

الگوهای استفاده از فرهنگ‌سراها در میان جوانان شهر تهران معانی، انگیزه‌ها و کارکردها

محمود شهابی^۱

زهرا جعفری^۲

تاریخ دریافت: ۹۳/۱۱/۰۴

تاریخ پذیرش: ۹۳/۱۲/۰۹

چکیده

یکی از نگرانی‌های مطرح در سال‌های اخیر این مسئله بوده است که فرهنگ‌سراها از آنچه به‌خاطر آنها تأسیس شده‌اند، فاصله بگیرند و به جای بازتولید هژمونی به جایگاه مقاومت و بازتولید مقاومت در برابر هژمونی تبدیل شوند. فرهنگ‌سراها به‌عنوان یکی از فضاهای عمومی شهری در دو دهه اخیر، موضوع بحث‌ها و مجادلات ایدئولوژیک بوده‌اند. در چنین فضاهایی مصرف صرفاً به استفاده از برنامه‌های فرهنگ‌سراها محدود نمی‌شود، بلکه مصرف فضای فرهنگ‌سراها بر مصرف فعالیت‌ها و برنامه‌ها آنها غلبه دارد. چنین مصرفی با تولید معانی اجتماعی و فرهنگی همراه است. هدف اصلی این مقاله، شناخت «کاربردها و دلالت‌های فرهنگ‌سراها در میان جوانان تهرانی و انگیزه‌ها و کارکردهای مترتب بر مصرف این فضاهاست». در این مقاله برای جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش نظریه‌پردازی مبنایی استفاده شده است. بدین منظور با ۲۵ نفر از مراجعان به فرهنگ‌سراهای بهمن، شفق، هنر، کار، قرآن و اشراق در شهر تهران مصاحبه عمیق شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد الگوی استفاده و دلالت فرهنگ‌سراها در میان کاربران، متعدد و متفاوت است و این دلالت‌ها و کاربردها با آنچه فلسفه وجودی فرهنگ‌سراها را تشکیل می‌دهد، متمایز است. در مجموع یافته‌های مقاله حاکی از آن است که فرهنگ‌سراها برای جوانان تهرانی بخشی از مناسک گذار آنها به دوران بزرگسالی محسوب می‌شوند و آنان در این فضا به بسیاری از نیازهای مرتبط با دوره زندگی خود پاسخ می‌دهند و در یک کلام نقاشی خاص خود را بر روی این فضای عمومی ترسیم می‌کنند. این مقاله درصدد توصیف و تبیین این الگوی نقاشی و مداخله و دخل و تصرف در فضای عمومی فرهنگ‌سراهاست. در این تحقیق فرهنگ‌سرا به‌عنوان یک متن در نظر گرفته شده و دلالت‌های متعدد آن برای کاربران این فضا مورد واکاوی قرار گرفته است.

کلیدواژه: فضای عمومی، فرهنگ‌سرا، الگوهای مصرف، جوانان

Shahabi81@gmail.com

Jafary.zahra@gmail.com

۱. استادیار جامعه‌شناسی دانشگاه علامه طباطبایی.

۲. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی فرهنگی دانشگاه علامه طباطبایی.

بیان مسئله

از دهه ۱۹۷۰ میلادی علایق روبه‌رشدی در نظریه اجتماعی و فرهنگی به طرح پرسش در خصوص «فضا»^۱ و «مکان»^۲ به وجود آمد. مکان به یک واحد از فضا اطلاق می‌شود که به وسیله انسان اشغال شده باشد. ترکیب انسان با فضا مکان می‌آفریند و مرکز عمل آگاهانه و ارادی انسان‌هاست. علت افتراق مکان‌ها تمرکز ارزش‌ها، دیدگاه‌ها، هدف‌ها و تجربه‌های مختلف در آنهاست (رلف^۳، ۱۹۸۶: ۴۴).

تعاملات انسانی در هر فضایی معنای متفاوتی دارد، زیرا هریک از این فضاها به شیوه‌های متفاوتی مورد استفاده قرار می‌گیرند و هریک حامل گستره‌ای از فعالیت‌هایی هستند که معانی متفاوتی دارند. اهمیت رابطه فضا و روابط اجتماعی به حدی است که باید به توزیع فضایی فعالیت‌های اجتماعی و ویژگی موقعیتی همه کنش‌های اجتماعی در آن فضا توجه ویژه‌ای نمود (بارکر، ۱۳۸۷: ۶۲۶). بر همین اساس گونه‌های بسیار متعددی از فضا وجود دارد. از یک منظر می‌توان فضاها را به دو دسته «فضاهای عمومی»^۴ و «فضاهای خصوصی»^۵ تقسیم کرد. «فضاهای شهری» که یکی از فضاهای عمومی محسوب می‌شوند عمدتاً با مالکیت عمومی در دسترس عموم قرار دارند و در آن عملکردهای جمعی یا انفرادی صورت می‌گیرد. فضاهای شهری ساختاری کالبدی برای تعاملات اجتماعی محسوب می‌شوند. انسان‌ها همواره با ایجاد فضاهایی در شهر، نیاز خود به برقراری روابط اجتماعی را برآورده ساخته‌اند؛ این فضاها با اشکال و نام‌های متفاوتی مانند فرهنگ‌سراها، پارک‌ها، کافی‌شاپ‌ها، مراکز فرهنگی و غیره از نظر اجتماعی فعال بوده و امکان ارتباط چهره‌به‌چهره انسانی در درون جامعه شهری و در کالبدی سازمان‌یافته را فراهم آورده‌اند (مدنی‌پور، ۱۳۷۹: ۳۲).

از آنجاکه مخاطب فضاهای یادشده عمدتاً جوانان هستند و برنامه‌ریزی برای آنها برای حکومت‌ها و دولت‌ها مهم تلقی می‌شود، حل مسائل و مشکلات آنها نیز از این قاعده مستثنی نیست. از نظر حکومت پهلوی مطالعه برنامه دولتی‌هایی چون آمریکا، اروپا، کشورهای بلوک شرق و اسرائیل می‌توانست راهگشای مناسبی برای حل مسئله نسل جوان در ایران باشد. در این دوره با مطالعه و بررسی برخی کشورهای دنیا که خانه‌ای به نام «خانه جوانان»^۶ در آنها



1. Space
2. Place
3. Relph
4. Public Spaces
5. Informal Spaces
6. Youth House

برپا شده بود و در جذب جوانان و گذران اوقات فراغت موفقیت‌هایی داشتند، این حکومت مبادرت به ایجاد «کاخ جوانان» در ایران کرد (کامور بخشایش، ۱۳۸۶: ۱۱۹). پس از انقلاب تولید این مراکز بر عهده شهرداری تهران و سپس سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران قرار گرفت و از فضاهای مذکور جهت استفاده شهروندان بهره‌برداری کردند.

فرهنگ‌سراها به صورت فضای عمومی جوانان به شکل امروزی، عمدتاً در طول دهه ۱۳۷۰ شکل گرفتند. در طول این دهه، فرهنگ‌سراهای بسیاری در سطح شهر تهران ایجاد شد؛ بعضی در داخل پارک‌های محلی (فرهنگ‌سرای اندیشه در پارک هلال‌احمر که قبل از انقلاب ساخته شد) و بعضی در ساختمان‌های جدید در خارج از پارک‌ها (فرهنگ‌سرای هنر) (خاتم، ۱۳۸۷).

هدف از تشکیل چنین مراکزی، ایجاد محیط مناسب برای پرورش ذوق، استعداد و نیروی فکری جوانان در زمینه‌های مختلفی چون ورزش، تئاتر، موسیقی و سایر فعالیت‌های فرهنگی و اجتماعی بود. از مهم‌ترین کارکردهای فرهنگ‌سراها غنی‌سازی اوقات فراغت جوانان است.

دولت و سازمان فرهنگی - هنری شهرداری تهران وجود فرهنگ‌سرا را به عنوان مکانی برای جلب و جذب جوانان به تفریحات سالم در مقابله با تهاجم فرهنگی بسیار مؤثر می‌دانند. حضور

فعال جوانان در کلاس‌های آموزشی، فرهنگی و هنری از سویی باعث حضور بیشتر جوانان در عرصه‌های اجتماعی می‌شود و از سوی دیگر فضایی را برای گردهمایی آنها فراهم می‌کند. مطالعه فرهنگ‌سراها به عنوان یکی از فضاهای عمومی شهر تهران و عرصه زندگی روزمره

جوانان در آن نشان می‌دهد که ما در واقع با یک رابطه دوگانه بین فضاهای عمومی شهر مواجه هستیم. از یک سو حکومت می‌کوشد از فضای عمومی فرهنگ‌سرا در بازتولید ارزش‌ها و نوعی انتقال فرهنگی استفاده کند و از سوی دیگر جوانان برای خلق نوآوری و تغییر ارزش‌های حاکم بر آن فضا و آنچه به هر حال قواعد زیست مشترک در زندگی عمومی شهر است، تلاش می‌کنند.

در این خصوص باید به دو پدیده مهم نیز اشاره کرد: اول اهمیت یافتن فرهنگ‌سراها به مثابه فضاهای عمومی به عنوان عرصه نمایاندن و رؤیت‌پذیر شدن «ذهنیت اجتماعی» جدید و دوم، نقش مهم جوانان در تغییر زندگی عمومی و استفاده از این اماکن به سبک و سیاق خود. جوانان نه تنها در تجلی مستقیم سیاست‌ها در فضاهای عمومی (در دوره‌های انتخابات و اعتراضات و ...) نقش مهمی دارند، بلکه در تغییر تدریجی جامعه از طریق زندگی روزمره در فضای عمومی شهر نیز مؤثرترین نیرو محسوب می‌شوند (اعتماد، ۱۳۸۴). فرهنگ‌سراها به عنوان یکی از فضاهای عمومی شهری و به مثابه فضاهای غیررسمی، علی‌رغم همه محدودیت‌ها، به



فضاهای آزادانه‌تری برای ابراز وجود و زیست خودمختار جوانان تبدیل شده‌اند. اما باید این نکته را در نظر داشت که سیاست‌گذاران حوزه فرهنگ سعی می‌کنند با کنترل این فضاها نظام ارزشی مورد نظر خود را در فرهنگ‌سراها گسترش دهند. در این راستا، پرسش اصلی در مقاله حاضر این است که آیا الگوهای استفاده جوانان از فرهنگ‌سراها متناسب با آن چیزی است که طراحان و برنامه‌ریزان مد نظر داشته‌اند؟ در این مقاله از طریق بررسی فرهنگ‌سراها، نخست می‌خواهیم جنبه‌ای از مصرف یکی از فضاهای شهری و معانی و کارکردهای مترتب بر آن را شناسایی کنیم و در مرحله بعد چگونگی حضور جوانان در این فضای مدرن را تبیین نماییم.

ملاحظات مفهومی

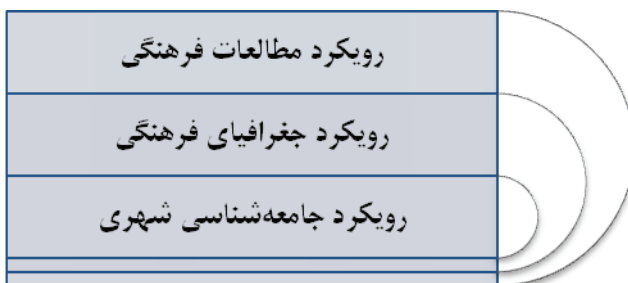
علی‌رغم اینکه در چند سال اخیر پژوهش‌های زیادی با محوریت نسل جوان در ایران انجام گرفته است و هریک از آنها از زاویه‌ای خاص مسائل این نسل را مورد واکاوی قرار داده‌اند، اما توجه به چگونگی مصرف فضاها خصوصاً فضاهای فرهنگی توسط جوانان کار جدیدی تلقی می‌شود؛ چراکه در درجه اول اکثر مطالعات و پژوهش‌هایی که مقوله مصرف را بررسی می‌کنند به کاربران فضاهایی غیررسمی چون مراکز خرید، پارک‌ها، خیابان‌ها، کافی‌شاپ‌ها (کاظمی، ۱۳۸۴)، (آزاد ارمکی و شالچی، ۱۳۸۴)، (فاضلی، ۱۳۸۷)، (نظام‌آبادی، ۱۳۸۶)، (یوسفی، ۱۳۸۵) و ... می‌پردازند و جز پژوهش رضایی (۱۳۸۶) در مورد نهاد مدرسه که نهادی کاملاً رسمی و ایدئولوژیک است، بررسی دیگری انجام نشده است. ذکر این نکته حائز اهمیت است که نهادی چون فرهنگ‌سرا با وجه دوسویه خود از یک سو، فضایی است که با تجویز سیاست‌های فرهنگی رسمی و ایدئولوژیک از سوی حکومت اداره می‌شود و از سوی دیگر با ایجاد مراکزی چون تشکل‌های مردم‌نهاد به مثابه فضاهای غیررسمی عمل می‌کنند. بنابراین بررسی فرهنگ‌سراها به عنوان حلقه واسط میان نهادهای رسمی و غیررسمی از این رو حائز اهمیت است که این نهاد از یک سو سیاست‌های رسمی را تبلیغ می‌کند و از سوی دیگر حامل سیاست‌های غیررسمی است.

هدف اصلی در این بخش پرداختن به مفاهیم و نظریاتی است که به‌طور نظری و عملی مورد استفاده قرار می‌گیرند. قبل از ارائه مباحث، شایان ذکر است که بر اساس روش تحقیق این پژوهش - که روش نظریه‌مبنایی^۱ است - به دنبال آزمون نظریه‌ها یا استفاده از نظریه خاصی نیستیم، بلکه قصد بر این است که موضوع را در سایه چارچوب نظری که در ضمن خود



تحقیق پدید می‌آید، توضیح و تبیین کنیم. از این رو کاربرد مهمی که این مفاهیم و نظریه‌ها برای ما دارند افزایش حساسیت نظری، سنجش روایی و اعتبار تحقیق، تفسیر و استنباط یافته‌های پژوهش و بررسی انتقادی این مفاهیم و نظریه‌ها بر اساس یافته‌های پژوهش است. از این رو ممکن است بر اساس مشاهدات و مصاحبه‌هایی که صورت می‌گیرد در نهایت تنها چندی از نظریه‌ها، مفاهیم و مقولات به دست آمده از مصاحبه‌ها را تبیین کند و شاید در ضمن کدگذاری، به نظریه‌های جدیدی نیز برسیم.

مباحث نظری این مقاله سه رویکرد نظری مهم یعنی جامعه‌شناسی شهری^۱، جغرافیای فرهنگی^۲ و مطالعات فرهنگی^۳ را در بر می‌گیرد. رویکردهای جامعه‌شناسی شهری و جغرافیای فرهنگی به نوعی به بررسی رد پای موضوع بحث می‌پردازند و رویکرد مطالعات فرهنگی بنیان نظری مقاله حاضر را تشکیل می‌دهد. باید یادآوری کنیم که این رویکردها و نظریات به قدری در هم تنیده‌اند که تفکیک آنها از یکدیگر بسیار دشوار است و طبقه‌بندی موجود تنها با مقاصد تحلیلی صورت گرفته است.



در «رویکرد جامعه‌شناختی»، شهر به مثابه فضا و مکانی برای تعاملات اجتماعی نگریسته می‌شود که در آن روابط اجتماعی جدیدی خلق می‌شود. اجزا و عناصر مادی و معنوی یک جامعه از طریق فرهنگ به یکدیگر پیوند می‌خورند و کلیتی را به نام شهر متبلور می‌سازند. فعالیت‌ها و پویای شهر نیز به نوبه خود فرهنگ را متأثر می‌سازند و آن را دستخوش دگرگونی می‌کنند. در این رویکرد بر اساس تمایز میان فضا و مکان، شهر تنها از طریق وجوه مادی، فیزیکی و کالبدی‌اش مورد توجه و شناسایی قرار نمی‌گیرد و تنها از طریق آن موجودیت

1. Civil Sociology
2. Cultural Geography
3. Cultural Studies

نمی‌یابد (بارکر، ۱۳۸۷: ۵۹۹ و ۶۳۱ و رلف، ۱۹۸۶: ۴۴). آنچه به این وجوه مادی معنا می‌بخشد و آن را موجودی زنده و پویا می‌نمایاند همانا خصیصه ارتباطی و عنصر فرهنگی آن است. از طریق عناصر فرهنگی شهر است که اجزا و عناصر مادی و کالبدی شهر، فهم و معنا می‌شود و انسان می‌تواند با شهر و اجزای آن ارتباط برقرار کند و شهر را همچون تمامیتی پویا در نظر آورد (مدنی‌پور، ۱۳۷۹: ۳۲). اهمیت این رویکرد برای بحث ما این است که ما باید شهر را به منزله وجوه پیچیده‌ای از تعاملات ببینیم. فرهنگ‌سرا به‌مثابه فضایی عمومی که در محیط شهری خلق شده، محل تبادل و تعاملات اجتماعی شهروندان است. شهروندان در این مکان، فضایی برای خلاقیت و پرکردن اوقات فراغت خود فراهم می‌کنند. در این فضا برخلاف آنچه زیمل^۱ در مقاله «کلان‌شهر و حیات ذهنی» (ممتاز، ۱۳۸۱: ۱۱۴) به تصویر می‌کشد، افراد به سمت هم میل می‌کنند و مکانی برای خلاقیت و پر کردن اوقات فراغت برای خود می‌آفرینند.

