

تحلیل نقش مفهوم جامعه‌پذیری شهری در فضای همگانی شهر بر مبنای جایگاه کرامت انسانی

دریافت مقاله: ۹۸/۶/۱۰ پذیرش نهایی: ۹۸/۱۰/۱

صفحات: ۱۳۷-۱۴۸

مریم سبک خیز: دانشجوی دکتری گروه شهرسازی، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه علم و صنعت، تهران، ایران.

Email: sabokkhiz@iust.ac.ir

اسماعیل شیعه: استاد گروه شهرسازی، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه علم و صنعت، تهران، ایران^۱.

Email: es_shieh@iust.ac.ir

چکیده

کرامت انسانی مفهومی است کیفی که می‌تواند اثر بسزایی در فضای همگانی شهری داشته باشد. در این مفهوم صحبت از ارزشمند بودن انسان و مقام آن به عنوان موجودی متفکر و دارای بعد روحانی مطرح می‌شود. کشف این احساس ارزشمندی در فضایی که مورد استفاده عموم شهروندان است مورد اهمیت است. فضایی که دسترسی به آن برای همه یکسان است. ماهیت ذهنی و تعاملی این پدیده، تجربه و ادراک آن در کنشگران هدف این پژوهش بوده و شناخت ادراک مردم به عنوان کنشگران اصلی فضای همگانی شهری و چگونگی ایجاد احساس کرامت انسانی در آن‌ها قرار گرفت. این پژوهش در دسته پارادایم تفسیرگرایی قرار می‌گیرد و از جنبه شناخت‌شناسی تأکید آن بر کنش و تعامل پژوهشگر با مورد پژوهش و حداقل جدایت عینی با مشارکت‌کنندگان پژوهش است. در این پژوهش از تحلیل محتوا کیفی استقرایی آشکار به عنوان شیوه پژوهش و به منظور تفسیر داده‌های متنی به‌دست آمده از مصاحبه‌های عمیق بدون ساختار و مشاهده‌های میدانی، استفاده شده‌است. داده‌ها از طریق فرایند نظام‌مند گدگذاری و با هدف طبقه‌بندی مفاهیم تا سه سطح از انتزاع مورد تحلیل قرار گرفته‌اند. انتخاب مشارکت‌کنندگان در این پژوهش هدفمند و در راستای توسعه مفاهیم تا دست‌یابی به اشباع بوده‌است. یافته‌های این پژوهش بیانگر آن است که مهمترین عامل در حوزه ادراک مردم از کرامت انسانی، مفهوم جامعه‌پذیری است. مفهومی که با مفاهیم دیگری چون از بین رفتن فاصله فردی، رشد ارتباطات اجتماعی، صمیمیت روابط، تنوع اجتماعی و وحدت با محیط و جامعه شکل می‌گیرد. آنچه مورد توجه است ارتباط این عوامل با هم و پیچیدگی روابط آن‌ها می‌باشد که منجر به شکل گرفتن احساس کرامت انسانی در افراد شده است. در واقع می‌توان یکی از بازخوردهای کرامت انسانی که از نظر مخاطبین آن در فضای همگانی شهری مورد توجه بوده است را جامعه‌پذیری فضای همگانی شهری نامید. اگرچه مفهوم چندوجهی کرامت انسانی قادر خواهد بود مفاهیم و معنای گسترده‌ای را در خود جای دهد.

کلید واژگان: کرامت انسانی، فضای همگانی شهری، جامعه‌پذیری محیط شهری، کشف پدیده ذهنی، مطالعه کیفی

۱. نویسندگان مسئول: تهران، دانشگاه علم و صنعت، دانشکده معماری و شهرسازی، گروه شهرسازی

مقدمه

انسان به عنوان مهم ترین عامل در پویایی فضاهای شهری نیازمند بستری مناسب جهت حضور مؤثر در فضاهای عمومی است. پاسخگویی به نیازهای اجتماعی انسان و تأمین فرصت‌های لازم در زمینه کسب تجارب اجتماعی وی، مستلزم وجود فضا و قرارگاه کالبدی است و فضای همگانی ظرفیتی عظیم در پاسخ به این جنبه از حیات انسان در جوامع شهری محسوب می‌شود (دانشپور، ۱۳۸۶). توجه به این نیاز ذاتی انسان به برقراری روابط اجتماعی و ایجاد فضاهایی که در دسترس عموم بوده و بتواند این نیاز انسان را تأمین کند از اهمیت والایی برخوردار است (مدنی پور، ۱۳۸۷).

