

ارزیابی پراکنش مکان‌های سوم در ارتباط با سطوح طبقات اجتماعی مختلف شهر زنجان

الهام داودی^۱ - کارشناس ارشد طراحی شهری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، دانشکده هنر و معماری، گروه شهرسازی، تهران، ایران
آتوسا مدیری - دکترای شهرسازی، استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، دانشکده هنر و معماری، گروه شهرسازی، تهران، ایران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۰۶/۳۱

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۱۲/۱۸

چکیده

در تعریفی که پروفسور الدنبرگ از مکان سوم ارائه می‌دهد، یک مکان سوم عرصه‌ای معرفی شده است که مردم را بدون در نظر گرفتن درجات و طبقات اجتماعی و تفاوت‌های قومی، نژادی و ... گرد هم می‌آورد. این در حالی است که به نظر می‌رسد حضور چنین مکان‌هایی در جامعه ما، خود ارتباط ویژه‌ای با طبقات اجتماعی داشته باشد. به این معنا که سطوح طبقات اجتماعی مختلف، مستعد شکل‌گیری تعداد و البته گونه متفاوتی از مکان‌های سوم هستند. بنابراین پژوهش حاضر بر آن است که به مطالعه ارتباط طبقات اجتماعی شهر زنجان با نحوه پراکنش مکان‌های سوم پرداخته و دلایل آن را مورد بررسی و کاوش قرار دهد. در این راستا، در پژوهش حاضر شهر زنجان که بین دو کلانشهر اصلی ایران قرار گرفته ولی برخلاف آنها از یکپارچگی نسبی اجتماعی برخوردار بوده و همچنین در جریان تحولات اجتماعی سیاسی دهه‌های گذشته، کمترین تغییرات کالبدی و عملکردی را تجربه کرده، به عنوان نمونه مطالعاتی در نظر گرفته شده و داده‌های مورد نیاز با استفاده از روش‌های مصاحبه با متخصصان، پرسشنامه، مصاحبه گروهی متمرکز و مشاهده گردآوری شده و در محیط GIS تحلیل شده‌اند. به صورت کلی باید گفت، روش تحقیق در پژوهش حاضر روش ارزیابی است. نتایج پژوهش نشان می‌دهند، ویژگی‌های خاص هر یک از طبقات اجتماعی، نوع خاصی از روابط و مناسبات اجتماعی را میان اعضای طبقه یاد شده با یکدیگر و با سایر شهروندان تعریف کرده و بدین ترتیب بر نوع و تعداد مکان‌های سوم شکل گرفته، تأثیر مستقیمی می‌گذارد. با توجه به این موضوع، به نظر می‌رسد بتوان با گسترش چنین مکان‌هایی در محدوده‌های کمتر توسعه یافته و محدوده‌هایی که در سطوح طبقاتی پایین‌تر قرار دارند، به تقویت روابط اجتماعی ساکنان هر یک از این محدوده‌ها با یکدیگر و نیز با سایر شهروندان کمک کرد و با فراهم نمودن زمینه ورود افراد از طبقات اجتماعی بالاتر به محدوده‌های کمتر توسعه یافته از طریق ارتقای مکان‌های سوم و به تبع آن اختلاط هر چه بیشتر شهروندان از طبقات اجتماعی مختلف، نابرابری اجتماعی را کاهش داده و بدین ترتیب موجبات ارتقای زندگی اجتماعی عمومی شهر را فراهم آورد.

واژگان کلیدی: ارزیابی، مکان سوم، پراکنش، سطوح طبقات اجتماعی، زنجان.

۸۱

شماره شانزدهم

پاییز ۱۳۹۴

فصلنامه علمی-پژوهشی

مطالعات شهر

ارزیابی پراکنش مکان‌های سوم در ارتباط با سطوح طبقات اجتماعی مختلف شهر زنجان

۱. مقدمه

اتفاق نظر دارند که یکی از پیامدهای اصلی شهر صنعتی امروز، اختلاف طبقاتی موجود میان نواحی و محلات مختلف یک شهر است. گروهی از نظریه‌پردازان این اختلاف را تعارض آمیز و تنش‌زا می‌پندارند و برخی دیگر آن را به عنوان عاملی برای ایجاد صلح اجتماعی می‌دانند. ولی به هرحال مسلم است که این تفاوت‌ها می‌توانند تأثیر بسزایی در مکان‌های سوم تعریف شده در محلات گوناگون و عرصه‌های مختلف شهر داشته باشند. در جدول ۲ خلاصه‌ای از کلیات نظریه هر یک از این اندیشمندان ارائه شده است.

با نگاهی به نظریات متفکران و جامعه‌شناسان مورد بحث، در می‌یابیم که گرچه هریک از آنها با رویکردهای متفاوتی به موضوع تفاوت‌های طبقاتی در سکونتگاه‌های شهری پرداخته‌اند، ولی به اتفاق بر این باورند که نخست این طبقات بر مبنای شاخص‌های اقتصادی، فرهنگی و منزلتی تعریف می‌شوند و دوم تعریف این طبقات در شهر به تقسیم سطوح شهری می‌انجامد.

۳.۲. مکان‌های سوم و زندگی اجتماعی عمومی^۱

مکان سوم عرصه‌ای است که جامعه‌شناس شهری، ری اولدنبرگ، آن را به عنوان یک پناهگاه در مقابل خانه یا محل کار تعریف می‌کند؛ جایی که مردم می‌توانند به صورت منظم به آنجا سر بزنند و با دوستان، همسایه‌ها، همکاران و حتی غریبه‌ها ارتباط برقرار کنند (Mehta and Bosson, 2011:780). وی چنین عنوان می‌دارد که: «مکان‌های سوم چیزی بیش از مکان‌های جمع شدن عمومی غیررسمی نیستند» (Oldenburg, 1997:1). ارزش واقعی مکان‌های سوم صرفاً به زندگی شتاب‌زده، استرس و فشارهای عصبی، یا نیاز به فراغت از فعالیت‌های درآمدزا، ارتباطی ندارد؛ بلکه اهمیت واقعی این مکان‌ها به دلیل تجربه‌ها و ارتباط‌هایی است که تنها در آنجا می‌توانند شکل بگیرند و نه هیچ جای دیگر (Oldenburg, 1999:21).

در جدول ۳ مهم‌ترین ویژگی‌های مکان‌های سوم ارائه شده‌اند. از میان جریان‌های مختلف زندگی جاری در شهرها، زندگی اجتماعی نزدیک‌ترین تعریف را به زندگی جاری در مکان‌های سوم دارد. زندگی اجتماعی بخشی از زندگی افراد است که در کنار دیگران تعریف شده و می‌تواند خصوصی یا عمومی باشد. زندگی اجتماعی خصوصی بخشی از تعاملات و ارتباطات اجتماعی را شامل می‌شود که در حوزه زندگی شخصی افراد روی می‌دهد؛ مثل روابط دوستانه بسیار نزدیک افراد با یکدیگر که می‌تواند زندگی شخصی طرفین را درگیر کند. حال آن‌که زندگی اجتماعی عمومی که در محیط خارج از خانه روی داده، ممکن است به روابط خصوصی‌تر منجر بشود یا نشود (E. Sandelands, 2003). مونتهگومری در تعریف این نوع از زندگی چنین عنوان می‌دارد که: «زندگی اجتماعی عمومی، تعاملات اجتماعی را در بر می‌گیرد که در قلمرو عمومی رخ می‌دهد. مفهوم زندگی اجتماعی عمومی، مفهومی بسیار وسیع‌تر از فضاها یا مکان‌های عمومی در شهر است، اما بیشتر بر مجموعه‌ای از روابط اجتماعی دلالت دارد» (Montgomery, 2006:30).

جاذبه شهر در این است که شهر افراد را از هنجارهایی (باید و

"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. حضور و همچنین عملکرد چنین مکان‌های با ارزشی در شهرهای ایران که به لحاظ بستر اجتماعی-سیاسی و جریان زندگی در شهرها، تفاوت‌های چشمگیری با کشورهای غربی دارند، به عوامل گوناگونی بستگی دارد که یکی از مهم‌ترین آنها طبقات اجتماعی است.

