰۰۵) عنوان می‌نمایند که پژوهشگران انتقادی نوعاً افرادی با ذهنیت سیاسی هستند که می‌خواهند با پژوهش‌شان علیه نابرابری و سلطه سخن بگویند. در این زمینه مدیسون ابراز می‌دارد که «... این امر به دلیل نوعی نگرانی نسبت به عدالت اجتماعی است. ... اکنون باید اعتراف کنم: چیزی که از دست رفته است همان تأکید منابع و امکانات انحصاری بر سیاست و مقاومت در زندگی

است» (مدیسون، ۲۰۱۱: ۷). این به معنای لزوم نقد وضع موجود از طریق به چالش کشیدن فرهنگ است؛ بنابراین، این رویکرد روش شناختی نمی‌پرسد که «فرهنگ شما چیست؟» بلکه می‌پرسد «چگونه می‌شد بهتر بود؟». حصول این امر در گرو نقد آگاهی و تجربه زیسته فرهنگی می‌باشد؛ چرا که این تجربه نه در خلأ، بلکه در رابطه روابط سیستمی/ساختاری شکل گرفته است.

انجام این شیوه‌ی تحلیلی را کاراسپیکن به پنج مرحله زیر تقسیم می‌کند: (۱) گردآوری داده‌های تک‌گویانه: هدف این مرحله فهم وضعیت، توصیف آن و تجارب شخصی پژوهشگر با استفاده از طیف گسترده‌ای از تکنیک‌های متفاوت برای جست‌وجوی کلمات، تجربه‌ها و استعاره‌هاست. (۲) تحلیل بازسازی‌گرایانه مقدماتی: در این مرحله باید جهت آگاهی یافتن از جهت‌گیری‌ها، سوگیری‌های فرهنگی و نیز ارزش‌هایی که در میدان‌های معنایی (طیف معنایی) با توجه به حوزه‌های کنش، داده‌های تک‌گویانه را بازسازی کرد. (۳) تولید داده‌های دیالوگ‌محور: به بحث گذاشتن داده‌های به‌دست‌آمده پژوهشگر با افراد در قالب فوکوس‌گروپ و مصاحبه‌ها برای به آزمون کشیدن داده‌ها و پی‌بردن به تجارب زیسته افراد مورد مطالعه. (۴) تفسیر روابط سیستمی: بررسی افق‌های پراگماتیک یا همان فرهنگ حاکم بر رفتارها و کنش‌ها؛ بدین معنی که در عمل چگونه است. به تعبیری دیگر، هدف تبیین فضاهایی است که در عمل و در نشانه‌ها وجود دارد. بحث در این مرحله بر سر این است که چه ساختارها، سامانه‌ها و ارزش‌های فرهنگی از این تجربه‌ها یا روابط فرهنگی حمایت می‌کنند. (۵) تبیین روابط ساختاری: هدف این مرحله نهایی پیوند دادن عاملیت، تجارب زیسته فرهنگی، سامانه‌ها و ارزش‌های فرهنگی با ساختارهای اجتماعی حاکم جهت اصلاح و بازسازی است. این امر کمکی است به افشای سازوکارهای قدرت و سلطه‌ی ساختارهای فرهنگی تا به بازسازی عادلانه‌تر مناسبات و دموکراتیک‌ترکردن جامعه کمک نماید (کاراسپیکن، ۱۹۹۶: ۴۳-۸۰).

بر این اساس، در پژوهش حاضر گردآوری داده‌ها با تکیه بر فنون مشاهده مستقیم، مشاهده مشارکتی و تجربه زیسته پژوهشگر (مرحله اول)، بازسازی داده‌های تک‌گویانه با استفاده از گدگذاری در سطح ضعیف داده‌ها (مرحله دوم) و مصاحبه‌های عمیق و نیمه‌ساخت یافته در قالب فوکوس‌گروپ (مرحله سوم) انجام می‌گردد. جامعه آماری این مطالعه جوانان پرسه‌زن (۱۸ تا ۳۰ ساله) در خیابان پاسداران شهر سنندج بوده‌اند. روش نمونه‌گیری از نوع هدفمند بوده و حجم نمونه نیز با توجه به سطح اشباع نظری ۳۱ نفر در قالب فوکوس‌گروپ‌های ۵-۶ نفر بوده است. داده‌های گردآوری شده با روش تحلیل تماتیک تحلیل شده‌اند (مرحله چهارم). دست‌آخر این که این پژوهش داده‌های منتج از مصاحبه‌ها را به‌مثابه درک کاربران فضا (همان

تعبیر فضای بازنمایی لوفور) و داده‌های نشانه‌شناختی<sup>۱</sup> را تحت‌عنوان بازنمایی‌های فضایی (سامانه‌های فرهنگی مسلط) در نظر گرفته و آنها را با استفاده از رویکرد نظری پژوهش به ساختارهای حاکم و مسلط اجتماعی (مرحله پنجم) پیوند می‌دهد. کلاً این ترکیب‌بندی روشی/تکنیکی به ماهیت میدان مطالعه و رویکرد تحقیق برمی‌گردد که هدفش تحلیل، نقد داده‌ها و پیوند برقرارکردن میان وجوه سه‌گانه فضای شهری و ساختارهای اجتماعی مورد مطالعه می‌باشد. به تعبیر دیگر، این پژوهش از سطح توصیف رخداد (عاملیت) به سطح تفسیر مکانیسم‌ها (سامانه‌ها و ساختار فرهنگی) و در نهایت به سطح تبیین ساختاری (ساختارهای اجتماعی حاکم) می‌رود.

### ۳. یافته‌های پژوهش

یافته‌های پژوهش با توجه به منطق پژوهشی روش‌شناسی مورد استفاده و نیز ماهیت میدان مورد مطالعه، طیفی گوناگونی از داده‌های متنوع است. آن‌ها بنا بر آنچه که نقشه‌راه‌های روش مردم‌نگاری انتقادی خوانده می‌شود؛ در قالب مراحل گوناگون تحلیلی به بحث و بررسی گذاشته خواهند شد.