کرامت انسانی یک مفهوم کیفی است که می‌تواند در کیفیت محیط شهری نقش مهمی داشته باشد. مفهوم کیفیت شهری طبق نظر لینچ تابعی است از تأثیر مشترک مکان و جامعه اشغال شده در آن (لینچ، ۱۳۹۰) و به عقیده گل باید به عنوان یک حق اولیه در جایی که مردم در آن حضور دارند، در نظر گرفته شود (گل، ۱۳۹۲). در مطالعات کیفی انجام شده در فضای همگانی شهری بیشتر مفاهیمی چون سرزندگی؛ معنی؛ سازگاری؛ دسترسی؛ کنترل و نظارت (لینچ، ۱۹۸۱) و یا نفوذپذیری؛ تنوع؛ خوانایی؛ انعطاف پذیری (بنتلی، ۱۹۸۵) که با مفاهیمی چون منظر شهری؛ فرم شهری؛ عرصه همگانی، امنیت؛ پایداری و سلامت (کرمونا، ۱۹۹۷ و گل، ۲۰۱۰) قرابت زیادی داشته اند مورد بررسی قرار گرفته اند. جای خالی مفهوم کرامت انسانی در مطالعات فضایی همگانی شهری در حالی احساس می شود که سایر علوم به این مفهوم دقت بسیاری داشته‌اند. در دوران رنسانس این مفهوم در فلسفه غرب جایگاه ویژه‌ای برای خود باز کرده و صحبت از انسان و جایگاه وی در جهان را مطرح کرده و انسان را موجودی خودآگاه و مسلط بر وجود هستی خویش معرفی کرده و او را خردمند و متفکر می‌داند (محمد پور دهکردی و دیگران، ۱۳۸۸). در تفکر ادیان نیز مفهوم کرامت انسانی، به دلیل همراه شدن بعد روحانی انسان با او، ارزش و جایگاه والایی را برای انسان قائل شده است (شهید مطهری، ۱۳۸۱ و جوادی آملی، ۱۳۹۰). ضرورت این تحقیق بر مبنای توجه به ارزش و اهمیت مقام انسان است و این الزام را به وجود می آورد که توجه به ابعاد فضای همگانی شهری و شرایطی که بتواند احساس کرامت انسانی را به انسان منتقل کند مورد دقت قرار گیرد و این موضوع را روشن نماید که عواملی و شرایطی که از نظر حاضرین در فضای همگانی شهری، کرامت انسانی محسوب می‌شود و به آن‌ها احساس ارزشمند بودن منتقل می‌کند، روشن گردد. شکل (۱) فرایند این پژوهش را نشان می‌دهد.

هدف این تحقیق کشف مفهوم کرامت انسانی در ذهن مخاطبین نیاز به یک تحقیق کیفی دارد، که چگونگی ایجاد احساس کرامت را از ذهن مخاطب استخراج و زمینه‌های ایجاد این موقعیت را روشن سازد. یکی از مفاهیمی که دریافت شد مفهوم جامعه‌پذیری در فضای همگانی شهری بود. مفهومی که مکمل مهمی در جهت اجتماعی شدن افراد است و موجب ارتقاء روحیه همبستگی، رشد فردی برای همه شهروندان، بدون در نظر گرفتن جنسیت، نژاد، قومیت، سن یا سطح اجتماعی و اقتصادی است (کورنی‌اواتی، ۲۰۱۲: ۴۴۷ و افروسیمن، ۲۰۰۹: ۱۶). پس می‌تواند این پژوهش در پاسخ به این سوالات باشد که: چه شرایط و ویژگی‌هایی در فضای همگانی محله شهری می‌تواند احساس ارزشمند بودن را به مخاطب منتقل نماید؟



شکل (۱). فرآیند پژوهش

از میان مطالعات انجام شده در این حوزه می‌توان به مطالعه‌ی کاو ۲۰۱۹، اشاره کرد که به روابط اجتماعی و الگوهای استفاده از فضاهای همگانی شهری در انگلستان و چین اشاره کرد که به تجزیه و تحلیل الگوهای استفاده از فضای همگانی و انواع روابط اجتماعی می‌پردازد. داده‌های مشاهده شده‌ی این مطالعه از چهار فضای عمومی واقع در شزو چین و شفیلد انگلستان استخراج شده و ویژگی‌های شخصی کاربران، فعالیت‌های آن‌ها و نحوه اشغال فضای همگانی را مورد تحلیل قرار داده است. نتایج این مطالعه به اهمیت فضاهای همگانی برای انواع کاربران و نحوه‌ی استفاده از آن فضا و گروه‌های مختلف اجتماعی می‌پردازد. مطالعه دراوکوف ۲۰۱۹، به بازنگری مفهوم کرامت انسانی در عصر جدید می‌پردازد. در این مطالعه عزت نفس را یکی از مفاهیمی می‌داند که در چند دهه گذشته به طور چشمگیری تغییر کرده است. این مطالعه تلاش می‌کند که این مفهوم را از مخاطرات فناوری‌های جدید و امکان تهدید شأن انسانی مورد توجه قرار دهد.

مطالعه زمانی فرد ۲۰۱۸، به چارچوب نظارت بر فضای عمومی می‌پردازد و فضای عمومی را منبعی از تعاملات پیچیده دینفعان مختلف می‌داند که تصمیمات و فعالیت‌های آن‌ها بر کیفیت آن تأثیر می‌گذارد. در این مطالعه یک رویکرد عمیق و جامع بر درک پیچیدگی و کیفیت فرایندهای شکل دهنده‌ی فضاهای عمومی ایجاد می‌-

کند. این چارچوب شامل ۴ جزء اصلی است: ذینفعان و بازیگران، ساختار نظارتی، ابزارهای حاکم، عملکرد و کارکرد حاکم است که اقتصاد سیاسی بر آن اثرگذار است.