با نگاهی اجمالی به مناطق مختلف شهر می‌توان دریافت که نابرابری‌ها و گاهی تعارض‌های شدیدی (اختلاف‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، اختلاف‌های ناشی از توزیع نابرابر امکانات و...) در میان محلات گوناگون و بخش‌های مختلف آن وجود دارد. پر واضح است که چنین اختلافاتی می‌توانند بستر شکل‌گیری مکان‌های سوم و ویژگی‌های گوناگون و متفاوت باشند. بنابراین در مقاله حاضر در پی یافتن پاسخ به سؤال: "چه ارتباطی میان پراکنش مکان‌های سوم در سطح شهر زنجان و سطوح طبقاتی مختلف آن وجود دارد؟"، ابتدا سطوح طبقاتی و مکان‌های سوم شهر زنجان را استخراج کرده و سپس به مقایسه تحلیل آنها می‌پردازیم.

۲. پیشینه پژوهش

مکان سوم مفهومی نسبتاً جدید است که در دهه ۹۰ مطرح شده و تنها طی چند سال اخیر وارد جامعه شهرسازی کشورمان شده است و همچنان بسیاری با این مفهوم آشنا نیستند. بنابراین منابع و پژوهش‌های اندکی را می‌توان در داخل ایران یافت که به این مفهوم و مشخصاً به ارتباط آن با مفاهیم اجتماعی پرداخته باشد. جدول ۱ خلاصه‌ای از پژوهش‌های داخلی و خارجی مرتبط با مکان سوم (با رویکرد مطالعات اجتماعی) را نشان می‌دهد. تعداد پژوهش‌هایی که ادبیات مکان سوم را در ارتباط با زندگی اجتماعی بررسی می‌کنند، بسیار اندک هستند، اما از میان همین تعداد اندک نیز نگارنده موفق به یافتن پژوهشی که این مکان‌ها را در ارتباط با طبقات اجتماعی تحلیل کند، یافت نکرده است. در حالی که نیاز به انجام چنین پژوهشی در بسیاری از جوامع امروزی که نابرابری‌های اجتماعی را تجربه می‌کنند و به خصوص در جامعه ما که در تعداد قابل توجهی از موارد این نابرابری‌ها منجر به جدایی‌گزینی اجتماعی شده‌اند، احساس می‌شود.

۳. ادبیات موضوع

مهم‌ترین مفاهیمی که بایستی در ابتدا به آنها پرداخته شود، گروه‌های اجتماعی و مکان‌های سوم هستند.

۳.۱. طبقات اجتماعی مرتبط با مکان‌های سوم

نظریه‌پردازان بسیاری درباره گروه‌ها و طبقات اجتماعی و تأثیر آنها بر ساختار شهرها و چگونگی تقسیم قدرت و تقسیم کار اجتماعی سخن رانده‌اند و اکثریت قریب به اتفاق آنها در این مورد

1 Third Place

2 Public Social Life

جدول شماره ۱: پیشینه پژوهش

سال	عنوان پژوهش	نویسنده (ها)	هدف از انجام پژوهش	نتیجه‌گیری
۱۳۹۲	تبدیل فضای گمشده به مکان سوم (مطالعه موردی: مادی نیاصرم اصفهان)	سید یوسف احمدی و طلا دینانی	بازشناسی مادی به عنوان یک فضای شهری و سپس ارتقای سطح کیفی فضا به منظور ترویج حرکت پیاده و تبدیل آن به مکان سوم.	زنده‌سازی و احیای فضاهای گمشده شهری به عنوان مکان سوم، بستر مناسب را برای رویدادهای شهری و تعاملات اجتماعی به وجود می‌آورد. این فضاها با قابلیت احیا و پتانسیل مستقر در آن توان تبدیل به فضاهای زنده و پویا را دارند و در نهایت با گذر زمان از فضا به مکان تبدیل خواهند شد.
۱۳۹۳	مکان سوم؛ نیازی اجتماعی برای شهر	نرجس محبوب جلالی و محمود قلعه نویی	بررسی و شناسایی مکان‌های سوم در شهرهای ایران از گذشته تاکنون، ویژگی‌های آنها، شاخصه‌های مؤثر بر تعاملات اجتماعی در آنها و کارکرد اجتماعی آنها برای اشخاص و جمع‌هایی که از این مکان‌ها استفاده می‌نمایند.	وجود مکان‌های سوم در شهرها و به خصوص محلات آنها با شرایط دسترسی مطلوب، فواید متعددی داشته که برخی از آنها عبارتند از: بهره‌گیری از تجربیات دیگران، ایجاد حس تعلق به مکان، ایجاد امنیت، برقراری روابط دوستی، کاهش هزینه‌ها، افزایش اطلاعات و بسیاری موارد دیگر که شاید بتوان مهم‌ترین آن را افزایش روابط اجتماعی به عنوان یکی از نیازهای انسانی برشمرد.
۱۳۹۳	نقش مکان‌های سوم شهری در بهبود تعاملات اجتماعی	سید محمود تقوی سنگدهی و عباس ترکاشوند	معرفی و بررسی این مکان‌های سوم در شهر بیرداز و ویژگی‌های این فضاهای عمومی را بیان کند.	مکان‌های سوم به دلیل دارا بودن ویژگی‌های منحصر به فرد اجتماعی، از سویی بر تعاملات اجتماعی استفاده‌کنندگان تأثیر مثبت می‌گذارد و از سویی دیگر تأثیر مستقیمی بر شکل‌گیری فرهنگ شهری دارد.
۲۰۱۰	مکان‌های سوم و زندگی اجتماعی خیابان‌ها	ویکاس متا و جنیفر کی بوسن	پاسخ به این سؤال: چگونه ویژگی‌های طراحی شهری، واحدهای تجاری که نقش مکان سوم را دارا هستند را از سایر واحدهای تجاری موجود در خیابان متمایز می‌سازد (نمونه موردی: سه شهر در ماساچوست).	مکان‌های سوم با مفاهیمی همچون تخصص، قابلیت بازشناسی و نفوذپذیری خیابان ارتباط نزدیکی دارد و عناصر خاصی از طراحی شهری، مانند محل‌های نشستن و ساباط‌ها، کنش‌های اجتماعی در خیابان‌های اصلی را همراهی می‌کند.
۱۰۱۰	شالوده محله، مکان‌های سوم و الگوهای تعاملات اجتماعی	مرکز CRESR دانشگاه شفیلدهام انگلستان (ولز)	بررسی رابطه میان شالوده محلات و کنش‌های اجتماعی (نمونه موردی: شش منطقه پژوهشی در انگلستان، اسکاتلند و ولز)	ارائه نتایج منسجمی از عملکرد اجتماعی مکان‌های عمومی همچون مغازه‌های محلی، میخانه‌ها، کافه‌ها و مراکز اجتماعی و حوزه نفوذ هر یک از آنها.
۲۰۰۰	نقش مکان‌های سوم در کاهش خستگی روحی	جیلیانسی سوئینی و مارک روزنهام	بررسی نقش مکان‌های سوم (کافه‌ها و ورزشگاه‌ها) در کاهش ناراحتی‌های روحی تئوری جلب توجه کاپلان و مکان سوم اولدنبرگ.	مکان‌های سوم دارای ویژگی‌هایی هستند که زنجورگی‌های روحی را کاهش می‌دهند.
۲۰۰۹	نقش مکان سوم در سلامت و تندرستی جامعه	پاتریشیا مانوئل	کشف آن دسته از مکان‌های غیررسمی در محلات که مردم را در کنار یکدیگر جمع می‌کنند؛ و تبیین اهمیت چنین مکان‌هایی در تجربه ما از زندگی جمعی.	ارائه چند دیدگاه در مورد کیفیت‌های فیزیکی و تجربه‌های اجتماعی مکان‌های سوم که در ادبیات موضوع بدان پرداخته نشده است، و تبیین تمامی مباحث مطرح شده در ارتباط با سلامت جامعه و تندرستی.
۲۰۱۰	نقش مکان‌های سوم در تسهیل تبادلات فرهنگی دانشجویان بین‌المللی در آمریکا	چونجی سان	آزمون نقش مکان‌های سوم، در تسهیل تبادلات فرهنگی برای دانشجویان بین‌المللی آمریکا.	دانشجویان بین‌المللی که به دلایل مختلفی همچون موانع زبانی، مشکلات آکادمیکی و شوک فرهنگی ناشی از جابجایی رنج می‌کشند، می‌توانند از طریق مکان‌های سوم حمایت اجتماعی لازم را برای کمک به تبادلات فرهنگی شان، به دست آورند.

