

## پرسه‌زنی، جامعه‌شناسی انتقادی و زندگی روزمره (نمونه موردی: خیابان گل‌سار شهر رشت)

سهیل توانا<sup>۱</sup>، معصومه شفیعی<sup>۲</sup>، بهرنگ صدیقی<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت: ۹۳/۱۲/۱۶ تاریخ تایید: ۹۴/۶/۱۸

### چکیده

نوشتار پیش رو تلاشی است در جهت توصیف زندگی روزمره مدرن ایرانی و همچنین نقد آن. در این راستا به مطالعه زندگی روزمره نوجوانان و جوانان ایرانی در یکی از شکل‌های معمول و گسترده گذران اوقات فراغتشان یعنی پرسه‌زنی در خیابان‌های خرید پرداخته شده است. میدان مورد نظر، خیابان گل‌سار شهر رشت و نظریه مورد استفاده برای مطالعه آن، نظریه انتقادی زندگی روزمره است. اطلاعات از دو روش مشاهده و همچنین مصاحبه عمیق انتقادی با ۳۰ نفر از افراد ۱۶-۴۴ ساله ساکن شهر رشت که به شکل هدفمند انتخاب شده‌اند به دست آمده است و یافته‌های حاصل از آن نیز با روش تیپ‌بندی بر اساس رابطه اقشار اقتصادی متفاوت با یکدیگر طبقه‌بندی شده است. نتایج حاصل از طبقه‌بندی فوق حاکی از آن است که رگه‌هایی از اندیشه انتقادی در میان برخی از نمونه‌ها که از سرمایه فرهنگی نسبتاً بالایی برخوردار بودند و به لحاظ تعداد اقلیت نمونه‌ها را تشکیل می‌دادند، قابل مشاهده است. همچنین می‌توان گفت که میزان تحصیلات یا جایگاه اقتصادی، تبیین‌کننده نگرش انتقادی موجود در میان نمونه‌ها نسبت به وضعیت زندگی روزمره جاری در خیابان خرید به شمار نمی‌رود. بنابراین با فرض صحت ادعاهای فوق، می‌توان گفت که تنها راه تغییر وضعیت موجود تلاش برای هژمونیک‌شدن نوعی از آگاهی انتقادی است که توأمان هم‌جوه سنتی زندگی روزمره هم‌جوه شی‌واره روابط انسانی را مورد پرسش و نقد قرار دهد.

کلمات کلیدی: زندگی روزمره، پرسه‌زنی، جامعه‌شناسی انتقادی، فضا.

۱. دانشجوی دکترای جامعه‌شناسی فرهنگی پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی

Ssoheil.Tavana@gmail.com.

Rashin.Shafiee@gmail.com

۲. دانشجوی دکترای رفاه اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی.

Behsaddl@gmail.com

۳. استادیار دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن.

## مقدمه

ایرانیان پس از گذار از وضعیت ایدئولوژیک و مبتنی بر نوعی از دولت رفاه جنگی در دهه ۶۰ که سعی در برآورده کردن نیازهای ابتدایی شهروندان داشت، در دهه ۷۰ وارد دوره تاریخی جدیدی شدند. در این دوران همراه با اجرای برنامه‌های نئولیبرالیستی در عرصه اقتصاد مانند خصوصی‌سازی، تعدیل ساختاری و... در عرصه اجتماعی نیز برنامه‌هایی همچون تقویت طبقه متوسط، ایدئولوژی‌زدایی از نهادهای انقلابی و جنگی به‌واسطه مشارکت‌دادن آنها در امور اقتصادی، قبح‌شکنی از فعالیت‌های سرمایه‌دارانه و... مورد توجه قرار گرفت. در همین دوران بود که به‌واسطه تقویت طبقه متوسط مفهوم فراغت در پیوند با فضاهای شهری و عملی چون خرید جان تازه‌ای گرفت. نمود عینی این موضوع را می‌توان در رونق‌یافتن کسب‌وکارهای مبتنی بر اجناس لوکس و تمایزبخشی و ساخت و احیاء مراکز خرید در مناطق مرفه شهری و نظایر این‌ها دید.

به‌واسطه این تغییرات اجتماعی، نمایش تمایزات مبتنی بر شیوه مصرف یا سبک زندگی به جزیی جدایی‌ناپذیر از زندگی شهری ایرانیان بدل شد. با توجه به این‌که تغییرات مذکور صرفاً در سطح اجتماعی رخ داده بود و به سطح سیاسی ارتقا نیافت، تضادهای گسترده‌ای را ایجاد کرد. برای نمونه، می‌توان به تضاد میان فرهنگ رسمی و غیررسمی، تضاد سبک زندگی اقشار متوسط و مرفه با اقشار پایین و... اشاره کرد. البته نباید نقش زن به عنوان یکی از جایگاه‌های اصلی کشاکش‌های گفتمانی را در این میان نادیده گرفت.

تغییرات اجتماعی و عدم ارتقاء آنها به سطح سیاسی و تضادهای ناشی از آن به علاوه اهمیت‌یافتن نمایش تضادهای مبتنی بر سبک زندگی موجب شدند گذران اوقات فراغت بخشی از جامعه به یک مسئله اجتماعی و سیاسی بااهمیت بدل شود. به عبارتی دیگر، به‌واسطه این تغییرات گذران اوقات فراغت بخشی از جامعه به‌ویژه در فضاهای عمومی در تضاد با فرهنگ رسمی یا ارزش‌های برخی از اقشار پایین جامعه و ایدئولوژی حاکم قرار گرفت. اگر بخواهیم خیلی ساده منشاء چنین تضادهایی را توضیح دهیم باید بگوییم که دهه ۷۰ آغاز دورانی در تاریخ ایران بود که بخشی از حاکمیت سیاست‌های اقتصادی و اجتماعی سرمایه‌دارانه، آن‌هم از نوع افراطی و نئولیبرالیستی‌اش را با شدت و حدت اجرا می‌کرد و بخش دیگر نیز با تمام قوا در جهت کنترل پیامدهای اجتناب‌ناپذیر و منطقی این سیاست‌ها عمل می‌نمود.

با توجه به این مقدمات می‌توان وارد بحث اصلی مقاله حاضر یعنی فضای پرسه‌زنی شد. از نظر نگارندگان، فضای پرسه‌زنی از دهه ۷۰ به بعد یکی از مهم‌ترین جایگاه‌های بروز تضادهایی است که پیش‌تر به آن اشاره شد. بی‌شک دلیل این امر آن است که دولت در معنای کلی آن هیچ‌گاه

حاضر نشده تبعات سیاست‌های اقتصادی و اجتماعی خود را در عرصه تولید و توزیع بپذیرد و همواره از بسط این سیاست‌ها به عرصه فضاها و فراغت سر باز زده است. این امر خود موجب شده گروه‌هایی که جایگاه اجتماعی و سبک زندگی آنها دست‌کم در حوزه فراغت به رسمیت شناخته نشده است همواره در جستجوی مکان‌هایی موقت برای سکنی‌گزیدن باشند. اما عموماً کارکردهای از پیش تعیین‌شده چنین مکان‌هایی با نحوه مصرف این نوع از کاربران تطابق ندارد؛ مراکز و خیابان‌های خرید و محیط اطراف آنها نمونه‌ای از چنین مکان‌هایی‌اند که معمولاً به‌جای کاربری مصرفی برای چنین اقشاری به محل گذران اوقات فراغت با اتومبیل تبدیل می‌شوند. به‌عبارتی دیگر، اگر در مجموع خیابان را محل عبور بدانیم و مراکز و خیابان‌های خرید را محل مبادله کالا، کاربری این فضاها برای چنین کاربرانی بیش از هر چیز گذران اوقات فراغت، ایجاد روابط اجتماعی جدید و... است. همین عدم تطابق میان کارکرد از پیش تعیین‌شده مکان و نحوه مصرف فضایی کاربران است که نگارندگان را به استفاده از مفهوم پرسه‌زنی ترغیب کرد.

پرسه‌زن و پرسه‌زنی مفاهیمی پیچیده‌اند و نظریه‌پردازان در طول تاریخ مدرنیته تعاریف بسیار متفاوت و حتی متضادی را از آنها به‌دست داده‌اند.<sup>۱</sup> با همه این‌ها، عباس کاظمی (۱۳۸۴) تعریف سرراستی از این مفهوم ارائه می‌دهد. کاظمی پرسه‌زنی را به‌طور ساده این‌گونه تعریف می‌کند: «پرسه‌زنی نوعی گشت و گذار یا اطراق در خیابان خرید یا پاساژ است، البته با در نظر گرفتن این نکته که در این گشت و گذار قصدی برای خرید وجود ندارد» (اباذری و کاظمی، ۱۳۸۴: ۱۰۳).

چنان‌که مشهود است تعریف کاظمی از این مفهوم مبتنی است بر سکنی‌گزیدن در فضای خرید بدون انجام‌پذیرفتن عمل خرید. این تعریف علاوه بر این‌که نسبت به تعاریف کلاسیک از این مفهوم از جامعیت بیشتری برخوردار است، صرفاً به یک مشاهده‌گر نخبه‌مناظر شهری محدود نمی‌شود و به مفهوم موردنظر نگارندگان متن حاضر نیز تا حد زیادی نزدیک است. اما هنوز از جامعیت کافی برای توضیح همه‌جانبه موضوع برخوردار نیست. توضیح آن‌که، با رجوع به تجربه ایرانی با برخی شکل‌های گذران اوقات فراغت مواجه می‌شویم که گرچه می‌توان آن‌ها را ذیل مفهوم پرسه‌زنی گنجانند اما در تعریف فوق نمی‌گنجد؛ یکی از آنها همانی است که در زبان عامیانه به آن «دُرْدُر کردن با اتومبیل» می‌گویند. در چنین مواردی مسئله محوری بیش از آن‌که مقوله خرید باشد، که هسته مرکزی تعریف کاظمی از پرسه‌زنی را تشکیل می‌دهد، مسئله کارکرد و مصرف فضاها مطرح است. بر این اساس، ما پرسه‌زنی را نوعی گذران اوقات فراغت در

۱. برای آشنایی بیشتر با پیچیدگی‌های این مفاهیم و تاریخ آنها ن.ک. کاظمی، ۱۳۸۸: ۸۳-۶۱

امکانی می‌دانیم که از پیش برای این کار تعبیه نشده‌اند. بنابراین، تمرکز مفهوم پرسه‌زنی را بر، تضاد میان کارکردهای از پیش تعیین‌شده و نحوه مصرف فضاها می‌گذاریم. با این وصف غریبگی، البته نه در معنای دقیقاً زیملی آن، جزئی جدایی‌ناپذیر از مفهوم پرسه‌زنی به‌شمار می‌آید و از جمله ویژگی‌های اساسی پرسه‌زن این است که جایگاه آن در نظم اجتماعی ایدئال به رسمیت شناخته نشده است.<sup>۱</sup>

به‌لحاظ نظری، این تعبیر از مفهوم پرسه‌زنی مبتنی است بر نظریه ابعاد سه‌گانه فضای هانری لوفور که بازخوانی اجمالی تعاریف وی از ابعاد دوم و سوم فضا می‌تواند در این بحث روشنگر باشد. لوفور بعد دومی را که برای فضا قائل می‌شود بازنمود فضا<sup>۲</sup> می‌خواند و آن را چنین تعبیر می‌کند: فضای مفهوم‌پردازی‌شده، فضای دانشمندان، طراحان، شهرسازان، تقسیم‌کنندگان تکنوکرات و مهندسان اجتماعی است. این فضا، فضای مسلط در هر جامعه (یا شیوه تولیدی) است» (لوفور، ۱۹۹۱: ۳۸). همچنین، بعد سوم از فضا را فضاهای بازنمودی<sup>۳</sup> می‌خواند و درباره آن می‌نویسد: «فضایی که از طریق تصاویر و نمادهای مرتبطش مستقیماً زیسته است و از این‌رو فضای ساکنان و کاربران، البته فضای برخی هنرمندان و شاید آنهایی که مانند تعدادی از نویسندگان و فلاسفه که توصیف می‌کنند و سودای چیزی فراتر از توصیف ندارند. این فضای تحت تسلط در آمده، و از این‌رو منفعلانه به تجربه‌درآمده‌ای است که تخیل به دنبال تغییر و تخصیص آن به خود است» (لوفور، ۱۹۹۱: ۳۹).

بنا بر تعابیر فوق می‌توان گفت، بازنمود فضا مرتبط با کارکردهای از پیش تعیین‌شده برای فضا و فضاهای بازنمودی مربوط به نوع مصرف فضایی کاربران است (ن.ک. توانا و شفیع، ۱۳۹۳). دقیقاً با استفاده از تضاد این دو بعد فضایی است که می‌توان مفهومی همچون پرسه‌زنی را توضیح داد.