فضای کالبدی فرهنگ‌سراها با مراجعه افراد مختلف به این نهادها و تعاملات و ارتباطات این افراد با یکدیگر تبدیل به مکان می‌شود. افراد بخشی از زندگی روزمره خود را در این فضاها می‌گذرانند و با صحبت در مورد موضوعات مختلف به تبادل تجربیات، علایق و آگاهی‌های خود می‌پردازند. در واقع حضور افراد، این فضا را تبدیل به مکانی برای ایجاد روابط اجتماعی می‌کند.

رویکرد دوم، «رویکرد جغرافیای فرهنگی» است. جغرافیای فرهنگی، حاصل «هم‌سنجی جغرافیای اجتماعی و نظریه‌های فرهنگی» است. این رویکرد درصدد نشان دادن نقش فلسفه سیاسی و ایدئولوژی حاکم بر روابط میان مکان و مردم است. در این رویکرد «تولید فرهنگ»، چه به‌مثابه نظام‌های مفهومی و چه به‌منزله شیوه زندگی و ...، در وابستگی به نظام سرمایه‌داری و در جهت سودیابی صورت می‌گیرد. بدین‌سان در جغرافیای فرهنگی، عامل فرهنگ نمی‌تواند جدا از اقتصاد سیاسی عمل کند (شکوئی، ۱۳۸۲: ۲۱۴). از آنجاکه فرهنگ در نظام‌های ایدئولوژیک، گستره وسیعی از حوزه‌های زندگی افراد را در بر می‌گیرد، فضاهایی چون فرهنگ‌سرا به‌مثابه فضایی فرهنگی که تحت سیطره سیاست‌های ایدئولوژیک دولت است، می‌تواند نقش مهمی در بازتولید ایدئولوژی حاکم ایفا نماید؛ همانگونه که دولت با تحمیل قوانین و اهداف ایدئولوژیک خود در فرهنگ‌سراها، کنش‌های افراد را مقید و محدود می‌کند.

در ذیل رویکرد سوم یعنی «مطالعات فرهنگی»، سنت بیرمنگام^۲ را نقطه آغاز تحلیل خود



1. Simmel
2. Birmingham

قرار می‌دهیم. تحلیل گروه بیرمنگام از فرهنگ‌های جوانی یا خرده‌فرهنگ جوانان با کتاب «مقاومت از طریق مناسک»^۱ اثر «هال»^۲ و «جفرسون»^۳ آغاز شد (بارکر، ۱۳۸۷: ۶۷۵). این کتاب با این هدف نوشته شد که نشان دهد چگونه خرده‌فرهنگ‌های جوانان با نظام و ایدئولوژی مسلط مبارزه می‌کنند و در برابر ایدئولوژی مسلط مقاومت می‌کنند. «دیک هبدیج»^۴ در کتاب خود با عنوان «خرده‌فرهنگ: معنای سبک»^۵ تأکید می‌کند که «سبک در خرده‌فرهنگ، آبستن معنا و اهمیت است ... و فرایند «هنجارسازی» را می‌گسلد» (اسمیت، ۱۳۸۳: ۲۵۱).

کتاب مذکور تفسیری نشانه‌شناسانه از خرده‌فرهنگ جوانان در بریتانیای پس از جنگ است. هبدیج معتقد است که فرهنگ جوانان پتانسیلی مترقی دارد که در شیوه زیر پا گذاشتن قواعد زیباشناسانه جامعه نهفته است؛ علاوه بر این جوانان با زیر پا گذاشتن این قواعد، آنها را آشکار نیز می‌کنند (همان). هبدیج معتقد است که خرده‌فرهنگ، هژمونی را به چالش می‌کشد، آن هم نه از طریق ابزارهای مستقیم، بلکه تلویحاً و از طریق سبک. سبک در واقع به شکلی خیلی ساده همان مُدها، ادا و اطوار و زبان‌های منسوب به قشرهای گوناگون است. از نظر وی سبک در خرده‌فرهنگ سرشار از دلالت و اهمیت است. دگرگونی‌های سبک با مختل کردن فرایند «عادی‌سازی امور»، «علیه وضع طبیعی» عمل می‌کند. وظیفه ما تشخیص پیام‌های پنهانی است که بر سطح پرزرق‌وبرق سبک به زبان رمز نقش شده‌اند؛ باید این پیام‌ها را به صورت «نقشه‌های معنایی» ترسیم کنیم. این نقشه‌ها همان تناقضاتی را که قرار بود برطرف یا پنهان کنند، به صورتی پیچیده و مبهم بازنمایی می‌کنند (دیورینگ،^۶ ۱۳۸۲).

بدین ترتیب کارهای اولیه مرکز مطالعات فرهنگی بیرمنگام به خرده‌فرهنگ‌های جذاب جوانی پرداختند. آنها این خرده‌فرهنگ‌ها را در قالب آشکارسازی مقاومتی نمادین در برابر نظم طبقاتی هژمونیک درک می‌کردند (بارکر، ۱۳۸۷: ۷۲۶).

هال معتقد است که قدرت کتاب «مقاومت از طریق مناسک» در این نکته نهفته است که مقاومت از مجموعه‌ای تشکیل می‌شود که معانی آن اختصاص به زمان‌ها، مکان‌ها و روابط اجتماعی ویژه‌ای دارد. به‌طور کلی مقاومت خرده‌فرهنگ‌ها بسته به آن است که چه کسی، در

1. Resistance Through Rituals
2. Hall
3. Jefferson
4. Dick Hebdige
5. Subculture: The Meaning of Style
6. Smith
7. During



مقابل چه چیز یا چه کسی و تحت چه شرایط خاصی دست به مقاومت بزند (همان: ۷۲۷). این عوامل، ایدئولوژیک بودن فضای فرهنگ‌سرا را به ما یادآوری می‌کند و آن را در آرای آلتوسر و بوردیو ردیابی می‌کنیم. به نظر آلتوسر ایدئولوژی چارچوبی را فراهم می‌کند که مردم در آن چارچوب با واقعیت اجتماعی که خود در آن قرار دارند، رابطه برقرار می‌کنند؛ ایدئولوژی سوژه‌ها را شکل می‌دهد، و با این کار آنان را در نظامی از روابط قرار می‌دهد که برای نگهداری مناسبات طبقاتی موجود لازم است. هیچ جامعه‌ای وجود ندارد که فاقد این وجه خودانگیخته و عملی زندگی باشد. همه در چارچوب ایدئولوژی قرار دارند؛ هیچ‌کس را از آن گریزی نیست (میلنر^۱، ۱۳۸۲: ۱۴). بنابراین ایدئولوژی به عنوان تعریفی تحریف شده از واقعیت به بیان آلتوسر و «روابط خیالی افراد با وضعیت واقعی هستی‌شان» به گونه‌ای نیست که با زور توسط طبقه حاکم تحمیل شود، اما نفوذ فرهنگی عمیق و سنجیده‌ای را ایجاد می‌کند که حقیقت را در لفافه، اما به شکلی منطقی تفسیر می‌کند (اسمیت، ۱۳۸۳: ۹۴). بدین علت است که:

«مطالعات فرهنگی به شدت در صدد کشف این موضوع است که گروه‌های مختلف با حداقل قدرت، چگونه از نظر عملی قرائت‌ها و استفاده‌های خاص خود را از تولیدات فرهنگی توسعه می‌دهند- با تفریح، با مقاومت، یا با پیوند زدن آنها با هویت‌های خاص خود» (دیورینگ، ۱۳۸۲).

بدین ترتیب فرهنگ‌سراها نظام‌هایی از عقاید و ارزش‌ها را تولید می‌کنند و درصددند که کاربران آنها به آنها باور پیدا کنند. آلتوسر نشان می‌دهد که ما چگونه ایدئولوژی‌هایی را که این دستگاه‌ها خلق می‌کنند، درونی و به آنها باور پیدا می‌کنیم؟

فلسفه علم و فلسفه عمل بوردیو، به نگاهی دیگری از دولت می‌انجامد. به نظر بوردیو، «وقتی موضوع به دولت مربوط می‌شود، هر اندازه ظنین باشیم کم است». دولت نزد بوردیو، ماهیتی است که با موفقیت در یک سرزمین معین و بر مجموع جمعیت آن از انحصار خشونت فیزیکی و نمادین برخوردار است. دولت نتیجه فرایند تمرکز گونه‌های متفاوت سرمایه- سرمایه نیروهای فیزیکی (پلیس)، سرمایه اقتصادی، سرمایه فرهنگی و سرمایه نمادین- است. چنین تمرکزی دولت را بهره‌مند از یک «فراسرمایه»^۲ می‌کند و به دولت این توان را می‌دهد که بر میدان‌های مختلف و انواع گوناگون سرمایه اعمال قدرت کند (وحید، ۱۳۸۶: ۲۹۴).



1. Milner
2. Meta-Capital

از آنجاکه این دو نظریه‌پرداز به خلاقیت کنشگر در فضای یادشده نمی‌پردازند، بحث هژمونی گرامشی به میان می‌آید تا تقلیل‌گرایی دو نظریه‌پرداز قبلی جبران شود. در تفاوت هژمونی با مفهوم ایدئولوژی، تری ایگلتون^۱ به درستی خاطر نشان کرده است که: «غرض گرامشی از کاربرد لفظ هژمونی معمولاً نشان دادن راه‌هایی است که قدرت حاکم به مدد آنها اجماع متابعان خود را نسبت به حاکمیت تأمین می‌کند- هرچند راست است که گرامشی گهگاه این اصطلاح را به کار می‌گیرد تا هم اجماع و هم زور را با یکدیگر دربرگیرد. از این رو تفاوتی بی‌واسطه با مفهوم ایدئولوژی وجود دارد. زیرا روشن است که ایدئولوژی ممکن است به زور تحمیل شود، اما هژمونی در عین حال مقوله گسترده‌تری از ایدئولوژی است: هژمونی دربرگیرنده ایدئولوژی است، اما کاهش‌پذیر به آن نیست» (ایگلتون، ۱۳۸۱: ۱۷۸).

در نهایت نظریات زندگی روزمره و بحث‌های نظری مقاومت مطرح می‌شود. از آنجاکه نظریات مقاومت با مصرف درهم تنیده است، بحث مصرف فرهنگی را در ذیل سه پارادایم مصرف انفعالی^۲، مصرف ارتباطی^۳ و مصرف ابداعی^۴ قرار می‌دهیم. دسته اول نظریه‌هایی را شامل می‌شود که مصرف‌کننده را منفعل فرض می‌کنند و مصرف را نوعی دستکاری از ناحیه قدرت می‌پندارد. در دسته دوم، نگاه به مصرف به عنوان رسانه‌ای برای برقراری ارتباط فرض می‌شود و از این منظر مصرف فرهنگی تولیدکننده معانی اجتماعی است. در رویکرد سوم، مصرف خود نوعی تولید ثانویه فرض می‌شود و مصرف‌کننده با کردار مصرف، دست به ابداعاتی می‌زند که می‌توان از آن با عنوان «تولید ثانویه» یاد کرد (استوری^۵، ۱۳۸۶ و کاظمی، ۱۳۸۸: ۴۲-۴۱). در این رویکرد معنای مصرف و تولید تغییر کرده است و در نفس رفتار مصرفی نوعی مقاومت و تولید دیده می‌شود. بسیاری از مطالعات اخیر پیرامون چنین مفهومی در مطالعات فرهنگی به وجود آمده‌اند. در میان نظریه‌پردازان این رویکرد می‌توان به نظریه دوسرتو^۶ اشاره کرد. به نظر دوسرتو مطالعه فرهنگ زندگی روزمره، «مطالعه شیوه‌هایی است که مردم در عمل به کار می‌گیرند و از طریق آنها زندگی روزمره را تجربه می‌کنند». در نگاه دوسرتو وجه مشخصه زندگی روزمره «خلاقیت» است، از طریق «کنار آمدن»^۷ با فرهنگ از

1. Eagleton
2. Cultural Consumption
3. Cultural Consumption as a Communication
4. Cultural Consumption as a Manipulation
5. Storey
6. De Certeau
7. Making Do



قبل موجود؛ و مهم تر از همه با چاره‌جویی و «تدبیر کردن»^۱ این فرهنگ (کاظمی، ۱۳۸۸: ۵۲). زندگی روزمره بر امر ابداعی^۲ و بر تنظیمات خلاق دلالت دارد. خلاقیت، چیزی جز مصرف مجدد و ترکیب مجدد مواد ناهمگن نیست. دوسرتو مصرف‌کنندگان را منفعل فرض نمی‌کند، بلکه او به دنبال این است که نشان دهد چگونه کاربران و مصرف‌کنندگان از قواعد مسلط طفره می‌روند. این عمل وقتی ممکن می‌شود که کردار زندگی روزمره به‌عنوان «شیوه‌های عمل»^۳ یا انجام چیزها فهم شود (همان).

مصرف‌کردن از نگاه دوسرتو یعنی ساختن و ساختن نیز خود نوعی تولید پنهان است. این نوع تولید که مصرف‌کننده می‌آفریند، حول قلمروهایی که به‌واسطه نظام‌های تولید تعریف و محدود شده‌اند، پراکنده است. همین گسترش بی‌رویه و روزافزون نظام‌های تولید است که مانع می‌شود مصرف‌کننده آزادانه تولیدات این نظام‌ها را به کار گیرد و آن گونه که خود می‌خواهد با آن رفتار کند. این تولید که ما آن را با عنوان مصرف می‌شناسیم، فریبکارانه عمل می‌کند. چراکه به دلیل پراکنده بودن، خودش را همه جا به‌طور ضمنی نشان می‌دهد. خاموش و نامرئی است، به این دلیل که به‌واسطه محصولاتش آشکار نمی‌شود؛ بلکه بیشتر از طریق شیوه‌های کاربرد محصولاتی که به‌واسطه نظم اقتصادی مسلط تحمیل می‌شود خود را به نمایش می‌گذارد. در اینجا آنچه مهم است این است که بدانیم فضاهای شهری ایماژی را تولید می‌کنند، اما کاربران تولید پنهان خود را در فرایند به‌کارگیری عرضه می‌کنند (کاظمی، ۱۳۸۸: ۵۶). بدین ترتیب در خوانش مصرف فرهنگ‌سراها عده‌ای از کاربران از سمت‌وسویی که نهادها برای آنها مشخص کرده‌اند، پیروی می‌کنند و گاه دیگرانی هم هستند که در برابر این اهداف مقاومت و مبارزه می‌کنند و از قوانین و مقررات تخطی می‌نمایند و به‌گونه‌ای دیگر- مغایر با انتظار صاحبان آنها- از این فضا بهره می‌گیرند. اگر بخواهیم از رویکرد مصرف ابداعی و از نگاه دوسرتو به این امر نگاه کنیم، می‌توان اینگونه گفت که راهبردهای نیروهای غالب برای همگن‌سازی محیط باعث خلق تاکتیک‌هایی از سوی افراد می‌شود و آنها برای نیل به اهداف خود به دستکاری و تصرف محیط مبادرت می‌ورزند.

1. Making With
2. Inventiveness
3. Ways Of Opening



روش‌شناسی

این مقاله، درصدد شناسایی الگوهای مصرف جوانان از فرهنگ‌سراها است. بدین منظور از روش کیفی برای گردآوری اطلاعات و دستیابی به ذهنیت کنشگران استفاده شده است؛ چراکه این روش به تولید توصیف‌های استدلالی، کشف معناها و تفاسیر کنشگران مربوط می‌شود (استراس^۱ و کوربین^۲، ۱۳۸۷: ۵). روش‌های کیفی انواع متعدد و دامنه وسیعی از روش‌ها را در بر می‌گیرند که باید متناسب با موضوع مورد مطالعه و بر اساس آن انتخاب شوند. «نظریه مبنایی» یکی از رایج‌ترین اشکال روش تحقیق کیفی است که نظریه را از دل داده‌های تحقیق به صورت استقرایی-تحلیلی بیرون می‌کشد و به دنبال فهم معنا از داده‌هاست (گلیرز^۳ و استراس، ۱۹۶۷). در این تحقیق روش نظریه مبنایی به دلایل مختلف انتخاب شد. در این تحقیق سعی کردیم روشی را انتخاب کنیم که شرکت‌کنندگان آن در مراحل تحقیق به‌گونه‌ای حضور داشته باشند و دیدگاهشان را به‌صورت عمیق بیان کنند و افرادی که از بیرون مطلب را مورد مطالعه قرار می‌دهند، به‌خوبی به عمق تفکر آنها پی ببرند. در این روش تنها به توصیف داده‌ها قناعت نمی‌شود، بلکه در این حیطه به‌صورت مفهومی وارد می‌شوند و جنبه‌های مختلف آن را بررسی می‌کنند و در نهایت به داده‌هایی می‌رسند که منطبق بر مقوله‌های علمی و واقعیت‌های زندگی شرکت‌کنندگان تحقیق بوده است (لروکس^۴، ۱۹۹۸)؛ داده‌هایی که به خصوصیات واقعی موضوع تحقیق مربوط می‌شوند و به همین دلیل در این نوع تحقیق به اطلاع‌رسانان کلیدی (و درگیر با ابعاد و اضلاع مسئله و موضوع تحقیق) مراجعه و تلاش می‌شود که (از طریق مصاحبه عمیق، فعال و اکتشافی با این مطلعان) در ساختار درونی ارزش‌ها، نگرش‌ها و تجارب آنها که به‌نحوی از انجا با موضوع تحقیق ارتباط دارند، تعمق و امعان نظر شود (کوربین به نقل از فراستخواه، ۱۳۸۷: ۷۰).