مأخذ: Mehta, Sangdehi, M. T. & Tarkashvand, A. (2014), Jalali, N. M. & Ghalenoe, M. (2014), Ahmadi, Y. & Diyanati, T. (2013), Sun, C. (2010) و Manuel, P (2009), C. Sweeney, J & Rosenbaum M (2000), Hickman, P. (2010), V., & Bosson, J. K. (2010)

جدول شماره ۲: جمع‌بندی نظریات اندیشمندان در حوزه طبقات اجتماعی

نظریه پرداز	نظریه	پایه‌های اصلی نظریه
ماکس وبر	پدیده‌های سه گانه توزیع قدرت در درون اجتماع	۱. طبقات • بحث اصلی: مالکیت یا ثروت تولیدی و عدم مالکیت. • گروه‌های تشکیل دهنده طبقات: گروه‌هایی که فرصت‌هایشان در بازار کار و امکانات زندگیشان تا حد زیادی مشابه است. • عدم صورت‌بندی مدلی واضح و نظام‌مند از طبقه و استفاده از طبقات مارکس: آریستوکراسی، طبقه دهقان، بورژوازی و پرولتاریا. • تأکید بر امکان ایجاد ساخت‌های اجتماعی، بر مبنای تقسیمات نژادی و فرهنگی: احساس هویت "محلی" (امکان شکل‌گیری ساخت طبقاتی هم بر مبنای پول، هم عوامل فرهنگی). ۲. گروه‌های منزلتی • مهم‌ترین مثال گروه‌های منزلتی: تقسیمات محلی. • وجود احساسی نیرومند از هویت مشترک و مرزهای اجتماعی که آنها را از دیگران متمایز می‌سازد. ۳. احزاب
رابرت ازرا پارک	تأثیر توزیع محلی جمعیت بر تطور سازمان اجتماعی	- مطالعه جماعت‌های نژادی و مناطق تمایز یافته شهری با استفاده از موارد زیر: • عناصر تشکیل دهنده این گروه‌ها. • گزینشی یا غیر گزینشی بودن آنها. • نحوه ورود و خروج افراد به این گروه‌ها. • ثبات و تداوم نسبی. • سن، جنسیت و شرایط اجتماعی اعضا. • شرایط کودکان. • تاریخچه همسایگی‌ها. • احساس‌ها و باورهای اعضا و الگوهایی که از آنها تبعیت می‌کنند. • مناسک اجتماعی. • رهبران گروه.
ارنستبرگس	تقسیم فضایی شهر	- جای‌گیری افراد در شهر بر اساس تقسیم اقتصادی مشاغل، طبقات اجتماعی و گروه‌های فرهنگی. - بررسی شیکاگو به عنوان مجموعه‌ای تکمیل شده از پهنه‌های متفاوت.
ویلیام لوییدرانر	الگوی گونه‌شناسی و طبقه‌بندی جامعه شهری	- در نظر گرفتن هویت اجتماعی، سبک زندگی و حیثیت اجتماعی به عنوان شاخص‌های قشریندی اجتماعی (شاخص‌های اقتصادی و شهرت اجتماعی). - در نظر گرفتن طبقات به عنوان عاملی برای صلح اجتماعی و ایجاد کننده احساس امنیت و آرامش. - در نظر گرفتن الگوی قشریندی اجتماعی در قالب شش طبقه: • طبقه بالای بالایی (بورژوازی موروثی و بزرگ سنتی). • طبقه بالای پایینی (ثروتمندان نو کبسه). • طبقه میانی بالایی (طبقه میانی، مرفه و فعال). • طبقه میانی پایینی (خرده بورژوازی). • طبقه پایین بالایی (کارگر ماهر). • طبقه پایین پایینی.

مأخذ: Warner, 1963 و Wirth, 1938 و Park, 1974 و Weber, 1978 و Fakuhi, N. (2004)

جدول شماره ۳: جمع‌بندی ویژگی‌های عمومی مکان‌های سوم

بسترختنی	• ایجاد زمینه‌ای امن و مصون، برای برقراری ارتباط با دیگران ناآشنا.
هم سطح کننده	• ایجاد بستری برای برابر ساختن تمام اعضا.
فعالیت اصلی: مکالمه	• ایجاد صحنه‌ای مناسب برای کنش ارتباطی (متمرکز).
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 اختلاف 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.

منبع: نگارنده بر اساس Oldenburg, 1997

انتخابی می دهند؛ که از آنها، سطوح مختلفی از فعالیت های اجتماعی می توانند پدیدار شوند. در آخر مکان های خوب، جریان پویای دیدن، دیده شدن و ملاقات خود را به وجود می آورند (Montgomery, 2006:31).

۴. روش شناسی پژوهش

روش پژوهش حاضر، روش ارزیابی است. داده های مورد نیاز برای انجام پژوهش حاضر از هر دو نوع کمی و کیفی بوده و جمع آوری آنها در مقیاس شهر صورت پذیرفته است. با استفاده از روش های مصاحبه با متخصصان و پرسشنامه، شاخص های دسته بندی سطوح طبقاتی استخراج گردیده و با توجه به این شاخص ها، در نرم افزار GIS سطوح یاد شده در شهر شناسایی شده اند. با به کارگیری روش مصاحبه گروهی متمرکز و مشاهده نیز، مکان های سوم در سطح شهر شناسایی شده، با استفاده از ماتریس های ارزیابی نهایی شده و سپس در محیط GIS نحوه پراکنش مکانی آنها در سطوح طبقاتی مختلف مشخص شده است. جزئیات روش شناسی پژوهش در جدول ۴ قابل مشاهده است.

۵. یافته های پژوهش

ابتدا تمامی داده های مورد نیاز برای پهنه بندی طبقاتی شهر استخراج و در قالب نقشه هایی ارائه شده اند، سپس مکان های سوم شهر استخراج شده، نحوه پراکنش آنها در این سطوح، نمایش داده شده است.

نباید هایی) که شدیداً در فضای شخصی احساس می شوند، آزاد می سازد و به مردم اجازه می دهد که درباره خود و دیگران بیاموزند. البته مهم است که به یاد داشته باشیم که این تنها یک "مکان" است. زیرا یک فرد می تواند انتخاب کند که در یک مکان عمومی خلوت کند یا با دیگران درآمیزد. این "انتخاب" توسط موجودیت قلمرو همگانی امکان پذیر می شود. زندگی اجتماعی عمومی در حقیقت تماماً در مورد لطافت و زیبایی زندگی روزمره در اجتماع است: ملاقات کردن، سلام و احوال پرسی کردن، جویا شدن از احوال افراد خانواده و آشنایان، بحث در مورد وقایع محلی و مسائل روز (Montgomery, 2006:30). در این میان مکان های سوم که یکی از مهم ترین انواع مکان های جمع شدن عمومی شهرها محسوب می شوند، پتانسیل بالایی به منظور محتمل تر ساختن این "انتخاب" داشته و به واسطه ویژگی های خاصشان تأثیر قابل توجهی بر زندگی اجتماعی عمومی شهروندان دارند.