مبانی نظری

فضاهای همگانی مکان‌هایی هستند که مردم می‌توانند در آن درنگ کرده و با آن تعامل داشته باشند. این فضاهای باید در دسترس عموم باشند (کالو، ۲۰۱۹: ۱۸۸). در جوامع دموکراتیک فضای همگانی شهری جایی برای لذت بردن مردم از فراهم شدن مکانی برای دور هم بودن آن‌ها و ایجاد رخداد‌های اجتماعی است (راملی، ۲۰۱۵: ۳۶۰). در این فضا، انسان همواره با ایجاد ساختارهایی، نیاز ذاتی خود به برقراری روابط اجتماعی را برآورده کرده، فضاهایی که از نظر اجتماعی فعال بوده و امکان ارتباطات چهره به چهره انسانی را، درون اجتماع شهر و در کالبدی سازمان یافته فراهم کند. ایجاد فضاهای همگانی در مقیاس‌های مختلف شهری که در دسترس عموم بوده و بتواند به نیازهای همه گروه‌ها پاسخ دهد در این زمره است (مدنی پور، ۱۳۸۷: ۶۷). تعامل اجتماعی و برقراری ارتباط، می‌تواند یک موضوع فیزیکی، نگاه، مکالمه و ارتباط بین افراد باشد که خود مستلزم تعریف رویدادها و فعالیت‌های متناسب و در نتیجه نقش‌پذیری مردم در فضا و عضویت آن‌ها در گروه‌ها و شبکه‌های اجتماعی است (دانش‌پور و چرخ‌چیان، ۱۳۸۶: ۲۰). این در حالی است که در فضاهای کنونی به دلیل رشد بزرگراه‌ها و وسایل حمل و نقل موتوری، انسان به حاشیه رانده شده است (پوراحمد، ۱۳۹۶: ۲). فضای جامعه‌پذیر را می‌توان فضایی سرزنده دانست که مردم داوطلبانه و با رغبت در آن حضوری همیشگی می‌یابند (جکوبز، ۱۳۸۷: ۱۴۶). مکان‌های بیرونی که فرصت‌هایی را برای مردم به وجود می‌آورند تا دور هم جمع شده و گفتگو کنند می‌توانند مکان‌هایی جهت ملاقات شناخته شده و موجب غنای زندگی شهری شوند (لاوسان، ۲۰۰۱: ۱۹۲). این فضاها موجب تشویق و ترغیب تعاملات اجتماعی می‌شوند (هال، ۱۹۸۲: ۷۲).

دینس و همکاران عوامل موثر بر ایجاد تعاملات اجتماعی در فضاهای جامعه‌پذیر را اینگونه معرفی می‌کنند (دینس، ۲۰۰۶: ۱۷) فضایی که عوامل زیر را در خود مهیا کرده باشد؛ نزدیکی یا مجاورت، دوام، آشنایی، آزادی جهت درنگ، تسهیلات، ویژگی‌های فیزیکی تجهیز کننده (حمایتی)، تسهیلات و خدمات به منظور ایجاد فضایی راحت جهت استفاده مردم، وجود عناصری چون نیمکت‌ها، لبه‌ها، کیوسک‌های چندمنظوره، سطل زباله، سرویس‌ها، نورپردازی مؤثر نشانه‌گذاری و تعریف مسیرها و ورودی‌ها که می‌تواند زمینه‌ساز تعاملات اجتماعی باشد اشاره دارد چرا که تنها خروج از خانه کافی نیست بلکه نگه داشتن آن‌ها بیرون خانه نیز حائز اهمیت است. امکان پیاده‌روی مستلزم امکان مکث در فضا است که لازمه آن تأمین خدمات و تسهیلات مذکور است (لوکایتو، ۱۹۹۸: ۱۲۸). دسترسی، که دعوت کننده بودن فضاهای عمومی را میسر می‌سازد. دسترسی کالبدی ناظر بر دسترسی پیاده، همجواری‌ها، دسترسی به حمل و نقل شهری و نحوه ارتباط با زمینه مکان است. دسترسی اجتماعی یا ذهنی و اینکه مکان چگونه و برای چه کسی باید در دسترس باشد نیز به نحوه مالکیت مکان، در دسترس بودن آن برای گروه‌های خاص با نیازهای خاص مثل کودکان، سالخوردگان و معلولین وجود نماها در ایجاد حس مالکیت نمادین و دسترسی روانی گروه‌های مختلف فرهنگی و اجتماعی اشاره دارد (کار، ۱۹۹۲: ۸۳). حرکت که تأکید بر حرکت پیاده در اجتماع‌پذیری فضای عمومی عامل مهمی به شمار می‌رود. حذف حرکت پیاده گامی ویرانگر در تجربه انسانی شهر است. شهر پیاده ویژگی خیلی مهمی برای عرضه دارد

که مزایای شهر سواره را کم‌رنگ می‌کند و آن محیط فیزیکی حیات بخش از نظر روانی است. هیجان بصری لذت از حرکت فیزیکی، تجربه حیات پویای شهری و تحریک حسی از فضای شهری (که از انواع مختلف مردم و از هر سنی مملو است) تجاربی هستند که در شهر سواره وجود ندارند (سالینگاروس، ۲۰۰۶: ۳۹). در واقع توجه به حرکت پیاده به عنوان عنصری اساسی در ارتقاء کیفیت محیط شهری و به منظور ارتقاء رضایتمندی افراد در نظر گرفته می‌شود (صدری، ۱۳۹۷: ۸۳). با توجه به مولفه‌هایی که توسط نظریه‌پردازان و پژوهشگران مطرح شد، می‌توان اینگونه بیان کرد که فضاهای جامعه‌پذیر فضاهایی دعوت کننده هستند که زمینه‌ساز تجربه اندوژی و مبادله احساس و اندیشه می‌باشند. در این فضاها عموم مردم با توجه به ویژگی‌های سنی و جنسی به راحتی در آن حضور داشته و مقیاس انسانی، امنیت و دارا بودن تأسیسات و تجهیزات شهری متناسب با عملکرد فضا در آن مورد اهمیت می‌باشد. اما این نکته که داشتن شرایط جامعه‌پذیری در محیط بر مردم چه بازخوردی خواهد داشت مورد توجه نبوده است. این موضوع با چگونگی احساس کرامت انسانی در مردم ارتباط مستقیم دارد و اکتشاف آن، هدف این پژوهش قرار گرفت.