#### مرحله اول: گردآوری داده‌های تک‌گویانه

خیابان پاسداران از دهه ۷۰ به بعد، در رابطه با مرکزیت تجاری و به‌ویژه مصرفی شهری شروع به رقابت با خیابان‌های مرکزی شهر سنندج می‌کند؛ و امروزه پاسداران مشخصاً خیابانی گره‌خورده با مصرف است. بدین معنی، از اساس خیابانی تولیدی نیست، هرچند که در مجموع کل شهر سنندج نیز جایگاه خاصی در تولید ندارد و اساساً شهری صنعتی نیست، اما این امر در خیابان مذکور وضوح بیشتری دارد. در این خیابان هیچ شرکت، مرکز تولیدی، مغازه‌های مرتبط با شغل‌های صنعتی و خدماتی وجود ندارد. هر آنچه هست بوتیک‌های فراوان و پاساژهای فروش محصولات مصرفی از قبیل پوشاک و لوازم آرایشی و بانک‌ها هستند. از سویی دیگر، نمادها و نشانه‌های مشوق مصرف نیز فراوان در آن دیده می‌شوند. بنرهای تبلیغاتی، بیلبوردها و تابلوهای بوتیک‌ها آمیزه‌ای زیبایی‌شناسانه از مصرف‌اند. خیابان پاسداران به این ترتیب به شیک‌ترین، شلوغ‌ترین و متفاوت‌ترین خیابان شهر تبدیل شده است و فضایی است برای پرسه‌زنی‌های عصر به بعد جوانان دانشجو، بیکار و نوجوانان تازه‌به‌دوران‌رسیده. سبک

۱. شایان ذکر است که داده‌ها و تحلیل‌های نشانه‌شناختی که حاصل تحلیل بنرها و تابلوهای تبلیغاتی بود به دلیل رعایت تعداد صفحات مقاله حذف شده‌اند. منتهی به صورت اشاره‌های گذرا سعی بر آن بوده از نتایج آنها در پژوهش غافل‌نمانیم.

معماری مدرن فارغ از نمادها و نشانه‌های فرهنگی گردی و یا به صورت عام ایرانی است و این نیز تا حد بسیاری در راستای مصرفی بودن آن خیابان می‌باشد.

یکی از مفروضات ما این بود که جوانی به مثابه یک تجربه زیسته فرهنگی نه در خلأ بلکه در متن سامانه‌های فرهنگی و ساختارهای اجتماعی مسلط ساخت می‌یابد. در رابطه با جوانان، مشاهدات اتیک ما حاکی از آن است که در خیابان پاسداران جوانان با آداب و رسوم خاصی که نوعی بلاغت پرسه‌زانه در آن وجود دارد، راه می‌روند. بیشتر جوانانی که سن تقریبی آن‌ها بین ۱۸ تا ۲۹ بود و عمدتاً از دختران و زنان بودند در نوع راه‌رفتن‌های‌شان حساس و موزون بودند، نوعی خودتحمیلی سبکی خاص که بیشتر مختص به این خیابان بود: دختران جوان با شیوایی خاص و نیز شگردهای طنزماپانه و پسران و مردان جوان با سبکی آقامنشانه و در عین رعایت شگردهای زیبایی‌شناسانه مصرف خیابان و به تعبیری «قدم‌زدن در شهر<sup>۱</sup>». ارتباط تنگاتنگ این نوع انضباط‌ها با خیابان مذکور زمانی به وضوح پدیدار گردید که پژوهشگران در مواردی تقریباً قابل‌بسنده مسیر پرسه‌زنان را به خارج از خیابان مذکور دنبال کردند. مشاهدات نشان می‌داد که با وجود عمومیت این قسم رفتارهای بعضاً ناخودآگاه افراد، در دیگر خیابان‌ها و فضاهای شهر تفاوت حائز اهمیتی وجود داشت، از آن جهت که در مکان‌های دیگر راحت‌تر، ناموزون‌تر و ساده‌تر بودند. به طور ضمنی، این امر نشان تأثیرات فضای خیابان بر سرشت و کیفیت حرکات و ژست‌های پرسه‌زنی جوانان است.

این تأثیرات البته بسته به جنسیت و طیف‌های سنی افراد متفاوت بود. در مقام ایضاح، مدرن بودن خیابان پاسداران و محصورشدن آن توسط پاساژها، بوتیک‌ها، فروشگاه‌ها، تابلوهای تبلیغاتی و... فضایی را خلق نموده است که در آن دختران پرسه‌زن، به تناسب تکنیک‌های انضباطی، تمایل به نمایش نوعی وقار و پرستیژ دارند. این وقارپیشگی به نوعی مانع مزاحمت‌های خیابانی برای دختران توسط پسران و تکه‌پراکنی‌های جنسی، تنه‌زدن و... می‌شود؛ چیزی که در برخی خیابان‌های شلوغ امری مرسوم، نوعی تفریح و بازیگوشی و موجد ناامنی در برخی فضاهای شهری است که برآیند آن تبعیض در مصرف فضاها و مسئله‌دارشدن «حق به شهر» است. همچنین اغواگری‌های زنانه شکلی ژست‌گونه از نمایش جوانی و تجارب مرتبط با آن است. دختران جوان در این خیابان عموماً با رفتاری آمیخته با عشوه‌گری سعی در جلب توجه و به نوعی دلبری دارند. این شاید یگانه خیابان شهر است که نشانه‌ها و قواعد

۱. اصطلاح از میشل دوسرتو است. وی این اصطلاح را برای تاکتیک‌هایی نظم‌گریز، غیررسمی، هنجارشکن در مصرف خیابان و کاربری‌های شهر به کار برده است، لیکن در این پژوهش به تبعیت از رویکرد نظری لوفور، اصطلاح مذکور به مثابه بخشی از اعمال قدرت فضاها و در ادامه تاکتیک‌های انضباطی در نظر گرفته شده است (ن.ک به مقاله راه‌رفتن در شهر، میشل دوسرتو، مطالعات فرهنگی، ترجمه شهریار واقفی‌پور).

فضایی را تا این حد آشکار بر پرسه‌زنان تحمیل می‌کند. خیابان پاسداران فضایی برای «نمایش خود»<sup>۱</sup> و شکل‌دهی به حرکات خویش در تناسب با قواعدی نامکتوب فراهم می‌کند. این قواعد نامکتوب پرسه‌زنی‌ها، دست‌اندرکار خلق نوعی تجربه فرهنگی جوانی هستند.

### مرحله دوم: تحلیل بازسازی‌گرایانه مقدماتی

پس از این تک‌گویه‌ها، جهت پی بردن به میدان معنایی کنش و افق پراگماتیک آن باید به بازسازی داده‌های قبلی پرداخت. این کار با استفاده از نوعی گدگذاری در سطحی ضعیف و استخراج مقولات حاصل از مرحله قبلی انجام می‌گیرد.