کلید موفقیت زندگی اجتماعی عمومی این است که مردم در جاهایی که احساس راحتی می کنند، ایمن هستند و زمانی برای گذران اوقات خود دارند، به صورت مداوم فعالیت های ضروری (فعالیت هایی که ملزم به انجام آنها هستند) خود را با فعالیت های انتخابی (فعالیت هایی که از انجام آنها لذت می برند) جایگزین کنند. پس از مدتی، نه الزاماً در همه موارد بلکه در بیشتر آنها، مردم در فعالیت های اجتماعی درگیر می شوند (Montgomery, 2006:31). در یک فضای عمومی خوب همچون یک مکان سوم، فعالیت های ضروری به سرعت جای خود را به فعالیت های

جدول شماره ۴: تکنیک های گردآوری و تحلیل داده ها

روش تحلیل	سطح اندازه گیری	روش جمع آوری	داده های مورد نیاز	مکان های سوم شهر زنجان کدامند؟
توصیفی استنباطی (تکنیک تحلیل فضایی، با استفاده از نرم افزار GIS)	اسمی	مصاحبه گروهی متمرکز / مشاهده	استخراج کلیه مکان های سوم	
- استفاده از Excel و GIS برای پیاده سازی داده ها - Overlay نقشه های خروجی با استفاده از Photo Shop	اولیه: عددی نهایی: رتبه ای	مصاحبه با متخصصان (نمونه گیری تصادفی لایه دار)	قیمت	چه ارتباطی میان پراکنش مکان های سوم در سطوح طبقاتی مختلف آن وجود دارد؟
	اولیه: عددی نهایی: رتبه ای	داده های رایانه ای	اندازه قطعات	
	اسمی	داده های رایانه ای	نوع بافت	
	رتبه ای	پرسشنامه (نمونه گیری تصادفی لایه دار)	میزان مطلوبیت	
	اسمی	داده های رایانه ای	اسکان غیر رسمی	
- نقشه تراکم GIS	عددی	مصاحبه گروهی متمرکز	گام دوم: گردآوری داده های مربوط به مکان های سوم کل شهر	
- ماتریس گزینش - ماتریس امتیازدهی	رتبه ای	مشاهده بدون مشارکت / مصاحبه های نیمه استاندارد	گام سوم: تطبیق مکان های سوم	گام سوم: تطبیق مکان های سوم
			انطباق با ماتریس اول	

۵.۱. پهنه‌بندی سطح شهر به لحاظ طبقاتی

به منظور سطح‌بندی شهر، نظریات متفکران و جامعه‌شناسان گوناگون مورد بررسی و تحلیل قرار گرفتند، ولی در هیچ کدام به معیارهای کمی و قابل اندازه‌گیری که بتوان در محیطی همچون یک شهر ایرانی اسلامی مورد آزمون قرار داد، پرداخته نشده بود. با این وجود، تئوری‌ها و دیدگاه‌های وارنر به دلیل این‌که نخست طبقه‌بندی وی صرفاً به شاخص‌های اقتصادی بر نمی‌گردد بلکه او برای این کار مینا را «شهرت اجتماعی» قرار می‌دهد و دوم وی برخلاف جامعه‌شناسان دیگر لزوماً سطوح شهری را پایه و اساس یک تضاد طبقاتی و تنش‌آفرین نمی‌داند، بلکه بر این باور است که این سطوح می‌توانند عاملی برای صلح اجتماعی باشند. او شاخص‌های سبک زندگی، حیثیت و هویت اجتماعی را مهم می‌داند. بنابراین در پژوهش حاضر تلاش بر این بوده است که معیارهایی کمی، قابل اندازه‌گیری و توجیه‌پذیر استخراج شود؛ معیارهایی که نمایانگر و معرف شاخص‌های وارنر باشند. در نتیجه به منظور تقسیم شهر به سه گروه مجزا برای انتخاب فضاهای شهری مناسب مطالعه، فاکتورهای جدول ۵ در نظر گرفته شد: هر یک از معیارهای ارائه شده به ترتیب نقشه‌های (۱،۲،۳،۴،۵) بررسی شده و نتایج حاصل ارائه شده‌اند:

در مرحله ارزیابی هر یک از پلان‌ها، با توجه به ضرایب در نظر گرفته شده، overlay شده و به این ترتیب نقشه شماره ۶ استخراج شد. نقشه شماره ۷ نیز خروجی نهایی کار است. همان‌گونه که مشاهده می‌شود، تعداد محله‌هایی که در حوزه نخست قرار دارند، بسیار انگشت شمارند و سایر محلات به طور نسبتاً مساوی میان سطوح دوم و سوم تقسیم شده‌اند.

۵.۲. استخراج مکان‌های سوم

برای شناسایی قطعی مکان‌های سوم باید توجه داشت که این مکان‌ها، ابتدا باید با مشخصات کلی یک مکان سوم همسو بوده و پس از آن بایستی حداقلی از پتانسیل‌های اجتماعی را دارا باشند تا بتوان آنها را در یک جامعه محلی ایرانی، مکان سوم دانست. بنابراین در ابتدا کلیه مکان‌های سوم شهر زنجان با استفاده از روش مصاحبه گروهی متمرکز استخراج شده و سپس با استفاده از دو ماتریس گزینشی تدقیق شدند.

در ماتریس گزینشی نخست، نزدیک‌ترین ویژگی‌های مکان‌های سوم به زندگی اجتماعی عمومی شامل ۱. مکالمه به عنوان فعالیت اصلی، ۲. وجود بستری خنثی، ۳. عمل کردن به عنوان یک هم‌سطح کننده و نهایتاً ۴. وجود حمایت روانی در این مکان‌ها هستند (ضریب اثرگذاری ۳). چرا که از یک سو مکالمه متضمن کنش متقابل ارتباطی قوی بوده و از سوی دیگر بستر خنثی و هم‌سطح کننده بودن این مکان‌ها ضامن حضور گروه‌های مختلف اجتماعی است. وجود حمایت روانی نیز حضور این گروه‌ها را تثبیت کرده و روابط اجتماعی را مستحکم‌تر می‌کند. پس از چهار مورد فوق، ۵. وجود مشتری‌های ثابت در اولویت دوم (ضریب اثرگذاری ۲) قرار می‌گیرد. چرا که مطابق گفته‌های اولدنبگ اطمینان از این‌که حتماً عضو ثابتی در آنجا حضور خواهد داشت، تمایل افراد به مراجعه به این مکان‌ها را افزایش می‌دهد. از سوی دیگر مکانی می‌تواند به عنوان مکان سومی کارآمد عمل کند که بیشتر قوانین عرفی آن، توسط مراجعان ثابت (مشتری‌های ثابت) تدوین شده باشد نه مالک حقوقی آن. در نهایت اولویت آخر (ضریب اثرگذاری ۱) مربوط به ۶. در دسترس بودن، ۷. برخورداری

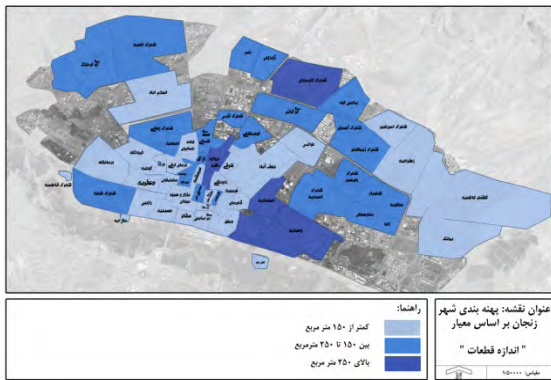
جدول شماره ۵: شاخص‌ها و معیارهای سطوح طبقاتی