روش تحقیق

کرامت انسانی به عنوان پدیده‌ای که این پژوهش به دنبال مطالعه آن است، پدیده‌ای پیچیده و چندوجهی است که علاوه بر جنبه‌های عینی، تا حد زیادی وابسته به ذهن کنشگران مختلف این فرایند است. بنابراین با توجه به ماهیت پدیده مورد مطالعه و دیدگاه هستی‌شناسانه این پژوهش، واقعیت‌ها ذهنی و چندگانه و همان چیزی هستند که توسط افراد مختلف درک می‌شوند. این پژوهش در دسته پارادایم تفسیرگرایی قرار می‌گیرد چرا که بر خلاف جهت‌گیری ابزاری اثبات‌گرایی، جهت‌گیری آن عملی و معطوف بر این اصل است که تجربه کنشگران در فضای همگانی شهری و معنای تجربه آن‌ها را در این زمینه درک کند. رویکرد این مطالعه کیفی است چرا که بر روی زمینه و فرایند تأکید می‌کند، زمینه به مفهوم شرایطی که موجب مشکل یا شرایطی می‌شود که مردم با اقدام‌ها و کنش‌های متقابل و احساسات خود به آن‌ها پاسخ می‌دهند و منظور از فرایند پاسخ‌های در جریان به مسائل و شرایطی است که از زمینه منتج می‌شود (کوربین و اشتراوس، ۲۰۰۸).

در این پژوهش از تحلیل محتوا کیفی استقرایی آشکار به عنوان شیوه پژوهش و به منظور تفسیر داده‌های متنی به دست آمده از مصاحبه و مشاهدات میدانی از طریق فرایند نظام‌مند کدگذاری و تعیین مفاهیم استفاده شده است (دریسکو، ۲۰۱۶). در این شیوه مفاهیم تا سه سطح انتزاع (طبقات مفهومی) تحلیل شده‌اند. در مرحله گردآوری داده‌ها ۱۳ مصاحبه عمیق بدون ساختار صورت گرفته است. انتخاب مشارکت‌کنندگان در این پژوهش به صورت هدفمند بوده است. در ابتدا با توجه به پرسش پژوهش از طریق نمونه‌گیری باز، افرادی که حضور در فضای همگانی شهری را تجربه کرده‌اند و با هدف دستیابی به حداکثر تنوع از نظر تجربه، مشارکت‌کنندگان انتخاب شده‌اند. در این مرحله از انتخاب مشارکت‌کنندگان از راهبرد گلوله برفی یا زنجیره‌ای نیز استفاده شده است.

انتخاب مشارکت‌کنندگان بر اساس نیاز داده‌ها و به منظور توسعه مفاهیم و تا زمان رسیدن به اشباع ادامه یافته است. در فرایند پژوهش و مصاحبه‌ها با رسیدن به درک تعاملی بودن مفهوم مورد بررسی، به این معنا که برخی از مفاهیم در حوزه کرامت انسانی شکل می‌گیرند و تنها از طریق بررسی ذهنیت و ادراک

مشارکت‌کنندگان پژوهش قابل دست‌یابی نیستند، تهیه یادداشت‌های میدانی از مشاهده مستقیم در فضای همگانی نیز به شیوه‌های جمع‌آوری اطلاعات اضافه شد. پژوهش‌گر در یک بازه زمانی دو ساله به عنوان مشاهده‌کننده در فضای همگانی محله شهری، حاضر و به ثبت گفته‌ها، رفتارها، فعالیت‌ها در قالب یادداشت‌های توصیفی و بازاندیشانه و شخصی پرداخته است. تلفیق این شیوه با مصاحبه از این جهت اهمیت دارد که می‌تواند منجر به دست‌یابی به معنای عینی‌تر و دقیق‌تر از تجربه افراد از حضور در فضای همگانی، از طریق مشاهده رفتار و گفتار آن‌ها (شوانت، ۲۰۰۷) در واقعیت شود. یافته‌های حاصل از مشاهدات نیز همانند مصاحبه‌ها گدگذاری و وارد مرحله تحلیل شده‌اند. در این پژوهش در بخش مدیریت داده‌ها از نرم‌افزار اطلس ۷ استفاده شده است.

نتایج

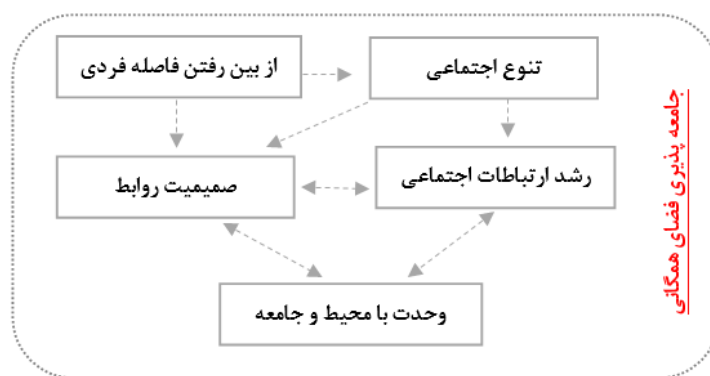
تحلیل داده‌های پژوهش با عنوان یافتن مفاهیمی که در ایجاد احساس کرامت انسانی در فضای همگانی شهری برای شهروندان را محقق می‌سازد بیانگر مفهوم اصلی جامعه‌پذیری شهری است. این مفهوم به طور مبسوط در جدول (۱) ارائه و مفاهیم مرتبط با آن را نشان می‌دهد. در ادامه نیز تعریف هر یک از این مفاهیم و مصادیق آن ارائه می‌شود.