جمع‌آوری اطلاعات، شیوه نمونه‌گیری و حجم نمونه

در روش نظریه مبنایی، تعیین نمونه هم‌زمان با دیگر ابعاد تحقیق صورت می‌گیرد. وجود چنین خصلتی در ارتباط با منطق کلی پژوهش است که طی آن داده‌های پیشینی، اطلاعات مورد انتظار خود را از نمونه‌های بعدی می‌گیرند. چنین فرایندی نوع خاصی از نمونه‌گیری را

1. Strauss
2. Corbin
3. Glaser
4. Leroux



ایجاب می کند که از آن با عنوان نمونه‌گیری نظری^۱ یاد می‌شود (استراوس و کوربین، ۱۳۸۷: ۱۷۶). همچنان که گلیزر (۱۹۷۸) در کتاب خود با عنوان «حساسیت نظری^۲» اشاره می‌کند، برای جمع‌آوری اطلاعات یکی از راه‌هایی که وجود دارد آن است که می‌توان به افرادی مراجعه کرد که حدس زده می‌شود اطلاعات زیادی در آن حوزه دارند و اطلاعاتی که از آنها به دست می‌آید می‌تواند به جمع‌بندی اطلاعات بعدی کمک کند. به عبارت دیگر مراجعه و شروع با افرادی مطلع در آن حیطه باعث می‌شود که بر روی خط ارتباط^۳ گام برداشت و اطلاعات بعدی را بهتر کسب کرد. حجم نمونه تحقیق حاضر را جوانانی تشکیل می‌دهند که به فرهنگ‌سراهای شهر تهران مراجعه می‌کنند. بدین ترتیب ابتدا فهرستی از پراکندگی فرهنگ‌سراها در ۲۲ منطقه تهران تهیه شد. سپس مجموعه فرهنگ‌سراهای سازمان فرهنگی-هنری شهرداری تهران در پنج منطقه شمال، جنوب، شرق، غرب و مرکز، بر اساس تقسیم‌بندی فرهنگ‌سراها در سه مقوله فرهنگ‌سراهای شخصیت‌محور، فرهنگ‌سراهای نهادمحور و فرهنگ‌سراهای محتوامحور، دسته‌بندی شدند و پس از حذف فرهنگ‌سراهایی که مخاطبان خاصی دارند مانند فرهنگ‌سراهای کودک، نوجوان، دختران و بانوان، با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای-طبقه‌ای شش فرهنگ‌سرا انتخاب شد: فرهنگ‌سرای بهمن؛ از حیث گستردگی و تنوع مخاطب، فرهنگ‌سرای هنر (ارسباران) در منطقه شمال؛ فرهنگ‌سرای اشراق (طبیعت) در منطقه شرق، فرهنگ‌سرای شفق (دانشجو) در منطقه مرکز، فرهنگ‌سرای انقلاب در منطقه غرب و فرهنگ‌سرای قرآن در منطقه جنوب. در نظریه‌مبنایی گردآوری داده‌ها تنها زمانی به پایان می‌رسد که با سطحی از اشباع نظری مواجه شویم. در چنین نقطه‌ای، داده‌ها آغاز به تکرار شدن می‌کنند و چنین فرض می‌شود که می‌توان گردآوری داده‌ها را خاتمه داد (ذکایی، ۱۳۸۱: ۵۹). به علت تنوع مراجعه‌کنندگان به فرهنگ‌سراها سعی شد با طیف مختلفی از افرادی که به این فضاها مراجعه می‌کنند، صحبت شود. این روند در شش فرهنگ‌سرای مذکور در هنگام مصاحبه‌ها انجام شد تا به اشباع نظری رسیدیم.



1. Theoretical Sampling
2. Theoretical Sensitivity
3. Relevance

جدول فهرست و مشخصات افراد مشارکت کننده در پژوهش

ردیف	نام افراد	محل	تخصص	تحصیلات		درآمد میان (تومان)	مشخصات			محل مطالعه	مرد	نام افراد	ردیف
				دوره	مقطع		مقطع	مقطع	مقطع				
۱	فرزانه	۲۲	مجرد	فوق دیپلم برق	دیپلم	دیپلم	—	۷۰-۸۰۰	بیکار	مکلیک	خانهدار	کلاس کامپیوتر	بهمن
۲	مونا	۱۹	مجرد	دیپلم	سیکل	پنجم	—	۵۰-۶۰۰	بیکار	بازاری (فوت)	شغل آزاد	کتابخانه	بهمن
۳	مونا	۱۹	مجرد	دیپلم	دیپلم	سیکل	—	۸۰۰	بیکار	بازنشسته ارتش	خانهدار	کلاس ورزش	بهمن
۴	آرش	۲۰	مجرد	دانشجو	دیپلم	دیپلم	—	۱۲۰۰۰۰	بیکار	آزاد	خانهدار	کنار بوفه	بهمن
۵	رسول	۲۰	مجرد	دانشجو	دیپلم	دیپلم	—	۱۰۰۰۰۰	بیکار	آزاد	خانهدار	کنار بوفه	بهمن
۶	محمد	۱۶	مجرد	دانش آموز	فوق لیسانس	لیسانس	—	۱۵۰۰/۰۰۰	بیکار	مهنس	خانهدار	فضای سبز فرهنگسرا	اشراق
۷	نوید	۱۷	مجرد	دانش آموز	لیسانس	دیپلم	—	۹۰۰/۰۰۰	بیکار	کارمند	معلم	کتابخانه	اشراق
۸	امیرمحمد	۲۰	مجرد	پیش دانشگاهی	بی سواد	بی سواد	—	۴۰۰/۰۰۰	بیکار	بازنشسته	خانهدار	فضای فرهنگسرا	اشراق
۹	زهره	۱۹	مجرد	دیپلم	پنجم دبستان	دیپلم	—	۲۵۰/۰۰۰	بیکار	معلم	خانهدار	فضای فرهنگسرا	اشراق
۱۰	نگار	۱۵	مجرد	دانش آموز	لیسانس	دیپلم	—	۲۰۰۰/۰۰۰	بیکار	آزاد	خانهدار	نگارخانه	شفق
۱۱	شبرم	۱۵	مجرد	دانش آموز	فوق لیسانس	لیسانس	—	۱۵۰۰/۰۰۰	بیکار	مهنس کامپیوتر	ماما	محیط فرهنگسرا	شفق
۱۲	شاهین	۱۶	مجرد	دانش آموز	دیپلم	لیسانس	—	۵۰۰/۰۰۰	بیکار	بازنشسته	خانهدار	کلاس خطاطی	شفق
۱۳	علی	۱۷	مجرد	دانش آموز	دیپلم	دیپلم	—	—	بیکار	معلم	خانهدار	محیط فرهنگسرا	شفق
۱۴	زهره	۳۵	متاهل	دیپلم	پنجم	بی سواد	—	۲۰۰/۰۰۰	دیبر کانون بانوان	دیپلم	بی سواد	نگارخانه	کار
۱۵	آ. رضاپور	۲۷	مجرد	لیسانس	دیپلم	سوم راهنمایی	—	—	بیکار	بازنشسته	خانهدار	کتابخانه	کار
۱۶	آ. نجارزاده	۲۵	مجرد	لیسانس	دیپلم	دیپلم	—	۵۰۰/۰۰۰	بیکار	بازنشسته	خانهدار	کلاس معرفت	کار
۱۷	آ. منافی	۲۶	مجرد	فوق لیسانس	دیپلم	دیپلم ردی	—	۴۰۰/۰۰۰	بیکار	بازنشسته	خانهدار	کتابخانه	کار
۱۸	سمیه	۲۵	متاهل	دیپلم	لیسانس	پنجم	—	۴۰۰/۰۰۰	خانهدار	کارمند	خانهدار	کلاس قرآن	قرآن
۱۹	فاطمه	۲۹	متاهل	دیپلم	دیپلم	بی سواد	—	۷۰۰/۰۰۰	خانهدار	آزاد	خانهدار	ورودی فرهنگسرا	قرآن
۲۰	الهام	۲۸	متاهل	دیپلم	دیپلم	دیپلم	—	۵۰۰/۰۰۰	خانهدار	کارمند	خانهدار	کلاس کامپیوتر	قرآن
۲۱	راحله	۲۶	متاهل	دیپلم	دیپلم	سیکل	—	۳۰۰/۰۰۰	خانهدار	بازنشسته	خانهدار	کلاس قرآن	قرآن
۲۲	آ. فتوحی	۳۰	مجرد	دانشجوی پزشکی	لیسانس	لیسانس	—	۲۰۰۰/۰۰۰	بیکار	مهنس عمران	خانهدار	نگارخانه هنر	هنر
۲۳	آ. نجفی	۳۲	مجرد	دانشجوی پزشکی	لیسانس	دیپلم	—	۱۲۰۰/۰۰۰	بیکار	پزشک عمومی	خانهدار	کلاس موسیقی	هنر
۲۴	نگار	۲۵	مجرد	لیسانس موزه	لیسانس	فوق دیپلم	—	۲۰۰/۰۰۰	بیکار	بازنشسته ارتش	آموزگار	کتابخانه	هنر
۲۵	سمانه	۲۷	مجرد	لیسانس	ابتدایی	دیپلم	—	۸۰/۰۰۰	معلم	حق التدریس	آزاد	کتابخانه	هنر



فصلنامه علمی پژوهشی

۹۷

الگوهای استفاده
از فرهنگسراها...

برای تحلیل داده‌ها و رسیدن به نظریهٔ مبنایی فرایند کدگذاری در سه مرحلهٔ کدگذاری باز^۱، کدگذاری محوری^۲ و کدگذاری انتخابی^۳ انجام شد. گروه‌بندی داده‌ها بر اساس الگوی کدگذاری برای رسیدن به مفاهیم، مقولات و پدیده‌ها باعث می‌شود که نظریه در نهایت با جزئیات بیشتری تنظیم شود (حریری، ۱۳۸۵: ۲۵۳-۲۵۴).

نتایج یافته‌ها

نگارندگان برای دست‌یابی به نظریه‌ای برآمده از خصوصیات واقعی «الگوهای مصرف جوانان از فرهنگ‌سراها»، با اطلاع‌رسانان کلیدی که تماس مستقیم با این فضاها داشته‌اند، گفتگو کردند و کوشیدند تا در ساختار درونی نگرش‌ها و تجارب آنها تعمق کنند. اصلی‌ترین بخش یافته‌های این مقاله محصول مصاحبه‌هایی است که به‌صورت انفرادی با افرادی که به فرهنگ‌سراها مراجعه می‌کنند، انجام شده است. داده‌های گردآوری شده از مصاحبه‌ها پس از بررسی دقیق تفاوت‌ها و تشابهات، بر اساس کدگذاری باز و کدگذاری محوری به‌صورت مفاهیم و مقولات در بخش‌های مختلف مدل پژوهشی، ارائه خواهد شد. ابتدا از پدیدهٔ مرکزی شروع می‌کنیم و به ترتیب به توضیح و تبیین شرایط علی، زمینه، شرایط مداخله‌گر، استراتژی کنش / کنش متقابل و پیامدها می‌پردازیم.

پدیدهٔ مرکزی: دوست‌یابی

مرحلهٔ اول شناخت پدیدهٔ مرکزی یا به‌عبارتی همان مسئلهٔ تحقیق است. پدیده در واقع همان موضوع پژوهش است. حادثه یا اتفاق اصلی است که به سلسلهٔ کنش‌ها/ کنش‌های متقابل برای کنترل و اداره کردن آنها معطوف و بدان مربوط می‌شوند (پومرنک^۴، ۲۰۰۷). مسئلهٔ مطرح در این مرحله این بود که افراد مورد بررسی از این فضاها چگونه و به چه منظوری استفاده می‌کنند.

ایجاد پاتوق

یکی از کارکردهای عمدهٔ فرهنگ‌سرا پاتوق شدن این فضا است. پاتوق به این معنا که کاربران با حضور مستمر در این فضاها (گاه چندین سال) حلقه‌های دوستانه‌ای شکل می‌دهند. گاهی



1. Open Coding
2. Axial Coding
3. Selective Coding
4. Pomrenke

افراد با دوستان هم‌محلّه‌ای و هم‌کلاسی‌های خود و گاهی با دوستانی که در این فضا با هم آشنا می‌شوند، گروه‌های کوچکی را تشکیل می‌دهند و بخشی از اوقات خود را در این فضا می‌گذرانند.

بسیاری از پاتوق‌ها باثبات هستند و برخی دیگر بسیار گذرا، برخی برنامه‌ریزی شده شکل می‌گیرند و برخی بدون برنامه‌ریزی قبلی. اعضای برخی پاتوق‌ها ثابت هستند در حالی که برخی پاتوق‌ها اعضای ثابتی ندارند و گاهی پاتوق بدون حضور اعضای اصلی آن ایجاد می‌شود. معمولاً پاتوق‌هایی که در فرهنگ‌سرای بهمن و شفق شکل می‌گیرد به‌علت آنکه اکثر کاربران آن دانش‌آموزان هستند به‌صورت گذرا و تفریحی شکل می‌گیرد، اما کاربران فرهنگ‌سرای هنر و کار، عمدتاً به‌صورت برنامه‌ریزی شده و با اعضای معین به تشکیل پاتوق اقدام می‌کنند. این دسته از پاتوق‌ها معمولاً دارای اعضای ثابتی هستند و با هم ارتباط مستمر و مداوم دارند. «آقای نجفی» که دانشجو است و با فرهنگ‌سرای هنر در ارتباط است، از محیط دوستانه‌ای که در فرهنگ‌سرای هنر حاکم است، می‌گوید:



فصلنامه علمی-پژوهشی

۹۹

الگوهای استفاده
از فرهنگ‌سراها...

«من اینجا چند تا دوست دارم و چون پاتوقِ عده‌ی خاصیه مثل بچه‌های هنر و بچه‌های پزشکی، جو خوبی داره، یه جو دوستانه، اکثر بچه‌ها این جا همدیگر را می‌شناسن و وقتی از کنار هم رد میشن با هم سلام و علیک می‌کنن و در مجموع محیط نسبتاً مناسبی داره. بچه‌هایی که اینجا باهاشون در ارتباطم بیشتر در حیطه‌ی حرفه‌ی خودمه و در رابطه با حرفه‌ی خودم باهاشون بحث می‌کنم»

جمع شدن دوستان دور هم

یکی از دلایل استفاده از فرهنگ‌سراها، مصرف فضا است. بدین معنی که بیشتر جوانان و زنانی که از این مراکز استفاده می‌کنند علاوه بر استفاده از کلاس‌های فرهنگ‌سرا، این مکان را برای ملاقات و دیدن دوستان خود برمی‌گزینند. «محمد» که در فرهنگ‌سرای اشراق با او آشنا شدم، وقتی از وی سؤال می‌شود که «چرا تصمیم گرفتی به این فرهنگ‌سرا بیایی؟» در جواب اینگونه پاسخ می‌دهد:

«یه جایی نیاز داشتم تا وقتایی از روز رو تو خونه نباشم، هم درس

بخونم و هم با دوستان خلوت کنیم و دور هم باشیم»

«علی» نیز از چگونگی جمع شدن افراد به دور هم می‌گوید:

«اینجا برای این میام، برای دور هم بودن بچه‌هاش، فقط میام اینجا با بچه‌ها می‌شینیم، سیگاری، تخمه‌ای و ...»

دوست‌یابی و تداوم آن در خارج از محیط فرهنگ‌سرا

کاربرانی که به فرهنگ‌سراها مراجعه می‌کنند این مکان را به محل دوست‌یابی تبدیل کرده‌اند. دوست‌یابی در این مکان به طرق گوناگون انجام می‌پذیرد؛ دوست شدن دختران با یکدیگر و پسران با هم در محیط فرهنگ‌سرا یا در کلاس‌هایی که شرکت می‌کنند. همچنان که مشاهدات محققان در این فرهنگ‌سراها نشان داد، این مکان شاهد دوست‌یابی دختران و پسران به طرق گوناگون نیز بوده است؛ ارتباطات چشمی، دادن شمارهٔ تلفن به یکدیگر، متلک‌گویی و ... چون در محیط فرهنگ‌سرا دختران و پسران اجازهٔ ارتباط با یکدیگر را ندارند با این روش‌ها در این فضا با یکدیگر آشنا می‌شوند و در خارج از محیط فرهنگ‌سرا به دوستی‌های خود ادامه می‌دهند.