شاخص	معیار	شاخص	ضریب
	قیمت هر متر واحد مسکونی	بیش از ۳۰ میلیون ریال: ۱ بین ۲۰ تا ۳۰ میلیون ریال: ۲ کمتر از ۲۰ میلیون ریال: ۳	۳
	اندازه قطعات	بالای ۲۵۰ متر: ۱ بین ۱۵۰ تا ۲۵۰ متر: ۲ کمتر از ۱۵۰ متر: ۳	۲
	نوع بافت	طراحی شده: ۲ ارگانیک: ۳	۲
	میزان مطلوبیت محدوده‌های مسکونی از دید شهروندان: اطلاعات حاصل از پرسشنامه‌ها ^۳	محدوده‌های مطلوب: ۱ محدوده‌های بی تفاوت: ۲ محدوده‌های نامطلوب: ۳	۳
	اسکان غیررسمی	با تأثیر منفی	۳

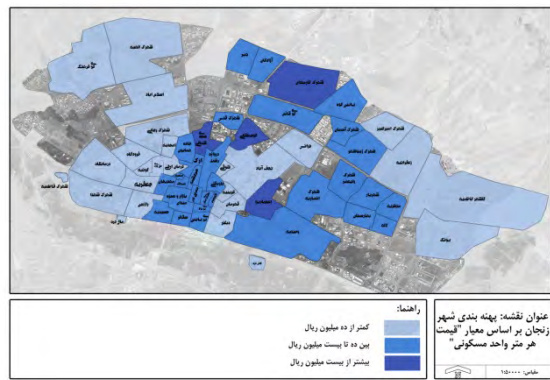
۱ تلاش زیادی در راستای گردآوری اطلاعات و داده‌های رسمی از طریق مراجع و سازمان‌های ذی‌ربط صورت گرفت. ولی عدم همکاری سازمان‌های مربوطه (به بهانه محرمانه بودن اطلاعات، در دسترس نبودن آنها و ...) موجب شد، نگارنده به داده‌های قابل استخراج از منابع جایگزین (همچون نقشه‌های GIS)، بسنده کند.

۲ که اولدنبگ از آن با عنوان "خانه‌ای دور از خانه" یاد کرده است.

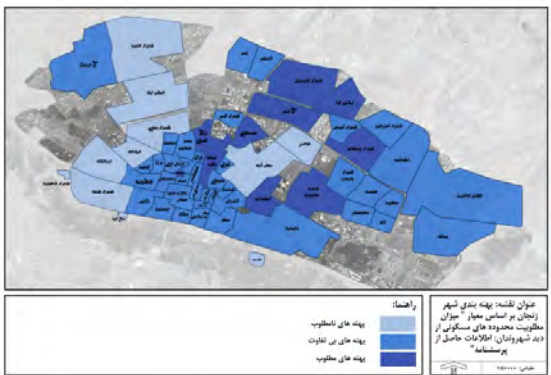
۳ پرسشنامه یاد شده، پیوست شده است.



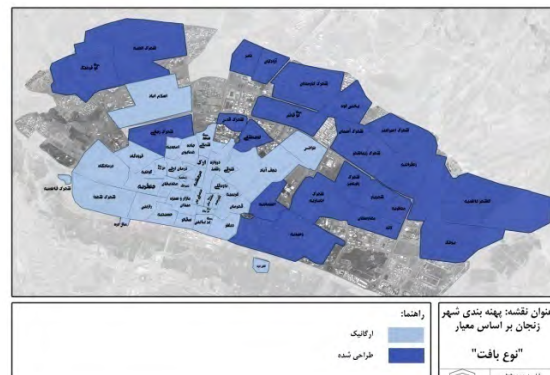
نقشه شماره ۲: پلان و چارت مربوط به معیار "اندازه قطعات"



نقشه ۱: پلان و چارت مربوط به معیار "قیمت هر متر واحد مسکونی"



نقشه ۴: پلان مربوط به معیار "میزان مطلوبیت محدوده های مسکونی از دید شهروندان: اطلاعات حاصل از پرسشنامه"



نقشه ۳: پلان و چارت مربوط به معیار "نوع بافت"

۸۷

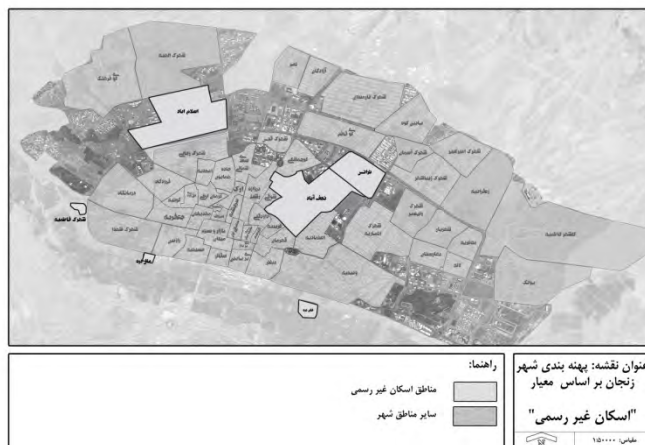
شماره شانزدهم

پاییز ۱۳۹۴

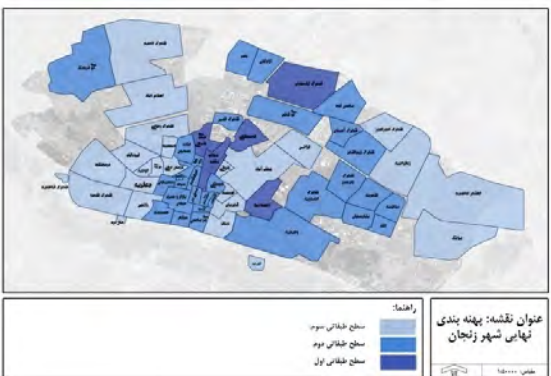
فصلنامه علمی-پژوهشی

مطالعات شهر

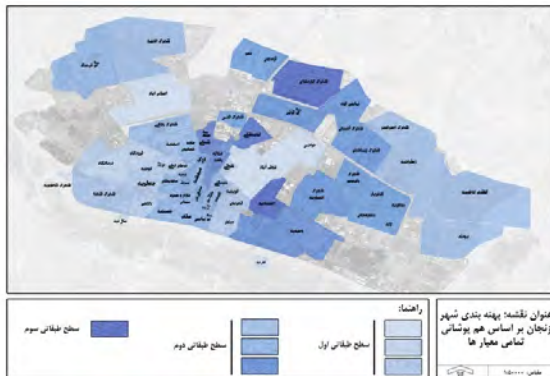
ارزیابی پراکندگی مکان های سوم در ارتباط با سطوح طبقات اجتماعی مختلف شهر زنجان



نقشه ۵: پلان مربوط به معیار "اسکان غیر رسمی"



نقشه ۷: پلان مربوط به پهنه بندی نهایی شهر

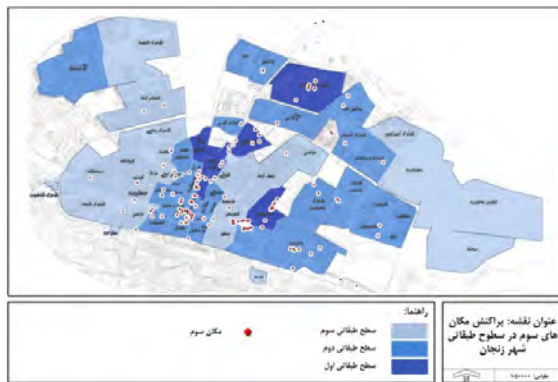


نقشه ۶: پلان مربوط به هم پوشانی پلان خروجی هریک از معیارها

بسیاری در کیفیت زندگی اجتماعی جاری در مکان‌های سوم داشته، اولویت آخر (ضریب اثرگذاری ۱) را دارا هستند. نهایتاً امتیاز هرکدام از عملکردها در ماتریس امتیازدهی قرار گرفت و با اعمال ضریب ۱ به امتیاز مستخرج از ماتریس نخست و اعمال ضریب ۲ به امتیاز مستخرج از ماتریس دوم، امتیاز نهایی هر یک محاسبه گردید. تمام عملکردهایی که امتیازی بالاتر از ۳۰ کسب کردند، جزو مکان‌های سوم در نظر گرفته شدند و آنهایی که امتیاز حد نصاب را کسب نکردند، از لیست مکان‌های سوم حذف گردیدند^۱.