جدول (۱). عوامل مرتبط با مفهوم جامعه‌پذیری در ایجاد احساس کرامت انسانی در فضای همگانی شهری

کد مفاهیم	مفهوم سطح ۱ (کد)	مفهوم سطح ۲ (زیرطبقه)	مفهوم سطح ۳ (طبقه)
C1	وجود پاتوق‌های مردمی	از بین رفتن فاصله فردی	جامعه‌پذیری شهری
C2	همگن بودن با مردم		
C3	گرمی ارتباط دورهمی		
C4	فضای گرم اجتماعی محله		
C5	داشتن آزادی اجتماعی	رشد ارتباطات اجتماعی	
C6	تمایل به گسترش روابط اجتماعی		
C7	شکل‌گیری اجتماع کوچک		
C8	عدم رضایت از تنهایی مطلق در فضا		
C9	احساس ریشه داشتن از تعامل اجتماعی		
C10	قدرت گرفتن روابط اجتماعی در همه سنین		
C11	جاذبه‌ی دورهمی بودن	صمیمیت روابط	
C12	راحتی روابط و حس نزدیکی به دیگران		
C13	افزایش ارتباط چهره به چهره		
C14	تمایل به حضور دیگران		
C15	وجود ترکیب فرهنگی	تنوع اجتماعی	
C16	پذیرش میدان برای اقشار مختلف		
C17	پذیرش همه‌ی رده‌های سنی		
C18	احساس شادی از تعامل با قشرهای مختلف		
C19	حس خودی بودن	وحدت با محیط و جامعه	
C20	احساس بیگانگی نکردن		
C21	احساس تعلق به کوچک بودن مقیاس محله		
C22	حس یکی شدن با محله		

ایجاد احساس کرامت انسانی در فضای همگانی جامعه‌پذیر

یکی از مفاهیم مهمی که از بررسی ایجاد احساس کرامت انسانی در فضای همگانی شهری، نمایان می‌شود، جامعه‌پذیری شهری است. این مفهوم با مفاهیم از بین رفتن فاصله فردی، رشد ارتباطات اجتماعی، صمیمیت روابط و تنوع اجتماعی و وحدت با محیط و جامعه تعریف می‌شود. از بین رفتن فاصله فردی به همراه صمیمیت روابط، از مفاهیمی است که می‌تواند به گرمی ارتباط با محیط منجر شود و می‌تواند این حس را منتقل کند که این مکان محل حضور فرد است و گرمی ارتباطات بالایی دارد. او این مکان را متعلق به خود می‌داند و برای آن اهمیت و ارزش قائل است. این مکان است که به فرد احساس ارزشمندی و کرامت می‌دهد، چون کنش و گرمی زندگی در آن جاری است. شکل (۲) رابطه بین این مفاهیم را نشان می‌دهد.



شکل (۲). روابط میان مفاهیم سطح دوم شکل دهنده به مفهوم جامعه‌پذیری فضای همگانی

مفهوم از بین رفتن فاصله فردی

از بین رفتن فاصله فردی مفهومی است که به سبب وجود مفاهیمی دقیق‌تر همچون وجود پاتوق‌های مردمی، همگن بودن با مردم، گرمی ارتباط دورهمی و فضای گرم اجتماعی محله حاصل می‌شود. این مفاهیم اهمیت بسزایی در نزدیکی روابط مشارکت‌کنندگان با هم و پر رنگ شدن نقش محیطی که این روابط در آن صورت می‌گیرد دارد. به عنوان مثال:

"اینه که، این میدون را دیدم موفق عمل شده بود. با همه اینکه کوچیکه و با همه اینکه توش کار خاص و شاخصی نشده است ولی مهم ترکیب فرهنگی، به هرحال آرامنه، گردشگران خارجی، ایرانی‌ها توش پرشمار هستند و هم نوع کنش‌های اجتماعی و پاتوق‌های مردمی، ایناش خیلی خوب بود." (P-3:5)

همگن بودن با مردم مفهومی است که در اهمیت روابط آن‌ها در فضای همگانی محله اثر ویژه‌ای دارد. عاملی که به یکدست شدن روابط آن‌ها و نوع کنش آن‌ها با محیط اثر خواهد داشت:

"اینکه اونجا احساس می‌کنید با مردم همگن اید، با مردم در تضاد نیستید، با فضا آرام هستید، فضا بر شما تسلط ندارد." (P-3:23)

گرمی ارتباط دورهمی و داشتن فضای گرم اجتماعی در محله عاملی است که به صمیمیت و راحتی روابط منجر خواهد شد و می‌تواند دلیلی باشد که به کنش و روابط گرم در محله منجر شود. این مفهوم در انتقال حس ارزشمندی به مشارکت‌کنندگان اثر بسزایی داشته است:

"چون توی سطح شهر یه همچین مکان‌هایی کم داریم که این همه آدم بتونند دور هم جمع شدن. در عین حال که هرکس حریم شخصی خودش را داره ولی همه دور هم‌اند." (P-10:18)

"بیشتر بخاطر همین موقعیت محلش ما میایم اینجا که با هم بشینیم گپ بزنین. شب که بشه خیلیا میانند. خیلی دوست پیدا کردیم اینجا." (P-9:14)