### جدول ۱: گدگذاری اولیه داده‌های تک‌گویانه

گدگذاری اولیه
<p><b>مدگرایی:</b> شیک‌پوشی معطوف به خیابان، وسواس در آرایش، میل به آرایش غلیظ، تحریک‌آمیزی بوتیک‌ها، فراخواندن پاساژها، پرستیژ خرید.</p> <p><b>قواعد نامکتوب:</b> اجبار آرایش، بلاغت راه‌رفتن، متانت پرسه‌زنی، ادا و اطوار مختص خیابان پاسداران.</p> <p><b>آیین و آموزه پرسه‌زنی: الف) پسران:</b> غیاب متلک‌پراکنی جنسی، خودداری از مزاحمت جنسی، اکتفا به ایما و اشاره، نگاه سنگین و شهوانی.</p> <p><b>ب) دختران:</b> نزدیک‌سازی لباس به ساختار طبیعی بدن، طنازی و عشوگری، اداو اطوار تحریک‌آمیز، ژست نگاه، بی‌توجهی به پسران، قدم‌زدن موزون و آرام.</p> <p><b>ایماژهای مصرفی:</b> تابلوهای مشوق مصرف، برهای بانکی مشوق سرمایه‌گذاری، این‌همانی خوشبختی و سود بانکی، تزئینات ویتترین بوتیک‌ها، زیبایی پاساژها.</p>

### مرحله سوم: تولید داده‌های دیالوگ‌محور

پژوهشگران داده‌های بازسازی‌گرایانه را برای نوعی نظریه‌آزمایی و مصاحبه‌ای گفتگوگرایانه با افراد مورد مطالعه، در قالب فوکوس‌گروپ به بحث و بررسی گذاشتند تا بتوانند به داده‌هایی جرح و تعدیل‌شده و تکمیلی از جهان ما (زیست-جهان پژوهشگران و مصاحبه‌شوندگان) دست بیابند. متن‌گزینشی داده‌های دیالوگ‌محور<sup>۲</sup> در رابطه با مقولات اولیه گدگذاری شده بدین شرح است:

- **مدگرایی:** پسری ۲۰ ساله می‌گوید: «دوست دارم وقتی به ششم بهمن<sup>۳</sup> میام، خیلی امروزی‌تر باشم». دختری ۱۹ ساله: «گاهی وقتا که واس یه کاری به فردوسی و نمکی<sup>۴</sup> و اینا

#### 1. self-representation

۱. به دلیل محدودیت تعداد صفحات مقاله، متن مصاحبه‌ها بسیار فشرده و گزینشی آورده می‌شود.

۲. نام این خیابان قبلاً ششم بهمن بوده که هنوز هم در زندگی روزمره و دیالوگ‌های مردم جذابیتی به همین اسم معروف است.

۳. هر دو خیابان‌هایی در شهر هستند که محل تجمع دست‌فروشی‌هاست.

می‌رم زیادم اهمیتی نمیدم ولی این‌جا دوس داری بیشتر تو چش بزنی، یه حس درونی بهم می‌گه که ششم بهمون فرق داره». دختری دانشجو ۲۴ ساله: «این‌جا ناسلامتی باید مدروز بپوشی، دلت می‌خواد دیگه، یه چیز طبیعی خُب، زیبایی و زرق و برق بوتیک‌ها و لباس و برندهاش یه حس سرزندگی به آدم میدن که دوس داری حس کنی که تو هم هستی». دختر دانشجو ۲۱ ساله: «گاهی وقتا تو خوابگام یه کاری واسم پیش میاد اگه بدونم بعد انجام کارم یه سری به اونجا هم می‌زنم حتماً آرایش درست و حسابی‌ای می‌کنم، ولی واس جاهای دیگه راحت‌تری» و دوست ۲۲ ساله‌اش: «تو خوابگاه رسمه که درکی از هرجایی یه چیزی بگیره می‌گه از ششم بهمون خریدم، یه جورایی باعث افتخار و پُزدادنه». مردی ۲۹ ساله از خواهرزاده ۱۶ ساله‌ش می‌گفت: «خیلی عجیبه، مانتو و شلوار و کفش و گردنبند و ساعت مچی و انگشتر و غیره مخصوص این خیابان وجود داره» [تأکید از ماست]. مصاحبه‌شوندگان به متفاوت بودن خیابان پاسداران اذعان دارند ولی معتقدند که به نوعی یک «حس درونی» و «خودفهمی» در جریان است.

- قواعد نامکتوب: قواعد و آموزه‌های نامکتوبی در پرسه‌زنی‌ها وجود دارد که عمدتاً ساحت تجربه زیسته را محدود و مقید و به‌صورت فورمیک تا حدی جهت‌دهی می‌کند. مشاهدات نشان می‌داد که با وجود عمومیت این قسم رفتارهای بعضاً ناخودآگاه افراد، در دیگر خیابان‌ها و فضاهای شهر تفاوت حائز اهمیتی وجود داشت، از آن جهت که در مکان‌های دیگر راحت‌تر، ناموزون‌تر و ساده‌تر بودند. این جملات پراکنده و منقطع - که خود حاکی از ناآگاهانه بودن این اعمال است - بیان قضایای فوق بودند: «اصلاً نمیشه ریش نزد و موها رو درست نکرد، مگه میشه؟!»، «فردوسی نیستش که هر جور بخوای راهتو بری، باید باوقار بود»، «آروم قدم می‌زنم که متانت توش باشه»، «اینجا یه خورده باید مایه بزاری، نمیدونم چرا»، «بی‌آرایش غلیظ که نمیشه رفت»، «بی‌آرایش حس می‌کنی اونجا هضم نمیشی» [تأکید از ماست].

- آیین و آموزه‌های پرسه‌زنی: پرسه‌زنی یک عمل بی‌قاعده نیست، بلکه به انواع قواعد و آموزه‌ها آمیخته است. در رابطه با خیابان پاسداران مصاحبه‌شوندگان اینگونه به بحث پرداختند. پسری ۲۵ ساله: «خُب، اینجا یه خورده ضایعه که بخوای تیکه بندازی و یا لمسش کنی، سعی می‌کنم این‌جا فقط با چشم بش بگم»، پسری ۱۹ ساله با لحنی لات‌منشانه: «بین آغا، نه که این‌جا نخوام و نتونم، ولی دیگه طبیعی که ترجیح میدم تو ششم بهمون نباشه!»، دختری ۲۲ ساله: «این‌جا انگار یه دست غیبی وجود داره، پسرا این‌جا بیشتر با نگاهای جنسی و سنگین شهوانی رو اعصابن ولی فقط با نگاه، تو خیابونای دیگه مزاحمت میشن، بدنتو لمس می‌کنن، جلوت سبز میشن و شماره می‌دن، جملات رکیک و اینا»، دختری ۲۹ ساله: «این‌ها همون پسران