نقشه شماره ۸ نحوه پراکنش این مکان‌ها (۱۳۰ مورد) در سطح شهر و پلان ۹،۱ نحوه پراکنش آنها در سه سطح تعریف شده را نمایش می‌دهند. از مجموع این دو پلان، چند نکته را می‌توان دریافت:

- ✓ تراکم این مکان‌ها در مرکز شهر (بازار و خیابان سعدی وسط به عنوان مهم‌ترین خیابان تجاری شهر) بسیار بیشتر از سایر نقاط شهر است.
- ✓ تراکم این مکان‌ها در نیمه شرقی شهر بیشتر از نیمه غربی آن است.
- ✓ تراکم این مکان‌ها در محلات قرار گرفته در سطح نخست (به جز محله سعدی شمالی)، بیش از سطوح دوم و سوم است.
- ✓ بافت‌های نوساز شمال شرق و شرق زنجان (شهرک‌های نوساز: امیرکبیر، گلشهرکازمیه، زعفرانیه، شهریار، منظریه و لاله) عاری از این مکان‌ها هستند.
- ✓ بافت‌های ضعیف و مسئله‌دار غرب زنجان (مثل محلات: درمان ارخی، گونیه، حق وردی و ...) تعداد بسیار اندکی از مکان‌های سوم^۲ را در خود جا داده‌اند.



نقشه ۹: پراکنش مکان‌های سوم در سطوح تعریف شده

۱ دلیل انتخاب امتیاز ۳۰ به عنوان حد نصاب، این بود که کمترین امتیاز ۰ و بیشترین آن ۵۹ بوده است. بنابراین نصف این امتیاز به عنوان حد نصاب در نظر گرفته شد.

۲ بیشتر مکان‌های سوم این محلات، شامل مساجد و قهوه‌خانه‌ها می‌شود.

از ظاهری ساده و ۸. جدی نبودن جو محیط است. این سه ویژگی نیز مسلماً جزو ویژگی‌های برجسته یک مکان سوم هستند. ولی در مقابل موارد دیگر تأثیر کمتری در جریان زندگی اجتماعی عمومی دارند. مثلاً در مورد در دسترس بودن باید گفت همه واحدهای نام برده شده، به لحاظ جغرافیایی در دسترس هستند و تنها به لحاظ زمانی (در طول ساعات مختلف شبانه‌روز) اندکی با یکدیگر تفاوت دارند. یا در مورد جدی نبودن جو محیط باید گفت اکثریت قریب به اتفاق این مکان‌ها جوی غیررسمی و غیرجدی دارند، بنابراین نمی‌توان تفاوت بارزی میان آنها یافت. در مورد ظاهر این مکان‌ها نیز باید گفت گاهی مکان‌هایی با ظاهر نه چندان ساده، می‌توانند عملکردی مناسب داشته باشند. در نتیجه این ویژگی نیز همچون دو ویژگی دیگر عنوان شده، در اولویت آخر قرار می‌گیرد.

در ماتریس گزینشی دوم به یک سری معیارهای اجتماعی کلی پرداخته شده تا بتوان نحوه عملکرد و تأثیرگذاری اجتماعی مکان را ارزیابی کرد. در این ماتریس اولویت نخست (ضریب اثرگذاری ۳) با ۱. رویدادهای جمعی، ۲. حمایت اجتماعی، ۳. گروه‌های همیاری و ۴. امکان مشارکت مراجعان است. زیرا هر چهار ویژگی یاد شده، می‌توانند مهم‌ترین پایه‌های احساس افراد مبنی بر ارزش شمرده شدن توسط جامعه و در نتیجه استقبال بیشتر آنها از گذران وقت در کنار دیگران باشند که هدف غایی یک مکان سوم کارآمد است. اولویت دوم (ضریب اثرگذاری ۲) مربوط به ۵. وجود زمینه‌ای برای ایجاد گفتگوی جمعی، ۶. ارتباط بین مشتری‌های ثابت و غیرثابت و ۷. وجود کنش‌های نیمه متمرکز است. هر سه مورد نمایانگر حضور یا فقدان ارتباطات اجتماعی ارزشمند هستند. ۸. فضاهای تعریف شده مکث و ۹. وجود گزینه‌های مختلف قرارگیری مراجعان در کنار هم، دو گزاره‌ای هستند که به برخوردها و فضاهای شخصی اشاره دارند. در نهایت ۱۰. زمینه ایجاد فریادهای واکنشی نیز تأثیر



نقشه ۸: پراکنش مکان‌های سوم در سطح شهر

۶. نتیجه‌گیری

یک سکونتگاه شهری، عرصه‌ای همگون و دارای ویژگی‌های اجتماعی یکنواخت نیست. شاخص‌های اقتصادی و همچنین حیثیت اجتماعی (گروه‌های منزلتی) از جمله عواملی هستند که موجب تفکیک سطوح شهری شده و طبقات اجتماعی را به وجود می‌آورند. هر یک از این سطوح طبقاتی، دارای ویژگی‌ها و مشخصه‌های معینی هستند که بر نحوه پراکنش مکان‌های سوم و چگونگی اثرگذاری آنها بر زندگی اجتماعی عمومی تأثیر می‌گذارند. این حقیقت موجب مطرح شدن این سؤال می‌شود که چه ارتباطی میان پراکنش مکان‌های سوم و سطوح طبقاتی شهر زنجان وجود دارد؟ با مطالعات، ارزیابی‌ها و تحلیل‌های صورت گرفته، مشخص شد که سطوح طبقاتی بالاتر، دارای مکان‌های سوم متراکم‌تری هستند.

مطابق نقشه شماره ۹، بیشترین تراکم مربوط به محدوده مرکزی شهر و بولوار آزادی می‌شود. با توجه به این حقیقت که زنجان شهری تک‌هسته‌ای است و محدوده خیابان سعدی و بازار به عنوان تنها مرکز شهری آن، همواره پذیرای خیل عظیمی از مراجعانی هستند که به قصد تفرج و گذران اوقات فراغت بدان مراجعه می‌نمایند و از سویی دیگر به لحاظ جمعیتی، شهری نسبتاً همگون است؛ به طوری که آمیختگی قومی-نژادی چندانی در آن به چشم نمی‌خورد. بنابراین محدوده مرکزی این شهر تعداد قابل توجهی از مکان‌های سوم را در دل خود جا داده است.

پس از محدوده مرکزی، اعتمادیه، کوچه مشکی و شهرک کارمندان، سه محله از سطح طبقاتی نخست هستند که بیشترین مکان‌های سوم را در خود جا داده‌اند. البته باید در مورد محله سعدی شمالی گفت که این محله با قرار گرفتن در مجاورت خیابان سعدی شمالی، تمام نیازهای اهالی را توسط این خیابان شهری، مرتفع ساخته، در نتیجه در داخل این محله، مکان سوم قابل توجهی نمی‌توان یافت.

