

مکان سوم را برای زنان شهر توسعه دهیم

نگاهی به عرصه‌های گوناگون شهری بستری از بیم و امید و تلاش و کنش جمعی را به تصویر می‌کشد که هر کدام از آنها رنگی از رنگ‌های زندگی اجتماعی است. تردد، تامین نیازهای زندگی، تعامل و ارتباطات اجتماعی از سه‌گانه‌های اصلی در حضور مردم در شهر است.

به گزارش سایت خبری پرسون، زهرا نژادبهرام عضو سابق شورای شهر نوشت: در این میان زنان به دلایل متعدد تاریخی، فرهنگی و اقتصادی در حوزه‌های یاد شده سومین را کمتر در اختیار دارند. به‌رغم آنکه فضای عمومی عرصه تعاملات اجتماعی است و زنان به دلیل روحیه جمع‌گرایی و اجتماع‌محوری می‌بایستی در این حوزه بیشتر حضور داشته باشند اما با توجه به مشاهدات و تحقیقات صورت گرفته میزان حضور آنها در این عرصه بسیار محدود است.

در تحقیقی که حبیبی در سال ۱۳۹۴ در محدوده میدان فرهنگ خیابان ابن‌سینا تهران انجام داده بیش از ۶۰ درصد حضور زنان در عرصه عمومی برای تردد و فعالیت‌های روزمره (خرید و تامین مایحتاج) بوده است. این مهم موید آن است که حضور در فضای عمومی برای زنان در حوزه تعاملات اجتماعی بسیار کم‌رنگ است. این مساله دلایل متعددی دارد که می‌توان آنها را در قالب امنیت حضور و تا ناکافی بودن امکانات لازم برای زنان؛ نظیر نامناسب‌سازی‌های صورت گرفته در معابر و محدودیت‌های اجتماعی بیان کرد.

اما زنان در فضایی میانه حضور نسبتاً موثری دارند، زنان در فضای عمومی به دنبال جایی هستند که ظرفیت مناسب‌تری برای استقرار و امنیت و ایمنی داشته باشند لذا مکان سوم انتخابی مناسب برای آنان است! در این میان تعاریف گوناگونی از فضای سوم در شهرها شده است اما در یک تعریف ساده می‌توان گفت که فضای سوم همان فضایی است که استقرار در آن با نوعی چارچوب اداری و سازمانی یا حتی خانوادگی تعریف نمی‌شود؛ فضای سوم ساختار دارد اما ساختاری ساده و قابل دسترس که فرصتی برای گفت‌وگو و مطالعه در جمع و مشاهده و صرف اوقات فراغت را با خود همراه دارد! امروزه روند رو به رشد به وجود آمدن کافه‌ها فرصتی برای شکل‌گیری فضای سوم در اختیار فضای عمومی قرار داده که برای زنان نیز امکان تردد متناسب و مطلوبی را فراهم ساخته است اما فقط این کافه‌ها نیستند که قادر به تامین این فضای تعاملی هستند بلکه کتابخانه‌ها و حتی پاساژها نیز تصویری دیگر از مکان سوم است که زنان در آنها با آرامش و آسایش به تردد و تعاملات و ارتباطات اجتماعی می‌پردازند.

حس تعلق به شهر و هویت‌بخشی به فضاهای عمومی و رونق و نشاط از اصلی‌ترین خروجی‌های این مکان‌ها است که با حضور زنان تصویرسازی می‌شود. در واقع مکان سوم همان جایی است که امنیت دارد و فضایی غیررسمی که محیط کار نیست، بلکه بستری برای رفع خستگی و تعامل با همفکران و دوستان است. این محیط اجتماعی که بعد اجتماع محور شخصیت انسان را رشد و توسعه می‌دهد همان جایی است که در عرصه عمومی شهری فرصتی برای با هم بودن دوستان و همکاران و همدلان می‌دهد.

مکان سوم محل اشتغال و خانه نیست، جایی است که افراد می‌توانند بدون شاخص‌های منزلتی خاص و طبقاتی، محیط‌های شغلی و خانوادگی، در فضایی برابر، عادلانه فرصت همنشینی با دوستان را داشته باشند. یک مکان سوم با تعامل اجتماعی شخصیت می‌یابد. وقتی که مردم با یکدیگر جمع می‌شوند، کنش اجتماعی آنها از غیرفعال به فعال تغییر می‌یابد. تعامل اجتماعی غیرفعال، تجربه مشترکی است که در آن تعامل مستقیم با دیگران صورت نمی‌گیرد. تعامل اجتماعی فعال، در رابطه مستقیم با دیگر مردم است.

در تهران به دلایل متعددی فضای عمومی در چالش امنیت و سلامت و هویت گیر افتاده و مکان‌های سوم این بعد از مساله را در خود مرتفع کرده است درواقع. مقوله مکان‌های سوم شهری به دلیل برخورداری از پتانسیل‌های سرزندگی شهری، هویت فردی و گروهی، حس آرامش و دلبستگی مردم، تعلق داشتن به جمع، فعالیت اجتماعی، جایگاه برابر اقشار و نیل به عدالت اجتماعی فارغ از بی‌عدالتی جنسیتی است. حضور زنان در این فضا جست‌وجوی آن بخش از روابط اجتماعی است که در بستر فضای عمومی گسترده کمتر امکان‌پذیر است و حداقل سخت‌تر است.