مفهوم رشد ارتباطات اجتماعی

تحلیل داده‌های مصاحبه و یادداشت‌های میدانی بیانگر مفهوم رشد ارتباطات اجتماعی به عنوان یک عامل ذهنی مهم در ایجاد احساس کرامت انسانی در مشارکت‌کنندگان است. این امر به همراه مفاهیمی همچون آزادی اجتماعی، تمایل به گسترش روابط اجتماعی، شکل‌گیری اجتماع‌های کوچک، عدم رضایت از تنهایی مطلق در فضا، احساس ریشه داشتن از تعامل اجتماعی و قدرت گرفت روابط اجتماعی در همه سنین به انتقال این مفهوم به مشارکت‌کنندگان اثر داشته است. تمایل به گسترش دادن روابط اجتماعی موضوعی است که در افزایش توجه به مکان و پذیرش آن برای افراد اثر بالایی دارد. افراد متمایل به شکل دادن اجتماعات کوچک در فضا هستند و این عامل را در قدرت دادن روابط اجتماعی خود مهم می‌دانند. به نظر آن‌ها فضایی که در آن به طور تنهایی مطلق قرار گیرند اصلاً مطلوب نیست و حس ارزشمندی را از آن‌ها دور می‌کند:

"اینجا یه اجتماع کوچیک. زن و مرد جمع می‌شند تیکه به تیکه میشینند با هم. دختر و پسر اینجا راحتند با هم. برای ما جالبه که ببینیم جوونای این دوره چی می‌خواند، چیکار می‌کنند." (P-9:3)

"گرمی ارتباط آدم‌ها به همراه آرامش نشسته بر آن‌ها توانسته است این جاذبه را برای آن‌ها ایجاد کند که جذب یکدیگر و جذب محل گردهم آمدنشان شوند. انگار اینجا معنی مورد توجه بودن و کرامت داشتن، از با هم بودن و با هم صحبت کردن نشات می‌گیرد." (O-3:1)

"من برم تو یه فضای بازی که هیچ کی نشسته، ترجیح نمی‌دم بشینم. جذب کننده نیست. اگرم بشینم زود خودم از اون فضا می‌رم. اما می‌رم یه جایی که یه تعداد؛ چون ویژگی انسان یه ویژگی اجتماعی دیگه" (P-5:13)

"حتی بچه‌ها اینجا را خیلی دوست دارند. مثلاً من دیشب نوه‌م را آورده بودم. عاشق پارک هست. سیتی سنتر یا شهر بازی ام می‌ره. ولی اینجا را یه جور دیگه دوست داره." (P-9:13)

مفهوم صمیمیت روابط

در کنار رشد روابط اجتماعی و از بین رفتن فاصله فردی، داده‌های این پژوهش نشان دهنده مفهوم صمیمیت روابط به عنوان یک ضرورت و اهمیت در ذهن مشارکت‌کنندگان بود. مردم صمیمیت روابط را علت حضورشان در محل و قدرت گرفتن روابطشان با سایر افراد می‌دانند و این امر را الزامی در ایجاد تغییر در روند زندگی روزمره می‌دانند:

"بیشتر بخاطر همین موقعیت محلش ما میایم اینجا که با هم بشینیم گپ بزنین. شب که بشه خیلیا میانند. خیلی دوست پیدا کردیم اینجا." (P-9:1)

مفهوم صمیمیت روابط از مفاهیم دیگری چون جاذبه‌ی دورهمی بودن، حس نزدیکی به دیگران و راحتی روابط تشکیل می‌شود. روابطی که با افزایش ارتباط چهره به چهره قدرت گرفته و تمایل به حضور در کنار دیگران می‌تواند آن را عمیق‌تر نماید:

"توی سطح شهر یه همچین مکان‌هایی کم داریم که اینهمه آدم بتونند دور هم جمع شدن. در عین حال که هرکس حریم شخصی خودش را داره ولی همه دور همه‌اند." (P-10:18)

"خیلی وقتا دوست دارم تو جمعیت باشم. اونجا جمعیت را داره. بدم نیامد که برم اونجا، جمعیت را ببینم." (P-4:16)

مفهوم تنوع اجتماعی

تحلیل یافته‌های پژوهش بیانگر تمایل به گسترش تنوع ارتباط با اقشار مختلف مردم است. عاملی که نقش مهمی در ایجاد پویایی و زنده کردن روابط گوناگون در یک مکان را دارد. مکانی که توانایی پاسخگویی به این نیاز اجتماعی انسان را داشته باشد آن‌ها را به این مکان دعوت کرده و در آن ماندگار می‌کند، چرا که در پی آن اتفاق ثانویه‌ی مهمی که همان شکل‌گیری اجتماع‌های کوچک با تنوع روابط اجتماعی در آن به وجود خواهد آمد:

"قبلا جلفا پاتوق هنرمندا بود که می آمدند توی کافه مینشستند. یا جاهای مختلفش. طرف می آمد شعر مینوشت، نقاشی می کشید." (P-7:8)

"بعد می‌بینی اونجا یه خانواده ند. چنتا پسرند. یه خانوم و آقا هستن. هرکس سرش به کار خودش." (P-4:8)

همچنین این تنوع اجتماع‌های انسانی مانند خانواده، دوست و یا اشکال دیگر ارتباطی باعث وسعت پذیرش حضور سایر انسان‌ها می‌گردد و این شرایط را فراهم می‌کند که این محیط آمادگی پذیرش افراد جدید با تنوع ارتباطی داشته باشد. این اتفاق موجب اختلاط فرهنگی و گسترش سطح روابط اجتماعی شده و گرمی روابط را ایجاد خواهد کرد:

"دیدم که مورد پذیرش واقع شده، افراد با گروه‌های سنی مختلف با اکثریت جوان این میدان را از خودشان کردند در ساعات مختلف، به گونه‌های مختلف." (P-3:1)

"اقشار مختلف به نظر من البته از نظر بگیم جنسی بیشتر و سنی یعنی پیر نوجوان و جوان و از نظر جنسی هم خانم هم آقا و هم خانم و آقا با هم تنوع هست. و این افراد شادند که در یه فضایی که حضور پذیره حاضر شدند." (P-13:5)

وحدت با محیط و جامعه

وحدت با محیط و جامعه مفهومی است که میتواند از طریق تأمین حواس پنجگانه تأمین شود. پاسخگویی به حس‌های لامسه، شنوایی، بینایی، بویایی و حرکتی از طریق عوامل موجود آن در محیط می‌تواند موجب اتحاد درون فرد با محیط بیرون او شده و هماهنگ کننده و همسان کننده این بیرون و درون فرد شود. این عامل به وحدت فرد با محیط کمک خواهد کرد و حس یکی شدن با محیط را به همراه خواهد داشت.