مهم‌ترین دلیل تراکم مکان‌های سوم در سطوح طبقاتی بالا، جذابیت بالای این محدوده‌ها برای عابران پیاده (افرادی از نقاط مختلف شهر و نه تنها از اهالی خود محله) است. نخست در این محلات عملکردهای خاصی وجود دارد که جاذب قشر مشخصی از افراد جامعه است. مثلاً در هر سه محله دست‌کم یک واحد دانشگاهی وجود دارد. مسلماً وجود چنین عملکردهایی در یک محله مسکونی، موجب جذب واحدهای تجاری خاصی خواهند شد. محلات عنوان شده نیز از این قاعده مستثنی نبوده، انواع واحدهای تجاری، از مغازه‌های خدمات کامپیوتری و فروش کتاب تا مغازه‌های فست‌فود و کافی‌شاپ و حتی فروشگاه‌های لباس و غیره را به خود جذب کرده‌اند. این موضوع در کنار منزلت اجتماعی و البته اقتصادی بالای ساکنان (اغلب ساکنان این محله جزو بازاریان صاحب‌نام هستند) بستری را فراهم آورده است که تأسیس مکان‌های تجاری جاذب، توجیه اقتصادی بالایی داشته باشد. در کنار این موضوع، حس تعلق بالای ساکنان به محل زندگی خویش و علاقه آنها به رونق بخشی به مراکز جمع‌شدن عمومی در این محلات، موجب شده است، بخش قابل توجهی از واحدهای

تجاری یاد شده، به مکان‌های سوم تبدیل شوند. مکان‌های سوم این محلات در ظاهر پذیرای تمامی مراجعان، از مراجعان کاملاً بیگانه که تنها به قصد تحصیل به شهر مراجعه کرده‌اند تا افرادی از سایر نقاط شهر و البته محلات اطراف هستند، ولی مالک حقیقی آنها ساکنان محله و اعضای جامعه محلی هستند که با روابط همسایگی قوی، هنجارها و قوانین تعریف شده در میان خود را حاکم بر این مکان‌ها و تمام کسانی که از آنها استفاده می‌کنند، می‌دانند.

در مقابل تراکم بسیار کمتری از مکان‌های سوم را می‌توان در محلاتی که در سطوح دوم قرار دارند، مشاهده کرد. در این محلات عملکردهای ویژه جاذب بسیار کمتر است. بیشتر مکان‌های سوم این محلات از جنس مساجد، سالن‌های ورزشی و زیبایی و در مواردی نادر، واحدهای تجاری خردمقیاسی همچون مغازه ساندویچ‌فروشی یا کافی‌شاپ است^۱. البته انسجام اعضای جامعه محلی از محلات سطوح نخست بیشتر است و روابط همسایگی مستحکم‌تری را می‌توان میان ساکنان مشاهده کرد. این به معنی پتانسیل بالای این محله‌ها برای داشتن مکان‌های سوم کارآمد است. ولی با این وجود به نظر می‌رسد تنها عملکردی که واقعاً به عنوان مکان سوم عمل کرده و اعضای جامعه محلی را به واقع گردهم می‌آورد، مساجد محلی باشد.

سطوح طبقاتی پایین، محلاتی هستند که دست‌کم تراکم مکان‌های سوم در آنها مشاهده می‌شود. بیشتر محلات این سطح در نیمه غربی شهر، جزو بافت‌های فقیرنشین و مسئله‌دار شهری محسوب می‌شوند و بیشتر آنها در نیمه شرقی، جزو بافت‌های نوسازی معاصر هستند.

بافت‌های مسئله‌دار که اسکان غیر رسمی را نیز شامل می‌شوند، محله‌های مهاجرنشین‌اند که غالباً همبستگی اجتماعی بالایی در درون آنها به چشم می‌خورد. گرچه مکان‌های سوم در این محدوده‌ها تنها به مساجد محلی و در برخی موارد به قهوه‌خانه‌ای کوچک محدود می‌شود، ولی ساکنان این محلات علاقه زیادی به گردهم آمدن و گفتگوی جمعی دارند، بنابراین هر نقطه‌ای می‌تواند برای آنها حکم یک مکان سوم را داشته باشد. با قدم زدن در داخل این محلات می‌توان مشاهده کرد که سرهرگذری، مقابل کوچک‌ترین واحد تجاری ممکن همچون مغازه خواروبار فروشی، مقابل در ورودی منازل و ...، همواره عده‌ای دور هم جمع شده و مشغول گفتگو هستند. در حالی که این موضوع به هیچ عنوان در مورد نیمه دیگر صدق نمی‌کند. ولی با این وجود، در اکثریت قریب به اتفاق موارد، جریان زندگی تنها در داخل خود مجموعه و در میان هم‌محله‌ای‌هاست. در برخی موارد ارتباط میان افراد داخل یک محله با محلات اطراف و در کل با دیگر شهروندان قطع شده است. این جدایی اجتماعی ماحصل فقدان عرصه‌هایی است که

۱ فست‌فودها، رستوران‌ها، کافی‌شاپ‌ها و مکان‌های سوم دیگر بسیاری را می‌توان در مجاورت برخی از این محلات مشاهده نمود. ولی این واحدها محلی محسوب نمی‌شوند. چنین مکان‌هایی همانند واحدهای تجاری محدوده مرکزی شهر، حوزه نفوذی برابر با کل شهر داشته، روابط جاری در باهمستان‌ها در مورد آنها صادق نیست.

Reference:

- Ahmadi, Y. & Diyanati, T. (2013). Transforming a lost space into a third place. Tehran: The first national conference on geography, urbanism and sustainable development. [in Persian]
- Arendt, H. (1998). The human condition. Chicago: University Of Chicago Press.
- Armaki, T. A. (2005). Hang outs and Iranian modernism. Tehran: Lohe fekr press. [in Persian]
- Blumer, H. (1969). Symbolic interactionism: Perspective and methods. Berkeley & Los Angeles: University of California.
- Blume, L., & Durlauf, S. (2002). Equilibrium concepts for social interaction models. Research Supported by National Science Foundation and the John D. and Catherine T. MacArthur Foundation, Department of Economics, Uris Hall, Cornell University.
- Bourdieu, P. (2010). Practical Reason: On the Theory of Action. Translated by Farazandeh, M.R., Tehran: Naghsho negar press. [In Persian]
- Brill, M. (2001, Fall). Problems with mistaking community life for public life. Journal of Places, 14, 48-55.
- C.Sweeney, J & Rosenbaum M (2000). The role of third places in reduction of mental fatigue: University of Western Australia
- Calhoun, C. (1993). Habermas and the public sphere. Massachusetts: MIT.
- Cheang, Michael. (2002). Older adults' frequent visits to a fast-food restaurant: Non-obligatory social interaction and the significance of play in a "third place". Journal of Aging Studies, 16, 303-321.
- Cicerchia, Annalisa. (1996). Indicators for the measurement of the quality of urban life: What is the appropriate territorial dimension. Social Indicators Research, 39, 321-358.
- Estonz, R. (2002). The great philosophers of sociology. Translated by Mirdamadi. M., Tehran: Markaz press. [in Persian]
- Fakuhi, N. (2004). Urban anthropology. Teh-

بتواند موجب اختلاط طبقات اجتماعی (ویژگی هم سطح‌کنندگی مکان‌های سوم) شود و زمینه برقراری روابط اجتماعی (ویژگی مکالمه به عنوان فعالیت اصلی مکان سوم) را فراهم کرده، موجب آرایش افراد و نزدیک شدن آنها به یکدیگر (ویژگی حمایت روانی مکان‌های سوم -خانه‌ای دور از خانه) و افزایش حس تعلق آنها، نه تنها نسبت به محله بلکه نسبت به کل شهر به عنوان یک مجموعه یکپارچه شود.

نیمه دیگر سطح طبقاتی سوم، یعنی محلات این سطح در نیمه شرقی شهر، غالباً طی طرح‌های آماده‌سازی معاصر پدید آمده‌اند و با وجود نوساز و از پیش طراحی شده بودن، چندان موفق عمل نمی‌کنند. فضاهای عمومی این محدوده‌های سکونتی (اگر اساساً چنین فضاهایی تعریف شده باشد) فضاهایی عاری از تحرک و پویایی است. معمولاً تعداد بسیار اندکی از ساکنان در این فضاها دیده می‌شوند و همین تعداد اندک نیز به ناچار و نه به قصد لذت بردن از محیط، از این فضاها استفاده می‌کنند. عملکردهای موجود، بسیار محدود بوده و تنها نیازهای اولیه ساکنان مثل خرید روزانه را مرتفع می‌سازند. در این محدوده‌ها جایی برای "اجتماعی شدن" تعریف نشده و بیشتر ساکنان، به خصوص قشر جوان‌تر، ترجیح می‌دهند اوقات فراغت خود را در جایی خارج از محله بگذرانند. بیشتر مردم علاقه‌ای به محیط زندگی خود ندارند و تنها دلیل سکونتشان در این محدوده‌ها، شرایط مالی و قدرت خرید پایین است. در این محلات اساساً نه مکان جمع شدن عمومی وجود دارد و نه هیچ‌گونه جریان زندگی اجتماعی عمومی. این محلات در حکم محل استراحت و "جایی برای خواب" هستند و مردم عملاً در این محدوده‌ها "زندگی" نمی‌کنند. در این محلات نه خبری از حس تعلق هست و نه پیوستگی اجتماعی. بنابراین به واقع نمی‌توان مکان سومی در آنها یافت. با وجود چنین شرایطی، پرواضح است که مکان‌های سوم به شدت اندک بوده، در صورت وجود نیز بسیار ضعیف عمل می‌کنند؛ چرا که وجود چنین مکان‌هایی اساساً برای صاحبان این مکان‌ها، توجیح مالی ندارد. حتی مساجد نیز با وجود این‌که عنصر همواره ثابت محله‌های مسکونی در ایران هستند، در برخی از این محدوده‌ها، وجود ندارند یا در صورت وجود، نقش بسیار کم‌رنگی در زندگی جاری در جامعه محلی ایفا می‌کنند.