پژوهشی که مبنای این مقاله بوده است با چنین رویکردی به مفهوم پرسه‌زنی پیش رفت. ذکر نکاتی درباره این پژوهش در این مجال می‌تواند به روشن‌تر شدن مواضع نظری و روش‌شناختی این مقاله، که در ادامه با تفصیل بیشتر توضیح داده می‌شود، کمک کند. پیش از هر چیز باید بگوییم در پژوهش حاضر به هیچ عنوان قصد نداشتیم به مردم‌نگاری زندگی روزمره مدرن بپردازیم. به عبارتی دیگر، اساساً مسئله اصلی ما نبوده است که بدانیم عده‌ای از جوانان چگونه

۱. البته شایان ذکر است که این نکته هرگز به معنی عدم امکان هم‌زیستی مسالمت‌آمیز میان پرسه‌زن و نظم اجتماعی موجود نیست. به عبارتی دیگر، در این مقاله قصد نداریم نقشی پیشرو برای پرسه‌زن قائل شویم و آن را عامل مقاومت تلقی کنیم.

2. Representation of space

3. Representational spaces

اوقات فراغت خود را می‌گذرانند، چگونه آن را برای خود معنادار می‌کنند، با استفاده از چه گفتمان‌هایی آن را توجیه می‌نمایند، و یا امور تحمیل شده بر خود را به چه شکلی فهم می‌کنند. بنابراین، قصد نداشتیم به سبک جامعه‌شناسی خرد و مکاتبی که ذیل آن قرار می‌گیرند یک جزء اجتماعی را بشناسیم. بلکه بر عکس، قصدمان این بوده که به واسطه شناخت جزئی که در بدنه ایدئال اجتماعی جایگاه از پیش تعیین‌شده‌ای ندارد و بنابراین تناقضات آن را درون خود حمل می‌کند، به شناخت کل دست بیابیم. همان‌گونه که پیش‌تر توضیح داده شد، این جزء اجتماعی همان گروهی است که سیستم اجتماعی در سطح شیوه تولید آنها را به وجود آورده و در روابط طبقاتی کاملاً از آنها حمایت می‌کند، اما در سطح ایدئولوژیک نمی‌تواند حضورشان را در فضای عمومی تحمل کند.

واحد تحلیل نیز در این پژوهش پرسه‌زن نبوده، فضای پرسه‌زنی بوده است. فضای پرسه‌زنی از نظر نگارندگان محدود‌های است که در یک دوره زمانی در آن عمل پرسه‌زنی به‌طور مداوم تکرار می‌شود. طبق نظر لوفور، هر فضایی علاوه بر امور مادی و امور ذهنی حامل امر اجتماعی یعنی روابط اجتماعی نیز است (ن.ک. چاوشیان و توانا، ۱۳۹۴: ۴۴-۴۳). بنابراین مهم‌ترین تمایز تعبیر لوفور از فضا، در مقایسه با سایر نظریه‌پردازان پیش از خود، توجه به بعد اجتماعی فضا یعنی روابط اجتماعی مندرج در آن است. به همین علت نیز در ادامه بیش از آن‌که به مفهوم پرسه‌زنی بپردازیم به فضای پرسه‌زنی و جایگاه آن در عرصه روابط اجتماعی و قدرت پرداخته‌ایم.

از این رو، ابتدا سنت نظری‌ای را که هانری لوفور در چارچوب آن به نقد زندگی روزمره می‌پردازد توضیح می‌دهیم و سپس به تفاوت‌های دیدگاه لوفور با سایر رویکردها به زندگی روزمره اشاره می‌کنیم و به نقد روایت‌های غالب درباره فضای پرسه‌زنی، از جمله روایت متأثر از مطالعات فرهنگی در این خصوص می‌پردازیم. پس از آن، می‌کوشیم از خلال نقدهای فوق در دو سطح نظری و تجربی، روایت خود از فضای پرسه‌زنی را طرح کنیم و آن را در فهم این فضاها در یک نمونه انضمامی، یعنی خیابان گل‌سار شهر رشت<sup>۱</sup> به کار گیریم. البته باید متذکر شد که تمرکز این روایت بر رابطه گروه‌های متفاوت پرسه‌زنان با یک‌دیگر و با سایر اقشاری است که در این فضا حضور دارند. روابط اجتماعی موردنظر نیز بر اساس دو معیار وضعیت

۱. خیابان گل‌سار در شهر رشت جزء معدود خیابان‌های خرید و پرسه‌زنی در شهرستان‌های ایران است که شهری عمومی دارد و حتی آوازه آن به شهرهای دیگر هم رسیده است. این خیابان در شمال غرب شهر رشت واقع شده و از محله‌های مرفه‌نشین این شهر است و فضای خرید آن از مغازه‌های دو طرف خیابان و مرکز خریدی به نام گل‌سار در میانه آن تشکیل شده است.

اقتصادی<sup>۱</sup> رصد شده‌اند.

### مبانی نظری

سپهر تئوریک این مقاله مبتنی است بر نگرشی دیالکتیکی به فضای اجتماعی. این نگرش دیالکتیکی ایجاب می‌کند که تضادها را مشخصه واقعیت اجتماعی بدانیم که تنها به‌واسطه شناخت آنها فهم جامعه میسر می‌شود (ن.ک.اشمید، ۱۳۹۴: ۱۵۶). به عبارتی دیگر، ویژگی اساسی این نگرش آن است که هیچ واقعیت اجتماعی‌ای را صرفاً با توجه به ویژگی‌های درونی آن مورد ارزیابی قرار نمی‌دهد، و برای آن‌که درباره یک فضای اجتماعی قضاوت کند همواره به ضد آن و رابطه‌اش با کلیت اجتماعی توجه می‌کند. همان‌طور که پیش‌تر در مقدمه توضیح داده شد، از نظر نگارندگان فضاهای پرسه‌زنی را باید از مهم‌ترین جایگاه‌های بروز و ظهور چنین تضادهای اجتماعی در ایران معاصر به شمار آورد و بنابراین اتخاذ چنین نگرش دیالکتیکی‌ای برای درک و دریافت آن‌ها کارگشا خواهد بود.

بنا به همین نگرش دیالکتیکی است که نمایندگان شاخص این سنت نظری از قبیل کارل مارکس، گنورک لوکاچ، مارشال برمن، و هانری لوفور می‌توانند از نگاهی یک‌سویه و تک‌بعدی به واقعیت اجتماعی فاصله بگیرند و هم سویه‌های رهایی‌بخش و هم سویه‌های انقیادگر یک فضای اجتماعی را نشان دهند (ن.ک.برمن، ۱۳۷۹: ۱۵۶-۱۰۹ و لوکاچ، ۱۳۸۸).

ارائه توضیحی درباره چگونگی اتخاذ نگرش دیالکتیکی در فهم فضای پرسه‌زنی و تفاوت آن با دیدگاه‌های تک‌بعدی و یک‌سونگر می‌تواند به روشن شدن بحث فوق کمک کند. توضیح آن‌که، رویکردهای یک‌سونگر صرفاً با تکیه به یک معیار مشخص جایگاه یک فضا را در منظومه روابط قدرت مشخص می‌کنند. برای مثال در مورد فضای پرسه‌زنی، اگر نقد گرایش به فرهنگ مصرفی و روابط اجتماعی بازاری را معیار بگذاریم می‌توانیم ارتباط چنین فضاهایی را با نوعی از اعمال سلطه سرمایه‌دارانه مشخص کنیم یا اگر با معیار نقد ایدئولوژی‌های کنترل‌کننده انواع سبک‌های زندگی بحث را پیش ببریم، فضای پرسه‌زنی فضایی برای مقاومت در برابر فرهنگ رسمی تعبیر خواهد شد.

بی‌شک در چارچوب نگرش دیالکتیکی به فضا و واقعیت اجتماعی، ماجرا به این سادگی نیست. زیرا علاوه بر تغییر جایگاه فضا در روابط قدرت بر حسب معیار ارزیابی آن، یک فضای مشخص می‌تواند به میانجی تضاد با سایر فضاها و چگونگی رابطه‌ای که با کلیت اجتماعی برقرار می‌کند، کارکردی کاملاً متفاوت در عرصه سیاسی بیابد. بنابراین می‌توان هر فضایی را هرچقدر هم که

۱. قشربندی اقتصادی مورد استفاده در این کار مبتنی بر معیاری عینی نیست بلکه بر اساس نگرش ذهنی پاسخگویان نسبت به وضعیت اقتصاد خود در نظر گرفته شده است.

در نگاه اول سرکوب‌گر باشد از دریچه جایگاه آن در منظومه سیاست رهایی‌بخش مطالعه کرد و بدون شک این شیوه تحلیل در تضاد کامل با دیدگاه‌های تک‌بعدی و هندسی‌ای قرار دارد که به شکل پیشینی و با خط‌کشی‌های مستحکم فضاهاى سلطه و مقاومت را طوری از یک‌دیگر جدا می‌کنند که راهی برای ورود هر یک به دیگری متصور نیست. برای نمونه، لوفور حتی تفریحات طبقه متوسط اروپای صنعتی در سواحل مدیترانه را دریچه‌ای می‌داند که می‌تواند سویه‌ای مبارزاتی برای طبقات پایین‌تر بیابد. از نظر وی، این شکل از مصرف فضا می‌تواند الگویی را به طبقات پایین معرفی کند که خود محرک مناسبی در جهت تقاضای تغییر و مبارزه طبقاتی باشد (ن.ک. لوفور، ۱۹۹۱: ۳۵۴-۳۵۲).

البته دیدگاه لوفور به چگونگی گذران اوقات فراغت طبقه متوسط اروپای غربی را باید در بستری دیالکتیکی فهم کرد و به هیچ وجه نباید آن را با مواجهه مسامحه‌آمیز با جامعه مصرفی، همچون مواجهه‌های نظری پسامدرن در این خصوص اشتباه گرفت. زیرا لوفور از سردمداران جریان نقد زندگی روزمره در جامعه مصرفی است و قاعدتاً نمی‌تواند نسبت به انواع گذران زندگی روزمره موضعی بی‌طرف اتخاذ کند. در همین خصوص جامعه معاصر را به عنوان جامعه‌ای تروریستی معرفی می‌کند و آن را این‌گونه تعریف می‌کند:

«یک جامعه تروریستی از یک حکومت فشار، که در آن در یک دوره زمانی کوتاه برای باقی نگهداشتن دیکتاتوری از ترس و ترور سیاسی استفاده می‌شود، متفاوت است. در یک جامعه تروریستی همه اعضای جامعه بالقوه تروریست‌اند، چراکه فشار از همه جوانب لمس می‌شود و خشونت در آن پنهان است. بنابراین هر عضوی از این جامعه می‌خواهد گونه‌ای از قدرت را در دست داشته باشد و هر فردی احساس می‌کند به‌منظور حفظ قدرت خویش و برای کسب حس برتری لازم است برگردۀ دیگران سوار شود» (لوفور، ۱۹۷۱: ۱۴۷).

در ادامه، برای روشن شدن دیدگاه لوفور درباره زندگی روزمره و امکانات درونی آن برای ایجاد تغییرات بنیادی در این عرصه، به تفاوت‌های رویکرد او با دو رویکرد نظری غالب در بررسی زندگی روزمره اشاره می‌کنیم.

### نظریه‌های بدبینانه نسبت به تغییرات بنیادی در زندگی روزمره

گرچه مکاتب و نظریه‌هایی که می‌توان ذیل این بحث به آن‌ها پرداخت تفاوت‌های بسیاری با یکدیگر دارند، ولی بی‌تردید از منظر لوفوری همگی در یأس، نگرش غیردیالکتیکی و بنابراین غیرفضایی، و همچنین نادیده‌گرفتن پتانسیل‌های انقلابی در زندگی روزمره مشترک‌اند.