" باز اینجا اون حس وحدت به نظر من ایجاد میشه چون تو را از دنیایی که تا الان توش بودی جدا کرد توی یه دنیای جدید آورد." (P-13:21)

"حس لامسه؛ سنگفرشش. حس بویایی؛ بوی قهوه که اونجا داره. شاید گل بتونه جوابگو باشه. به خاطر اینکه مادی داره؛ حس بینایی. حس چشایی؛ که نمیشه شاید راهکارهایی باشه ولی تو محیط بیرون شاید مثلاً نمیدونم هر از گاهی این جا یه چیزی بدن مردم بخورن و حس شنوایی؛ که میتونه باز حالا موزیک باشه یا هر چیزی" (P-13:18)

محیطی که به انسان احساس بیگانگی ندهد و در آن بتوان حس خودی بودن را تقویت کرد، این محیط موجب احساس پذیرفته شدن از سمت محیط به فرد خواهد بود. آن محیط بخشی از فرد خواهد شد و آن را خواهد پذیرفت. آن محیط به راحتی می تواند با فرد ارتباط درونی برقرار کرده و موجب وحدت آن با فرد شود:

"از عواملی که کرامت انسانی را حفظ می کند اینه که هر شهروند در هر فضایی که ما اون فضا را داری کرامت انسانی می دانیم، اونجا پذیرفته بشه، اونجا را از خودش بکند. یعنی این ویژگی کمی این فضا باعث رانده شدن اون از اونجا نشه، بر خلاف اون باعث جذب و ماندگاریش در فضا بشه" (P-3:13)

بحث و نتیجه گیری

مفهوم کرامت انسانی موضوعی است کیفی که در ادبیات مفاهیم فضاهای همگانی شهری مورد توجه قرار نگرفته است. این مفهوم در فضایی مورد اهمیت است که به عموم شهروندان تعلق داشته و دسترسی به این فضا به سهولت امکان پذیر است (کیوز، ۲۰۰۵). فضایی که می تواند فرصت تعاملات اجتماعی را افزایش داده (مدنی پور، ۱۳۸۷) و موجب بهبود کیفیت زندگی فرد و جامعه گردد (کرمونا، ۱۳۹۰). بنابراین در این پژوهش تلاش شده است با تکیه بر تفسیر داده های متنی مصاحبه های عمیق و نیز مشاهدات میدانی و با تأکید بر کنش و تعامل با مورد پژوهش و حداقل جدایی عینی با مشارکت کنندگان پژوهش تصویری از ادراک مردم نسبت به مفهوم کرامت انسانی ترسیم شود. بخشی از یافته های این پژوهش بیانگر مفهوم جامعه پذیری است. در پژوهش های پیشین اغلب بر اهمیت جامعه پذیری در فضای شهری به عنوان پاسخگویی به نیاز اساسی انسان تأکید شده و این مفهوم را در راستای افزایش تعاملات اجتماعی به منظور پایین آوردن جرم و جنایت (لنگ، ۱۳۸۴) و یا توجه به ساختار کالبدی فضاهای همگانی به منظور افزایش اشکال ارتباطی مانند دیدن و شنیدن و امکان ملاقات (گل، ۲۰۰۲) که بتواند آسایش، راحتی، مشارکت فعال و غیرفعال را برای مردم تأمین کند (کرمونا، ۲۰۰۳، ۱۶۵ و کورنیواواتی، ۲۰۱۲) مورد دقت قرار گرفته است. آن چه که در اغلب این پژوهش ها مغفول مانده است ارتباط این مفهوم با ایجاد احساس کرامت در مشارکت کنندگان است. در این پژوهش یکی از چند مفهوم اصلی استخراج شده از معنی کرامت انسانی از دیدگاه مشارکت کنندگان، جامعه پذیری فضای همگانی شهری تعبیر شده است. این مفهوم معنی متفاوت تری با آن چه که در مطالعات بیان شده را منتقل می کند. ذهن مشارکت کنندگان به وحدت با محیط و جامعه به عنوان فاکتوری مهم در ایجاد حس خودی بودن، احساس یکی شدن با محله و بیگانگی نکردن در فضای همگانی را منتقل می کند. مفهومی که به همراه سایر مفاهیمی چون تنوعی اجتماعی محیط، صمیمیت روابط و رشد روابط اجتماعی به همراه از بین رفتن

فاصله فردی را از عواملی می‌داند که موجب ایجاد احساس کرامت انسانی و ارزشمند بودن به مخاطب می‌شود را به وجود می‌آورد.