همان‌گونه که در بخش بالا ذکر شد آشنایی با جنس مخالف و تداوم این ارتباط در خارج از محیط فرهنگ‌سرا در میان کاربران یکی از گونه‌های مصرف این فضا به‌شمار می‌رود. «مونا» در این مورد چنین اظهار می‌کند:

«در واقع اینجا به مکان دوست‌یابی، به‌خاطر مقررات اینجا، ادامهٔ روابط به بیرون ختم می‌شه، تو پارک، سینما و این جور جاها. در کل اینجا با بچه‌های مختلفی آشنا می‌شی، اما چون نمی‌تونی با هم باشی، به جای دیگه با هم قرار می‌ذاریم (کافی‌شاپ، مرکز خرید و ...). مثلاً ما خودمون به پاتوق داریم تو چهار راه ولیعصر به اسم سوپر استاپ! البته به موقع‌هایی با بچه‌ها جاهای دیگه هم می‌ریم، به کافی‌شاپ توی یوسف‌آباد که اون جا هم می‌ریم اما چون قیمتش گرونه کمتر می‌ریم»
«الهام» به‌عنوان یکی از زنان خانه‌داری که تجربهٔ حضور در فرهنگ‌سرا را دارد، در این خصوص چنین بیان می‌کند:

«از زمانی که اینجا اومدم با خانومای جدیدی آشنا شدم، با یکی شون خیلی ارتباط داریم با هم بیرون می‌ریم، بچه‌هامون رو می‌بریم پارک، سینما، نمایشگاه»

گپ و گفت‌وگو در مورد موضوعات مورد علاقه

زمانی که فرهنگ‌سراها را به‌مثابه مکان‌های دوست‌یابی مطرح کنیم، بدین معنی است که اکثر افراد بخشی از اوقات خود را در آنجا سپری می‌کنند و در مورد مسائل مختلف در آنجا به بحث و تبادل نظر می‌پردازند. بسته به جنس و سن کاربران، این افراد حول مسائل گوناگونی با



فصلنامه علمی-پژوهشی

۱۰۰

دوره هفتم
شماره ۴
زمستان ۱۳۹۳

هم صحبت می‌کند. جوانان از مسائلی چون اختلاف و بحث‌هایشان با والدین، آخرین مُدِ روز، دوستی‌هایشان و ... و زنان از مسائل خانوادگی، فرزندان‌شان، چگونگی ارتباط با شوهرشان و ... صحبت می‌کنند.

«مونا» در مورد مسائلی که در خصوص آنها با دوستانش صحبت می‌کند، چنین می‌گوید:
«صحبتایی که با بچه‌ها می‌کنم در مورد مثلاً رابطه با خانواده، دعوایی که یه موقع بچه‌ها با خانواده می‌کنن، در مورد مشکلات بچه‌ها بیرون از خونه‌ها، خرید بیرون یا بیرون رفتن»

فرزانه: «راجع به زندگی آینده، دانشگاه، پدر و مادر، دوستان و ...»
برخی نیز تنها از جنس مخالف می‌گویند و دعوایی که بر سر دوست شدن با آنها اتفاق می‌افتد:
علی: «وقتی با پسرا می‌شینیم اکثراً راجع به دخترا حرف می‌زنیم و دعوایی که یکی با یکی کرده و اینکه برنامه‌ی روز بعدمون چیه و روز قبل چی کار کردیم»

شاهین نیز از مشکلات خانوادگی بچه‌ها و مشاوره‌هایی که برای حل شدن مسئله به دوستانش می‌دهد، سخن به میان می‌آورد:

«شده بچه‌ها مشکل خانوادگی داشتن و با پدر و مادرشون دعوایشون شده بوده منم سعی کردم راهنمایی خوب بکنم و براشون رفیق ناباب نباشم چون به نظر من مادر و پدر زحمت آدمو می‌کشن و باید احترامشونو نگه داریم»

موضوعات صحبت خانم‌های خانه‌دار نیز دامنه‌ی وسیعی را در بر می‌گیرد، خانم اسفندیاری در این باره اینگونه اظهار نظر می‌کند:

«اینجا با خانوما می‌شینیم و صحبت می‌کنیم، در مورد آشپزی، خانواده‌ی شوهر (مخصوصاً مادر شوهر) (با خنده)، در مورد ارتباط با شوهرامون. مثلاً هفته‌ی پیش یکی از خانوما مشکل داشت، بهش گفتیم بره پیش مشاور»

الهام نیز از چگونگی ارتباط صحیح با فرزندش از خانم‌ها مشاوره می‌گیرد:

«خانوما از هر دری صحبت می‌کنن، خانوادگی، اقتصادی، تربیت بچه‌هاشون، من خودم باهاشون در مورد مشکل صحبت کردم که چکار کنم با بچم دوست بشم، به هم مشاوره می‌دن»



شرایط علی

شرایط علی حوادث یا وقایعی هستند که به وقوع یا رشد پدیده‌ای منتهی می‌شوند (پومرنک، ۲۰۰۷). به عبارت دیگر دلایل استفاده متفاوت از فرهنگ‌سراها با توجه به شرایط علی توضیح داده می‌شود.

نزدیکی و دسترسی

نقشه پراکندگی فرهنگ‌سراها در مناطق ۲۲ گانه تهران نشان می‌دهد که این مراکز در اکثر مناطق تهران پراکنده‌اند و از این حیث شاهد توازن و تعادل در این مناطق هستیم. بدین علت بسیاری از کاربران - البته نه همه آنها - به فرهنگ‌سراهای نزدیک منزل خود مراجعه می‌کنند. به نظر می‌رسد به دلیل نزدیکی فرهنگ‌سراها به منازل کاربران و دسترسی آسان و ارزان به این مکان‌ها و همچنین اعتماد خانواده‌ها به این اماکن، کاربران به فرهنگ‌سراها بیش از مکان‌های دیگر نظیر پارک‌ها، کافی‌شاپ‌ها، کوه و ... مراجعه کنند. اکثر مراجعه‌کنندگان به این مراکز می‌توانند با حضور در این فضا هم از فضای سبز و پارک این فضا استفاده کنند و هم از کلاس‌های آموزشی، سمینارها و همایش‌ها، نگارخانه‌ها و کتابخانه‌های آن بهره بگیرند.

جوانان برای کسب تجربه‌های تازه در زندگی روزمره پا به فضای فرهنگ‌سرا می‌گذارند. به نظر آنها حضور در چنین فضایی به آنها امکان استقلال از محیط خانه و امکان رشد می‌دهد؛ همچنان که صحبت با یکی از کاربران فرهنگ‌سرای بهمن (مونا) به خوبی این مسئله را منعکس می‌کند که چرا اکثر دختران و پسران این فضا را انتخاب می‌کنند و در آن حضور می‌یابند:

«من مطمئنم اکثر دختر و پسرای که اینجا میان برای محیط اینجاست؛ برای آزادی اینجاست (نسبت به خانه)»

«نگار» که یکی دیگر از کاربران فرهنگ‌سرای بهمن است، با وجود اینکه خانواده‌اش از اینکه او به این فرهنگ‌سرا می‌آید ناراضی است، باز هم مصمم است که برای داشتن فضایی آزادانه‌تر نسبت به محیط خانه، علی‌رغم منع والدین به این مکان بیاید:

«زمانی که دوم دبیرستان بودم عضو کتابخونه نزدیک خونمون (نازی‌آباد) بودم، بهانه آوردم که اینجا کوچیکه و با وجود اینکه خانوادم ناراضی بودند، اومدم بهمن؛ چون فضا و آزادی بیشتری می‌خواستم»



فصلنامه علمی-پژوهشی

۱۰۲

دوره هفتم
شماره ۴
زمستان ۱۳۹۳

«سمانه» که لیسانس نقاشی دارد و از شرق تهران به فرهنگ‌سرای هنر می‌آید، از محیط این فضا نسبت به مکان‌های دیگر احساس رضایت می‌کند و دلیل مراجعه‌اش به این فضا را اینگونه ذکر می‌کند:

«اینجا تنها جایی که فضاش مختلطه و تا حدی آزادی به جوونا می‌دن، منظورم از آزادی این نیست که گسیخته بشه، در حد روابط اجتماعی سالم آدما با همدیگه»

او باز هم به فضای مناسب فرهنگ‌سرای هنر تأکید می‌کند، چراکه در این فضا علاوه بر داشتن آزادی و احترام به استقلال افراد، آرامش در آن حاکم است.

شکاف نسلی

بسیاری از نوجوانانی که به فرهنگ‌سراها مراجعه می‌کنند، با توجه به اینکه در سنین گذار بین نوجوانی و جوانی قرار دارند و خواهان کسب تجربه‌های تازه هستند، گاه در محیط خانه نمی‌توانند آزادانه عمل کنند و به دنبال نهادهایی می‌گردند که ساعت‌هایی از روز را در آنجا به همراه دوستان خود بدون درگیری با والدین سپری کنند و چون خانواده‌ها به این مکان‌ها اعتماد دارند، منعی در حضور در این اماکن ندارند. مونا نیز که در محیط خانه احساس آرامش نمی‌کند، در این مورد این چنین توضیح می‌دهد:

«موقع درس خوندن تو خونه احساس آرامش نمی‌کنم چون دائم بهم

گیر می‌دن؛ برای همین میام اینجا تا راحت باشم»

اما نگار برخلاف رضایت والدینش به فرهنگ‌سرا می‌آید. او در مورد عدم رضایت والدینش در خصوص رفتن به این مکان چنین سخن می‌گوید:

«وقتی میام اینجا، مامان و بابام خیلی بهم گیر می‌دن اما الان بیرون

اومدن از خونه برام مهمه. خانوادم فکر می‌کنن این محیط جای

آدماییه که خونوادشون با خانواده ما فرق داره، مامانم می‌گه نرو

فرهنگ‌سرا اونجا برای دختریه که مادرش براش فرق نمی‌کن

دخترش کجا می‌ره»

تشویق دوستان

امروزه بسیاری از جوانان تجربه حضور در فرهنگ‌سراها را دارند و فرهنگ‌سراها به‌عنوان یکی از فضاهای عمومی نقش قابل توجهی در پر کردن اوقات جوانان ایفا کرده‌اند. در یکی از



سؤالات خود از شروع این تجربه سؤال کردیم و اینکه چه کسی یا چه کسانی در تصمیم فرد در خصوص حضور در فرهنگ‌سرا مؤثر بودند. اکثر کاربران با تشویق یا معرفی دوستان به این فضا آمده بودند.

«مونا» آغاز این تجربه را چنین توصیف می‌کند:

«دوستام بهم می‌گفتند تو هم بیا اینجا درس بخون، فضای خوبی داره

اینجا، آدم توش راحت‌تره و از گیرای تو خونه خبری نیست»

«نوید» نیز با حضور دوستان بهتر می‌تواند از این فضا استفاده کند و تمرکز داشته باشد:

«دوستان گفتند و ما هم اومدیم (با خنده). اولین بار دو سال پیش

برای امتحانات خرداد اومدم که خیلی خوب بود. تو خونه درس

خوندنم ضعیف می‌شه و تحمل پشت سرهم درس خوندنو ندارم

و تو جمع پیش دوستام بیشتر می‌تونم تمرکز کنم و مغزمم خسته

نمی‌شه»

«علی»: «دوستام می‌اومدن و منم باهاشون می‌اومدم و پام باز شد»



هویت مکان

کاربرانی که به این فضاها مراجعه می‌کنند بر اساس معناها و ایماژهایی که برای این فضاها قائل هستند، به آنها مراجعه می‌کنند. این معانی حضور آنها در فرهنگ‌سرا را کم‌رنگ یا پررنگ می‌کند. برخی کاربران برای گذران اوقات فراغت و یادگیری مهارت به این مکان می‌آیند.

پرکردن اوقات فراغت و یادگیری مهارت

چگونگی گذران اوقات فراغت برای همه کاربران و مراجعه‌کنندگان به فرهنگ‌سراها یکسان نیست، به گونه‌ای که برخی کاربران با استفاده از کلاس‌ها، اوقات فراغت خود را پر می‌کنند، و برخی از فضای این مکان بهره می‌گیرند و این چنین وقت خود را می‌گذرانند. کلاس‌های مختلف فرهنگ‌سرا نقش مهمی در سامان‌دهی وقت آزاد افراد خصوصاً جوانان و زنان منطقه دارد و نیز نمایانگر علایق مختلف این قشرها است.

برای مثال بسیاری از زنان منطقه برای آموزش قرآن به فرهنگ‌سرا مراجعه می‌کنند. «خانم

اسفندیاری» در این خصوص می‌گوید:

«اینجا میام تا از کلاس تفسیر قرآن استفاده کنم، استادای خوبی داره.

اگر دوره دیگریم تشکیل بشه حتماً بازم شرکت می‌کنم، خوندم قرآن

ثواب داره».

بسیاری از زنانی که برای آموزش قرآن به فرهنگ‌سرا مراجعه می‌کنند پس از مدتی با سایر فعالیت‌ها و کلاس‌های فرهنگ‌سرا آشنا می‌شوند و خیلی زود جذب کلاس‌های هنری، کلاس‌های کامپیوتر و ورزش نیز می‌شوند. فاطمه که برای شرکت در کلاس روخوانی به این فرهنگ‌سرا مراجعه کرده است، در این مورد اینگونه بیان می‌کند:

«اولاً که اومدم اینجا، برای کلاسای قرآن میومدم، گفتم هم حوصلم سر نمی‌ره و هم به توایی کرده باشم، اما الان کلاس خیاطی را دارم تمام می‌کنم و قصد دارم تو کلاس کامپیوترش شرکت کنم، آخه خیلی دوست دارم کامپیوتر یاد بگیرم»

مکان دوست‌یابی و ارتباط با جنس مخالف

برای بسیاری از کاربران خصوصاً نوجوانان، با آمدن به فرهنگ‌سرا فصلی نو در ارتباطات آنها آغاز می‌شود. این افراد با حضور در محیط جدید با افراد و سلاقی جدیدی آشنا می‌شوند. برای بسیاری از این افراد شروع ارتباط با جنس مخالف نیز در این مکان شکل می‌گیرد. صحبت‌های مونا به روشنی بر این موضوع صحنه می‌گذارد:

«برای اکثر بچه‌ها اینجا (فرهنگ‌سرا) اولین جایی است که با جنس مخالف تو یه مکانن، به هم خیلی توجه می‌کنن؛ در واقع یه مرحله گذار بین دبیرستان و دانشگاه»

«نگار» از ارتباط آزادانه دختران و پسران با یکدیگر می‌گوید:

«دخترها و پسران اینجا راحتن، تو این محیط، فرهنگ‌سرا اولین جاییه که آدم آزادی دخترها و پسران را می‌تونه ببینه»

اهمیت فضا

بیشتر فرهنگ‌سراها در پارک‌ها قرار دارند. از میان فرهنگ‌سراهایی که مورد مطالعه و بررسی قرار گرفتند تنها فرهنگ‌سرای کار فاقد فضای سبز و تفریحی بود. معماری داخلی فضاهای مذکور نیز جالب بود، به گونه‌ای که وقتی از کاربران سؤال می‌شد در وهله اول چه چیزی توجه‌تان را در این مکان به خود جلب کرد؟ نوید که ساکن محلات مجاور فرهنگ‌سرای اشراق است، در مورد فضای این فرهنگ‌سرا چنین می‌گوید:

«قشنگیه فضا، که خیلی ام بهش رسیده بودن و امکاناتش خیلی زیاد بود. پدرم گفته بود یه باغ بزرگیه و فرهنگ‌سرا جای دنجیه منم اولین باری که اومدم خوشم اومد فضا، جالبه از صندلی‌های زیر درختاش خوشم اومد»



شاهین که از فرهنگ‌سرای شفق استفاده می‌کند و مکان همیشگی‌اش آلاچیق و فضای سبز این فرهنگ‌سرا است، عنوان می‌کند:

«معماریش و فضاش قشنگش، آلاچیقش، از پارک‌های دیگه که حتی بزرگترن مثله پارک لاله اینجا قشنگ‌تره»

شاهین همچنین بر راحتی فضای فرهنگ‌سرای شفق تأکید می‌کند:

«بخاطر راحت بودن فضاشه که دوست دارم اینجا بیام»