نظریه‌های فوق یا سوژه‌ها را اسیر فرایندهای کنترل‌کننده‌ای نظیر صنعت فرهنگ‌سازی و استیضاح می‌بینند یا در بهترین وضعیت امکان مقاومت را در شکاف‌های لحظه‌ای و موقت جستجو می‌کنند. چنین نگرش‌هایی از منظر لوفور غیرپوتوپایی و محافظه‌کارانه قلمداد می‌شوند. البته باید متذکر شد در این‌جا قصدی برای مطالعه تک‌تک این دیدگاه‌ها و قضاوت دربارهٔ بدبینی یا محافظه‌کاری آنها نداریم، بلکه می‌کوشیم تمرکز بحث را بر تفاوت‌های نگاه لوفور با این نگرش‌ها بگذاریم، تفاوت‌هایی که دست‌کم خود به آنها قائل است. با توجه به موضوع مورد مطالعه، یعنی شکلی از فرهنگ عامه، و نقدهای مکرر و واضح لوفور از نظریه‌پردازانی که به این بحث پرداخته‌اند از بحث تفصیلی دربارهٔ جزئیات اختلاف رویکرد آنها با تفکر لوفوری صرف‌نظر می‌کنیم و فقط برای روشن‌شدن هستهٔ اصلی نقد وی بر چنین نظریاتی در زیر به نقل قطعه‌ای از ایرادات او به لاکان اکتفا می‌کنیم:

«مشکل این نظریه این است که به تقدم معرفت‌شناسانه، انسان‌شناسانه و منطقی زبان بر فضا قائل است. بر همین پایه، این نظریه ممنوعیت‌هایی از جمله ممنوعیت زنا با محارم و نه فعالیت تولیدی را منشأ و اساس جامعه می‌داند. وجود پیشین یک فضای ابرکتیو، بی‌طرف و تهی را مسلم می‌گیرد و فقط به فضای گفتار (و نوشتار) به‌مثابه چیزی می‌پردازد که باید ساخته شود. به‌طور حتم، این مفروضات نمی‌توانند پایه‌ای متقن برای پراکسیس اجتماعی - فضایی فراهم آورند. آنها فقط به جامعه‌ای خیالی مربوط‌اند؛ تپیی ایدئال یا مدلی از جامعه که این ایدئولوژی خیال آن را می‌پروراند و سپس به‌طور دل‌بخواهی آن را با همهٔ جوامع واقعی یکسان می‌پندارد» (لوفور، ۱۹۹۱: ۳۶).

چنان‌که مشهود است، هستهٔ اصلی نقد لوفور به لاکان تقدم زبان به فضا در نظریه‌های وی است. بدون شک می‌توان نقد بر پایهٔ غیرفضایی بودن را پایهٔ اصلی نقد وی نسبت به سایر ساختارگرایان و پساساختارگرایان فرانسوی از جمله آلتوسر، فوکو، کریستوا، بارت و دریدا نیز محسوب کرد (ن. ک. لوفور، ۱۹۹۱: ۷-۳ و ۳۶۹).

همان‌طور که پیش‌تر گفته شد، با توجه به موضوع پژوهش یعنی شکلی از فرهنگ عامه، ارائه توضیحاتی دربارهٔ نوع تحلیل آدورنو و هورکهایمر از این فرهنگ و امکان تجلی مقاومت درون آن و تفاوت‌های این دیدگاه با رویکرد دیالکتیکی و فضایی لوفور به نظر راه‌گشا تر نیز خواهد بود. برای روشن‌شدن این تفاوت در زیر به نقل قطعه‌ای از نوشته‌های آدورنو و هورکهایمر دربارهٔ سینمای ناطق، به‌مثابه تجلی‌گاه فرهنگ عامه می‌پردازیم:

«فیلم ناطق، به شیوه‌ای بس قدرتمندانه‌تر از تئاتر توهم، هیچ جایی



برای تخیل یا تأمل بازی‌گوشانه از سوی تماشاگر باقی نمی‌گذارد. تماشاگری محصور در چارچوب فیلم ولی بی‌بهره از هدایت داده‌های دقیق فیلم که نمی‌تواند بدون گم‌کردن رشته داستان تخیل خود را به کار اندازد. بدین سان فیلم تماشاگران خود را طوری تربیت می‌کند تا واقعیت را مستقیماً با فیلم برابر شمارند. پژمردن خودانگیختگی و تخیل در مصرف‌کننده امروزی فرهنگ لزوماً در این یا آن مکانیسم روانی ریشه ندارد؛ او باید فلج‌شدن این قوا را به ظاهر عینی خود محصولات نسبت دهد، به‌ویژه به شاخص‌ترین آنها، یعنی همان فیلم ناطق. این محصولات چنان طراحی شده‌اند که فهم رسایی آنها، گرچه مستلزم ذهنی چابک، تیزبین و با معلومات است، لیکن همین فهم، اگر تماشاگر بخواهد سیل بی‌وقفه واقعیت‌ها را دنبال کند، عملاً متضمن منع تفکر است. این آمادگی واکنش چنان ملکه ذهن تماشاگران شده است که نیازی به فعال‌کردن آن در مواقع خاص نیست، و در همان حال نیز قوای تخیل را سرکوب می‌کند. آن کسانی که چنان در جهان فیلم، به یاری تصاویر، حرکات، و کلمات جذب و ادغام شده‌اند که دیگر نمی‌توانند چیزی را اضافه کنند که در وهله نخست می‌توانست آن را به یک جهان بدل کند، ذهن‌شان لزوماً در لحظه اجرا به‌تمامی توسط عملیات خاص دمو دستگاه فیلم تسخیر و فلج نمی‌شود. سایر فیلم‌ها و محصولات صنعت سرگرمی که پیش‌تر دیده‌اند، جملگی این شکل لازم توجه را به آنان آموخته‌اند و حال این خصیصه به طور خودکار عمل می‌کند. قدرت جامعه صنعتی یک‌بار و برای همیشه بر اذهان آدمیان حک شده است، سازندگان سرگرمی می‌دانند که محصولات آنان حتی زمانی که حواس مصرف‌کننده پرت یا پریشان باشد، با هوشیاری و دقت مصرف خواهد شد (آدورنو و هورکهایمر، ۱۳۸۹: ۲۲۰-۲۱۹).

با توجه به قطعه فوق می‌توان گفت از نظر آدورنو و هورکهایمر شکلی از تولید فضا وجود دارد که مصرف را به شکل کامل متعین می‌سازد. به عبارت دقیق‌تر، از نظر ایشان فیلم ناطق می‌تواند خوانش‌های مصرف‌کنندگان خود را به شکلی کاملاً یک‌دست و مبتنی بر خواست خود کنترل و تعیین کند. این برداشت با توجه به سه گانه فضایی لوفور که نقشی اساسی برای مصرف‌قائل است موجه به نظر نمی‌رسد. از نظرگاه لوفور، هیچ فضایی از جمله فضای فیلم‌های ناطق نمی‌تواند براساس خواست تولیدکنندگان اشکال مصرف را کنترل کند. با همین موضع

است که می‌نویسد:

«حتی نئوسرمایه‌داری یا سرمایه‌داری سازمان‌یافته، حتی طراحان تکنوکرات و برنامه‌ریزان، نمی‌توانند فضایی با درکی کاملاً روشن از علت و معلول، انگیزه‌ها و دلالت‌های آن تولید کنند» (لوفور، ۱۹۹۱: ۳۷).

برای لوفور معنای هیچ متنی از پیش و به‌طور قطعی درون آن نهفته نیست، زیرا اگر چنین باشد دیگر دیالکتیک و تضادی در کار نیست. از منظر او بیان گزاره‌ای از نوع گزاره آدورنو و هورکهایمر تنها در چارچوب منطق صوری و نه منطق دیالکتیکی امکان‌پذیر است. علاوه بر این، برای لوفور حتی در جایی که نوع مصرف نیز منطبق با سلطه از پیش کنترل‌شده باشد می‌توان رگه‌هایی از امر رهایی‌بخش را مشاهده نمود، زیرا در سطحی نظری هر شکلی از سلطه با توجه به تناقض‌هایی که ایجاد می‌کند می‌تواند به ضد خود بدل شود. بنابراین هیچ حکم از پیش تعیین‌شده‌ای نمی‌تواند مرزی مستحکم بین فضای سلطه و رهایی رسم کند. البته این نباید ما را دچار این سوءبرداشت کند که لوفور براساس نوعی تسامح پسامدرن فرهنگ عامه را از نقدهای بی‌رحمانه خود بی‌نصیب می‌گذارد. نقل عبارات ذیل از او به‌خوبی موضع وی را در نقد فرهنگ عامه را روشن می‌کند:

«تروریسم<sup>۱</sup> باعث تداوم توهم و امتناع تفکر انتقادی می‌شود. کارکرد تروریستی اشکال<sup>۲</sup> (و نمادهایی که از دل این اشکال سر برآورده‌اند) حفظ توهم شفافیت و واقعیت و مستورساختن این امر است که این اشکال‌اند که واقعیت را حفظ می‌کنند. مردمانی که در زندگی روزمره می‌زیند از فکر کردن به تجربه خود و از به‌حساب آوردن آن امتناع می‌کنند؛ آنان مجبور نیستند دست به این کار بزنند. کسی آنان را مجبور نمی‌کند، آنان خود خود را مجبور می‌کنند. ویژگی نوعی جامعه تروریست همین است و جز این نیست (لوفور، ۱۹۷۱ به نقل از لاجوردی، ۱۳۸۸: ۵۶).

با توجه به عبارات فوق می‌توان گفت که وی قصدی برای توجیه وضعیت موجود ندارد، بلکه امیدوار است که با توجه به تناقض‌های درون وضعیت معاصر سرمایه‌داری آینده‌ای متفاوت از امروز شکل گیرد. آینده‌ای که تنها راه رسیدن به آن از مجرای نقد زندگی روزمره و با اتکاء به

۱. برای آشنایی بیشتر با مفهوم جامعه تروریستی یا تروریسم نزد لوفور ن.ک. لوفور، ۱۹۷۱ و یا لاجوردی، ۱۳۸۸: ۵۵-۵۹.

۲. فرم یا شکل از نظر لوفور پس مانده بی‌محتوای اندیشه‌ها، سازمان‌ها و رفتار است. این اشکال به رغم بی‌محتوا شدنشان سلطه‌گرند و واقعیت را حفظ می‌کنند. (لاجوردی، ۱۳۸۸: ۵۶).

امکانات درونی همین زندگی ممکن است.

### نظریه‌های خوش‌بینانه نسبت به امکانات زندگی روزمره

این دسته از نظریه‌ها مبتنی‌اند بر اهمیت قائل شدن برای خوانش‌های مصرف‌کنندگان. از جمله آن‌ها عبارت‌اند از: جریان غالب در مطالعات فرهنگی که چنان به فضای پرسه‌زنی می‌نگرد که گویی صرفاً محملی برای مقاومت در برابر نظم موجود است؛ نظریه‌ای که نوع ایرانی‌اش در کار عباس کاظمی (۱۳۸۸) به نام *پرسه‌زنی و زندگی روزمره ایرانی* قابل مشاهده است. فضای پرسه‌زنی از نگاه عباس کاظمی فضایی است که اقشار فرودست از آن استفاده می‌کنند تا خود را به نمایش بگذارند و اعلام حضور نمایند. فضای پرسه‌زنی در این نگاه جایگاهی تلقی می‌شود که گروه‌های متفاوت به‌طور مساوی حق استفاده از آن را دارند. برای مثال، اقشار پایین و فقیر جامعه آن را به مثابه حوزه عمومی می‌نگرند و در آن حضور پیدا می‌کنند، این امر حتی در مورد مراکز خریدی که از لحاظ قیمت اجناس و محل واقع شدن آنها برای اقشار پایین ساخته نشده است نیز صدق می‌کند. به عبارت دیگر، جوانان بی‌پول حاضر در این‌گونه مراکز خرید به‌جای این‌که کالاهای موجود را مصرف کنند فضای موجود در آن را مصرف می‌کنند. همان‌گونه که پرس‌دی می‌گوید، این جوانان خرید پرولتاریایی می‌کنند یعنی به‌جای این‌که کالاها را مصرف کنند، ایماژهای موجود در فضا را مصرف می‌کنند، خواه این ایماژها برساخته کالا و تبلیغات آن باشد خواه افراد دیگر حاضر در فضای خرید (ن.ک. کاظمی، ۱۳۸۸: ۱۱۹).

تا این سطح استدلال کاظمی و پرس‌دی منطقی است، اما اگر دقیق‌تر با این استدلال روبرو شویم، مشکل آن آشکار می‌شود. مشکل دقیقاً آن‌جاست که این رویکرد درصدد است برای اقشار محروم حاضر در فضای خرید هویتی خاص در نظر بگیرد. هویتی که برای طبقات محروم در این نگاه لحاظ شده هویتی است منحصر به همین طبقات، نه هویتی ناشی از تقلید فرهنگی و ذیل هویت طبقات بالای جامعه. با همین رویکرد است که کاظمی می‌نویسد:

«معنای دیگری که در پس کردار فقرا نهفته است مخالفت با این طرز تلقی است که نباید پاساژ را صرفاً موقعیت فرادستان بدانیم. مراکز خرید مکان فقرا نیز به شمار می‌روند. آنها نمی‌خواهند وانمود کنند که از طبقات بالا هستند، بلکه می‌خواهند در چنین مکانی حضور داشته و موقعیت جدید خود را بسازند. با تشکیل چنین موقعیتی است که مراکز خرید از یکنواختی فرهنگی و سلطه سبک زندگی فرادستان رها شده و به جهانی متکثر از موقعیت‌های مختلف بدل می‌شوند» (کاظمی، ۱۳۸۸: ۱۳۰).

