

هنر بودن در بین و پرسه‌زنی شهری ؛ مطالعه تطبیقی در ایران و غرب با تأکید بر جامعه مدنی

وحید شالی امینی*

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۴/۰۵/۲۷ تاریخ پذیرش نهایی: ۱۴۰۴/۰۸/۱۹

چکیده

پرسه‌زنی شهری به‌عنوان شیوه‌ای از تجربه شهر، در غرب پیشینه‌ای دو قرنه دارد و در ایران از دهه ۱۳۳۰ شمسی بروز یافته است. با وجود مطالعات فراوان درباره فضاهای شهری، بررسی تطبیقی پرسه‌زنی در دو بستر فرهنگی کمتر انجام شده است. این پژوهش با رویکرد کیفی - مقایسه‌ای و با اتکا به تحلیل متون نظری و مشاهده میدانی محدود، به واکاوی شباهت‌ها و تفاوت‌های این پدیده می‌پردازد. یافته‌ها نشان می‌دهد در غرب، پرسه‌زنی بخشی از سنت مدنی و تجربه فراغتی تثبیت شده است، در حالی که در ایران بیشتر متأثر از تحولات اجتماعی معاصر و محدودیت‌های هنجاری شکل گرفته است. نتیجه‌گیری حاکی از آن است که تفاوت در درک و تحقق پرسه‌زنی بازتابی از رابطه متمایز جامعه مدنی با بستر فیزیکی و فرهنگی شهر در ایران و غرب است.

واژه‌های کلیدی

پرسه زنی ، فضای شهری ، جامعه مدنی، فرهنگ شهری ، تعامل اجتماعی.

* دانشیار گروه معماری، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (مسئول مکاتبات).

Email: vah.shali_amini@iauctb.ac.ir
ORCID: 0000-0002-0085-2006

مقدمه

اگر به تاریخچه حضور پرسه‌زن^۱ در محیط شهری بازگردیم، نخستین جلوه‌های این کنش اجتماعی را در اروپا، به‌ویژه در پاریس پس از بهسازی‌های شهری قرن نوزدهم، می‌یابیم. والتر بنیامین پرسه‌زن را به‌عنوان نماد شهر مدرن معرفی کرد و آن را بازتابی از سرزندگی و غنای محیط شهری دانست (Benjamin, 2003, 413) (شکل ۱). فرگوسن به نقل از بالزاک، پرسه‌زنی را مترادف با «هنر دیدن»^۲ می‌داند هنری که به معنای سیاحت، مشاهده و ایجاد رابطه‌ای آشنا با شهر است (Ferguson, 1994, 35). در این روایت، پرسه‌زن نه مزاحم بلکه بخشی از حیات اجتماعی شهر محسوب می‌شود؛ کسی که با قدم‌زدن بی‌عجله، لحظات ارزشمند زندگی شهری را تجربه می‌کند (Benjamin, 2003, 417). این تجربه، نوعی «هنر زیستن در سایه شهر» است که در عین حال با ابهام‌های مفهومی همراه بوده است (Gluck, 2003, 53; Elkin, 2016).

با وجود این جایگاه در ادبیات غربی، بررسی پرسه‌زنی در شهرهای ایران، به‌ویژه در دهه‌های اخیر، کمتر به‌صورت تطبیقی تحلیل شده است. پرسش اصلی این پژوهش آن است که پرسه‌زنی به‌عنوان تجربه‌ای شهری چه مشابهت‌ها و تفاوت‌هایی در ایران و غرب دارد و این تفاوت‌ها چگونه با جامعه مدنی و بستر فرهنگی - اجتماعی دو فضا پیوند می‌یابد؟

این مقاله با رویکرد کیفی - مقایسه‌ای و بر اساس تحلیل متون نظری و مشاهده میدانی محدود، سه هدف اصلی را دنبال می‌کند:

۱. تبیین ریشه‌های مفهومی پرسه‌زنی در غرب و ایران.
۲. مقایسه کنش‌های اجتماعی مرتبط با پرسه‌زنی در دو بستر.
۳. تحلیل رابطه پرسه‌زنی با جامعه مدنی و فرهنگ شهری.

بر همین اساس، مقاله پس از مرور مبانی نظری، به روش‌شناسی تحقیق پرداخته و سپس یافته‌های تطبیقی را در سه بخش اصلی ارائه می‌دهد؛ در پایان نیز نتایج و دلالت‌های آن برای فهم رابطه «انسان - شهر» در ایران و غرب جمع‌بندی می‌شود (شکل ۲).