امنیت فضا

امیرابراهیمی در مقاله خود عنوان می‌کند که با افتتاح فرهنگ‌سراها، سالن‌های ورزشی و کلاس‌های متعدد در مناطق مختلف تهران و به‌خصوص در مناطق جنوب شهر و دعوت زنان به شرکت در فعالیت‌های گوناگون، راه برای شرکت زنان در زندگی اجتماعی نوین شهری بدون اینکه از محیط خانوادگی زیاد دور شوند، باز شده است. اطمینان به اسلامی بودن این مراکز در جلب اعتماد خانواده‌های سنتی و مذهبی نقش مهمی داشته است (امیرابراهیمی، ۱۳۷۴: ۲۴). اکثر کاربران بر اعتماد خانواده خود به این مراکز و وجود نظارت بر این اماکن تأکید می‌کردند. مونا در این مورد چنین توضیح می‌دهد:

«اینجا خوبه، آدم علاوه بر اینکه با جنس مخالف در یک مکانه، احساس

امنیت هم می‌کنه؛ چون یه جاییه که نظارت می‌شه»

امنیت فضاها را تذکر به حدی است که وقتی از کاربران می‌پرسیم که آیا دوستان و آشنایان را تشویق می‌کنید به این مکان بیایند، مونا اینگونه توضیح می‌دهد:

«به دوستانم و خواهرم می‌گم بیان اینجا، چون فضاش خوبه، آدم توش

احساس راحتی می‌کنه، روحیش شاد می‌شه، محیطش امنه و آدم احساس

خطر نمی‌کنه»

علاوه بر اینکه خانم‌ها بر امنیت فضا برای حضور بیشتر در این مکان تأکید می‌کردند، مشاهده شد که بُعد امنیت برای پسران نیز اهمیت دارد و آن را عاملی برای استفاده آزادانه از این محیط می‌دانند، به‌طوری‌که خانواده‌ها حضور آنها در این مکان را بر اماکن دیگر ترجیح می‌دهند. محمد در این باره چنین می‌گوید:

«یه جایی نیاز داشتم تا از خونه دور باشم و همه وقتمو اونجا بگذرونم

تو این محله فقط این فرهنگ‌سرا، این ویژگی‌ها رو داره و خانواده هم



اجازه می‌دن وقتتو اونجا بگذرونی؛ وگرنه پارک‌ها هم هستند ولی اونجا
را اجازه نداری بری»

عمومی بودن فضا^۱

یکی از دلایلی که کاربران با هر سلیقه، علاقه و روحیه‌ای به این مکان می‌آیند حضور قشرهای
گوناگون افراد از سنین مختلف، جنس و آرایش‌های ظاهری متفاوت است. شاید همین ویژگی
یکی از دلایل استقبال افراد از حضور در این اماکن است. زمانی که از کاربران سؤال می‌شود «در
وهله اول چه چیزی توجه‌تان را در این مکان به خود جلب کرد؟» پاسخ‌هایی را بیان می‌کنند که
حکایت از وجود این خصیصه در این مکان است. فرزانه در پاسخ به این سؤال عنوان می‌کند:
«به‌خاطر تنوع کلاساش، آدمای مختلفی که میان، تو از هر کدومشون به
چیزی یاد می‌گیری»

مونا هم فکر نمی‌کرد که در این فضاها افراد مختلف حضور پیدا کنند و این فضاها را متعلق
به افرادی خاص می‌دانست:

«وقتی اولین بار اوادم فکر نمی‌کردم به همچین جایی باشه، روابط آدمای
اینجا آزاده، آدماش مته آدمای تو کوچه و خیابون نیستن، همه برای به
کاری اومدن، توش تنوعه»

نگار نیز از فرهنگسرای شفق به‌خاطر شلوغی و حضور افراد مختلف آن استفاده می‌کند.

زمینه

علاوه بر شرایط علی که عوامل باواسطه مؤثری در استفاده کاربران از فرهنگسرا هستند،
ویژگی‌های زمینه‌ای عوامل بی‌واسطه مؤثری در قضاوت کاربران در خصوص استفاده از این
محیط محسوب می‌شوند. در مقاله حاضر «زمینه» عبارت است از تلقی و روایت کاربران در
سه حیطه قوانین، عوامل اجرایی (حراست فرهنگسراها) و در نهایت برنامه‌هایی که در محیط
مذکور تشکیل می‌شود. روجک^۲ برای تحلیل این امر از مفهوم «روایت کردن» بهره می‌گیرد.
(در اینجا روایت کاربران از فضای فرهنگسرا مد نظر است). وی معتقد است که با عضویت
در یک مکان جهان را به شیوه‌های مشخص طبقه‌بندی می‌کنیم؛ زیرا حضور در یک مکان
باعث می‌شود با جهان‌بینی‌ای که از آن به دست می‌آوریم آگاهانه یا ناآگاهانه بسیاری از امور
را بررسی کنیم (روجک، ۱۳۸۸: ۳۸).

1. Publicness
2. Rojek



تلقی کاربران از قوانین و مقررات

افراد ضمن استفاده از یک محیط به ارزش‌ها و قوانین فضا تن می‌دهند و به مقررات فضا توجه دارند. اما کنش آنها در عمل به قوانین و مقررات در فاصله پیوستار اراده‌گرایی و جبرگرایی قرار دارد. بدین معنی که از سویی این قوانین را محدودکننده می‌دانند و از سوی دیگر بر لزوم اجرای قوانین تأکید می‌کنند، اما نحوه اجرا و اعمال این قوانین را نمی‌پسندند. مونا در صحبت‌های خود به قواعد نانوشته و جاری که در محیط فرهنگ‌سرا حاکم است، اشاره می‌کند:

«تو این جور فضاها همیشه به مقرراتی حاکمه، لازم نیست که همه جا

بنویسند اما همه می‌دونن که باید چکار بکنند و چکار نکنند، مثلاً اینکه

باید حجابت را رعایت کنی، نباید با پسرا هیچ ارتباطی داشته باشی»

نگار به اهمیت وجودی قوانین در فضای فرهنگ‌سرا اشاره می‌کند و اجرای قوانین در دو

مکان «بالاشهر» و «پایین شهر» را مقایسه می‌کند:

«اگر من مسئول اینجا بودم به مقررات اهمیت می‌دادم چون همیشه

دخترا و پسرای بی‌جنبه وجود دارند، اما تو بالاشهر اینطور نیست،

دختر، پسراش مثل بچه‌های اینجا تابلوبازی درنمیاری، می‌دونن برای

چی میان فرهنگ‌سرا»

در آن سوی پیوستار فرزانه کاملاً و بدون هیچ‌چون‌وچرایی به مقررات فرهنگ‌سرای بهمن

عمل می‌کند:

«من برای مقررات ارزش قائلم و سعی می‌کنم هر جایی که می‌رم،

مقررات اونجا را رعایت کنم»

و خواهان اجرای مقررات به صورت جدی‌تر در این فرهنگ‌سراست:

«اگر من مسئول اینجا بودم، خصوصاً در مورد وضع ظاهری مراجعان که

واقعاً برای ورود به یک مکان فرهنگی مناسب نیست، اول تذکر شفاهی

می‌دادم بعدش اجازه ورود نمی‌دادم»

تلقی کاربران از عوامل اجرایی فرهنگ‌سرا

بسیاری از کاربران فرهنگ‌سراها قوانین و مقررات را می‌پذیرند و جز تعدادی محدود، وجود

قوانین را برای هر محیطی لازم می‌دانند. اما اکثر کاربران همان‌طور که در ادامه مشاهده می‌کنید

از نحوه اجرای قوانین توسط کادر اجرایی فرهنگ‌سراها شکایت دارند و از این افراد رضایت

ندارند. البته در میان کاربران افرادی نیز هستند که از کادر اجرایی این مکان راضی هستند.



مونا که از کاربران فرهنگسرای بهمن است، در مورد نحوه برخورد حراست این مکان این گونه می‌گوید:

«از حراست اینجا خیلی بدم میاد، دوست داره بچه‌ها رو اذیت کنه، کاری نمی‌کنه‌ها، فقط یه جوری به آدم نگاه می‌کنن که انگار چیکار کردی»
نوید هم از احساس مالکیت برخی از مجریان فرهنگسرای اشراق و برخورد ناشایست آنها با جوانان می‌گوید:

«بعضیاشون اصلاً خوب نیستن، فکر می‌کنن فرهنگسرا ماله باباشونه و منت می‌ذارن. اونا (مسئولان حراست) با جوونا بد برخورد می‌کنن و فکر می‌کنن جوونا آدمای بدین، اینجا همه برنامه‌هایی که اجرا می‌کنن مثله ماه رمضان و اعیاد، جوونای مجرد راه نمی‌دن و محدودشون می‌کنن، مگه این فضاها برای جوونا ساخته نشده؟»

زهره در مورد پاسخگو نبودن مسئولان نیز چنین می‌گوید:

«اصلاً اجازه صحبت کردن به ما نمی‌دن، فکر می‌کنن فقط خودشون

حاکم دهرن، اصلاً به آدم نگاه هم نمی‌کنند»

امیرمحمد حراست فرهنگسرای شفق را به دو دسته تقسیم می‌کند:

«حراست اینجا دو دستن، یه سریاشون خونین یه سریاشونم خیلی گیر می‌دن»

در بین کاربران فرهنگسراهای ذکرشده، کاربران فرهنگسرای قرآن رضایت بیشتری از مسئولان این مکان داشتند. شاید دلیل این رضایت از ماهیت این فرهنگسرا، پوشش و رفتاری باشد که باید طبق آن در این محیط ظاهر شوند، خانم اسفندیاری در این مورد چنین می‌گوید:

«اینجا مسئولینش خیلی خوبن، مذهبین، حجابشون خوبه»

در بین کاربران فرهنگسراها، تنها می‌توان به فرهنگسرای هنر اشاره کرد که ضمن فراهم کردن فضای آزاد برای مخاطبان، کاربران از فضای یادشده احساس رضایت نسبی دارند. آقای فتوحی در این مورد عنوان می‌کند:

«من زیاد با کادر اداری اینجا رابطه ندارم و چیز خاصی ازشون ندیدم، اگر بگم که باهاشون مشکلی نداشتم که دروغ بوده، بعضی اوقات مسائلی پیش می‌اومد که با یه صحبت کردن حل می‌شد، خیلی کم دیدم پرسنل از حد خودشون فراتر برن و بخوان اذیت کنن»



تلقی کاربران از برنامه‌های فرهنگسرا

آخرین مؤلفه زمینه‌ای در مقاله حاضر، تلقی کاربران از برنامه‌های فرهنگسرا است. در برنامه‌ها و فعالیت‌های فرهنگسراها دو رویکرد هویت‌بخشی و تربیت انسان اسلامی - ایرانی مورد توجه سیاست‌گذاران سازمان فرهنگی - هنری شهرداری تهران بوده است. مصاحبه‌های انجام‌شده تلقی کاربران از برنامه‌های فرهنگسراها را نشان می‌دهد.

توجه به برنامه‌های مذهبی ناشی از ایدئولوژی است که در این فرهنگسراها حاکم است و مطابق با نظام‌نامه فرهنگسراها بر آن تأکید می‌شود. اما زهره از عدم تأثیرگذاری کلاس‌های قرآن این فرهنگسراها می‌گوید:

«اینجا کلاساش زیاده، خیاطی، موسیقی، کامپیوتر، نمایشگاه عکس، فیلم و نمایشگاه نقاشی و طراحی و تابستونا مهد کودک برای بچه‌ها برنامه برگزار می‌کنن و خیلی کلاس‌های دیگه، برنامه‌های هنری هم هست. به برنامه‌های هنری علاقه دارم، برنامه‌های مذهبی روم هیچ تأثیری نداره، کسل‌کننده‌س»

مطابق با نیازها و خواسته‌های مخاطبان تلقی این افراد از برنامه‌ها نیز متفاوت است. فرزانه از تنوع کلاس‌های فرهنگسرای بهمن می‌گوید:

«اینجا همه جور برنامه و کلاس‌های ورزشی، کامپیوتر، کلاسای نمایشی برگزار می‌شه، اما به نظرم کلاسای ورزشیش مهم‌تره»

به نظر نوید بیشتر کلاس‌های فرهنگسرای اشراق اختصاص به کودکان دارد و برای نوجوانان و جوانان مناسب نیست:

«اغلب هنرها مثله نقاشی، خطاطی، معرق، سفالگری و ... است اما اکثر برنامه‌هاش مربوط به کودکانه و فضا برای نوجوانان و جوانانه و کلاس‌های نقاشی مبتدی برای کودکان می‌ذارن که فقط برای کودکان مناسبه»

عوامل مداخله‌گر

بررسی هر موضوعی متأثر از سلسله‌ای از عواملی یا عناصر مداخله‌گر است. در واقع شرایط مداخله‌گر به منزله زمینه ساختاری وسیع‌تر مربوط به پدیده مورد بررسی است که راهبردهای کنش/کنش متقابل را در زمینه خاصی تسهیل یا محدود می‌کند (پومرنگ، ۲۰۰۷). دلایل



استفاده از فرهنگ سرا می تواند تحت تأثیر عوامل و شرایطی مانند سن، جنس، طبقه، تحصیلات، مجرد یا تأهل و ... باشد. این شرایط در هنگام قضاوت در مورد فضای فرهنگ سرا می تواند بر ذهنیت کاربران تأثیرگذار باشد.

سن

با تأمل روی داده های گردآوری شده می توان به این نتیجه رسید که نوع مصرف این فضاها در افرادی که در سنین پایین تر هستند، بسیار متفاوت با افرادی است که در سنین بالاتر قرار دارند. به طور کلی افرادی که در سنین نوجوانی قرار دارند از این فضا بیشتر برای گذران اوقات خود استفاده می کنند و غالب این افراد - به جز افرادی که از کتابخانه فرهنگ سرا استفاده می کنند - هیچ هدفی برای حضور در این مکان ذکر نمی کنند. با افزایش سن، الگوی مصرف این فضاها تغییر می کند و هدفمند می شود. به طوری که اغلب افراد برای یادگیری مهارت و پر کردن اوقات فراغت خود به این مکان مراجعه می کنند.

جنس

جنس از دیگر عواملی است که بر روی انتخاب استراتژی های جوانان برای نوع مصرف این مکان مؤثر است. به طوری که در انتخاب استراتژی نوع مصرف در بین دختران و پسران تفاوت های آشکاری دیده می شود. همان طور که در بخش بالا اشاره شد پسران بیشتر از فضای فرهنگ سرا استفاده می کنند و محیط فرهنگ سرا را بدین خاطر انتخاب می کنند که بخشی از اوقات خود را با دوستان خود در آن سپری کنند، بدون اینکه هدف خاصی را دنبال کنند. اما در بین دختران تعداد افرادی که از فضای فرهنگ سرا استفاده می کنند نسبت به افرادی که از کلاس ها و برنامه های دیگر فرهنگ سرا استفاده می کنند، کمتر است. به طور کلی می توان گفت بیشتر زنان و دختران از برنامه های و کلاس های فرهنگ سرا استفاده می کنند و بیشتر پسران فضای فرهنگ سرا را مورد استفاده قرار می دهند.

طبقه (تحصیلات، شغل و درآمد)

طبقه از دیگر عواملی است که بر روی انتخاب استراتژی مؤثر است. روجک (۱۳۸۸: ۲۹۴) معتقد است که طبقه درباره گروه های اجتماعی با مالکیت و کنترل دارایی ها معنا پیدا می کند. پایین ترین سطح دخالت طبقه بحث «شانس های زندگی»^۱ است (روجک، ۱۳۸۸: ۲۹۴). نتایج

۱. شانس های زندگی (life chances) این اصطلاح به مزایا یا مضرات مادی، سیاسی و فرهنگی اطلاق می شود که عضو یک طبقه به عنوان شرط عضویت طبقاتی دریافت می کند.



حاصله ما را به فهم این نکته مهم هدایت می‌کند. استراتژی‌هایی کسانی که از موقعیت اجتماعی بالاتری برخوردارند و در وضعیت اجتماعی و فرهنگی بالاتری قرار دارند استراتژی‌هایشان متفاوت از کسانی است که متعلق به طبقه پایین‌تری هستند. افراد متعلق به موقعیت اجتماعی پایین‌تر بیشتر در مقابل عوامل اجرایی فرهنگ‌سرا از خود مقاومت نشان می‌دهند، زیرا این طبقه از افراد به فرهنگ‌سرا بیشتر از مکان‌های دیگر مراجعه می‌کنند، در صورتی که افرادی که در طبقات بالاتری قرار دارند جایگزین‌های مکانی دیگری مانند کافی‌شاپ‌ها و پارک‌ها و ... دارند و از آمدن به فرهنگ‌سرا هدف خاصی را دنبال می‌کنند.