با نگاهی گذرا به مراکز خرید نمی‌توان این گزاره را پذیرفت که فقرا بی‌توجه به موقعیت

فراستان، هویت خود را در فضای خرید می‌سازند. اقشار فرودست در واقع همواره با حسرتی که به نحوه زیست اقشار فرادست دارند در چنین فضاهایی حاضر می‌شوند. طبق گفته‌های خودشان آرزوی آنان رسیدن به موقعیت طبقات بالا است، کافی است با آنان وارد گفت‌وگو شوید و از خواسته‌هایشان بپرسید تا فوراً متوجه شوید که آنان همواره در آرزوی امکانات مادی‌ای‌اند که طبقات مرفه به واسطه آن در فضای خرید حضور پیدا می‌کنند. آنها به هیچ وجه از خرید پرولتری خود احساس رضایت نمی‌کنند، بلکه همواره در آرزوی خرید واقعی کالا به سبک ثروتمندان‌اند و اگر به خرید پرولتری بسنده می‌کنند بی‌شک این امر از سر ناچاری است. آنها با تمام وجود می‌کوشند سبک زندگی پولدارها را تقلید کنند، تا حد ممکن لباس‌های خود را به آنها شبیه نمایند، به رستوران‌ها و کافی‌شاپ‌های آنها بروند، اما در نهایت این تغییرات در جزئیات است چون آنها هرگز به سرمایه مادی کافی برای رسیدن به سبک زندگی مرفه‌ان دسترسی ندارند.

تلاش آنها برای ارتقاء به جایگاه نمادین طبقات بالا هرگز به جایی نمی‌رسد، یکی از دلایل این امر به گفته خودشان این است که در اولین مواجهه با حضرات در این فضاها همواره با دو پرسش روبرو می‌شوند: اول این‌که خانه‌ات کجای شهر است؟ و دوم این‌که چه ماشینی داری؟ پاسخ صحیح به این پرسش‌ها تمام تلاش‌های قبلی‌شان را از بین می‌برد و پاسخ‌های دروغین‌شان هم احتمالاً زمان کوتاهی کارساز خواهد بود. در این پژوهش از بسیاری از مصاحبه‌شوندگان شنیدیم که برای این‌که بتوانند روابط اجتماعی خود را حفظ کنند مجبور به دروغ‌گفتن درباره وضعیت اقتصادی و جایگاه اجتماعی خود شده‌اند. کتمان حقیقت از جانب بسیاری از نمونه‌هایی که در این پژوهش و سایر پژوهش‌ها در فضاهای مشابه دیده شده است، دلالت بر آن دارند که اقشار فرودست حاضر در فضای پرسه‌زنی نه فقط هرگز به دنبال حفظ هویت مخصوص به خود نیستند، بلکه همواره می‌کوشند خود را به هر طریق ممکن به هویت طبقه بالا نزدیک‌تر نشان دهند (ن.ک. توانا، ۱۳۹۱). با این حال، کاظمی روایتی کاملاً متفاوت از فضای پرسه‌زنی ارائه می‌دهد. عبارات زیر به‌خوبی موضع وی را در این خصوص روشن می‌کند:

«در برخی از مراکز خرید گروه‌های مختلف از هم قابل تمیز و تشخیص نیستند، نوع پوشش و سبک پاساژگردی دیگر معرف قشر و تیپ خاصی نیست. از این رو هویت طبقاتی از طریق شبیه شدن گروه‌ها به یک‌دیگر رنگ باخته است. در نتیجه، دیگر معنای کالاها و مکان‌هایی چون مراکز خرید در خود آنها نهفته نیست و به واسطه شرایط تولید و توزیع تعیین نمی‌شود بلکه شیوه مصرف است که آن را مشخص می‌کند. شیوه

مصرف همان جایی است که معانی فرهنگی ساخته و پرداخته می‌شوند. این معناآفرینی در مراکز خرید موجب بهم‌ریختگی نظام تمایزات در ایران شده است. در پاساژ جماعتی حاضر می‌شوند که کسی از میزان دارایی‌ها، نوع شغل، و محل زندگی آنها نمی‌پرسد، بلکه حضورشان در این مکان برای آنها هویت‌آفرینی می‌کند. مراکز خرید با گذشته تاریخی افراد سروکار ندارند، زیرا لحظه‌ی حال تعیین‌کننده هویت افراد است. بنابراین می‌بینیم که مسئله‌ی هم‌چشمی طبقات فرودست از طبقات فرادست مطرح نیست. همچنین مسئله این نیست که افراد جنوب شهری، بیکاران، مردان بازنشسته، زنان خانه‌دار و کارمندان فرودست از طریق آمدن به پاساژها و خرید کالاها یا حداقل وانمود کردن به خرید کالاهای گران قیمت، درصدد تقلید و نزدیک کردن خود به گروه‌های فرادست برآمده‌اند (کاظمی، ۱۳۰: ۱۳۸۸-۱۲۹).

مطالعات ما به هیچ وجه فرض کاظمی در مورد تشخیص‌ناپذیری تعلق طبقاتی را تأیید نمی‌کند. بسیاری از مصاحبه‌شوندگان ما در این پژوهش اعتقاد داشتند که افراد مختلف با جایگاه‌های اجتماعی و اقتصادی متفاوت در فضای پرسه‌زنی کاملاً از یک‌دیگر قابل تفکیک‌اند. البته تعداد کسانی که از اقشار بالا بودند و این فرض را تأیید می‌کردند به طور قابل توجهی بیشتر بود که این موضوع نشان‌دهنده‌ی سخت‌گیری بیشتر این افراد برای ورود گروه‌های دیگر به میان‌شان است. بنابراین نظرات کاظمی درباره‌ی عدم تمایز فرادستان از فرودستان در فضاهای خرید موجه به نظر نمی‌رسد.

نکته‌ی جالب توجه در این خصوص این بود که برخی از اقشار فرودست مدعی بودند که امروزه همه بلدند «تیپ خوب بزنند» و این‌گونه جایگاه واقعی اقتصادی و طبقاتی خود را پنهان سازند؛ اظهارنظری که در بین اقشار فرادست به آن برنخوریم. به نظر می‌رسد دلیل را باید این دانست که اقشار فرادست فکر می‌کنند نوع پوشش و آرایش خوب در انحصار آنهاست و با نشانه‌هایی آشکار از دیگران متمایز می‌شوند، گرچه اقشار فرودست سعی می‌کنند تمایز خود را از ثروتمندان دست‌کم در سطح تفاوت ظاهری پنهان و انکار کنند، بسیاری از مصاحبه‌شوندگان در این پژوهش در میان این اقشار اظهار کرده‌اند که این تلاششان معمولاً به شکست منتهی می‌شود.

با رجوع به مبانی نظری بحث کاظمی در این خصوص می‌توان به نکات روشنگری در این بحث پی برد. مهم‌ترین نکته این است که نظریه‌ی مطالعات فرهنگی درباره‌ی فضای خرید و پرسه‌زنی، در کل

نگاهی فرمالیستی دارد<sup>۱</sup>. کاظمی در همین خصوص می‌نویسد: «البته در این‌جا کردار پرسه‌زنان اهمیت دارد و نه انگیزه‌های آنها. چنین کرداری، در جامعه‌ای که به سمت افزایش نابرابری‌ها و گسترش شکاف‌های اجتماعی می‌رود، موجب به‌هم‌ریختگی تمایزات می‌شود. اما این امر، صرفاً یکی از پیامدهای حضور دیگران در مراکز خرید است» (کاظمی، ۱۳۸۸: ۱۳۰). بر همین اساس، نظریه مطالعات فرهنگی به محض مشاهده حضور اقشار فرودست در فضاهایی که معمولاً انتظار حضور آنها نمی‌رود حکم به وجود مقاومت می‌دهد بی‌آنکه بررسی کند که شناخت این اقشار از فضا چگونه شناختی است. مطالعات فرهنگی توجه ندارد که دانش این اقشار از فضا بازتولید همان شناخت هژمونیک طبقات مسلط است و بنابراین صرف حضور آنها را در محیطی دیگر به‌مثابه مقاومت قرائت می‌کند. سنت مطالعات فرهنگی در مهم جلوه‌دادن تفاوت‌های جزئی و تفسیر آن به عنوان نوعی از مقاومت نقشی اساسی داشته است. این امر به وضوح در نگاه اصحاب مطالعات فرهنگی به مقوله خرده‌فرهنگ‌ها قابل مشاهده است. برای نمونه می‌توان به آلامدها و پانکها، هیپی‌ها و... اشاره کرد که در واقع خرده‌فرهنگ‌هایی بودند که به مرور زمان در راستای قدرت مسلط عمل کردند، اما از جانب بسیاری از اصحاب مطالعات فرهنگی تنها به دلیل تفاوت‌های جزئی‌ای که در سبک زندگی با معیارهای فرهنگ رسمی ایجاد کرده بودند به شکلی افراطی ستایش شده و می‌شوند (ن.ک. استوری، ۱۳۸۶: ۲۸۶-۲۷۲).

به همین منوال کاظمی و رضایی به محض مشاهده اقشار فرودست در مراکز خرید متعلق به اغنیا، حکم به ناکافی بودن مفهوم تمایز برای توضیح جامعه ایران می‌دهند. در واقع آنها به تاسی از سنت نظری خود از روی فرم قضاوت می‌کنند و به سطوح زیرین واقعیت نمی‌نگرند و این دقیقاً همان جایی است که مطالعات انتقادی زندگی روزمره را از مطالعات فرهنگی جدا می‌کند. قطعه زیر چنین نگرشی را به خوبی نشان می‌دهد:

«مصرف مراکز خرید در تهران تا اندازه زیادی تابع قیمت کالاها و خرید آنها نیست، زیرا فقرا نه تنها برای خرید نمی‌آیند بلکه اساساً توان خرید چنین کالاهایی را ندارند. از این‌رو، حضور گروه‌های فرودست شهری موجب می‌شود تا نظام معنایی‌ای که توسط الگوهای سرمایه‌داری تولید می‌شود، متزلزل شود. سلسله مراتب و تمایزی که ممکن است در شهری غربی پدید آید، در تهران پدید نمی‌آید. این امر به معنای مدرن

۱. در این بحث عنوان مطالعات فرهنگی را عمدتاً برای اشاره به نظریات جان فیسک و میشل دوسرتو درباره مصرف به کار گرفته‌ایم. گرچه از نظر نگارندگان ویژگی‌هایی که در این مقاله به مطالعات فرهنگی نسبت داده شده است قابلیت تعمیم به بخش عمده‌ای از مطالعات فرهنگی به عنوان یک مکتب نظری مشخص نیز دارد، اما استدلال در این باب را به مجال دیگر موکول می‌کنیم.

نبودن جامعه ایرانی نیست، بلکه نمایانگر نوع جدیدی از شهر مدرن شرقی است که در آن مدرن شدن، همزمان تمایزیابی و تمایززدایی را در برمی‌گیرد. حضور «فرودستان شهری» در مراکز اغنیا موجب سبک‌زدایی از سبک‌های منحصر به فردی می‌شود که به واسطه کالاهای معماری و موقعیت جغرافیایی در پاساژ ارائه می‌شود. در عین حال، می‌دانیم که جامعه ایرانی نه جامعه کاملاً طبقاتی و نه جامعه‌ای بی‌طبقه است. ساختار طبقاتی گسیخته در ایران آن را درخور تحلیل‌هایی متفاوت با جوامع مدرن غربی ساخته است. این ساختار طبقاتی متمایز موجب شده است تا سبک‌های زندگی چندان حول مفهوم تمایز آرام و قرار نداشته باشند، بلکه باید گفت تمایز در ایران نمی‌تواند مؤلفه کافی برای فهم سبک‌های زندگی باشد (کاظمی و رضایی، ۱۳۸۶: ۲۲).