که تو ششم بهمن باوقارن ولی همونا به فرودسی که میرسن ی جور دیگه میشن، اینجا ادب حاکمه». پسری ۱۸ ساله: «اینجا جاش نیس دیگه عمو!»، دختری ۱۸ ساله: «نه، خشن نیستن، خیلیم قشنگ نگاه می‌کنن، من دوس دارم نگاشونو» [تأکید از ماست]. در پیوند با کالبد فضایی خیابان پاسداران است که نوع خاصی از ژست‌های اغواگرانه شکل گرفته که مصاحبه‌شوندگان بر آن نام «طنازی‌های ششم‌بهمنی‌ها» نهاده‌اند. اصطلاح ششم‌بهمنی اشاره به دختران همیشه‌پرسه‌زن این خیابان دارد که نماد نمایش ژست‌ها و حرکات نخ‌نماشده‌ی این خیابان محسوب می‌شوند. مشاهدات اتیک و خوانش نشانه‌شناختی فضا حاکی از این است که دختران و زنان در خیابان پاسداران عشوه‌گری، طنازی، بلاغت‌های قدم‌زدن و نزدیک‌سازی لباس به «ساختار طبیعی بدن» را جایگزین دلبری‌های ساده و عادی و معصومانه نموده‌اند. بسیاری از مصاحبه‌شوندگان (دختران) این‌گونه در این مورد بحث می‌کنند: «طبیعیه که دختر باید این جوهره‌هارو تو خودش داشته باشه حالا ششم بهمن باز فرق داره»، «حُب لباس رو تو ششم بهمن مد روز که هیچ یه خورده بگی نگی باس چیز باشه»، «باید دوس داشتنی بود دیگه، عشوه‌گری خصوصیه».

- جذابیت سنی! بسیاری از مصاحبه‌شوندگان که سن بالاتری داشتند (سی سال به بالا) تأکید داشتند که قبلاً این خیابان جذابیت خاصی برای‌شان داشته است؛ اما با متأهل شدن و درگیر شدن در کار و زندگی شغلی، پرسه‌زنی در این‌جا جذابیت‌اش را از دست داده است. آنها در قالب خاطرات ۵ تا ۱۰ سال پیش خود می‌گفتند که مدام و بی‌دلیل در این خیابان پرسه می‌زدند. زنی ۳۱ ساله می‌گفت: «الان فقط رد می‌شم، جوونتر که بودم عاشق این‌جا بودم»، دختری ۳۰ ساله: «از هفده سالگیم هر روز یکی دو ساعت میومدم ششم‌بهمن، دیگه حسش نیس!»، مردی ۳۴ ساله: «کاری واسم پیش بیاد میام، ولی الان سرم شلوغه، پیرم شدم دیگه، نه؟». نکته‌ی قابل‌تأمل در این گپ‌وگفت‌ها این بود که آنها این مسأله را به حساب «بی‌حوصلگی»، «درگیری‌های زندگی» و «بی‌رمقی» می‌گذاشتند.

- ایماژهای مصرفی: خیابان پاسداران محصور در و مملو از تبلیغات بانکی، بیلبوردهای تبلیغاتی، تابلوهای متفاوت گاه‌ها به سبک فانتزی و پسامدرن، مشوق‌های بسیار مصورف و... است که آن را با مصاحبه‌شوندگان در میان گذاشتیم. آنها نیز وفور این ایماژها را تلقی‌ای از مدرن بودن خیابان می‌دانستند. «بله دیگه، ششم بهمن پر از تبلیغاته، واسه فروش پوشاک، لوازم آرایشی، واس هرچی بگی»، «باید اینجوریم باشه دیگه، همینش خیلیم جالب و جذابه.

۱. لازم به ذکر است که این مقوله را در داده‌های تک‌گویانه در نظر نگرفته بودیم، اما در میانه مصاحبه‌ها اهمیت آن آشکار شد؛ بنابراین سعی نمودیم سازوکار این امر رو هم پیگیری کنیم، هر چند با افرادی خارج از بازه سنی مورد مطالعه.

تابلوهاش قشنگن، آدم جذب ویتربیناش میشه»، «میگن این شهر مدرنه، به همین خیابونشه دیگه»، «پاساژها، پاساژهاش خوبن، اون یکی دیگه رو که دارن میسازن واقعا قشنگ میشه». پس از انجام مصاحبه‌ها، ما به داده‌هایی دیالوگ‌محور دست یافتیم که علاوه بر به بحث گذاشتن داده‌های پژوهشگران که در جدول ۱ آمده بود؛ داده‌هایی دیگر که از مصاحبه‌ها استنباط گردید نیز پدید آمدند.

جدول ۲: تحلیل موضوعی (تماتیک) داده‌های دیالوگ‌محور

گدگذاری اولیه (مفاهیم)	گدگذاری محوری (مقوله‌ها)	هسته/مقوله اصلی
شیک پوشی معطوف به خیابان، امروزی تر بودن، وسواس در آرایش، میل به آرایش غلیظ، تحریک آمیزی بوتیک‌ها، فراخواندن پاساژها، وسوسه‌ی خرید اضافی، پرستیژ خرید.	سوژه مدگرا، مدگرایی، استیضاح مد	تجربه جوانی مشروط بر تولید فضای اجتماعی
اجبار آرایش، بلاغت راه رفتن، متانت پرسه زنی، ادا و اطوار مختص خیابان پاسداران	تکنیک‌های خرد انضباطی	
الف) پسران: غیاب متلک پراکنی جنسی، خودداری از مزاحمت جنسی، اکتفا به ایما و اشاره، نگاه سنگین و شهوانی، موکول کردن مزاحمت‌ها به دیگر خیابان‌ها. ب) دختران: نزدیک‌سازی لباس به ساختار طبیعی بدن، طنازی و عشوه‌گری‌های ششم بهمنی، ادا و اطوار تحریک‌آمیز، ژست نگاه، بی‌توجهی به پسران، قدم‌زدن موزون و آرام.	نمایش‌های جوانی، نمایش مردانگی، نمایش زنانگی	
جذابیت‌های گذشته، حس و حال دوران جوانی، بی‌رمقی پساجوانی.	الزام / جذابیت سنی	
تابلوه‌های مشوق مصرف، بنرهای بانکی مشوق سرمایه‌گذاری، این‌همانی خوشبختی و سود بانکی، تزئینات ویتترین بوتیک‌ها، زیبایی پاساژها، پرستیژ خیابان.	ایماژهای مصرفی / سرمایه‌دارانه	

#### مرحله چهارم: تفسیر روابط سیستمی

تفسیر روابط سیستمی منوط به بحث از «ساختارهای پراگماتیک» و «ساختارهای معناشناختی» است. ساختار پراگماتیک همان ارزش‌ها و فرهنگ حاکم بر رفتارها و کنش‌هاست و ساختار معناشناختی هم فرهنگ تقابل‌ها و تشابه‌هاست که ادعایی را با توجه به ویژگی‌های بین‌الذهانی بودن معنا، تیپولوژی فرهنگی، تأمل هنجاری و عوامل شخصیتی و فرهنگی مطرح می‌کند. در این پژوهش، ساختارهای پراگماتیک همان پیوند میان پراکسیس فضایی و بازنمایی‌های فضایی حاکم است و ساختار معناشناختی نیز حوزه‌های کنش کاربران



فضا یا همان تجربه زیسته فرهنگی آن‌ها از پرسه‌زنی در خیابان مورد پژوهش می‌باشد؛ به عبارت دیگر، این میدان معنایی همان تعبیر لوفور از فضاهای بازنمایی است که در گذراری‌ها و مقولات به آن پرداخته شد؛ که باید آن‌ها را برای درک و تفسیر سامانه‌های فرهنگی حاکم به بحث و بررسی گذاشت.