گسترش این نوع فضاها برای زنان فرصتی برای بازگشت سرزندگی و بهره‌گیری بیشتر زنان از شهر است. گسترش خاطره جمعی، کارکرد تبادل تجربه، حس سرزندگی، گشایش فرصت‌های تازه برای کسب تجارب عمومی و... جملگی از کارکردهایی است که مکان سوم برای زنان دارد. در واقع مکان‌مند بودن این فضا جدا از فضای اداری و سازمانی با ساختار خاص خود و خانه بدون ساختارهای اختصاصی تصویری متفاوت از حضور است که قادر است بستری برای تجربه امن‌تر از فضای عمومی را برای زنان ایجاد کند.

به عبارت دیگر مکان‌های سوم عرصه‌های عمومی جذابی هستند که به زندگی غیررسمی شهروندان معنا داده، روابط اجتماعی آنها در خارج از زندگی رسمی کاری و خانوادگی را ترمیم نموده و مفهوم تعاملات اجتماعی را از برخوردها و روابط سطحی و زودگذر به پیوندهای اجتماعی قوی‌تر ارتقا می‌دهند. یکی از اندیشمندان به نام اولدنبرگ که روی این فضا کارهای جدی کرده است ویژگی‌های اصلی این مکان را چنین توصیف می‌کند:

بستر خنثی

ایجاد زمینه‌ای امن و مصون، برای برقراری ارتباط با دیگران ناآشنا

همسطح‌کننده

ایجاد بستری برای برابر ساختن تمام اعضا

فعالیت اصلی: مکالمه

ایجاد صحنه‌ای مناسب برای کنش ارتباطی

در دسترس بودن

سهولت دسترسی؛ هم به لحاظ زمانی و هم موقعیت دسترسی

مشتری‌های ثابت

زمینه‌ای مناسب برای ایجاد گروه‌های ثابت اجتماعی

ظاهر ساده

دارا بودن ساختار کالبدی ساده: از بین رفتن اختلافات غنی و فقیر

جدی نبودن جو محیط

وجود زمینه‌ای برای صحبت و تبادل نظر در عین بحث‌های غیرجدی و دوستانه

خانه‌ای دور از خانه

وجود بسترهای مناسب برای شکل‌گیری حمایت اجتماعی

با این نگاه و ویژگی‌ها رویکردهایی که به مکان سوم شده بستری از همدلی را برای زنان تعریف کرده که در بسیاری از مطالعات قابل مشاهده است. در این میان کوهن از شاگردان لوفور فرانسوی استعداد مکان در تولید فضاها در چهار بخش معنا می‌کند که قابل انطباق با مکان سوم است:

۱- فضا موجب ارتباط و هم‌هویتی افراد می‌شود.

۲- فضا مولد نوعی عرصه میان‌ذهنی است.

۳- مکان فضای اجتماعی است که به همراه رمزهایی گروه‌های گوناگون اجتماعی را از هم متمایز می‌کند.

۴- سرانجام فضا تولیدکننده الگوهایی از همبستگی و گسیختگی است.

با این تعریف مکان سوم بستری است که می‌تواند تلفیقی از این موارد را در درون خود داشته باشد که فرآیند اجتماعی‌گرایی و هویت‌بخشی و سرزندگی در شهر را بیشتر معنا کند و راپیان این مکان‌ها با توجه به ویژگی خاص آنها بیشتر زنان هستند. آنان در جست‌وجوی مکانی عمومی و در عین حال بدون هیاهو هستند تا هویت اجتماعی خود را عمق بخشند و از ظرفیت مکان برای نشر اجتماعی شدن بهره ببرند. مکان سوم فرصتی برای شهرها در جهت ارتباط بیشتر شهروندان با شهر است و در این میان زنان می‌توانند آن را به عنوان فرصتی تازه تجربه کنند.

به نظر می‌رسد مدیریت شهری با توجه به اینکه این نوع فضا بیشتر قالب خصوصی دارند با توسعه این نوع فضا در بستر پارک‌ها و بوستان‌ها و پاتوق‌های محلی فرصت‌های بیشتری برای حضور اجتماعی زنان از یک‌سو و سرزندگی و امنیت فضاهای گسترده شهری فراهم کنند. بدیهی است این نوع مکان‌ها ضمن آنکه ظرفیت‌های خاصی برای گسترش ارتباطات اجتماعی دارد بستری برای شکل‌گیری نوع متفاوتی از تجارب است که شاید پیش از این کمتر تجربه شده یا قالب آن متفاوت شده است.

توجه: مطلب مندرج صرفاً دیدگاه نویسنده است و رسانه پرسون در قبال آن هیچ موضعی ندارد.

منبع: اعتماد