خلاصه مطلب این‌که نگرش انتقادی هانری لوفور به زندگی روزمره در مقایسه با نظریه مطالعات فرهنگی برای مطالعه فضاهای شهری بیشتر به جایگاه این فضاها در ارتباط با کلیت اجتماعی توجه می‌کند و به هیچ وجه همچون نظریه مطالعات فرهنگی به محض دیدن حضور اقشار فرودست در فضا حکم به شکل‌گیری مقاومت نمی‌دهد. در نظریه انتقادی لوفور، حضور اقشار فرودست به تنهایی برای شکل‌گیری مقاومت کافی نیست، بلکه هم‌زمان شکل و محتوای حضور است که می‌تواند منجر به مقاومت شود. بی‌تردید منظور این نیست که از منظر فوق نمی‌توان حضور اقشار فرودست در چنین فضاهایی را به عنوان نوعی از مقاومت تلقی کرد. بی‌شک حضور نوجوانان و جوانان در چنین فضاهایی می‌تواند نوعی مقاومت در برابر فرهنگ رسمی محافظه‌کارانه را ایجاد کند، اما باید توجه داشت که این مقاومت صرفاً نشان‌دهنده یکی از ابعاد روابط دیالکتیکی این فضا با کلیت اجتماعی است و نباید آن را به عنوان تنها کارکرد فضا در ارتباط با قدرت تفسیر کرد.

به عبارت دیگر، رویکرد مطالعات فرهنگی واقعیت اجتماعی را در سطحی فرمال توضیح می‌دهد که از یک طرف قدرت سعی می‌کند کارکرد فضاها را از پیش مشخص کند و از طرف دیگر مصرف‌کنندگان فضا از طریق خوانش‌ها و شیوه مصرف‌شان این کارکردهای از پیش تعیین‌شده را به چالش می‌کشند. نظریه فرمال مطالعات فرهنگی می‌خواهد هر فضایی را با استفاده از همین دوگانه توضیح دهد. برای مثال، هنگامی که مطالعات فرهنگی قصد دارد رابطه مخاطب را با رسانه‌ای چون تلویزیون توضیح دهد از یک‌سو به رمزگذاری رسانه‌ای به عنوان عامل قدرت می‌پردازد و از سوی دیگر به رمزگشایی یعنی نحوه مصرف مخاطبان به عنوان عامل مقاومت

توجه می‌کند. هنگامی که این رویکرد قصد دارد مراکز خرید را نیز مطالعه کند، دقیقاً آن را نیز به همین نحو توضیح می‌دهد، یعنی از سوی مرکز خرید را به عنوان جایگاهی از پیش تعیین‌شده و رمزگذاری‌شده تعریف می‌کند که برای کارکرد به‌خصوصی، مثلاً خرید اجناس لوکس توسط اقشار نسبتاً مرفه، تعبیه شده است، اما پرسه‌زنان در برابر این شکل از قدرت یعنی کارکردهای از پیش تعیین‌شده با نحوه مصرف ابداعی‌شان مقاومت می‌کنند. در قالب این نگرش، یک‌سویه‌بودن تحلیل روابط قدرت اجتناب‌ناپذیر می‌شود، زیرا در این تحلیل فرمال نظم از پیش داده‌شده همواره جایگاه اعمال قدرت به نظر می‌رسد و شکاف در این نظم نیز جایگاه ثابت مقاومت محسوب می‌شود.<sup>۱</sup>

البته این به هیچ وجه به معنای نادیده گرفتن روابط قدرت در سطح خرد و بی‌توجهی به نحوه مصرف کاربران فضا نیست. زیرا «فضا فقط جهان نقشه‌ها، علم و منطق نیست، همچنین فقط جهان ایدئولوژی و قدرت هم نیست بلکه جهانی است که ما در آن زندگی می‌کنیم، سکونت داریم و آن‌را به شیوه خاص خودمان مصرف می‌کنیم» (زایلینچ، ۲۰۰۷: xiii). بنابراین مقصود ما از نقد فوق این نیست که آن وجهی را که کاظمی در قالب نگرش مطالعات فرهنگی از روابط قدرت موجود در فضای پرسه‌زنی روایت می‌کند به چالش بکشیم، بلکه نیت آن است که بگوییم علاوه بر این وجه از روابط قدرت باید به وجوه دیگری همچون رابطه پرسه‌زنان با یکدیگر براساس جایگاه طبقاتی و رابطه کاربران با ایدئولوژی مصرفی سرمایه‌دارانه به‌واسطه حضور در فضا نیز توجه کرد. علاوه بر آن باید به جایگاه فضا در ارتباط با کلیت اجتماعی نیز اندیشید. بنابراین حتی هنگامی که کاظمی در قالب واژگانی غلوآمیز مانند آنچه در قطعه زیر نقل شده است، روابط قدرت را در سطحی بسیار جزئی توصیف و تفسیر می‌کند، ما با آن مشکلی اساسی نداریم و صرفاً درصددیم که بگوییم این همه ماجرا نیست:

«گاهی اوقات پلیس دسته‌ای از پرسه‌زنان حرفه‌ای و شناخته‌شده را سوار بر ماشین‌های خود کرده و از مرکز خرید دور می‌کنند. گاهی اوقات سبک پوشش و مد می‌تواند بهانه‌ای باشد تا افراد جوان مورد بازخواست قرار گیرند. البته چنین جنگ و گریزی با آن‌چه جوانان مراکز خرید علاقمندند با مفهوم مأموربازی توضیح دهند خود می‌تواند بخشی از تفریح در پاساژ تلقی شود. هیچانی که از تعقیب و گریز با مأمور حاصل می‌شود، گاهی برای جوانان دلنشین‌تر از تعقیب و گریز با

۱. البته این نقد صرفاً به مطالعات فرهنگی وارد نیست و بسیاری از دیدگاه‌های به اصطلاح چپ جدید غیردیالکتیکی نیز به همین تحلیل فرمال پایبندند و در تحلیل نهایی تفاوتی نمی‌کند که سوژه‌های مقاومت آنها کمی رادیکال‌تر از سوژه‌های زندگی روزمره مطالعات فرهنگی باشند. (ن.ک. ژیک، ۱۳۹۳: ۱۸۵-۱۸۲)



جنس مخالف است. مرکز خرید به این معنا صحنه نبرد چریکی است. چنین پرسه‌زنانی دائما جای خود را عوض می‌کنند و از مکانی به مکان دیگر سفر می‌کنند و گاهی نیز با قدم زدن در کنار ویتترین‌ها وانمود می‌کنند که به قصد خرید آمده‌اند. در هر صورت پرسه‌زنان جوان با پنهان‌شدن مداوم، فرار تدریجی و استتار شدن در لباس خریدار، جریمه قدم‌زدن خود را در پاساژ پرداخت می‌کنند. با وجود این محدودیت‌ها، جوانان از ترفندهای متعددی برای رفتن به درون پاساژ می‌کنند (کاظمی، ۱۳۸۸: ۱۲۷-۱۲۶).

### روش تحقیق

همان‌طور که پیشتر توضیح داده شد در تحقیق حاضر قصد داریم روایتی از فضای پرسه‌زنی خیابان گلسار در شهر رشت ارائه دهیم که قاعدتا مانند هر روایتی نمی‌تواند تمام وجوه فضا را بازنمایی کند. همان‌گونه که در بخش مباحث نظری ملاحظه شد، روایت ما بیش از هر چیزی تحت تأثیر گفت‌وگوی انتقادی با پروژه مطالعه زندگی روزمره و پرسه‌زنی به روایت متأثر از مطالعات فرهنگی در ایران شکل گرفته است که مشخصا عباس کاظمی در آثارش در این خصوص به آن پایبند است. حال اگر بخواهیم کار کاظمی را در یک جمله توضیح دهیم باید بگوییم که کاظمی زندگی روزمره شکل‌گرفته در فضای پرسه‌زنی را بر مبنای ارتباط آن با قدرت روایت می‌کند. ما هم دقیقا همین قصد را داریم و علاوه بر آن فکر می‌کنیم روایت کاظمی با این‌که در نشان دادن بخشی از ارتباط فضا با قدرت کاملا موفق است، اما بخش مهم دیگری از این ارتباط را نادیده می‌گیرد. البته شکی نیست که نابسندگی این روایت در سطح روش شکل نگرفته است و ایرادی به روش مطالعه کاظمی وارد نیست. به عبارتی دیگر، در چارچوب نظریه‌ای که در قالب آن کاظمی میدان را مورد مطالعه قرار می‌دهد، گریزی از تقلیل‌گرایی نیست، زیرا در چارچوب این نظریه نمی‌توان به رابطه دیالکتیکی اجزای متفاوت با کلیت اجتماعی اندیشید و نهایتا باید در حد رابطه یک فرم از پیش متعین با خوانش‌های متفاوت مصرف‌کنندگان باقی ماند.

بنابراین تمرکز ما برای ارائه روایتی متفاوت از روایت کاظمی نه در سطح روش بلکه در سطح نظری قرار گرفته است و درباره بخش تحلیل و تفسیر یافته‌ها کاملا از روش او تأثیر پذیرفته‌ایم. اگر به تحلیل و تفسیر یافته‌های کتاب پرسه‌زنی و زندگی روزمره ایرانی از کاظمی که در فصول ۱ و ۵ ارائه شده نگاهی گذرا بیندازیم، متوجه می‌شویم که او به ندرت به گفته‌های افراد دخیل در فضا ارجاع می‌دهد و تمرکز خود را بر ارائه روایت بر اساس چارچوب تئوریک‌اش قرار

داده است. به عبارت دیگر، کاظمی اساس کار خود را بر داده‌های به دست آمده از میدان بنا نمی‌کند، بلکه صرفاً در نقاطی که لازم می‌داند برای تقویت روایت از پیش تعیین شده‌اش به گفته‌های کاربران ارجاع می‌دهد.

نگارندگان تحقیق حاضر در سطح روش، تحلیل و تفسیر یافته‌ها به رویکرد کاظمی پایبندند، اما در سطح تکنیک‌های جمع‌آوری اطلاعات تمرکز کاظمی بر نوعی از مشاهده مونوگرافیک و بحث‌های گروهی متمرکز است، در حالی که تمرکز نگارندگان این مقاله بر مشاهده در چارچوب تئوریک پژوهش و مصاحبه انفرادی نیمه‌ساختاریافته عمیق متکی بوده است. دلیل پرهیز از کاربرد مشاهده مونوگرافیک تفصیلی این است که از نظر نگارندگان، فضاهای پرسه‌زنی فضاهای غربی محسوب نمی‌شوند که برای آشنایی با آنها نیاز به مونوگرافی گسترده باشد و همچنین در مورد عدم استفاده از تکنیک بحث‌های گروهی و متمرکز باید گفت که پرسه‌زنی مفهومی مانند عشق و مرگ نیست که پاسخگویان احتمالاً از قبل درباره آن ایده‌ای داشته باشند که از طریق مواجهه آنها در بحث گروهی با دیگران، بتوان به این ایده‌ها پروبال داد یا آنها را جرح و تعدیل کرد و به لایه‌های عمیق‌تری از اطلاعات دست یافت. به نظر می‌رسد پرسه‌زن و پرسه‌زنی بیش از آن که مفهیمی باشند که توسط کنشگران زندگی روزمره برای توصیف سبک زندگی خود مورد استفاده قرار گرفته باشند، مفهیمی‌اند که در سطح نظری و ادبی برای توضیح وضعیت زندگی در شرایط مدرن به کار گرفته شده‌اند. بنابراین علاوه بر عدم نیاز به بحث گروهی متمرکز حتی در مورد مصاحبه‌ها نباید بیش از اندازه بر مفاهیم پرسه‌زن و پرسه‌زنی متمرکز شد، بلکه باید به نگرش‌ها و اعمال انضمامی‌ای توجه کرد که این مفاهیم را از نگاه محققان برمی‌سازند یا از آنها ناشی می‌شوند.

میدان مطالعه تحقیق حاضر خیابان گل‌سار شهر رشت است<sup>۱</sup>. در این پژوهش برای به دست آوردن اطلاعات، بیش از ۲۰ روز به مشاهده مشارکتی و غیرمشارکتی پرداخته شده است، همچنین با ۳۰ نفر مصاحبه عمیق صورت گرفته است. از این تعداد ۱۶ نفر زن و ۱۴ نفر مرد و ۱۴ نفر ساکن خیابان گل‌سار و ۱۶ نفر ساکن محلات دیگر شهر رشت و یا اطراف شهر رشت بوده‌اند. دامنه سنی این افراد از ۱۶ تا ۴۴ ساله است و سعی شده از تمامی گروه‌های اقتصادی نمونه‌هایی در میان پاسخگویان وجود داشته باشند.