یکی از بینش‌های انتقادی رویکرد لوفور به فضاهای اجتماعی این بود که بازنمایی‌های فضایی به‌شیوه‌ای گفتمانی برساخت می‌گردند و مملو از ایماژهای ایدئولوژیک‌اند که با قدرت و فرآیند تولید گره خورده‌اند. ذکر این نکته در مورد خیابان پاسداران راه‌گشاست که مشخصاً خیابانی است نه با تولید بلکه با مصرف و بخش خدماتی پیوند عمیقی دارد. شیک‌ترین و شلوغ‌ترین خیابان شهر و به نوعی به مدرن‌ترین نماد این شهر بدل گشته است. کل این قضایا، مجموعاً فضایی خلق نموده‌اند که مدگرایی به‌نحو بارز و چشمگیری بر آن مسلط است و همین امر فضای بازنمایی (حوزه تجربه کاربران یا پرسه‌زنان جوان) را مملو از قدرت و رویه‌های انقیاد نموده است که به سهم خود هم چرخه تولید و سرمایه را می‌گرداند و هم درک جوانان از خود را مخدوش می‌نماید؛ بنابراین آن‌چه جوانان را به‌سوی مدگرایی می‌کشاند، نه کنش‌ها، اعمال و تاکتیک‌های خلاقانه دوسرتویی، بلکه به انقیاد کشیده شدن فضاهای بازنمودی از سوی بازنمایی‌های فضایی نامبرده در این خیابان است. مصاحبه‌شوندگان به متفاوت بودن خیابان پاسداران اذعان دارند ولی معتقدند که به نوعی «خودفهمی» و یک «حس درونی» در جریان است؛ اما کلیت جملات‌شان حاوی تناقضات بسیاری است که از لابه‌لای آنها می‌توان به استیضاح آنها از سوی مدگرایی بازنمایی‌های خیابان مذکور رسید.

از این نقطه‌نظر، حرکات، رویه‌ها، اداه‌ها، اطوارها و حالت‌های به‌اصطلاح متمدنانه بدن‌ها بخشی از زیست‌بوم قدرت‌اند که منطق ایدئولوژیک و سلطه‌گرانه‌ی بازنمایی‌های فضایی از آن طریق، به بازتولید و لاپوشانی کردن تناقضات خویش می‌پردازد. مشاهدات میدانی حاکی از آن است که در خیابان پاسداران جوانان با آداب و رسوم خاصی که نوعی بلاغت پرسه‌زنانه در آن وجود دارد، راه می‌روند. به‌طور ضمنی این مسأله دال بر تأثیرات فضای خیابان بر سرشت و کیفیت حرکات و ژست‌های پرسه‌زنی جوانان است. فضایی که به‌وسیله حجم انبوه و پتیرین‌ها، بانک‌ها، تبلیغات‌های تجاری و مشوق مصرف و ... بازتولیدگر و سامان‌دهنده این نوع اعمال قدرت درون پرسه‌زنی‌ها و قوانین نامکتوب آن است. البته این تأثیرات بسته به جنسیت افراد متفاوت است. پسران جوان در خیابان پاسداران ترجیح می‌دهند، به‌تعبیر خودشان، «برای رعایت ادب و احترام» از خشونت‌های کلامی و جنسی بپرهیزند. تعبیری که وقتی به‌شیوه‌ای

انتقادی قرائت می‌شود دلالتی دیگر دارد: در واقع این بازنمایی‌های فضایی خیابان است که راه را بر کنش و گفتار خشونت‌آمیز می‌بندد و طی سازوکاری تنظیم‌گر فرمی متناسب، نمادین و پنهانی به آن می‌بخشد که چیزی شبیه فرایند متمدن شدن الیاس است؛ بنابراین، تعبیر خود مصاحبه‌شوندگان اگرچه دلالت بر تفاوت رفتاری نسبت به گذشته و نیز نسبت به اسلوب‌های رفتار در دیگر خیابان‌ها دارد، لیکن پرتوی بر فرایند نمادین شدن و نهفته‌بودن خشونت‌ها نمی‌افکند. آنها به تغییرات و متمایزبودگی نوع مزاحمت‌ها در خیابان پاسداران اذعان دارند، لیکن آن را امری عادی، خودبخودی، نشان متانت و احترام و متمدن شدن قلمداد می‌کنند و ارتباطی میان سازوکارهای بازنمایی‌های فضایی (که بر بدن اعمال می‌شوند و فرم‌های بیان فرهنگی بدن را متناسب با سازوکارها، رویه‌ها و ایدئولوژی‌های مسلط بازتولید می‌کنند) و کنش‌ها/گفتارهای رایج نمی‌بینند. مضاف بر این، رگه‌هایی از «نمایش مردانگی» نیز در این قضیه وجود دارد.

ژست‌های اغواگرانه از سوپی واجد بُعدی ذهنی و مرتبط با منش و طرز فکرند و از دیگر سو، نمودی عینی در قالب ادا و اطوارها، ایما و اشاره‌ها و حرکات دارند. امروزه هم‌زمان با برآمدن جامعه‌ی نمایشی و چرخش بنیادین سرمایه‌داری از منطق کالا به منطق نمایش، این قسم ژست‌های اغواگرانه بیش از پیش رواج یافته‌اند. پرسه‌زنان مؤنث این نوع ژست‌های اغواگرانه‌ی متناسب با نظم انضباطی حاکم بر فضا را امری طبیعی، ساده و عین ذات زنانگی می‌دانستند، چیزی که پرسه‌زنان مذکر از آن باعنوان عامل اصلی ایجاد مزاحمت‌های خیابانی یاد می‌کردند. آن‌چه هر دو گروه عاجز از درکش بودند وجود تکنیک‌های خرد انضباطی و قواعد عینی حک‌شده بر کالبد فضایی خیابان است که کل برهم‌کنش‌ها و حرکات پرسه‌زنان را هدایت می‌کند. این شاید یگانه خیابان شهر است که نشانه‌ها و قواعد فضایی را تا این حد آشکار بر پرسه‌زنان تحمیل می‌کند؛ چندصد متر آن طرف‌تر، در خیابان فردوسی خبری از بروز این ژست‌های اغواگرانه نیست، چرا که خبری از انضباط تحمیل‌شده به واسطه‌ی منطق سرمایه نیست؛ آن‌چه می‌بینیم نمایشی است از جمعیتی ناهمگون، بافت‌های فرسوده، دست‌فروشی‌ها و تصاویری درهم از نشانه‌های نامتمایز. در تقابل با این فضای تفکیک‌ناشده، خیابان پاسداران فضایی برای «نمایش خود»<sup>۱</sup> و شکل‌دهی به حرکات خویش در تناسب با قواعدی نامکتوب فراهم می‌کند.