به صورت کلی باید گفت ویژگی‌های کالبدی (مثل خوابگاه‌ها بودن محله‌های جدید الاحداث و فقدان عملکردهای متناسب با زندگی اجتماعی عمومی در این محدوده‌ها) و اجتماعی (همچون همبستگی بالا یا پایین ساکنان و یا جدایی‌گزینی اجتماعی آنها نسبت به سایر شهروندان)، ارتباط دوسویه‌ای با مکان‌های سوم شکل گرفته دارد. بنابراین به نظر می‌رسد بتوان با تعریف مکان‌های سوم متناسب، تنش‌های اجتماعی را کاهش داده و نابهنجاری‌ها را تحت کنترل درآورد و از سوی دیگر ویژگی‌های مثبت اجتماعی را ارتقا داده و زندگی اجتماعی عمومی را در سطح محلات شهری تقویت نمود.

۱ توسعه شهرزنجان به سمت شرق بوده، غالب طرح‌های توسعه در شرق شهر انجام می‌شوند.

life in the contemporary city. Economic & Social Research Council (ESRC) Research Project, University of Glasgow.

- Lii, D. –T. (1998, May). Social spheres and public life: A structural origin. *Journal of Theory, Culture & Society*, 15, 115-135.
- Lofland, L. H. (1973). *A world of strangers: Order and action in urban public space*. New York Press.
- Lofland, L. H. (1989, January). Social life in the public realm. *Journal of Contemporary Ethnography*, 17, 453-482.
- Lynch, K. A. (2010, May). Social provisions and the life of civil society in Europe: Rethinking public and private. *Journal of Urban History*, 36, 285-299.
- Manuel, P (2009). *The role of third place in community health and well-being*: School of Planning, Dalhousie University, Canada
- Mehta, V., & Bosson, J. K. (2010). Third places and the social life of streets. *Journal of Environment and Behavior*, 42, 779-805.
- Miller, G. A. (2006). *Language and communication*. New York: McGraw-Hill.
- Montgomery, J. (2006, March). Community strengthening through urban sociability. *Urban Cultures Ltd*.
- Mumford, L. (1961). *The city in history, its Origins, Its transformation and Its Prospects*. New York Press.
- Musterd, S. (2005, March). Social and ethnic segregation in Europe: Levels, Causes, and effects. *Journal of Urban Affairs*, 27, 331–348.
- Oldenburg, R. (2002). Celebrating the third place: Inspiring stories about the “great good places” at the heart of our communities. Massachusetts: Da Capo.
- Oldenburg, R. (1997, Winter). Our vanishing third Places. *Planning Commissioners Journal*, 25, 6-10.
- Oldenburg, R. (1999). *The great good place: Cafes, coffee shops, bookstores, bars, hair salons, and other hangouts at the heart of a community*. Washington: Marlowe & Company.
- Fischer, C. (1984). *The urban experience*. San Diego, CA: Harcourt Brace Jovanovitch.
- Gleave, E., Welser, H. T., Lento, T. M., & Smith, M. A. (2009, Jan). A conceptual and operational definition of ‘social role’ in online community. *System Sciences*, 1-11.
- Gidenz, A. (1997). *Sociology*. Translated by Saburi. M., Tehran: Ney press. [in Persian]
- Goffman, E. (1963). *Behavior in public spaces*. New York: free press.
- Goffman, E. (1981). *Forms of talk*. Philadelphia: university of Pennsylvania.
- Goffman, E. (1971). *Relations in public: Micro studies of the public order*. London: Allen lane.
- Goffman, E. (1969). *The presentation of self in everyday life*. Harmondsworth: penguin.
- Habermas, J. (1991). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. Massachusetts: MIT Press.
- Harvey, D. (1989). *The Urban Experience*. Oxford, Blackwell.
- Hickman, P. (2010, March). Neighborhood infrastructure, ‘third places’ and patterns of social interaction. Center for Regional Economic and Social Research, Sheffield Hallam University, UK, Research Paper NO.2.
- Homayun, N. T. (2000). *Social and cultural history of Tehran*. Tehran: Pajuhesh’have farhangi press. [in Persian]
- Jacobs, J. (1961). *The death and life of great American cities*. New York: random house.
- Jalali, N. M. & Ghalenoe, M. (2014). *Third place: a social need for cities*. Tehran: The first conference on urbanism, urban management and sustainable development. [in Persian]
- Karlan, D. S. (2007, February). Social connections and group banking. *Journal of The Economic*, 117, F52-F84.
- Laurier, E., & Philo, C. (2008, September). *The cappuccino community: Cafés and civic*

- dents in the U.S. A Thesis Presented to the Faculty of California State University, Chico.
- Warner, W. L. (1963). *Yankee city, new haven*. New Haven: Yale University.
 - Weber, M (1995). *Basic Concepts in Sociology*. Translated by Sedarati. A. Tehran: Ney press. [in Persian]
 - Weber, M. (1978). *Economy and society*. University of California.
 - Whyte, W. F. (1993). *Street corner society: The social structure of an Italian slum*. University of Chicago.
 - Park, R. (1974). *The city: Suggestions for the investigation of human behavior in the urban environment*. Chicago and London: University of Chicago.
 - Parker, J. (2004). *Structuralism*. Translated by Saeedipur. A. A. Tehran: Ashiyan press. [in Persian]
 - Porta, S. (1999, June). *The community and public spaces: Ecological thinking, mobility and social life in the open spaces of the city of the future*. *Futures*, 31, 437-456.
 - Ritzer, G. (2000). *Theory of sociology in contemporary era*. Translated by Salasi. M. Tehran: Elmi press. [in Persian]
 - Rosenbaum, M. S. (2007, August). *A cup of coffee with a dash of love: An investigation of commercial social support and third-place attachment*. *Journal of Service Research*, 10, 43-59.
 - Rosenbaum, M. S. (2006, August). *Exploring the social supportive role of third places in consumers' lives*. *Journal of Service Research*, 9, 59-72.
 - Schmittm, R. B. (2000). *Social cohesion as an aspect of the quality of societies: Concept and measurement*. EuReporting Working Paper No.14, European Commission.
 - Sandelands, L. E. (1995, June). *The idea of social life*. *Journal of Philosophy of The Social Sciences*, 25, 147-179.
 - Sandelands, L. E. (2003). *Thinking about social life*. University Press of America, Inc. Lanham, MD.
 - Sangdehi, M. T. & Tarkashvand, A. (2014). *Role of third places of cities in improving social interactions*. Tehran: The first national conference on searching for future city. [in Persian]
 - Senese, J. D. (1997). *Applied methods in criminal justice*. Chicago: Nelson-Hall.
 - Soltani, R. (2000). *Zanjan's history*. Zanjan: Nikan press. [in Persian]
 - Sun, C. (2010). *The role third places play in facilitating acculturation for international stu-*