به صراحت باید گفت درباره تعداد پاسخگویان و تقسیم‌بندی آنها بر اساس جنسیت و محل

۱. شاید در این جا این سوال پیش آید که چگونه به واسطه روایت فضای پرسه‌زنی یک خیابان از شهر رشت می‌توان روایت کاظمی از فضای پرسه‌زنی شهر تهران را نقد کرد. پاسخی که به این پرسش می‌توانیم بدهیم این است که از نظر نگارندگان هیچ تفاوت معناداری میان فضای پرسه‌زنی تهران و رشت در زمینه رابطه این فضاها یا قدرت وجود ندارد. در این خصوص ن.ک. چاوشیان و توانا، ۱۳۹۴.

سکونتشان تعمدی در کار نبوده است، بلکه به واسطه حضور در میدان با بیش از ۷۰ نفر وارد گفت‌وگو شدیم که بر مبنای اطلاعاتی که می‌توانستند در اختیار ما قرار دهند، ۳۰ نفر را برای انجام مصاحبه عمیق مناسب تشخیص دادیم. درباره ویژگی‌های پاسخگویان نیز باید بگوییم که این افراد صرفاً از میان پرسه‌زنان انتخاب نشده‌اند، بلکه با سایر افرادی که در این فضا حضور فعال داشتند مانند: کاسبان، خریداران، ساکنان محل، رانندگان تاکسی، مأموین انتظامی و... گفت‌وگو انجام شده است. دلیل این امر این است که بر اساس دیدگاه تئوریک تحقیق حاضر یک فضا بر اساس روابط اجتماعی‌ای که ایجاد می‌کند می‌تواند موضوع مطالعه انتقادی باشد. با این منظر، این روابط اجتماعی را در دو سطح در فضای پرسه‌زنی خیابان گلزار بررسی کرده‌ایم. در سطح اول به جایگاه کلی فضای پرسه‌زنی در رابطه با دو نوع از اعمال قدرت پرداخته‌ایم، در سطح دوم به رابطه مصاحبه‌شوندگان با فضای پرسه‌زنی بر اساس نوع نگرش‌شان به فضا توجه کرده‌ایم.

### تحلیل یافته‌ها

فضای پرسه‌زنی خیابان گلزار دربرگیرنده دو شکل از پرسه‌زنی است. برخی از افراد در خیابان قدم می‌زنند و از آن به عنوان یک پاتوق برای گذران اوقات فراغت استفاده می‌کنند و برخی دیگر با استفاده از اتومبیل شخصی ساعت‌ها در خیابان مشغول پرسه‌زدن‌اند. طبق گفته اکثر پاسخگویان، دلیل اصلی گذران اوقات فراغتشان به این شکل پیدا کردن روابط اجتماعی جدید و گذران وقت با دوستان در مکانی است که رفتارشان مورد قضاوت قرار نمی‌گیرد و همچنین لذت بصری بردن از کالاها و مدهای جدید و آراستگی فضا و کاربران آن است.

بنابراین فضای خیابان گلزار را می‌توان در دو سطح مورد تحلیل قرار داد. در سطح اول این خیابان پرسه‌زنان و کاربران خود را از قید و بندهای معمول که در سایر فضاها از قبیل محل کار و محل سکونت وجود دارد، رها می‌کند و به آنها آزادی عمل می‌دهد. طبق گفته مصاحبه‌شوندگان این آزادی عمل را می‌توان در مواردی همچون نحوه پوشش، نحوه آرایش، انتخاب روابط اجتماعی و نوع رفتار دید. به قول مصاحبه‌شوندگان شما در گلزار با پسرها و مخصوصاً دخترهایی مواجه می‌شوید که اگر با همان سبک پوشش و آرایش در منطقه دیگری از شهر حاضر شوند با آماج متلک‌های زشت و نگاه‌های تحقیرآمیز مواجه می‌شوند، اما فضای این خیابان به راحتی پذیرای آنهاست و به دلیل نوع آرایش و پوشش‌شان به آنها اعتبار هم می‌دهد. زنانی که با ما گفت‌وگو کردند به موضوع امنیت تأکید زیادی می‌کردند. از نظر آنها امنیتی که برای حضور زن‌ها در این خیابان وجود دارد، قابل مقایسه با مناطق دیگر شهر نیست. به قول خودشان، می‌توانند در این خیابان حتی تا پس از نیمه‌شب پیاده‌روی کنند یا با

اتومبیل‌های شخصی‌شان به گشت و گذار در خیابان بپردازند. علاوه بر این اظهار می‌کردند که بسیاری از رفتارهایی که در سایر مناطق خارج از عرف و هنجارشکنانه محسوب می‌شوند، در این خیابان مطلوب و جالب و جذاب تلقی می‌شوند. در این رابطه به رفتارهایی چون بلند خندیدن، سیگار کشیدن، قرار گرفتن در نقش انتخاب‌کننده چوچون مردان، روابط اجتماعی با جنس مخالف و نظایر این‌ها اشاره کردند. برخی از مصاحبه‌شوندگان بر این امر پافشاری می‌کردند که تسامح فرهنگی‌ای که در این خیابان نسبت به سبک‌های زندگی متفاوت وجود دارد، قابل‌مقایسه با هیچ منطقه‌ای از شهر رشت نیست. نقل‌قول‌هایی که در ادامه می‌آیند ضمن تأکید بر نکات پیش‌گفته ابعاد دیگری به این بحث می‌بخشند که توضیح خواهیم داد.

سازا (۱۶ ساله، ساکن گلسار): «من عاشق دُرْدُر کردن تو گلسارم، مطهری رو اصلا دوست ندارم، چون آدماش خیلی بی‌جنبه‌ان، متلک‌های زشت می‌گن، خانواد هم اجازه نمیدن از گلسار خارج شم، می‌گن گلسار مثل خارجه کسی به کار کسی کاری نداره.»

با توجه به مطالب فوق می‌توان گفت که خیابان گلسار و روابط اجتماعی موجود در آن حداقل در رابطه با معیارهای محافظه‌کارانه مبتنی بر سنت فرهنگ رسمی نوعی از آزادی اجتماعی را ایجاد می‌کند و احتمالاً همین امر است که به قول مصاحبه‌شوندگان خیابان گلسار را به محلی توریستی تبدیل کرده که افراد زیادی را از اقصاء نقاط شهر و استان به خود جذب کرده است. البته باید توجه کرد که این شکل از آزادی اجتماعی موردپسند ایدئولوژی رسمی حاکم نیست. به همین دلیل هر از چندگاهی شاهد این هستیم که مأمورانی وارد خیابان می‌شوند تا سلیقه خود در باب نحوه پوشش، آرایش، سبک زندگی و روابط اجتماعی بهنجار را به کاربران فضا تحمیل و تخطی‌گران را تنبیه کنند. ایست و بازرسی‌ها، گشت‌ها و اموری از این قبیل را که هر از گاه در این خیابان شاهد آنیم می‌توان در راستای همین شکل از اعمال قدرت تلقی کرد. البته باید توجه کرد که پرسه‌زنان، طبق اظهار خود، هیچ‌گاه در مقابل این اعمال قدرت تسلیم نشده‌اند و همواره از راه‌های متفاوت در مقابل آن مقاومت کرده‌اند.<sup>۱</sup>

اما از نظر ما نباید به فضای پرسه‌زنی صرفاً در این سطح توجه کرد، بلکه باید آن را به عنوان جایگاه نمود فرهنگ مصرفی سرمایه‌دارانه نیز در نظر گرفت. برای نمونه، در مورد خیابان گلسار می‌توان به موضوعات بسیاری از جمله جایگاه جغرافیایی و اجتماعی آن یعنی مرفه‌نشین بودن این منطقه، وضعیت اقتصادی اقشاری که در آن زندگی می‌کنند، کالا و خدمات لوکس و گران‌قیمتی که در آن به فروش می‌رسد، قیمت اتومبیل‌هایی که در آن رفت و آمد می‌کنند، مساحت خانه‌هایی که در آن وجود دارد و... توجه کرد.

۱. این سطح از روابط موجود در فضا همان سطح تحلیلی است که کاظمی (۱۳۸۸ و ۱۳۸۶) بر آن متمرکز می‌شود.

بنابراین با این‌که خیابان گلسار فضایی را ایجاد می‌کند که کاربران در آن به گفته خودشان از بسیاری از قیدوبندها آزاد می‌شوند، اما در نهایت این فضا به اقشار مرفه تعلق دارد و آنها هستند که می‌توانند به طور واقعی از این آزادی بهرمنند شوند و اقشار فرودست تنها می‌توانند مهمانانی ناخوانده تلقی گردند. البته اقشار فرودست را صرفاً به دلیل ناتوانی در استفاده از خدمات و کالاهای موجود در خیابان مهمان ناخوانده تلقی نمی‌کنیم، بلکه دلیل اصلی این امر فرهنگ بازاری، کالایی و مبتنی بر تظاهری است که در این فضا موج می‌زند. این مطلب علاوه بر مشاهدات میدانی با استفاده از گفته‌های مصاحبه‌شوندگان کاملاً قابل توجیه است، از جمله در مواردی که آنها آزادی‌های موجود در فضا را به سبک زندگی اقشار مرفه پیوند می‌زنند. به عبارتی دیگر، بخش عمده مصاحبه‌شوندگان هنگامی که از اقشار فرودست حاضر در فضا یاد می‌کردند، آنها را با صفاتی همچون عقده‌ای، عمله، خز، دهاتی، بی‌فرهنگ و... توصیف می‌کردند. از نظر آنها چنین صفاتی با طبقات پایین جامعه پیوندی خدشه‌ناپذیر خورده است. نکته جالب توجه در این میان این بود که حتی برخی از افراد متعلق به اقشار پایین که به سبک زندگی اقشار مرفه حاضر در این فضا علاقمند بودند نیز افرادی به لحاظ اقتصادی مانند خود را با همین صفات توصیف می‌کردند. به عبارت ساده، با این‌که خود ساکن پایین شهر بودند و احتمالاً از نظر اقشار مرفه جزئی از همین پایین شهری‌های بی‌فرهنگ محسوب می‌شوند اما این صفات ناپسند را به پایین شهری‌هایی مانند خود نیز نسبت می‌دهند.

نکته دیگری که می‌توان در این مورد به آن اشاره کرد این است که افراد فوق اساساً از جایگاه خود در فضای پرسه‌زنی به هیچ عنوان راضی نیستند و به شدت از این‌که به علت وضعیت اقتصادی نامناسبشان نمی‌توانند از مواهب فضا و آزادی‌های آن به‌شکلی مطلوب بهره‌برند، گلایه می‌کنند. این جوانان طبق گفته‌های خودشان به شدت دوست دارند که بتوانند مانند جوانان مرفه ساکن این خیابان زندگی کنند، اما وضعیت اقتصادی‌شان اجازه تحقق چنین سبک زندگی‌ای را به آنها نمی‌دهد. آرزوها و خواسته‌های این افراد صرفاً به این محدود می‌شد که از طریق کسب ثروت بتوانند جایگاهی همانند جوانان مرفه در این فضا به دست آورند. این افراد در برخی موارد حتی به این اکتفا می‌کردند که تنها بتوانند وارد محافل پرسه‌زنان مرفه شوند، اما در این راه نیز خود را ناموفق ارزیابی می‌کردند. هنگامی که دلیل این عدم موفقیت را از آنها جویا می‌شدیم فوراً شروع به نقد وضعیت جامعه می‌کردند و در قالب جملاتی متفاوت می‌گفتند «در کشور ما پول است که هر چیزی را تعیین می‌کند و اگر پول داشته باشید همه به شما علاقمندند و می‌توانید هر کاری که دوست داشته باشید انجام دهید.» میزان تکرار چنین جملاتی در میان اقشار غیرمرفه پرسه‌زنان به حدی زیاد بود که گویی از قبل با هم هماهنگ کرده بودند که به مصاحبه‌کنندگان چه بگویند. با این وصف، دفاع از این ایده که پرسه‌زنان

اقشار فرودست با حضور در فضاهای پرسه‌زنی مناطق مرفه‌نشین هویت خاص خود را بنا می‌کنند، دشوار می‌نماید.

البته اشاره به غالب بودن روابط اجتماعی بازاری در خیابان گلزار صرفاً به اقشار فرودست پرسه‌زنان محدود نمی‌شود و بسیاری از پرسه‌زنان مرفه نیز بر این امر تأکید داشتند و تجارب زیادی را در این مورد برای ما بازگو کردند. در زیر گفته‌های دو نفر از آنها نقل می‌شود:

سیاوش (۲۶ساله، ساکن گلزار): « پول، خونه، ماشین و وضع مالی برای دخترا از قیافه و شخصیت آدم خیلی مهم‌تره، چند سال پیش من یه پژو ۲۰۶ داشتم، دختر مورد علاقم که وضع مالیشم خوب بود اصلاً تحویلیم نمی‌گرفت، اما وقتی یه ماشین خوب گرفتم و یه روز اتفاقی منو دید، طرز نگاهش کاملاً فرق کرده بود.»