1. self-Representation

نمایش‌های جوانی در پیوند با طیف‌های سنی است؛ اما خوانش پژوهشگران این است که مسأله اصلی نه بی‌حوصلگی و درگیری‌های زندگی (البته این قضایا سهمی غیرقابل انکار دارند و نمی‌توان آنها را نادیده گرفت و یا تقلیل داد)، بلکه تعینات و جذابیت سنی خاص خیابان است. بحث این است که فضای خلق‌شده توسط نشانگان و بازنمایی‌های فضایی خیابان (بوتیک‌ها، پوسترها، تابلوها، پاساژها، اجناس تک و...)، فضایی برای کاربران (فضای بازنمودی) و زیستن آنها می‌سازد که بیشتر متوجه جوانان و تجربه‌های سنی، فراغتی و مصرفی آنهاست. این که سنین بالاتر تمایلی به پرسه‌زنی در این خیابان ندارند، دال بر «غالب‌شدن روال معمول زندگی» نیست. دست‌کم می‌توان ادعا کرد که جلوه‌های آن بیشتر جوانان و دوران جوانی را متأثر می‌سازد و به تبع آن را برمی‌سازد. بر این اساس، آن‌چه که به‌عنوان ارزش‌ها، سامانه‌ها و ساختارهای فرهنگی حاکم - که به نوعی حامی، تولیدگر و بازتولیدگر این نوع از تجربه جوانی‌اند - در این فضای شهری عبارتند از بازنمایی‌هایی فضایی شامل مصرف‌گرایی، مدگرایی، فرم‌های نوین مردانگی و زنانگی و نمایش‌های آن‌ها.

#### مرحله پنجم: تبیین روابط ساختاری

تولیدی نبودن این خیابان روی دیگر سکه‌ی مصرفی‌بودن آن است، جایی که دو سر آن را بانک‌ها و پاساژها محاصره کرده‌اند. این طرف‌تر، ساختمان دانشگاه آزاد خودنمایی می‌کند، نمادی از سیطره‌ی سرمایه‌داری بر ارزشمندترین دستاورد بشر و نیز عرصه‌ای برای گشت‌گذار جوانانی که نشاط زندگی روزمره را آن‌جا جستجو می‌کنند. در مجموع، خیابان پاسداران فضایی مملو از نشانگان مصرفی است که خود منجر به تسلط پراکتیس‌ها و بازنمایی‌های فضایی آن (سرمایه بانک‌ها، پاساژها، بوتیک‌ها لوازم آرایشی و تبلیغات تابلو و بنر و بیلبوردها) بر زندگی روزمره است. دلالت ضمنی تمامی آنها به نوعی ارجاع به مصرف و تبدیل آن به یک اسطوره است. در خیابان پاسداران همیشه بنرهای بزرگی توسط بانک‌ها نصب شده است که اگر در سطح دلالت صریح، تصاویر متوجه یک امر به‌غایت عادی هر بانک است و بر کارکرد اساسی آن دلالت دارد، لیکن در سطح دلالت ضمنی، دال بر وجوه ایدئولوژیک امپراطوری سرمایه است که گاهاً سود بانکی و خوشبختی، سپرده‌گذاری و رفاه آینده را عمیقاً این همان می‌سازند. این ایماژها و نشانه‌های حک‌شده بر کالبد فضایی خیابان تا حدود زیادی در شکل‌دهی به تجارب روزمره‌ی مصرف‌کنندگان فضا نقش دارند.

خیابان را نمی‌توان به‌صورتی تک‌افتاده و جزئی نگریست بلکه باید آن را درون تناقضات و وجوه رؤیت‌پذیر منطق سرمایه و تعارض‌های فرهنگی آن تحلیل کرد. تبیین ساختاری از این جهت بنیادی است که تمامی تجارب زیسته، شیوه تجربه‌کردن، ارزش‌ها و ساختارهای فرهنگی

حاکم دارای پیوندی درونی با آن هستند. اگر خیابان مورد مطالعه را درون کلیت شهر بگذاریم، باید نگاهی به خود شهر نیز داشته باشیم؛ بنابراین می‌توان گفت که سنندج شهری است که به دلیل شکاف‌های اقتصادی/اجتماعی منطبق بر یکدیگر، از توسعه‌یافتگی به‌ویژه اقتصادی وامانده است. این عدم توسعه به نوعی ناشی از مدرنیزاسیونی متناقض بوده است که برآیند آن شکل‌گیری قشری خرده‌بورژوا و طبقه متوسطی است که سبک زندگی خاص خود را دارد. هر چند که با این اوصاف نمی‌توان خیابان مذکور را با قشر خرده‌بورژوا و طبقه متوسط این‌همان دانست اما منطق شکل‌گیری، به مرکزیت تبدیل شدن و تولید فضای اجتماعی خیابان پاسداران ارتباط تنگاتنگی با مصرف‌گرا بودن این اقشار به‌ویژه در سنندج دارد که ارزش‌های فرهنگی این قشر بر آن حاکمیت داشته و مدیریت فضایی و ساختاری آن را تحت سلطه درآورده است. البته این بدین معنا نیست که جدایی‌گزینی فضایی در خیابان مورد بررسی رخ داده است. به‌بیانی سراسرتر، این قشر مورد اشاره، یگانه کاربران و زیستندگان این فضای ویژه شهری نیستند، لیکن سامانه‌ها و ارزش‌های فرهنگی مصرف‌گرایانه که پیوند درونی‌ای با این قشر دارد، یگانه ارزش‌های حاکم بر پراکتیس‌های فضایی خیابان پاسداران می‌باشد.