محل سکونت

یکی از عوامل بسیار مهم در نوع مصرف فرهنگ‌سرا، محل سکونت افراد است. اکثر کاربران به علت نزدیکی محل سکونت خود به این فضاها مراجعه می‌کنند و می‌توان گفت اکثر افرادی که به این قبیل مکان‌ها مراجعه می‌کنند یا از قبل یکدیگر را می‌شناسند و یا در محیط فرهنگ‌سرا با یکدیگر آشنا می‌شوند. محل سکونت افراد در انتخاب برنامه‌ها و شیوه‌های استفاده از این فضا نیز تأثیرگذار است؛ به طوری که کاربران فرهنگ‌سرای هنر که در منطقه سه تهران سکونت دارند بیشتر از کلاس‌های هنری، موسیقی و ... این فرهنگ‌سرا استفاده می‌کنند و دیدن نمایشگاه‌ها و نگارخانه‌ها یکی از فعالیت‌های همیشگی منازل همجوار این فرهنگ‌سرا است. فرهنگ‌سرای شفق نیز که در منطقه ۶ تهران قرار دارد به علت فضای سبزی که در اختیار دارد پاتوق بسیاری از سالمندان، زنان خانه‌دار، کودکان و جوانانی است که در مجاورت این فرهنگ‌سرا سکونت دارند. فرهنگ‌سرای بهمن، کار، اشراق و قرآن نیز بیشتر مورد استفاده جوانان و زنان قرار می‌گیرند.

استراتژی‌های کنش / کنش متقابل

در بررسی یک پدیده باید به نقش کنشگران و عاملان اجتماعی توجه ویژه‌ای کرد، زیرا کنشگران عاملان فعالی هستند که در بسیاری اوقات ساختارها را در خدمت اهداف خود مصادره می‌کنند (حریری، ۱۳۸۸: ۱۶۴). منظور از استراتژی، شیوه‌هایی است که فرد برای استفاده آزادانه از فرهنگ‌سراها از آنها بهره می‌گیرد. فرد در زندگی روزمره به شکل آگاهانه یا ناآگاهانه راهبردهایی را به کار می‌گیرد تا با ایجاد برخی تغییرات، به الگوی مطلوب خود نزدیک شود. هرچند نوع قضاوت کاربران فرهنگ‌سرا در مورد استفاده از این فضای فرهنگی ناشی از شرایط علی و تحت تأثیر عناصر مداخله‌گر و ویژگی‌های زمینه‌ای است، ولی در این رابطه نقش خود کاربران به عنوان عاملیت‌های انسانی حائز اهمیت است. آنها با در پیش گرفتن



استراتژی‌های خاص خود با سیاست‌های حاکم بر فرهنگ‌سرا مقابله می‌کنند. این استراتژی‌ها می‌تواند طیف متنوعی را شامل شود و در بسیاری مواقع ممکن است تاکتیک‌های اتخاذ شده توسط کاربر با استراتژی‌های حاکم بر فرهنگ‌سرا در تضاد باشد. یافته‌های این مقاله نشان می‌دهد که در بسیاری از مواقع کاربران با استراتژی‌های همچون بی‌تفاوتی، تمکین، پذیرش، پاتوق‌سازی و ... گاهی ساختار را با چالش مواجه می‌کنند و گاهی به صورت انفعالی و طبق مقررات عمل می‌کنند. یکی از استراتژی‌هایی که کاربران فرهنگ‌سراها در استفاده از فضای فرهنگ‌سرا به کار می‌گیرند، استراتژی بی‌تفاوتی است.

استراتژی بی‌تفاوتی

کریس روجک معتقد است که یکی از ویژگی‌های کنش این است که کنشگر شرایطی را که در آن قرار گرفته است، بازتولید می‌کند و تغییر می‌دهد، زیرا چنین کنشی ابزار اصلی تحقق امیال و خواسته‌های افراد است (روجک، ۱۳۸۸: ۲۵). کاربران فرهنگ‌سرا از این راه در درون فرهنگ‌سرا نظام‌مند و قانون‌مند فرهنگ‌سرا، فضاهای تحت کنترل خودشان را پدید می‌آورند. شبرم که در فرهنگ‌سرای شفق با هم آشنا شدیم، اینگونه محیط این فرهنگ‌سرا را تحت کنترل خود درآورده است:

«اینجا وقتی دور هم با بچه‌ها نشستیم، داری سیگار می‌کشی. حراست اینجا یه تذکر می‌ده، ما هم می‌گیم چشم. ولی وقتی رفتن کار خودمونو می‌کنیم»

شاهین که چند بار پیاپی از حراست تذکر گرفته بود، به قول خودش «زیرسیبیلی» از آنها رد می‌شود و مشکلی نیز پیش نمی‌آید:

«دقیقاً همین جا (آلاچیق را نشان می‌دهد) نشسته بودیم که گفتن دور هم جمع نشید و کاری ندارید برید خونه، ما هم رفتیم جای دیگه نشستیم، همین که ببینن همان لحظه به حرفشون گوش میدی، کافیه. دیگه نمیاد ببینن بعدش چیکار می‌کنی»

تمکین و پذیرش

با اینکه اکثر جوانانی که از فرهنگ‌سراها استفاده می‌کنند، با ساختارهای که محیط بر آنها اعمال می‌کند، مخالف هستند، اما به‌خاطر اینکه فرهنگ‌سرا تنها جایی است که می‌توانند بخشی از اوقات خود را در آنجا سپری کنند، به مقررات محیط تن می‌دهند و آن را می‌پذیرند. مونا که یک بار حراست این فرهنگ‌سرا در مورد حجابش، به وی تذکر داده، با بی‌میلی به تذکر حراست عمل کرده بود. وی در مورد چگونگی پذیرش تذکر حراست چنین اظهار نظر می‌کند: «حراست اینجا یه بار به خودم تذکر داده در مورد حجاب - مقنعم یه



کم عقب بود- ولی من بهشون چشم نگفتم؛ به کم مقنعه مو کشیدم جلو
مثلاً به حرفشون گوش دادم»

علی که یک بار حراست فرهنگسرای شفق به خاطر ظاهرش، با دختر بودن و تجمع کردن
به او تذکر داده است، عکس العمل مشابه مونا را از خود نشان داده بود:

«هیچ واکنشی در مورد تذکرشون نشون ندادم، قبول کردم و مشکلی
پیش نیومده، آخه کارشون اینه، آگه به امثال من و بچه‌های مثل ما گیر
ندن که بیکار می‌شن و از نون خوردن می‌افتن»

به نظر می‌رسد استراتژی بی‌تفاوتی و پذیرش از سوی کاربران به این خاطر باشد که آنها
جایگزین‌های دیگری غیر از فضای فرهنگسرا دارند که بخواهند در آنجا آزادانه عمل کنند
و تمایل دارند محیط فرهنگسرا را به علت دسترسی آزادانه به آن برای خود نگه دارند. بدین
ترتیب کمتر مقابل مسئولان آن قرار می‌گیرند و به‌گونه‌ای این فضا را برای خود حفظ می‌کنند.
تشکیل حلقه‌های کوچک دوستانه (پاتوق‌سازی)

«پل ویلیس^۱ معتقد است که در حالی که صورت‌های ایدئولوژیکی رسمی در پی پیوست
کردن تمامی معانی زیسته به ساخت نیرومند معانی خود هستند - کارگر، دانش‌آموز، شهروند
خوب و ... - تجربه‌های اجتماعی و نمادین به معنی و هویت‌های آستانه‌ای و بدیلی ثابت
می‌بخشند که رمزبندی نشده‌اند و حالت تجربه‌ای بودن خود را حفظ کرده‌اند. بنابراین خارج
از معانی مسلط هستند و در برابر این معانی مقاومت می‌کنند. کنشگران ظرفیت آن را دارند که
طبقه‌بندی‌های گفتمان مسلط را از طریق بیانگری متزلزل کنند (روجک، ۱۳۸۸: ۲۵۱). بیانگری
بدین معنا که گاهی اوقات کاربران فرهنگسرا با توسل به ابزارهای اصلی مقاومت اجتماعی
- خنده و شوخی، پاتوق‌سازی- با مسیرهای رسمی رفتار که در قوانین و مقررات فرهنگسرا
برای آنها برنامه‌ریزی شده است، مخالفت می‌کنند. مقاومت و مخالفت آنها بیش از همه جلوه‌ه
رفتاری دارد (سیگار کشیدن، ایجاد پاتوق، رفتار ساختارستیز^۲ و ...).

یکی از مواردی که کاربران برای استفاده از فضای فرهنگسرا برمی‌گزینند، تصرف فضای
عمومی یا همان پاتوق‌سازی است. پاتوق‌های مذکور اگر حول محور افراد هم‌جنس صورت



1. Paul Willis

۲. رفتار ساختارستیز، anti-structure مفهوم این اصطلاح در کتاب انسان‌شناسی به نام ویکتور ترنر (۱۹۶۹) ذکر شده است
و به معنای نهادها و آیین‌های کرداری مخالف نهادها و آیین‌های اعمال فشار هنجاری است. فرهنگ‌های مخالفی که در پی
ایجاد تغییرات ساختاری در نظم هنجاری هستند، چنین رفتاری دارند. اما این مفهوم فراگیر شامل خرده‌فرهنگ‌هایی می‌شود
که در برابر نظم هنجاری مقاومت می‌کنند.

گیرد، با قوانین فرهنگ‌سراها مغایرت ندارد، اما از آنجایی که گاهی این افراد، از این فضا برای انجام اعمالی استفاده می‌کنند که در تضاد با مقررات فرهنگ‌سرا است، نوعی مقاومت محسوب می‌شود. امیرمحمد چند سال است که با دوستانش به فرهنگ‌سرای اشراق می‌آید، و در ضمن دور هم جمع شدن در این فضا گاه دست به اعمالی می‌زند که در محیط خانه از آن منع شده است:

«اینجا غروب‌ها پاتوق می‌شه. با دوستانم میام اینجا چون تو خونه نمی‌تونستم سیگار بکشم، میام پیشه دوستانم و یه نخ سیگار می‌کشیم و باهم صحبت می‌کنیم و بعدش می‌ریم خونه...»

نگار نیز از چگونگی ایجاد پاتوقشان در فرهنگ‌سرای شفق می‌گوید:

«تو شفق (فرهنگ‌سرای شفق) افراد معمولاً خانواده نیستند، دخترا و پسرهایش برای سرگرمی و گذروندن وقت میان، توی این آلاچیق برای خودمون یه پاتوق درست کردیم، بعضی روزا بعد از مدرسه با بچه‌ها میایم اینجا، با هم می‌شینیم، از مدرسه می‌گیم...»

بازنمایی پاتوق که به صورت جنبه‌ای از کنترل حضور در فرهنگ‌سرا جلوه می‌کند، می‌تواند محور ضداکنش‌هایی به صورت شکل‌گیری هویت‌های جدید و تجربه‌هایی باشد که همچون سلاحی برای مقاومت عمل می‌کنند.

پیامدها

استراتژی‌های کنش / کنش متقابل که برای مقابله با یک وضعیت یا مدیریت و کنترل پدیده صورت می‌گیرند، پیامدهایی نیز دارند. نوع انتظار فرد از هویت خویش و اثربخشی استراتژی‌هایی که اتخاذ کرده است، به موقعیت وی شکل می‌دهند. اما پیامدها را همیشه نمی‌توانیم پیش‌بینی کنیم و الزاماً همان‌هایی نیستند که افراد قصد آن را داشته‌اند. «آنچه در یک برهه از زمان پیامد کنش / کنش متقابل به‌شمار می‌رود، ممکن است در زمانی دیگر به بخشی از شرایط و عوامل تبدیل شود» (استراوس، ۱۳۸۷: ۱۰۷-۱۰۸). پیامدها هیچ‌وقت صورت ثابت و پایدار ندارند. بنابراین استراتژی‌ها نیز هرگز پایان نمی‌یابند. در واقع پیامدها و استراتژی‌ها حالت دیالکتیک و اثر متقابل دارند.

تمایز جنسیتی در استفاده از فضا

مصرف‌کنندگان فضای فرهنگ‌سرا برای استفاده از فضا، برنامه‌ها و کتابخانه آن وارد این فضا می‌شوند و هرکدام بر اساس نیازی که دارند مبادرت به استفاده از هر یک از این فضاها می‌کنند. اما نکته قابل توجه آن است که مخاطبان برنامه‌های این مکان‌ها اکثراً دختران هستند و پسران



بیشتر از فضای این فرهنگسرا استفاده می‌کنند و ساعاتی از روز را همراه با دوستان در این فضا می‌گذرانند. نکته دیگر اینکه پسران معمولاً به صورت جمعی از فضای این فرهنگسراها استفاده می‌کنند و پاتوق‌های دوستانه‌ای را در فضای فرهنگسرا تشکیل می‌دهند. اما دختران به صورت انفرادی از برنامه‌های فرهنگسرا و به صورت جمعی از فضای مذکور استفاده می‌کنند. دلایلی که پسران برای عدم استفاده از برنامه‌های فرهنگسرا برمی‌شمارند بسیار گسترده است و طیف وسیعی را در بر می‌گیرد. «بهنام» عضو کتابخانه فرهنگسرای قرآن، نبود انگیزه را دلیل اصلی برای شرکت نکردن خود در فعالیت‌های فرهنگسرای قرآن ذکر می‌کند. وی در پاسخ به سؤالی در خصوص علت حضور نیافتن در فعالیت‌های قرآنی فرهنگسرای قرآن می‌گوید:

«علاقه‌ای به انجام این فعالیت‌ها ندارم و علتش هم نداشتن انگیزه درونی برای دنبال کردن موضوع قرآن به صورت تخصصیه، البته در مدرسه و مسجد محل با قرآن آشنایی پیدا کردم اما هیچ‌گاه انگیزه‌ای که منو به سمت آموزش بیشتر قرآن سوق بده، در من به وجود نیامد»
وقتی از محمد سؤال می‌شود که به چه علت از برنامه‌های این مکان استفاده نمی‌کند، در پاسخ چنین می‌گوید:

«اوایلش از کلاس زبانش استفاده می‌کردم، اما چون کلاسش کیفیت ندارن فقط از فضاش استفاده می‌کنم»
علی که از کاربران فرهنگسرای شفق است، ضمن مقایسه حضور پسران و دختران در این کلاس‌ها، اینگونه سخن می‌گوید:
«اصلاً تو کلاسای اینجا شرکت نمی‌کنم، کلاساش بچه‌بازی، حتی تو اکیپمونم، دخترا نمی‌رن»
برخی از افراد نیز به توانایی و مهارت اساتید این کلاس‌ها اعتقاد ندارند، «شاهین» و «آقای رضاپور» از این دسته هستند، شاهین می‌گوید:
«زیاد از برنامه‌ها و کلاساش اطلاعی ندارم، ولی خودم قبلاً چون به تئاتر علاقه داشتم، کلاساش می‌رفتم، اما هیچ اطلاعات و مهارتی به شخص نمی‌دن»

زنانه بودن محیط فرهنگسرا

یکی از کارکردهای دیگر فرهنگسرا زنانه بودن این مکان‌هاست و اکثر افرادی که به این مکان‌ها مراجعه می‌کنند، زنان هستند. به علت فراغت بیشتر، زنان بیشتر از برنامه‌های فرهنگسرا استفاده می‌کنند، گاه فرزندان‌شان را به پارک یا مهدکودک فرهنگسرا می‌آورند و در کمال راحتی



لحظاتی را با دوستانشان در این مکان سپری می‌کنند و تجربیاتشان را به هم انتقال می‌دهند. این خصلت در فرهنگ‌سراهایی که فضای بازی و وسایل سرگرمی را برای فرزندانشان مهیا می‌کند، بارزتر است. از بین فرهنگ‌سراهای بررسی شده، فرهنگ‌سرای قرآن، اشراق و شفق بیشتر واجد این ویژگی بودند. به‌طور خاص از بین فرهنگ‌سراهای مذکور، فرهنگ‌سرای قرآن کاملاً در اختیار زنان قرار دارد و به‌غیر از کادر اداری و اجرایی این مکان، مردان معدودی را پیدا می‌کنید که برای استفاده از کلاس‌های این فرهنگ‌سرا به این مکان مراجعه کند. حتی افرادی که از فضای این فرهنگ‌سرا استفاده می‌کنند نیز زنان هستند. یکی از دلایلی که می‌توان برای زنان بودن این فضا برشمرد، استفاده زنان از کلاس‌های قرآن این فرهنگ‌سرا است. مخاطبان اصلی این کلاس‌ها همگی زنان هستند. خانم شهریاری که یکی از ساکنان هم‌جوار فرهنگ‌سرای قرآن است، در کلاس‌های قرآن این فرهنگ‌سرا شرکت می‌کند؛ وی اظهار می‌کند:

«قرآن‌آموزان این کلاس‌ها همگی زن هستند و تا جایی که من اطلاع دارم از محیط این فرهنگ‌سرا احساس رضایت می‌کنم، چون راحت‌تر. چون تو این محیط ضمن اینکه خانم‌ها از کلاس‌ها استفاده می‌کنند دور هم جمع می‌شن و از تجربیات یکدیگر استفاده می‌کنند. حتی گاه دایره روابطشون از محیط فرهنگ‌سرا فراتر رفته و به خانه‌های یکدیگر نیز می‌رن»

کسب تجربه: ارتقای مهارت، ایجاد آگاهی، اعتماد به نفس

از آنجاکه کاربران فرهنگ‌سراها بسیار متنوع هستند و از هر قشر، طبقه، سن و جنسی در این مکان حضور می‌یابند، پیامدهای حضور آنها نیز طیف وسیعی را شامل می‌شود و بسیار گسترده است. کسب تجربه یکی از پیامدهایی است که کاربران به آن اذعان داشتند، اما این مفهوم بسیار وسیع است و شامل ایجاد آگاهی، ارتقای مهارت، کسب روحیه و اعتماد به نفس نیز می‌شود.