امیر (۲۵ساله، ساکن تختی): « یه زمانی که پژو ۲۰۶ داشتم می‌رفتم گلزار خیلی بهم توجه نمی‌شد، اما وقتی دوستم یه ماشین درست حسابی گرفت و با ماشینش میایم گلزار با ماشینش دور می‌زنیم ده برابر بیشتر بهمون توجه میشه، دختری که قبلاً جواب رد به پیشنهاد دوستیم داده بود وقتی با ماشین دوستم دوباره رفتم سراغش قبول کرد و باهام دوست شد و بهم گفت چقدر عوض شدی، انگار ماشین تو این مملکت قیافت رو هم عوض می‌کنه.»

بنابراین می‌توان گفت هم پرسه‌زنان متعلق به اقشار مرفه هم پرسه‌زنان متعلق به اقشار فرودست به اهمیت نمایش برخورداری از ثروت و سبک زندگی لوکس و بازاری‌شدن روابط اجتماعی اشاره داشته‌اند. موضوع نمایش برخورداری از ثروت، امری است که بسیاری از مصاحبه‌شوندگان بر آن تأکید داشتند. به عبارتی دیگر، در نظر آنان صرفاً برخورداری از ثروت برای حضور موفق در فضای پرسه‌زنی کافی نیست، بلکه مسئله اساسی این است که شما چگونه از طریق نوع کالاهایی که مصرف می‌کنید، این برخورداری را به دیگران نمایش دهید. بسیاری از مصاحبه‌شوندگان که از وضعیت مالی خوبی نیز بهره‌مند بودند هنگامی که به دلایلی نمی‌توانستند آن را نمایش دهند، از حضور در فضا احساس رضایت نمی‌کردند و در مواردی هم که راجع به میزان توجه دیگران به خودشان صحبت می‌کردند، عامل اثرگذار را توانایی در نمایش ثروت و مصرف تظاهری تلقی می‌کردند.

با این‌که بسیاری از مصاحبه‌شوندگان از فرهنگ مبتنی بر نمایش ثروت و بازاری حاکم بر فضا در سطح گفتار ابراز نارضایتی می‌کردند، اما در عمل کاملاً در چارچوب آن قرار می‌گرفتند. پرسه‌زنان متعلق به اقشار غیرمرفه یا در آرزوی این بودند که از امکانات اقتصادی‌ای برخوردار شوند که بتوانند مانند اقشار مرفه به مصرف تظاهری بپردازند و بر موانع حضورشان فائق آیند یا از بی‌لیاقتی خانواده‌هایشان گلایه می‌کردند که نتوانست‌اند از موقعیت‌ها به خوبی بهره‌برند و مانند خانواده‌های مرفه امکانات مادی مناسبی را برای لذت‌بردن آنها مهیا کنند. شایان ذکر

است که، این شکل از سرزنش خانواده‌ها امری بسیار پرتکرار در میان گفته‌های نوجوانان و جوانان پرسه‌زن متعلق به اقشار غیرمرفه بود.

پرسه‌زنان متعلق به اقشار مرفه نیز در نقد خود به روابط بازاری موجود در فضا از اولویت پول بر اموری چون شخصیت، میزان تحصیلات، فرهنگ، شعور، عشق و مسائلی از این قبیل در جامعه گلایه می‌کردند. این افراد نقدی به شیوه مصرف تظاهری خود ندارند و خود را محق می‌دانند که از اتومبیل، لباس، ساعت، موبایل و رستوران‌هایی استفاده کنند که قیمتشان حتی در ذهن طبقات پایین جامعه نمی‌گنجد. از نظر آنها استفاده از کالاهایی چون اتومبیل بنز، ساعت رولکس و... ایرادی ندارد و مشکل از جایی آغاز می‌شود که عده‌ای به مسائل مادی‌ای از این قبیل بیش از اندازه اهمیت می‌دهند و موضوعات اساسی‌تری را مانند شخصیت، فرهنگ و نظایر این‌ها را از یاد می‌برند و برخورداری از ثروت را در جایگاه ارزش‌های انسانی قرار می‌دهند. نکته جالب توجه در این‌جا این است که حتی این نگاه شبه‌انتقادی هم امری فراگیر در میان تمام پرسه‌زنان متعلق به طبقات مرفه نیست و برخی از این افراد معتقد بودند که وضعیت اقتصادی افراد حاکی از شایستگی‌های آنها است و نباید آن را بی‌اهمیت تلقی کرد، بلکه اقشار فرودست باید با مشاهده این تمایزات تلاش و کوشش خود را برای رسیدن به موفقیت بیشتر کنند تا خود و فرزندانشان بتوانند مانند ثروتمندان از زندگی لذت ببرند.

باید توجه کرد که مسائل فضای پرسه‌زنی صرفاً به موضوعات و روابط درونی آن خلاصه نمی‌شود و نگرش افراد بیرونی نسبت به این فضا نیز امری بسیار با اهمیت محسوب می‌شود. توضیح آن‌که، تعداد قابل‌توجهی از افراد متعلق به طبقات پایین جامعه که به چنین فضاهایی علاقه‌ای ندارند، هنگامی که می‌خواهند روابط موجود در چنین فضاهایی را نقد کنند، به روابط اجتماعی غیرسنتی موجود در این فضاها می‌پردازند. به عبارتی دیگر، به تفاوت طبقاتی و فرهنگ مصرفی و مسائلی از این قبیل توجهی ندارند و تمرکزشان بر این است که فضا را از منظری اخلاقی و مبتنی بر نوعی از سبک زندگی سنتی و معیار ارزیابی کنند. بنابراین از نظر چنین افرادی مهم نیست که چه میزان تفاوت به لحاظ اقتصادی میان خود و بچه پولدارها وجود دارد و چرا اساساً باید چنین تفاوتی وجود داشته باشد. دغدغه چنین افرادی بیش از آنکه مسائلی از این قبیل باشد، نوع روابط اجتماعی پرسه‌زنان است که معمولاً به شکلی غلوآمیز و تخیلی درباره‌شان صحبت می‌کنند. به عبارتی دیگر، اگر نوجوانان و جوانان ثروتمند لذتی را که به واسطه موقعیت اقتصادی خود می‌برند در عرصه عمومی به نمایش نگذارند، این افراد با آنها مشکلی ندارند. در نهایت نیز اگر مشکلی با این تفاوت در جایگاه اقتصادی داشته باشند، آن را در قالب مفصل‌بندی صفات ناپسند اخلاقی با جایگاه اقتصادی چنین افرادی بیان می‌کنند.

با توضیحاتی که داده شد، در مجموع می‌توانیم چهار نگرش درباره فضای پرسه‌زنی را در خیابان

گلسار در میان مصاحبه‌شوندگان این پژوهش به شرح زیر تشخیص داد. این نگرش‌ها بر حسب نوع نگاه به آزادی‌های موجود در فضا، فرهنگ مصرفی و بازاری موجود در آن و همچنین جایگاه اقتصادی بیان‌کننده آنها دسته‌بندی شده‌اند.

۱- اقشار فرودستی که دیدی منفی نسبت به آزادی‌های موجود در خیابان‌هایی مانند گلسار دارند و قائل به تفکیک بین سویه‌های متفاوت آن نیستند.

احمد (۳۰ ساله راننده تاکسی خط گلسار): « این گلساری‌ها یه مشت بچه سوسولن که خیال می‌کنن چون پول دارن می‌تونن هر غلطی بکنن، هر کثافت کاری‌ای بکنن، بلا نسبت، اینا یا دختراشون... یا پسرشون...، به خدا داداش تو این ماشین من می‌شینن، یارو ته بچه پولدارها ولی مثل... به آدم پا میده، میگن پول خوشبختی میاره ولی بخدا اینطوری نیست، خانواده به هم می‌خوره، هیچ جا مثل اینجا طلاق زیاد نیست، اعتیاد زیاد نیست، از پولداری زیاد دیگه نمی‌دونن باید چیکار کنن؛ هر تفریحی کردن، دیگه چیزی نمونده، بنابراین میرن سراغ اعتیاد و هزار کوفت و زهر مار دیگه، همشون لابلالی و بی‌خانوادن، تو محل ما با این‌که همه فقیرن ولی اصلاً همچین کارایی نمی‌بینی، من خودم تو خط گلسار زیاد کار کردم، تو محل خودمونم خیلی وقت زندگی می‌کنم، ولی خدایی از این کارا تو محلمون ندیدم.»

۲- اقشار فرودستی که با بازاری شدن روابط اجتماعی در خیابان‌های پرسه‌زنی مخالفاند، ولی با این حال به آزادی‌های حاصل از این فضا نگاه مثبتی دارند.

مهدی، ۲۵ ساله دانشجوی رشته مهندسی مکانیک و ساکن محله جماران است، پاسخ او به پرسش ما درباره فضای اجتماعی گلسار چنین بود:

« من با اینی که مردم تو گلسار راحت و آزادن خیلی حال می‌کنم. اینکه هر کی هر چی دوست داره می‌پوشه، هر موزیکی که دلش می‌خواد با صدای بلند گوش میده، هر جور بخواد آرایش می‌کنه، کسی به کار کسی کار نداره، مثل جاهای دیگه نیست که همه فضول هم باشن، هر کاری بخوای بکنی صد تا فضول داری، بخوای با یه دختر دوست شی همه اهل محل می‌فهمن، هم آبروی تو رو می‌برن هم اون دختر بیچاره رو، من که اهل مهمونی گرفتن نیستم، یعنی خانواده‌ام جوری نیستن که بتونم مهمونی بگیرم نه اینکه دوست نداشته باشم. ولی دیدم یکی از همسایه‌هامون که یه بار مهمونی گرفت، شرفشو بردن، زنگ زدن پلیس، اومدن گرفتنش، تو گلسار از این خبرا نیست، هر شب یه عالمه مهمونی می‌گیرن، ولی تو محل ما کسی جرات نمیکنه مهمونی بگیره. من خودم دیدم دخترای محلمون وقتی میخوان بیان گلسار چه آرایشایی میکنن، شبم که میخوان برگردن به محلمون آرایششون رو پاک می‌کنن، یا اینجا می‌بینیم همو با هم سلام و علیک می‌کنیم اما تو محلمون بهمون نگاه هم نمی‌کنن، ببین چقدر جا با جا فرق میکنه.»



۳- اقشار مرفهی که بازاری‌بودن روابط اجتماعی را امری طبیعی می‌دانند و نگاهی بدبینانه به اقشار فرودست جامعه دارند و به دلیل وضعیت مناسب اقتصادی خود را شایسته جایگاهی متفاوت از دیگران می‌دانند.

پیام، ۲۳ ساله دانشجوی رشته کامپیوتر از قشر مرفه و ساکن گلزار، در همین خصوص می‌گوید:

«گلزار جای خوبی برای عشق و حاله، از این که توش راحتم خوشم میاد، کسی به کارم کاری نداره، از پاتوق بودنم خوشم میاد، از دردر خوشم میاد، اما از این که جدیداً این پل رو زدن که پیر بازار رو وصل کرده به گلزار هر چی خز و خیل ریخته تو گلزار ناراحتم، البته فقط به پل مربوط نیست، خیلی وقت گلزار پاتوق این خز مزا شده. یارو از هر دهاتی گاو و گوسفنداشو فروخته یه ماشین خریده هر پنجشنبه میاد این‌جا، بعضیاشون هم که اومدن گلزار خونه خریدن یا اجاره کردن. خلاصه این‌جا پر دهاتی شده، قبلاً اصلاً این‌جوری نبود. یه زمانی حدود سی سال پیش قبل انقلاب گلزار مثل دهکده ساحلی انزلی، در ورودی داشت، غریبه‌ها رو راه نمیدادن اما حالا چی؟»

۴- اقشار مرفهی که نگاه مثبتی به آزادی‌های موجود در فضاهای پرسه‌زنی دارند اما روابط بازاری موجود در آن را نمی‌پسندند. علی دانشجوی ۲۵ ساله یکی از این افراد است که این‌گونه به پرسش‌های ما پاسخ گفت:

«وقتی وارد گلزار می‌شی از آزادی اون لذت می‌بری. از این‌که آدم می‌تونن روابطشونو خودشون بسازن و می‌شه اونجا از فرهنگ رسمی یه‌خورده فاصله گرفت. مثلاً اگه بخوای به یک خارجی یک‌جا از این شهرو نشون بدی، باید همین گلزارو بهش نشون بدی. شاید شکل روابط اون‌جا برایش قابل باور نباشه. نوع لباس پوشیدن دخترا و پسرای اون‌جا برایش عجیب باشه. تصورش از ایران مثل افغانستان و پاکستانه، نه یه جایی مثل این‌جا یا شمال شهر تهران. خب معلومه که از این‌جا خوشم میاد. ولی از این فضایی که فقط باید پولدار باشی تا تحویل بگیرن بدم میاد. این‌جا آدم بدن خودشونو به پول و ماشین و این چیزها می‌فروشن. تا یه ماشین خوب میاد همه دخترا دنبالش راه می‌افتن، بهش آمار می‌دن خب این خوب نیست. درسته که ماشین خودمم بد نیست، خونمونم همین‌جاست ولی وقتی شبای شلوغ از این‌جا رد می‌شم و این وضعو می‌بینم واقعا حالم بد می‌شه. انگار برای هیچکس فرق نمی‌کنه تو این ماشین‌ها کی نشسته.»