### نتیجه‌گیری

بنیاد نظری پژوهش حاضر متوجه تناقضات، تغییرات و مسائل اساسی سرمایه‌داری و زندگی روزمره است و از دیگر سو، میدان مورد مطالعه نیز به‌مثابه بخشی از فضای زندگی روزمره پیوندی اساسی با این امر دارد. در واقع، پیوند ناگسستنی زندگی روزمره با تولید فضاهای شهری در سرمایه‌داری متأخر مسأله‌ای قابل‌تأمل و جدی است. پژوهشی که این مسأله را کانون توجه قرار می‌دهد در واقع دارد از «فضایی شدن زندگی روزمره» بحث می‌کند. چنین پژوهشی فرض می‌گیرد که امروزه فضا دیگر صرفاً مکانی نیست که در آن مناسبات موجود تولید و بازتولید می‌شود، بلکه خود نقش اساسی در تولید و بازتولید سازوکارها، رویه‌ها، روال‌ها و میانجی‌های ایدئولوژیکی دارد که آپاراتوس قدرت و امر هژمونیک در آن رسوب کرده و خصلتی عینی به‌خود گرفته‌اند. بدین ترتیب است که زندگی روزمره به تسخیر مناسبات فضایی درمی‌آید. در این پژوهش، خیابان به‌منزله‌ی فضایی شهری که در متن روابط و مناسبات اجتماعی تولید می‌شود و به‌میانجی انواع ایماژها و نشانه‌ها و کالاها برساخته می‌شود و درست به‌همین دلیل واسطه‌ی اعمال سلطه بر مصرف‌کنندگان فضا می‌شود، در نظر گرفته شده است. از سوی دیگر، این پیش‌فرض مدنظر است که تجربه جوانی به‌عنوان نوعی تجربه زیسته فرهنگی

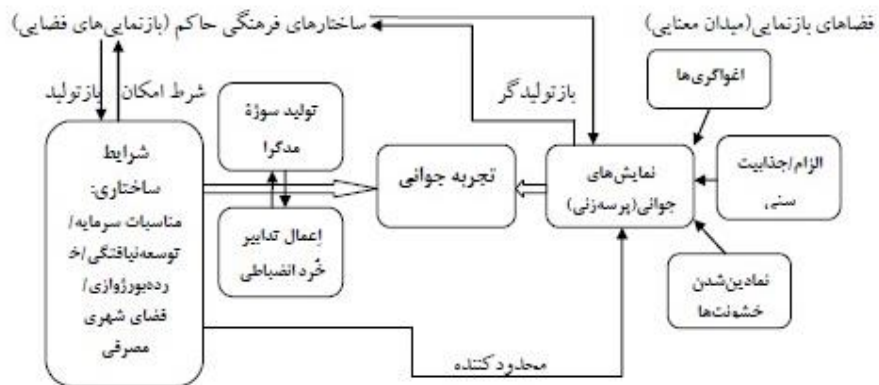
و نسلی نه در خلأ و به صورت طبیعی، بلکه توسط سازوکارها و درون صورت‌بندی‌های اجتماعی خاصی برساخته می‌شود. براساس این مفروضات نظری، به مطالعه خیابان پاسداران سنندج و نیز جوانان پرسه‌زن آن خیابان پرداختیم. هدف این بود که دریابیم خیابان مذکور چگونه به واسطه‌ی پراکتیس‌ها و بازنمایی‌های فضایی بازتولید می‌شود و معانی و کاربردهای روزمره چگونه فضای مذکور را تحت تأثیر قرار داده و خود از آن متأثر می‌گردند.

خیابان پاسداران با حجم انبوه پاساژها و بانک‌ها و مراکز خرید و غیره نماد عینیت‌یابی پراکتیس‌ها و بازنمایی‌های فضایی شهری است. وجود این پاساژها و بوتیک‌های لوازم آرایشی و مصرفی و بافت مدرن خیابان فضایی جالب برای پرسه‌زنی را خلق کرده است که عمده جوانان آن را برای گذراندن فراغت انتخاب می‌کنند. تحلیل‌های با سطوح سه‌گانه توصیف، تفسیر و تبیین حاکی از آن است که جوانان از سوی موقعیت‌های مصرفی و مدگرایی استیضاح می‌شوند، موقعیت‌هایی که آن‌ها را به مدگرایی، شیک‌پوشی، آرایش و... فرامی‌خواند. این فراخواندن‌ها در نحوه پوشش، مدیریت بدن، نوع و طرز راه‌رفتن، اجبارهای شگردهای قدم‌زدن و به‌طور کلی شکل‌دادن و بازتولید بدن‌های مورد تأیید، قدرت خود را به نمایش می‌گذارد، چیزی که از آن باعنوان «اعمال تدابیر انضباطی» یاد کردیم. علاوه بر این، تغییر شکل خشونت‌های خیابانی و نیز فرم‌های جدید اغواگری‌های زنانه در واقع نوعی نمایش‌های جوانی بودند که توسط فضای مزبور اعمال، دستکاری، بازشکل‌دهی و خلق گردیده‌اند.

تحلیل‌ها همچنین بیانگر این بودند که این فضا درون گفتمان خاصی بازتولید می‌شود که همان گفتمان مصرف است و پاساژها و بانک‌ها و دیگر اماکن مصرفی میانجی و نمود عینی این گفتمان هستند. این نشانه به شیوه‌هایی ضمنی و ظریف بر فضای زیست‌شده کاربران اعمال می‌گردد که واسطه‌ی تولید و خلق جوانی و نیز بازتولید ایماژها، رویه‌ها و اعمال بازساماندهی فضا هستند. به بیان دیگر، «تجربه جوانی» در متن این بازنمایی‌های فضایی و گفتمان مسلط ساخته می‌شود. اگر جوانی مساوی تجربه‌های زندگی در امر روزمره، بدن‌ها، نمایش‌ها، ژست‌ها و... می‌باشد، داده‌ها نشان می‌دهند که جوانان در مقام پرسه‌زنان، به شیوه‌ای طبیعی و ناب جوانی را تجربه نمی‌کنند و به نمایش نمی‌گذارند، بلکه سازوکارهایی حساس و مؤثر دست‌اندرکار خلق جوانی و تجربه‌های مختص به آن می‌باشند. جوانان درگیر در فضای خیابان، هم به واسطه‌ی آن ساخته می‌شوند و هم خود در بازتولید فضا نقش دارند. آنها زیر سیطره این فرم‌های نمادین و بازنمایی‌های فضایی توانایی ابراز مقاومت‌های واسازنده و خلق تفاوت‌ها در جهت رادیکال ساختن زندگی روزمره و بازشکل‌دهی بنیادی فضا را ندارند. خیابان

پاسداران به مثابه یک فضای شهری به واسطه‌ی پراکتیس‌های فضایی و بازنمایی‌های فضایی خاصی تولید می‌شود و با سلطه بر فضاهای بازنمایی هم پرسه‌زنی‌ها را کانالیزه کرده و هم جوانان پرسه‌زن را برمی‌سازد و از این طریق به بازتولید فضا می‌گراید. این سامانه‌های فرهنگی حاکم اما خودبسنده نمی‌توانند عاملیت یا تجربه پرسه‌زنی و جوانی را سامان بخشند؛ بلکه آنها مشروط بر ساختارهای حاکم‌اند که اتفاقاً آنها را نیز بازتولید می‌نمایند؛ بنابراین، آشنایی‌زدایی از این شیوه برساخت جوانی و سیطره فضاهای شهری و گفتمان‌های مصرف ما را متوجه امر مادی سرمایه، سازوکارها، رویه‌ها و روال‌هایی می‌کند که بسیار حائز اهمیت‌اند.