ایجاد آگاهی

آقای رضایپور که از کتابخانه فرهنگ‌سرای کار استفاده می‌کند، در این راستا این چنین اظهار نظر می‌کند: «اینجا با بچه‌ها چون اکثراً دانشجو هستیم روزنامه می‌خوانیم و راجع به مسائل روز اظهار نظر می‌کنیم و بچه‌ها تحلیل‌های سیاسی که پایه علمی داره می‌دن، با بچه‌ها بودن باعث شده آگاهی از مسائل روز بالا بره و قدرت تحلیل‌مو افزایش داده»

مونا که در فضای فرهنگ‌سرای بهمن با هم صحبت می‌کردیم و برای کنکور خودش را آماده می‌کرد، اینگونه از تجربه‌اش سخن می‌گفت:

«تو این فضا آدم تازه اجتماعی می‌شه، احساس می‌کنه بزرگ‌تر شده. آدم



آگه تو خونه باشه، از همه چی عقب می‌مونه، اما آگه بیرون باشه همه چی رو می‌دونه مثلاً دوست ندارم از آدم یه چیزی رو بیرسن و من در موردش چیزی ندونم، در کل دوست دارم از همه جلو باشم، از زمانی که اینجا اومدم خودخواه‌تر شدم، اطلاعاتم در مورد پسرا بیشتر شده، دیگه به پسرا محل نمی‌دم»

فرزانه که به‌تازگی دوران مجرد را پشت سر گذاشته و به دوران تأهل وارد شده بود، تجربه خوبی در این مکان به‌دست آورده بود و قصد داشت این تجربه را در زندگی خویش نیز اعمال کند: «از موقعی که اینجا اومدم مخصوصاً از زمانی که کلاس کامپیوتر می‌رم، دیدم آدمای متفاوتی از سنین مختلف اینجا میان، حتی زنان متأهل؛ همیشه فکر می‌کردم خانم‌ها وقتی ازدواج می‌کنند (مثل مامانم) این جور جاها نمیان و بیشتر وقتشون تو خونه می‌گذرونن»

نوید نیز از تغییر ذائقه‌اش صحبت می‌کند:

«کتاب زیاد نمی‌خوندم ولی الان خیلی می‌خونم، به هنر اصلاً علاقه نداشتم ولی تو نمایشگاهایی که فرهنگ‌سرا می‌داشت، شرکت کردم و کم‌کم علاقه‌مند شدم و تو همین حول و حوش زیاد تغییر کردم»

با توجه به تنوع افرادی که به فرهنگ‌سراها مراجعه می‌کنند، فرایند کسب آگاهی و تجربه توسط کاربران نیز دامنه بسیار وسیعی دارد. برای مثال خانم اسفندیاری که یکی از کاربران همیشگی فرهنگ‌سرای قرآن است، پیامد تجربه حضور خود در این فرهنگ‌سرا (قرآن) را چنین اظهار می‌کند:

«از زمانی که اینجا میام و تو کلاس‌های تفسیرش شرکت می‌کنم خیلی دوست دارم وقتی تو یه جمعی نشستیم و دارم با هم صحبت می‌کنیم، جواب افراد را با معنی قرآن بدم و با آموزه‌های قرآنی باهاشون صحبت کنم. در کل از زمانی که اینجا میام نگاهم عوض شده و قرآنی‌تر شدم»

فاطمه که دخترش را برای شرکت در مهد قرآن به فرهنگ‌سرای قرآن می‌آورد، در مورد ایجاد آگاهی ناشی از حضور در فرهنگ‌سرا چنین بیان می‌کند:

«بچه‌مو اینجا میارم که با بچه‌های دیگه باشه، نباید که فقط با خانواده در ارتباط بود، بلکه باید با جامعه هم در ارتباط باشه، خودم هم زیاد روابط عمومی خوب نبود. بالاخره وقتی اینجا میام بچه‌هارو می‌بینم که چه پوششی دارن، رو پوشش خودش و بچه‌اش تأثیر می‌ذاره، آدم سعی می‌کنه خودش را تغییر بده»



آقای فتوحی که ساکن محلات مجاور فرهنگ‌سرای هنر است تجربه حضور خود را تغییر نگرش به هنرمندان معرفی می‌کند. همان‌گونه که از نام این فرهنگ‌سرا برمی‌آید این فرهنگ‌سرا پاتوق هنرمندان و اهالی هنر است، وی این تغییر نگرش را چنین بیان می‌کند:

«از زمانی که اینجا میام نگرشی که نسبت به جمعیت هنرمند داشتم تغییر کرده و فهمیدم که هنرمندان هم مثل بقیه آدم‌ها زندگی می‌کنن و برای زندگی کردن و درآمد سختی می‌کشن، یه جورایی سختی‌هاشونو لمس می‌کنی و گرفتاری‌هاشونو به چشم می‌بینی، دیدم به زندگی هنرمندا به نوعی تغییر کرده»

تقویت روحیه و اعتماد به نفس

زنان از کاربران اصلی فرهنگ‌سراها هستند. زنان به علت زمان فراغت بیشتری که دارند، بیشتر از مردان به این مکان‌ها مراجعه می‌کنند یا گاه فرزندان‌شان را برای استفاده از این فضا به این مراکز می‌آورند. مصاحبه‌هایی که در مورد پیامد حضور زنان در فرهنگ‌سراها انجام شده است، نشان می‌دهد که اکثر زنان با حضور در این مکان و انجام فعالیت‌های جدید، از روزمرگی درآمده‌اند و در روحیه آنان تأثیر مثبت گذاشته است.

لوفور نیز معتقد است که زنان به علت حضور بیشتر در خانه بیش از بقیه درگیر جنبه‌های عاداتی و تکراری زندگی روزمره هستند (لوفور به نقل از نظام‌آبادی، ۱۳۸۶: ۵۸). این صاحب‌نظر تکرار را یکی از ویژگی‌های زندگی روزمره به حساب می‌آورد که موجب نزول مرتبه روزمرگی در جایگاه بررسی زندگی انسان می‌شود (مدنی‌پور، ۱۳۷۹). زنان خانه‌دار یکی از استفاده‌کنندگان اصلی فرهنگ‌سراها و مراکزی از این قبیل هستند که بخشی از اوقات خود را در این فضاها سپری می‌کنند. آنها حضور در این مراکز را یکی از راه‌های کسب روحیه عنوان می‌کنند. خانم اسفندیاری در این مورد می‌گوید:

«زندگیم خیلی داشت برام تکراری می‌شد، صبح بلند می‌شدم و غذا درست می‌کردم و منتظر بودم تا شوهرم بیاد، غذا که می‌خوردیم دوباره به کارهای خونه می‌رسیدم و دوباره می‌خوابیدم، غذا درست می‌کردم تا شوهرم بیاد، دوباره فردا روز از نو، روزی از نو؛ ولی اینجا خوبه، تو روحیم خیلی تأثیر گذاشته، شادتر شدم، هم به کارهای خونه می‌رسم، هم برای اومدن به اینجا برنامه‌ریزی می‌کنم»

محمد وجود فرهنگ‌سرای قرآن را برای زنان بسیار مفید می‌داند:

«زنان با حضور در این فرهنگ‌سراها با هم تعامل دارن، مطالب مهم یاد



می گیرن و اونارو تو زندگیشون به کار می بندن. از زمانی (حدود سه سال) که همسر خودم به این مکان میاد مطالب و نکات زیادی رو یاد گرفته؛ مثلاً در مورد روابط با همسر و فرزندان، چگونگی پیشگیری از بیماری ها، حتی چگونگی غذا درست کردن و... در کل روحیش عوض شده و خودتون می دونید اگر زن یه خونه افسرده و کسل باشه چی به سر اعضای اون خونه میاد ... (با خنده)».

البته ایجاد روحیه و تقویت آن تنها مختص به زنان نبوده است و افراد دیگر نیز با حضور در فرهنگ سرا و ارتباط با افراد مختلف این خصیصه را به دست آورده اند. آقای نجفی که از شرق تهران به فرهنگ سرای هنر می آید و سختی راه را برای حضور در این فرهنگ سرا متحمل می شود در خصوص پیامد حضور خود در این فرهنگ سرا چنین می گوید:

«روابطم با آدما گسترده تر شده و تو روحیه ام خیلی تأثیر گذاشته، حالم خیلی بهتر شده و روابط عمومیم بالا رفته و شاید شکل گرفته»

دستیابی به اعتماد به نفس

برخی از افراد با حضور در فرهنگ سرا و دیدن افراد مختلف به آگاهی رسیده و در ایجاد یا تقویت اعتماد به نفس به خود کمک کرده اند. به طوری که همه داشتن این خصیصه را عامل مهمی برای رسیدن به موفقیت در تمام عرصه ها می دانند. وجود اعتماد به نفس بر استراتژی هایی که شخص در زندگی اتخاذ می کند نیز تأثیر می گذارد. فردی که اعتماد به نفس در خود ایجاد کرده است، این توانایی را در خود می بیند که با هر چیزی روبه رو شود. مسلماً چنین احساسی فرد را وادار خواهد کرد تا باز تغییری مثبت از زندگی داشته باشد. «موجود انسانی بودن بدان معناست که عملاً در تمام حالات و زمان ها و به هر تفسیر و تعبیری که باشد، هم بداند که چه می کند و هم بداند که چرا چنین می کند...» (گیدنز، ۱۳۸۳: ۵۹). فرزانه با حضور در این فضا به این تجربه دست یافته است و در این زمینه چنین اظهار نظر می کند:

«از وقتی میام اینجا آدمای مختلف با سنین مختلفی دیدم، دیدن افراد بارو حیه که با هر سنی تو کلاسای مختلف شرکت می کنن به آدم اعتماد به نفس می ده»

زهرا که در کلاس تئاتر فرهنگ سرای اشراق شرکت می کند، با شرکت در این کلاس ها به این تجربه دست یافته است:

«تو کلاس تئاتر تو باید خودت باشی، احساستو باید راحت بیرون



بریزی. اولش خجالت می کشیدم اما می دونستم استعدادشو دارم، به تئاتر علاقه داشتم، اونجا همه بچه‌ها همین کارو می کردن، منم خجالتو کنار گذاشتم الان خیلی خوب شدم و اعتمادبه‌نفس پیدا کردم»

کسب هویت

احمدی معتقد است که تصویر ذهنی جوان از وجود خود به تشکیل مفهوم خود می‌انجامد. این مفهوم از عناصری از قبیل برداشت فرد از خصوصیات و توانایی‌های خویش و از برداشتی که فرد از نحوه ارتباط خود با دیگران و محیط دارد، ترکیب شده است. توسعه مفهوم خود به تدریج به تشکیل هویت شخصی می‌انجامد. هویت عبارت است از افتراق و تمایزی که فرد بین خود و دیگران می‌گذارد. یعنی شامل برداشت بدنی و طرز فکرها و عقایدی می‌شود که معرف فرد است و نحوه ارتباط فرد با دیگران را نیز می‌رساند (احمدی، ۱۳۸۵: ۳۹).

تأیید و پذیرش از سوی دیگری مهم

یکی از ویژگی‌هایی که در میان مصاحبه‌شوندگان دیده می‌شود، «تأیید و پذیرش» است. آنها با حضور خود در فرهنگ‌سرا خواهان کسب هویتی جدید هستند و می‌خواهند از سوی دیگران مورد تأیید و پذیرش قرار گیرند. این تأیید و پذیرش ابعاد متفاوتی دارد، به طوری که از تأیید و پذیرش از لحاظ جسمی شروع می‌شود و تا تأیید ویژگی‌های درونی و اعمال و رفتار آنها پیش می‌رود. بنابراین در اینجا بحث «دیگری مهم» مطرح است که طی آن فرد «خود» را از نگاه «دیگری مهم» که ممکن است دوستان دختر و پسر و جنس مخالف باشند، نظاره می‌کند و بر اساس ارزیابی‌ها و قضاوت‌های آنان سعی می‌کند «خود» را بسازد. در این زمینه مونا علیزاده که دانش‌آموز سال سوم دبیرستان است و در فرهنگ‌سرای بهمن با او مصاحبه کردیم، این‌گونه اظهار نظر می‌کند:

«خوب وقتی آدم وارد اینجا می‌شه و دوروبرش رو می‌بینه از نظر

ظاهری تغییر می‌کنه، در کل یه جایی برای چشم و هم‌چشمیه بین

دخترها و پسرها؛ همه به هم نگاه می‌کنن بینن تیپ کی از همه بهتره!»

اما در فرایند حضور این افراد در فرهنگ‌سرا، کم‌کم از شدت نقش دیگری مهم - از

دوستان دختر تا دوستان پسر - در ذهن این افراد کاسته می‌شود، مونا در مورد کاهش نقش

دیگری مهم در مدت حضور خود در فرهنگ‌سرا می‌گوید:

«اولا که اینجا می‌ومدم خیلی برام مهم بود پسرا درباره من چی فکر

می‌کنن، دائم بهشون نگاه می‌کردم، ولی الان نه، دیگه برام مهم نیست»

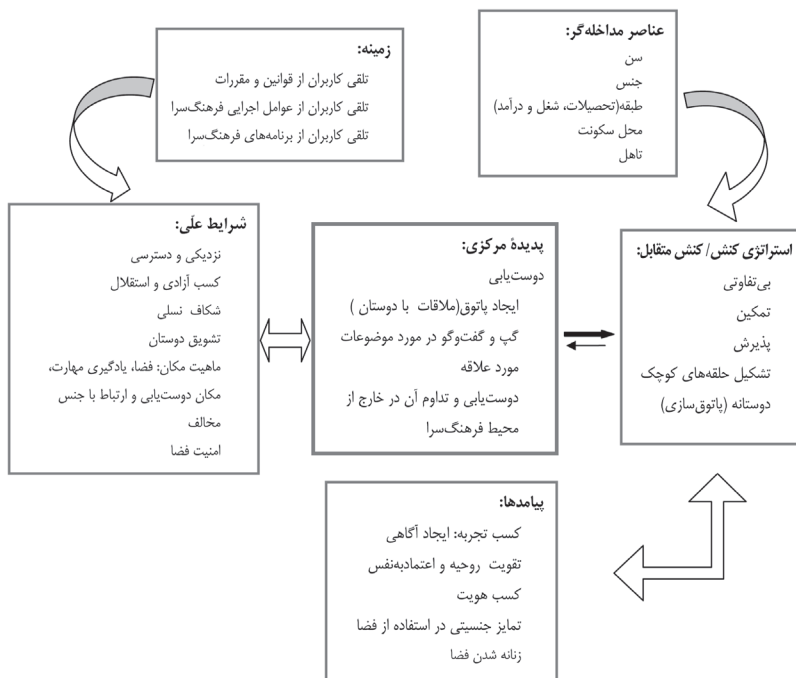
نگار نیز اظهار نظری مشابه مونا دارد:



«تو این محیط، فرهنگ‌سرا اولین جاییه که آدم آزادی دخترا و پسرا را می‌تونه ببینه و بعد از یه مدت دیگه پسرا براش جالب نیستن، آدم باهاشون راحت می‌شه»

بدین خاطر است که «ماسی»^۱ معتقد است که فضا «تهی» نیست، بلکه به شکلی فرهنگی با روابط اجتماعی تولید می‌شوند تا به‌صورت مکان درآید (بارکر، ۱۳۸۷: ۵۹۹). بدین ترتیب روابطی که در این فضاها خلق می‌شود به کسب هویتی جدید در کاربران منتهی می‌شود.

مدل پژوهش



نتیجه‌گیری

هر روایت کیفی از دنیای تحت مطالعه، به یک داستان شباهت دارد که می‌توان برای آن یک خط اصلی پیدا کرد. به‌عبارت دیگر، برخی عناصر در این داستان بیش از بقیه اهمیت دارند

1. Macy

و بقیه رخدادهای بر حول محور آنها هویت می‌یابند یا به وجود می‌آیند (استراس و کوربین، ۱۳۸۵: ۱۲۰). در واقع خط داستانی منتج از یک پژوهش کیفی، پیوندها و مضامین مشترک میان روایت‌ها و تجربیات زیسته را هویدا می‌کند، به‌رغم تنوع و ناهمگونی روایت‌ها و پیچیدگی‌های خاص موضوع مورد مطالعه. منظور از داستان صرفاً روایتی توصیفی در مورد پدیده اصلی مورد مطالعه است (ذکایی، ۱۳۸۱: ۶۳).