در نهایت چنین می‌توان گفت که کرامت انسانی پدیده‌ای پیچیده است که یکی از اشکال تحقق آن مستلزم ایجاد عواملی است که به فرد حس یکی بودن با محیط را منتقل کند. اگرچه مفهوم چندوجهی کرامت انسانی قادر خواهد بود مفاهیم و معانی گسترده‌ای را در خود جای دهد. ولی با این حال پس از نگاه اکتشافی به این موضوع این موضوع استخراج شد که از نظر مشارکت کنندگان این پژوهش احساس ارزشمند بودن و کرامت داشتن زمانی به آن‌ها منتقل خواهد شد که عوامل و شرایط جامعه‌پذیر محیط فراهم باشد. شرایطی که می‌تواند در ادامه احساس در مشارکت کنندگان احساس وحدت با محیط و جامعه را نیز به همراه داشته باشد. نتایج این پژوهش بیانگر آن است که ایجاد احساس کرامت انسانی یک فرایند تعاملی است. بنابراین شناخت این فرایند از طریق بکارگیری روش‌شناسی نظریه زمینه‌ای، می‌تواند به طور گسترده‌ای مفهوم‌سازی شده و موضوعی برای پژوهش‌های آتی باشد.

منابع

- بنتلی، ای.ین. (۱۳۹۶). **محیط‌های پاسخده**. ترجمه مصطفی بهزادفر. انتشارات دانشگاه علم و صنعت ایران.
- پوراحمد، احمد. مرادپور، نبی. حاتمی نژاد، حسین. (۱۳۹۶). **بررسی تأثیر ابعاد کالبدی - فضایی بر پیاده‌مداری در شهر تهران**، نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، ۵۱(۱۸): ۲۲-۱.
- دانشپور، سیدعبداله‌ادی و چرخچیان، مریم. (۱۳۸۶). **فضاهای عمومی و عوامل موثر حیات جمعی**، باغ نظر، ۴: ۲۸-۱۹.
- جوادی آملی، علی. (۱۳۹۰). **فلسفه حقوق بشر**، قم: انتشارات اسرا.
- جیکوبز، جین. (۱۳۸۷). **مرگ و زندگی شهرهای بزرگ آمریکایی**. ترجمه حمیدرضا پارسی، انتشارات دانشگاه تهران.
- گل، یان. (۱۳۹۲). **شهر انسانی**، ترجمه علی غفاری، انتشارات موسسه علم معمار.
- صدری، آرش. بانکیان، آرزو. رفایی افشار، شادی. (۱۳۹۷). **تأثیر پیاده‌راه بر افزایش تعاملات اجتماعی در فضاهای شهر بجنورد**. نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، ۵۴(۱۹): ۱۰۲-۸۱.
- لینچ، کوین. (۱۳۹۰). **تئوری شکل شهر**، ترجمه حسین بحرینی، چاپ پنجم، انتشارات دانشگاه تهران.
- مدنی پور، علی. (۱۳۸۷). **فضاهای عمومی و خصوصی شهر**، ترجمه فرشاد نوریان، تهران: شرکت پردازش و برنامه‌ریزی شهری.
- محمدپور دهکردی، سیما؛ اکبریان، رضا؛ اعوانی، شهین. (۱۳۸۸). **نسبت میان عقلانیت و کرامت انسانی در فلسفه ملاصدرا و کانت**، معرفت فلسفی، ۲۴: ۳۶-۱۱.
- مطهری، مرتضی. (۱۳۸۱). **فلسفه اخلاق**، تهران: انتشارات صدرا.

Car, S. et al., (1992), **Public Space**, Massachusetts: Cambridge university press.

Car, S., (1982), **Some Criteria for Environment form**. In S. Kaplan and R. Kaplan (Eds). **Humanscape: Environments for People**, Michigan: Ulrichs Books.

- Carmona M, (1997), **Design Policies in Local Plans: Recommendations for Good Practice**, *Town Planning Review*, No. 68, pp. 165-193
- Corbin, J., & Strauss, A, (2008), **Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory** (3rd ed.), Thousand Oaks, CA: Sage
- Cao, J. & Kang, J. (2019), **Social relationships and patterns of use in urban public spaces in China and the United Kingdom**. *Cities*, No 93, pp 188-196
- Dines, N & Cattell, V., (2006), **Public spaces, Social relations and well-being in East London**, London: The policy press.
- Drisko, J. W. Maschi, T, (2016), **Content Analysis**, New York: Oxford University Press.
- Efroymsen, D. & Thi Kieu Thanh Ha, T. & Thu Ha, Ph, (2009), **Public Spaces: How They Humanize Cities**, Dhaka: HealthBridge - WBB Trust
- Gehl, Jan, (2010), **Cities for people**, London. Island press
- Hall, E. T, (1982), **The hidden Dimension**, New York: Anchor books, Cambridge university Press.
- Hatley, J. H, (2013), **Preserving Place: A Grounded Theory of citizen participation in community-based planning**, Graduate theses and dissertations, Department of Geography, Environment, and planning, College of Art and Sciences, University of South Florida.
- Kurniawati, W, (2012), **Public Space for Marginal People**, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, No. 36, pp. 476 – 484.
- Lowson, B, (2001), **The language of space**, Oxford: Architectural press
- Lokaitou-Sideris, A. & Banerjee, T., (1998), **Urban Design Downtown: Poetics and Politics of Form**, California: University of California Press
- Lynch, Kevin, (1981), **A Theory of Good City Form**, Mit Press
- Ramlee, M et al. (2015), Revitalization of urban public spaces: An overview. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, No 201, pp.360 – 367.
- Salingaros, N., (2006), **A Theory of Architecture**, Umbau: Verlag herald Puschel
- Schwandt, Thomas A, (2007), **The SAGE Dictionary of Qualitative Inquiry (3th edition)**, Thousand Oaks CA: SAGE.
- Zamanifard, H. et al. (2018), **Towards a framework of public space governance**. *Cities*, No 78, pp. 155–165.
- Zdravkova, K. (2019), **Reconsidering human dignity in the new era**. *New Ideas in Psychology*, No 54, pp. 112–117.