بحث بنیادی این است که هر جامعه‌ای شیوه تولید خاص خود را دارد و به فراخور این شیوه تولید، فضای اجتماعی را به شکل ویژه‌ای سامان‌دهی می‌نماید؛ به عبارت دیگر، هر فضای اجتماعی تاریخ‌مند است و برحسب دوره‌های متفاوت روابط تولیدی، فضای اجتماعی می‌تواند متفاوت باشد. در واقع، فضا واسطه‌ای برای شکل‌گیری روابط اجتماعی است و همچنین فرآورده‌ای مادی است که روابط اجتماعی را متأثر می‌سازد. برهمن‌سیاق، می‌توان گفت که فضای شهری خیابان پاسداران تحت تأثیر مدیریت بورژوازی است و تصاحب آن به نوعی در حکم سلطه بر جامعه و تحت انقیاد درآوردن ارزش‌های فرهنگی حاکم آن خیابان است. این پیوندها می‌توانند نشان دهند که در نتیجه‌ی سیاست‌گذاری‌های معطوف به انباشت سرمایه و توسعه‌ی مصرف‌گرایی شهری در شهر سنج و به‌ویژه فضای اجتماعی تولید شده‌ی خیابان مورد پژوهش، ارزش‌ها و ساختارهای فرهنگی‌ای همچون مصرف‌گرایی، مدگرایی و فرم‌های نوین نمایش‌های جوانی امکان ظهور پیدا می‌کنند. خلاصه این‌که شرایط ساختاری مناسبات سرمایه، ارزش‌ها و ساختارهایی فرهنگی مذکور را خلق می‌نمایند که در بطن زندگی روزمره خیابانی، هم شرط امکان این نوع از تجربه جوانی می‌گردند و هم از طریق پرسه‌زنی‌های سرشار از نمایش‌های جوانی و عاملیت‌های بازتولیدگر ساختارهای فرهنگی حاکم، چرخه بازتولید خود را تداوم می‌بخشند.



نمودار ۱: نتایج پژوهش

## منابع

- الدين، استوارت (۱۳۹۴). *سیاست فضا وجود دارد، زیرا فضا سیاسی است*، در *درآمدی بر تولید فضا*، ترجمه آیدین ترکمه، تهران: نشر تیسسا.
- بارکر، کریس (۱۳۹۱). *مطالعات فرهنگی: نظریه و عملکرد*، ترجمه مهدی فرجی و نفیسه حمیدی، تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- بنت، اندی (۱۳۸۶). *فرهنگ و زندگی روزمره*، ترجمه لیلا جوافشانی، تهران: نشر اختران.
- توانا، سهیل (۱۳۹۴). «پرسه‌زنی، جامعه‌شناسی انتقادی و زندگی روزمره (نمونه موردی: خیابان گل‌سار شهر رشت)»، *فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، ۱۱(۴۱): ۳۹-۶۸.
- دوستو، میشل (۱۳۸۲). *راه رفتن در شهر*، در *مطالعات فرهنگی (مجموعه مقالات)*، سایمون دورینگ، ترجمه شهریار واقفی‌پور، نیما ملک محمدی، تهران: نشر تلخون.
- رهبری، لادن و شارع‌پور، محمود (۱۳۹۳). «جنسیت و حق به شهر: آزمون نظریه لوفور»، *جامعه‌شناسی ایران*، سال ۱۵، شماره ۱، ۲۴-۴۶.
- ژلینتین، آندری (۱۳۹۴). *تولید فضای هانری لوفور*، در *درآمدی بر تولید فضا*، ترجمه آیدین ترکمه، تهران: انتشارات تیسسا.
- شفیعی، معصومه و علی‌خواه، فردین (۱۳۹۳). «فضا و بازتولید قدرت: مطالعه‌ای درباره تفکیک جنسیتی در دانشگاه‌های تهران»، *تحقیقات فرهنگی ایران*، ۷ (شماره ۱ (پیاپی ۲۵)): ۱۲۲-۹۵.
- کاظمی، عباس و ابادری، یوسف (۱۳۸۳). «زندگی روزمره و مراکز خرید در شهر تهران». *مجله انسان‌شناسی*، ۳(۶): ۹۷-۱۱۶.
- کاظمی، عباس (۱۳۸۸). *پرسه‌زنی و زندگی روزمره ایرانی*، تهران: نشر آشیان.
- گاتدینر، مارک (۱۳۹۴). *مارکس زمان ما: لوفور و تولید فضا*، در *درآمدی بر تولید فضا*، ترجمه آیدین ترکمه، تهران: نشر تیسسا.
- لاجوردی، هاله (۱۳۸۴). «نظریه‌های زندگی روزمره»، *نامه علوم اجتماعی*، ۲۶: ۱۴۰-۱۲۳.
- لوفور، هانری (۱۳۹۴). *فضا، فرآورده اجتماعی و ارزش مصرفی*، *درآمدی بر تولید فضا*، ترجمه آیدین ترکمه، تهران: نشر تیسسا.
- محمدپور، احمد و بهمنی، مریم (۱۳۸۹). «زن، پاساژ و مصرف نشانه‌ها»، *دو فصلنامه مطالعات راهبردی زن*، ۱۲(۴۷): ۴۱-۷۲.
- Habersack, S. (2010). *The lived space of the youth: the social production and reproduction of urban space at night in Pune, India*, University of Wien.
- Highmore, B. (2002). *Everyday Life and Cultural Theory*, London: Routledge.
- Lefebvre, H (1971). *Everyday Life in the Modern World*, London: Allen Lane the Penguin Press.
- Lefebvre, H. (1991). *The production of space*, Oxford: Blackwell.



- Merrifield, A. (2006). *Henri Lefebvre: A Critical Introduction*, London & New York: Taylor & Francis Group.
- Schmidt, C. (2008). *Henri Lefebvre Theory of the production of space: Towards a three-dimensional dialectic, in Space, Difference, Everyday life*, London: Routledge.