در نهایت باید گفته شود در رابطه با نگرش به فضای پرسه‌زنی کسانی که حامل رگه‌هایی از نگرش انتقادی بودند از سرمایه فرهنگی بالاتری نسبت به سایر صاحب‌شوندگان برخوردار بودند. البته باید متذکر شد که در این‌جا ادعایی در باب سنجش دقیق این مفهوم و تبیین نوع

نگرش‌ها بر اساس آن نداریم و صرفاً با توجه به مصاحبه‌های عمیقی که در این تحقیق انجام شده و پرسش‌هایی که راجع به مصرف فرهنگی مطرح شده است، قصد داریم خوانش خود دربارهٔ وجه متمایز این افراد با سایر مصاحبه‌شوندگان را با مخاطب درمیان بگذاریم. شاید اگر رسانهٔ دیگری همچون فیلم مستند به جای متن مکتوب برای انتقال در کار بود، نیازی به استفاده از مفهومی مانند سرمایهٔ فرهنگی برای توصیف برخی از مصاحبه‌شوندگان نبود.

### جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

سعی نگارندگان در این نوشتار بر این بود که ضمن توصیفی مقدماتی از چگونگی گذران اوقات فراغت جوانان و نوجوانان ایرانی در فضاهای پرسه‌زنی، به نقد آن نیز بپردازند. به این منظور، خیابان گلزار شهر رشت به عنوان میدان مطالعه انتخاب شد تا از طریق مطالعهٔ آن بتوان نقشه‌ای از روابط موجود در چنین فضاهایی ترسیم کرد. با توجه به مبانی نظری این مقاله، یعنی نظریهٔ انتقادی زندگی روزمرهٔ هانری لوفور، فرض ما بر این بود که زندگی روزمرهٔ نوجوانان و جوانان ایرانی در چنین فضاهایی هم‌زمان حامل دو جنبهٔ انقیادگر و رهایی‌بخش است. جنبهٔ رهایی‌بخش آن به درگیری با سنت‌های موجود و جنبهٔ انقیادگر آن به بازاری شدن روابط اجتماعی مرتبط است. با توجه به مشاهدات و گفت و گوهای انجام شده دلیلی برای رد فرض فوق دیده نشده است.

به عبارتی دیگر، در ارتباط با سوپهٔ رهایی‌بخش فضای پرسه‌زنی باید گفت ما بر اساس دیدگاه نظری خود فضا را به‌مثابه وضعیتی از پیش تعیین‌شده درک نمی‌کنیم که کاربران در آن قرار می‌گیرند و صرفاً بر اساس قید و بندهای آن به میانجی قدرت و ایدئولوژی عمل می‌کنند، نگرشی که در مفاهیمی مانند صنعت فرهنگ‌سازی آدورنو و هورکهایمر تجسم یافته است. مصرف‌کنندهٔ فضا از نظر ما صرفاً یک ابژه نیست که ایدئولوژی و قدرت بر روی آن عمل کند. چنان‌که دیدیم، داده‌های تحقیق حاضر بوضوح این نکته را در خصوص فضای پرسه‌زنی و روابط اجتماعی موجود در آن نشان دادند. اگر به عملکرد و بودجه‌های کلان سازوبرگ‌های ایدئولوژی حاکم یعنی نهادهایی همچون آموزش و پرورش، رسانه‌های رسمی همچون صدا و سیما و... و الگوهایی که آنها از سبک زندگی معیار ارائه می‌دهند نگاهی گذرا بیندازیم و کارایی آن را در بساخت سوژه در مواجهه با نوع زندگی‌ای که در فضاهای پرسه‌زنی جریان دارد قرار دهیم، مشخص خواهد شد که کاربران صرفاً عروسکی در دست ایدئولوژی حاکم نیستند.

درست است که شهر در معنای فیزیکی آن به عنوان ایدئولوژی تجسدیافته جایگاهی را در درون خود برای سبک زندگی که پرسه‌زنان می‌پسندند تعبیه نکرده است، اما پرسه‌زنان با شیوهٔ مصرف فضایی خود، کارکردهای از پیش تعیین‌شده را به چالش می‌کشند و خیابان را از عرصهٔ

اعمال از پیش تعیین شده مانند خرید و عبور به جایگاه بروز سبک زندگی خارج از معیارهای رسمی بدل می‌سازند. بنابراین حداقل در جامعه ما که هنوز در آن یک ایدئولوژی مبتنی بر سنت جایگاه محکمی دارد، این شکل از گذران اوقات فراغت صرفاً در جهت نظم مسلط عمل نمی‌کند. به نظر می‌رسد تا به این‌جا با رویکرد متأثر از مطالعات فرهنگی اختلافی نداشته باشیم و پرسه‌زنی را عملی در جهت ساختن فضاهای جدیدی تلقی نماییم که در چارچوب فرهنگ رسمی نمی‌گنجد. اما اختلاف از جایی شروع می‌شود که رویکرد متأثر از مطالعات فرهنگی فضای پرسه‌زنی را صرفاً در همین شکل از روابط قدرت-مقاومت خوانش می‌کند و نقش این فضا به عنوان جایگاه نمود عینی ایدئولوژی سرمایه‌دارانه و همچنین روابط بازاری و طبقاتی موجود در آن را نادیده می‌گیرد.

در بخش تحلیل یافته‌ها علاوه بر این که سعی کردیم روابط قدرت-مقاومت موردنظر در این رویکرد را نادیده نگیریم و وجود این شکل از روابط را در خیابان گل‌سار نشان دهیم، تمرکزمان را بر آشکار ساختن این نکته قرار دادیم که فضای پرسه‌زنی خیابان گل‌سار کاملاً در چارچوب ایدئولوژی سرمایه‌دارانه مبتنی بر مصرف‌نمایشی عمل می‌کند.

اما در نهایت باید متذکر شد که اهمیت فضای پرسه‌زنی صرفاً به این خلاصه نمی‌شود که در شرایط فعلی چه جایگاهی در روابط قدرت دارد و نقش‌اش بیشتر در قالب به چالش کشیدن معیارهای فرهنگ رسمی است یا تقویت ایدئولوژی سرمایه‌دارانه، بلکه مسئله اصلی آن است که در آینده این دو شکل از اعمال قدرت با یکدیگر چگونه رابطه‌ای را برقرار می‌سازند. با توجه به این که روزبه‌روز روابط سرمایه‌دارانه در سطح تولید گسترش و افزایش می‌یابد، احتمالاً این روابط در سطح فرهنگ و اشکال گذران فراغت نیز بازتاب پیدا خواهند کرد. به عبارت ساده نمی‌توان برج و کاخ ساخت، پورشه و بنز وارد کرد و انتظار داشت اقشار فرادست سبک زندگی لوکس خود را در عرصه عمومی به نمایش نگذارند. بی‌شک هنگامی که دولت از رشد چنین طبقاتی در سطح تولید حمایت می‌کند، باید انتظار داشته باشد که آنها در سطح اموری همچون گذران اوقات فراغت به دنبال ساخت فضاهای خود باشند.

چنین امری می‌تواند رابطه فعلی ایدئولوژی رسمی حکومت را با ایدئولوژی سرمایه‌دارانه از اساس تغییر دهد. این دقیقاً همان نقطه‌ای است که مسئله نوع نگرش به چنین فضاهایی اهمیت می‌یابد؛ نگرشی که با توجه به یافته‌های ما حتی در شکل نسبتاً انتقادی‌اش صرفاً به یک گفتار گلایه‌آمیز فرهنگی محدود شده است.

امید بر آن است که با دود شدن و به هوا رفتن ایدئولوژی‌های کنترل‌کننده نوع زندگی، شکاف‌ها به جای اصلی خود یعنی اقتصاد بازگردد و نقدها به جای پرداختن به مسائل بی‌اهمیت فرهنگی بر سیستم ناعادلانه اقتصادی متمرکز گردند. با توجه به یافته‌های پژوهش حاضر، که بر

مبنای آن دیده شد که اقشار فرودست لزوماً نگرش انتقادی به فضا را نمایندگی نمی‌کنند، تغییر در نگاه به وضعیت بی‌شک مستلزم هم‌مونیک‌شدن شکل جدیدی از آگاهی است تا به واسطه آن مصرف‌کنندگان فضا همان‌گونه که در برابر فرهنگ رسمی به مقاومت پرداختند در برابر ایدئولوژی‌های سرمایه‌دارانه نیز تسلیم نشوند.

## منابع

- استوری، جان (۱۳۸۶) *مطالعات فرهنگی درباره فرهنگ عامه*، ترجمه حسین پاینده، تهران: نشر آگه.
- اشمید، کریستین (۱۳۹۴) «نظریه تولید فضای هانری لوفور: به سوی دیالکتیک سه وجهی»، در *درآمدی بر تولید فضای هانری لوفور*، ویراسته و ترجمه آیدین ترکمه، تهران: نشر تیسرا، ص ۱۸۰-۱۵۱.
- برمن، مارشال (۱۳۸۶) *تجربه مدرنیته*، ترجمه مراد فرهاد پور، تهران: طرح نو.
- توانا، سهیل (۱۳۹۱) «بررسی پتانسیل‌های سلطه و مقاومت در خیابان جردن و ایران زمین»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه گیلان.
- توانا، سهیل و معصومه شفیعی (۱۳۹۳) «تولید اجتماعی فضا از منظر هانری لوفور»، *فصلنامه جامعه، فرهنگ و رسانه*، دوره ۳، شماره ۱۰، ص ۱۴۰-۱۳۱.
- چاوشیان، حسن و سهیل توانا (۱۳۹۴) «فضای پرسه‌زنی شمال شهر تهران از دریچه روابط قدرت-مقاومت»، *فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، شماره ۳۸، ص ۷۷-۴۱.
- ژیرک، اسلاوی (۱۳۹۳) «سوپرکتیو شدن سیاسی و فراز و فرودهای آن»، در *سیاست‌ورزی زیبایی‌شناسی*، ویراسته و ترجمه فتاح محمدی، زنجان: نشر هزاره سوم، ص ۳۲۱-۱۷۹.
- کاظمی، عباس و یوسفعلی اباذری (۱۳۸۳) «زندگی روزمره و مراکز خرید در شهر تهران»، *مجله انسان‌شناسی (نامه انسان‌شناسی)*، دوره ۳، شماره ۶، ص ۱۱۶-۹۷.
- کاظمی، عباس (۱۳۸۸) *پرسه‌زنی و زندگی روزمره ایرانی*، تهران: نشر آشیان.
- کاظمی، عباس و محمد رضایی (۱۳۸۶) «دیالکتیک تمایز و تمایززدایی: پرسه‌زنی و زندگی گروه‌های فرودست شهری در مراکز خرید تهران»، *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*، سال اول، شماره ۱، پاییز، ص ۲۴-۱.
- لاجوردی، هاله (۱۳۸۸) *زندگی روزمره در ایران مدرن با تأمل بر سینمای ایران*، تهران: نشر ثالث.
- لوکاج، گئورک (۱۳۸۸) *مطالعاتی درباره فاوست*، ترجمه امید مهرگان، تهران: نشر ثالث.
- هورکهایمر، ماکس و تئودور آدورنو (۱۳۸۹) *دیالکتیک روشنگری: قطعات فلسفی*، ترجمه مراد فرهادپور و امید مهرگان، تهران: نشر گام نو.
- Lefebvre, H (1991) *The Production of Space*, Translated by Donald Nicholson-

- Smith, Oxford: Blackwell.
- Lefebvre, H (1971). *Everyday Life in the Modern World*, New York: Harper Torch Book
  - Zieleniec, A (2007). *Space and Social Theory*, London: Sage