تحلیل روایت‌ها و مضامین نشان می‌دهد که افراد با انگیزه‌های متفاوتی به فرهنگ‌سراها مراجعه می‌کنند. اولین انگیزه حضور جوانان در فرهنگ‌سراها دوست‌یابی است که آزادی و استقلال از محیط خانه را برای آنها به ارمغان می‌آورد. جوانان برای کسب تجربه‌های تازه در زندگی روزمره، پا به فضای فرهنگ‌سرا می‌گذارند. جمع شدن دوستان و ملاقات با یکدیگر یکی از دلایل استفاده از فرهنگ‌سراها و مصرف این فضاها است. بدین معنی که بیشتر جوانان و خانم‌هایی که از این مراکز استفاده می‌کنند علاوه بر استفاده از کلاس‌های فرهنگ‌سرا، این مکان را برای ملاقات و دیدن دوستان خود برمی‌گزینند. از کارکردهای دیگر فرهنگ‌سرا پاتوق شدن این فضا است. پاتوق به این معنا که کاربران با حضور مستمر در این فضاها (گاه چندین سال) به تشکیل حلقه‌های دوستانه اقدام می‌کنند. گاهی افراد با دوستان هم‌محله‌ای و هم‌کلاسی‌های خود و گاهی با دوستانی که در این فضاها آشنا می‌شوند، گروه‌های کوچکی را تشکیل می‌دهند و بخشی از اوقات خود را در این فضا می‌گذرانند.

حضور در چنین فضایی امکان استقلال و رها شدن از محیط خانه و امکان رشد و حس بزرگسال شناخته شدن را به آنها می‌دهد. اکثر این افراد به‌علت اینکه در محیط خانه و خانواده خویش از آزادی کامل برخوردار نیستند، خواهان جدایی از این محیط حتی برای چند ساعت هستند. انگیزه دیگر کاربران برای حضور در فرهنگ‌سراها، پر کردن اوقات فراغت و یادگیری مهارت است. البته چگونگی گذران اوقات فراغت برای همه کاربران و مراجعه‌کنندگان به فرهنگ‌سراها یکسان نیست، به‌طوری‌که برخی کاربران با استفاده از کلاس‌ها، اوقات فراغت خود را پر می‌کنند، و برخی از فضای فرهنگ‌سرا به‌عنوان پاتوق استفاده می‌کنند. به‌طورکلی کلاس‌های مختلف فرهنگ‌سرا نقش مهمی در سامان‌دهی وقت آزاد افراد خصوصاً جوانان و زنان دارد و نیز نمایانگر علایق مختلف این افراد است.

تأملی بر تجارب زیسته و روایت‌های مخاطبان فرهنگ‌سراها نشان می‌دهد که آنها انگیزه واحدی برای حضور در فضای یادشده ندارند و متغیرهایی چون سرمایه اجتماعی، طبقه، جنس و سن در نحوه حضور در فرهنگ‌سراها نقش اساسی ایفا می‌کند.



به علاوه خط داستانی پژوهش آشکارا یا تلویحی نشان می‌دهد که از جمله عوامل و مضامین زمینه‌ساز برای حضور در فرهنگ‌سراها، نزدیکی محیط فرهنگ‌سرا به محل سکونت و دسترسی آسان به آن، کسب آزادی و استقلال، شکاف نسلی، تشویق دوستان و ماهیت فضا (پادگیری مهارت، مکان دوست‌یابی و ارتباط با جنس مخالف، امنیت فضا، تنوع مراجعه‌کنندگان) است. این موارد در زمره محوری‌ترین عوامل برای حضور جوانان در فرهنگ‌سراها به‌شمار می‌رود. بعد دسترسی و نزدیکی محل سکونت کاربران به فرهنگ‌سراها نقش مهمی در حضور مستمر آنها در این فضاها دارد. شاید این ویژگی نقش مهمی در پاتوق شدن این فضا نیز ایفا کند. اطمینان خانواده‌ها در امن بودن این مکان برای فرزندان خود و نزدیک بودن این مکان‌ها به محل سکونت کاربران سبب جمع شدن افراد در این فضا شده است.

پیامدهای حضور جوانان در فرهنگ‌سراها بُعد دیگری از خط داستانی تحقیق است. در این خصوص، مجموعه روایت‌های کاربران فرهنگ‌سراها نشان می‌دهد که آنها ایجاد تغییرات و پیامدهایی چون کسب تجربه، ایجاد آگاهی، تقویت روحیه و اعتماد به نفس و کسب هویت پس از حضورشان در فرهنگ‌سراها را تجربه کرده‌اند. از پیامدهای دیگر حضور جوانان در فرهنگ‌سراها تمایز جنسیتی در استفاده از فضا و زنانه شدن فضای فرهنگ‌سراها است. اکثر افرادی که به این مکان‌ها مراجعه می‌کنند، زنان هستند. به‌علت فراغت بیشتر، زنان بیشتر از برنامه‌های فرهنگ‌سراها استفاده می‌کنند یا گاه فرزندان‌شان را به پارک یا مهد کودک فرهنگ‌سرا می‌آورند و در کمال راحتی لحظاتی را با دوستان‌شان در این مکان سپری می‌کنند و تجربیاتشان را به هم انتقال می‌دهند. این خصلت در فرهنگ‌سراهایی که فضای بازی و وسایل سرگرمی برای کودکان مهیا می‌کنند، بارزتر است. از بین فرهنگ‌سراهای بررسی شده، فرهنگ‌سرای قرآن، اشراق و شفق بیشتر واجد این ویژگی بودند. به‌طور خاص از بین فرهنگ‌سراهای مذکور، فرهنگ‌سرای قرآن کاملاً در اختیار زنان قرار دارد و به‌غیر از کادر اداری و اجرایی این مکان، مردی را پیدا نمی‌کنید که برای استفاده از کلاس‌های این فرهنگ‌سرا به این مکان مراجعه کند. یکی از کارکردهای اندیشه‌نشده مصرف فرهنگ‌سراها تمایز جنسیتی در استفاده از فضای مزبور است. مصرف‌کنندگان فضای فرهنگ‌سرا برای استفاده از فضا، برنامه‌ها و کتابخانه فرهنگ‌سراها وارد این فضا می‌شوند و هرکدام بر اساس نیازی که دارند مبادرت به استفاده از هر یک از این فضاهای مذکور می‌ورزند. اما نکته قابل توجه این است که مخاطبان برنامه‌های این مکان‌ها اکثراً دختران هستند و پسران بیشتر از فضای فرهنگ‌سرا استفاده می‌کنند و ساعاتی از روز را همراه



با دوستان در این فضا می‌گذرانند. نکتهٔ دیگر اینکه پسران معمولاً به صورت جمعی از فضای فرهنگ‌سرا استفاده می‌کنند و پاتوق‌های دوستانه‌ای در فضای فرهنگ‌سرا تشکیل می‌دهند. اما دختران به صورت انفرادی از برنامه‌های فرهنگ‌سرا استفاده می‌کنند.

به طور خلاصه، الگوهای مصرف جوانان از فرهنگ‌سراها به علت کثرت و تنوع مراجعه‌کنندگان فضاهای مذکور بسیار متنوع است. این پژوهش نشان می‌دهد که به علت اینکه فرهنگ‌سراها در نقاط مختلف تهران تقریباً به شکل یکسان توزیع شده‌اند، به یکی از فضاهای حضور مستمر جوانان تبدیل شده است. کاربرد این فضاها برای جوانان متعدد است. بدین منظور انگیزهٔ کاربران این فضاها به سه دستهٔ مشخص تقسیم می‌شود؛ افرادی که از برنامه‌ها و کلاس‌های این مکان استفاده می‌کنند، افرادی که از فضای فرهنگ‌سراها استفاده می‌کنند و در نهایت افرادی که عضو کتابخانهٔ فرهنگ‌سرا هستند و به نوبهٔ خود از فضای آن هم استفاده می‌کنند. این نتایج نشان می‌دهد که در نوع استفاده از فرهنگ‌سراها، سرمایهٔ اجتماعی، طبقه، جنس و سن کاربر نقش مهمی ایفا می‌کنند.

از عوامل مهمی که در استفادهٔ جوانان از این فضاها نقش دارد، نقش نیروهای حراست در فرهنگ‌سراها است. مصاحبه‌ها نشان می‌دهد که اکثر جوانان به نقش قوانین و مقررات در این اماکن اعتقاد دارند، اما نحوهٔ اجرای قوانین را نمی‌پسندند. اما به علت اینکه فضاهای مذکور، یکی از اماکنی است که جوانان بخشی از نیازهای خود را در آنجا برآورده می‌سازند، به مقررات تن می‌دهند، اما استراتژی‌های خاصی را نیز برای مقابله با این مقررات خلق می‌کنند. از آنجاکه سیاست‌گذاران این فضاها سعی می‌کنند با کنترل این فضاها، نظام ارزشی مورد نظر خود را در فرهنگ‌سرا گسترش دهند، کاربران این فضاها با خلق تاکتیک‌هایی چون بی‌تفاوتی، تمکین، پذیرش و تشکیل حلقه‌های کوچک دوستانه (اختلاط دختران و پسران) در برابر استراتژی‌های فضای فرهنگ‌سرا مقاومت می‌کنند. این تجارب زیسته و روایت‌های جوانان از حضور در فرهنگ‌سراها حاکی از آن است که کنترل رسمی برنامه‌های فرهنگ‌سراها از جانب دولت موجب شکل‌گیری ناسازهای در درون این فضاهای شهری شده است، چراکه برنامه‌های رسمی دولت پاسخگوی تنوع سلیقه‌های گوناگون نیست. از این رو، کنشگران سعی می‌کنند با استفادهٔ تاکتیکی از فضاهای استراتژیک، سیاست‌های رسمی را به کناری نهند و مصرف مورد نظر خود را شکل دهند.

این مقاله تلاشی بود برای توصیفی عمیق‌تر از ادراک کنشگران دربارهٔ نوع مصرف خود از فضای فرهنگ‌سرا و انتظاراتی که از یک فرهنگ‌سرا داشتند. توصیف عمیقی که واقعیت را به وضوح به نمایش گذاشت و فرد را وارد تجربهٔ جدید زیستن کرد.



- احمدی، احمد (۱۳۸۵). روان‌شناسی نوجوانان و جوانان؛ شخصیتی، رفتاری، تحصیلی، شغلی، بزهکاری و اعتیاد. تهران: انتشارات مشعل.
- استراس، آنسلم و کوربین، جولیت (۱۳۸۵). اصول روش تحقیق کیفی (نظریه مبانی، رویه‌ها و شیوه‌ها). رحمت‌الله رحمت‌پور. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- استوری، جان (۱۳۸۶). مطالعات فرهنگی درباره فرهنگ عامه. حسین پاینده. تهران: انتشارات آگه.
- اسمیت، فیلیپ (۱۳۸۳). درآمدی بر نظریه فرهنگی. حسن پویان. تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی، مرکز بین‌المللی گفتگوی تمدن‌ها.
- اعتماد، گیتی (۱۳۸۴). تحول عملکرد و شکل‌گیری فضاهای عمومی در ایران. فصلنامه ایرانی‌شهر. سال اول. شماره سوم. ۶۰-۵۲.
- امیر ابراهیمی، مسرت (۱۳۷۴). تأثیر فرهنگ‌سرای بهمن بر زندگی اجتماعی و فرهنگی زنان و جوانان تهرانی. مجله گفتگو. ۹، ۲۶-۱۷.
- ایگلتون، تری (۱۳۸۱). درآمدی بر ایتنولوژی. اکبر معصوم‌بیگی. چاپ اول. تهران: نشر آگه.
- آزاد ارمکی، تقی و شالچی، وحید (۱۳۸۴). دو جهان ایرانی: مسجد و کافی‌شاپ. فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات. سال اول (۴)، ۱۸۵-۱۶۳.
- بارکر، کریس (۱۳۸۷). مطالعات فرهنگی: نظریه و عملکرد. نفیسه حمیدی و مهدی فرجی. تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی، وزارت علوم تحقیقات و فناوری.
- حریری، نجلا (۱۳۸۵). اصول و روش‌های پژوهش کیفی. تهران: انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی.
- خاتم، اعظم (۱۳۸۴). حوزه همگانی و فضاهای عمومی در ایران، فصلنامه ایرانی‌شهر. سال اول (۳)، ۲۶-۱۰.
- دیورینگ، سایمون (۱۳۸۲). مطالعات فرهنگی (مجموعه مقالات). نیما ملک‌محمدی، شهریار وقفی‌پور. تهران: نشر تلخون.
- ذکائی، محمدسعید (۱۳۸۶). جامعه‌شناسی جوانان ایران. تهران: انتشارات آگه.
- رضایی، محمد (۱۳۸۴). بازنمایی و ذهنیت‌ها: تحلیلی از زندگی روزمره دانش‌آموزان در مدارس تهران. فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات. سال اول (۴)، ۱۵۰-۱۲۳.
- رضایی، محمد (۱۳۸۶). ناسازدهای گفتمان مدرسه: تحلیلی از زندگی روزمره دانش‌آموزی، تهران: مؤسسه انتشاراتی جامعه فرهنگ.
- روحک، کریس (۱۳۸۸). نظریه فراغت: اصول و تجربه‌ها. عباس مخبر. تهران: انتشارات مؤسسه شهر.
- شکوئی، حسین (۱۳۸۲). اندیشه‌های نو در فلسفه جغرافیا: فلسفه‌های محیطی و مکتب‌های جغرافیایی، جلد دوم، تهران: انتشارات گیتاشناسی.
- صمیم، رضا (۱۳۹۱). برساخت سوژه در فرایند مصرف فرهنگ مردم‌پسند: مطالعه‌ای کیفی بر روی مصرف‌کنندگان گونه‌های رسمی و غیررسمی موسیقی مردم‌پسند در شهر تهران. تحقیقات فرهنگی ایران. ۶ (۱)، ۵۳-۲۳.



- فاضلی، نعمت‌الله (۱۳۸۷). *مدرن یا امروزی شدن فرهنگ ایرانی*. تهران: انتشارات پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری.
- فرستخواه، مقصود (۱۳۸۷). آینده‌اندیشی درباره کیفیت آموزش عالی ایران؛ مدلی برآمده از نظریه مبنایی (GT)، *فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی*. ۵۰، ۹۶-۶۷.
- کاظمی، عباس (۱۳۸۴). *زندگی روزمره در مراکز خرید؛ مطالعه موردی مراکز خرید شهر تهران*. (پایان‌نامه دکتری جامعه‌شناسی)، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.
- کاظمی، عباس (۱۳۸۸). *پرسه‌زنی و زندگی روزمره ایرانی*. چاپ اول. تهران: انتشارات آشتیان.
- کامور بخشایش، جواد (۱۳۸۶). *کاخ جوانان از تأسیس تا انحلال. فصلنامه مطالعات تاریخی*. سال چهارم (۱۸)، ۱۴۳-۱۱۹.
- مدنی‌پور، علی (۱۳۷۹). *طراحی فضای شهری*. فرهاد مرتضایی. تهران: شرکت پردازش و برنامه‌ریزی شهری.
- ممتاز، فریده (۱۳۸۱). *جامعه‌شناسی شهر*. تهران: انتشارات شرکت سهامی انتشار.
- میلنر، آندرو و براویت، جف (۱۳۸۵). *درآمدی بر نظریه فرهنگی معاصر*. جمال محمدی. تهران: انتشارات ققنوس.
- میلز، پیتر (۱۳۸۲). *سوژه، استیلا، قدرت*. نیکو سرخوش و افشین جهانانیده. تهران: نشر نی.
- نظام‌آبادی، مریم (۱۳۸۶). *کافی‌شاپ‌نشینی در میان زنان جوان تهرانی*. (پایان‌نامه کارشناسی ارشد). دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبائی.
- وحید، مجید (۱۳۸۶). *بحثی در سیاست‌گذاری فرهنگی*. فصلنامه سیاست. ۳۷ (۳)، ۳۰۶-۲۸۷.
- یوسفی، حامد (۱۳۸۵). *کارناوالی شدن حوزه خصوصی؛ مطالعه‌ای بر پارتی‌های خانگی در شهر تهران*. (پایان‌نامه کارشناسی ارشد). رشته مطالعات فرهنگی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبائی.
- Charmaz, K. (2006). *Constructing Grounded Theory: A Practical Guide through Qualitative Analysis (Introducing Qualitative Methods series)*. SAGE Publications.
- Glaser, B. G., Strauss, A. L. (1967). *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. publication: Hawthorne, N.Y. : Aldine de Gruyter..
- Glaser, B.G.(1978). *Theoretical Sensitivity: Advances in the Methodology of Grounded Theory*. Mill valley, CA: Sociology Press.
- Leroux, J. A. (1998). *Follow Your Dream: Gifted Women and the Cost of Success*. Gifted education International. 13 (1), 4-13.
- Pomrenke, M. (2007). *Using Grounded Theory to Understand Resiliency in Pre-Teen Children of High-conflict Families*. The Qualitive Report. 12)3(, September.
- Relph, E. (1986). *Place and Placelessness*. Publisher: London Pion Limited
- Sunders, P. (1993). *Social Theory and Urban Question*. Routledge.