شکل ۱. هنر دیدن (مأخذ: Caillebotte, 1877)

Figure 1. The art of appreciate (Source: Caillebotte, 1877)

روش‌شناسی تمقیق

این پژوهش با رویکرد کیفی - مقایسه‌ای انجام شده است و از سه دسته داده بهره می‌گیرد:

۱. تحلیل محتوای متون و اسناد تاریخی:

منابع کلاسیک غربی (بودلر، بنیامین، گلاک و بالبی) و منابع داخلی (کاظمی، فاضلی و دیگران) بازخوانی و مقایسه شده‌اند تا ریشه‌های نظری و فرهنگی پرسه‌زنی در دو بستر مشخص شوند (Elkin, 2016; Coverley, 2017).

۲. تحلیل کالبدی - معمارانه فضاهای شهری:

در این بخش، نمونه‌هایی از فضاهای شهری شاخص در تهران (مانند خیابان ولیعصر، میدان ولیعصر، پارک شهر و بازار تهران) از نظر ویژگی‌های کالبدی - فضایی (مقیاس، کاربری، دسترسی‌پذیری و قابلیت پیاده‌روی) بررسی شده‌اند و با نمونه‌های غربی (مانند بلوارهای پاریس و فضاهای عمومی لندن) مقایسه شده‌اند. این تحلیل کالبدی با هدف نشان‌دادن شرایط امکان پرسه‌زنی و تفاوت بسترهای فیزیکی انجام گرفته است (Gehl, 2015; Middleton, 2018).

۳. مشاهده میدانی نظام‌مند در تهران:

داده‌های میدانی در بازه‌ای سه‌ماهه از طریق حضور در مکان‌های منتخب (خیابان ولیعصر، پارک دانشجو، بازار بزرگ) گردآوری شد. ابزار مشاهده شامل دفترچه یادداشت میدانی، عکس‌برداری و ترسیم طرح‌های ساده فضایی بود. معیارها شامل: نوع کاربران، الگوهای حرکتی، زمان اوج حضور، و نوع تعاملات اجتماعی بودند. داده‌ها به‌صورت مقایسه‌ای دسته‌بندی شدند تا مشابهت‌ها و تفاوت‌های ایران و غرب روشن‌تر شود.

جمع‌بندی روش:

ترکیب تحلیل متون، اسناد تاریخی، تحلیل کالبدی و مشاهده میدانی نظام‌مند، چارچوبی چندبعدی برای مطالعه پرسه‌زنی در ایران و غرب فراهم می‌کند. این روش امکان می‌دهد پدیده نه فقط در سطح



شکل ۲. پرسه زنان شهری (مأخذ: The Chap, 2019)

Figure 1. The art of appreciate (Source: Caillebotte, 1877)

مفهومی، بلکه در سطح فضایی - اجتماعی نیز مقایسه شود (جدول ۱).

از آنجا که این پژوهش رویکرد کیفی - مقایسه‌ای دارد و بیشتر به تحلیل نظری و مشاهده‌ی میدانی محدود متکی است، داده‌های عددی و آماری در آن جایگاهی نداشته و بیشتر توصیفی و تحلیلی است؛ اما می‌توان بر اساس بخش‌های مختلف پژوهش، داده‌های زمانی، مکانی و کم را استخراج نمود و ارائه کرد.

از لحاظ بررسی کالبدی و از جنبه‌ی مقایسه‌ای مقیاس خیابان‌های تهران با شهرهای پاریس و لندن متفاوت است، زیرا تهران به مساحت حدود ۷۰۰ کیلومتر مربع، فقط ۶۰ بزرگراه به طول تقریبی ۳۲۰۰ کیلومتر دارد، در حالیکه مثلاً شهر پاریس فاقد بزرگراه شهری بوده و مساحتی معادل ۱۰۵ کیلومتر مربع دارد. مسلماً در شهر تهران با توجه به اینکه اساساً بزرگراه‌ها برای تردد پیاده پیش‌بینی نشده‌اند، این فضاها محمل مناسبی برای پرسه‌زنی محسوب نمی‌شوند. مضافاً بر

این که کیفیت کفپوش و عرض پیاده‌روها و خیابان‌ها در تهران قابل مقایسه با شهری مثل پاریس نیست. از طرفی در اکثر مواقع چیدمان عناصر و مبلمان شهری در شهر تهران به صورتی ناهماهنگ اجرا شده‌اند، در حالیکه در پیاده‌راه‌های پاریس - بر اساس زیست ۱۷ ساله نگارنده در این شهر - مبلمان شهر بطور سیستماتیک در حد فاصل بین مسیر پیاده و سواره قرار داشته و هیچگونه مانعی برای فرد پیاده ایجاد نمی‌کند؛ این نیز یکی دیگر از موارد تشویق به پرسه‌زنی در این شهر در مقابل شهر تهران است (جدول ۲).

ادبیات موضوع

پرسه‌زنی به‌عنوان مفهومی نظری، نخست با آثار بودلر و سپس در قرائت والتر بنیامین جایگاهی کلیدی در مطالعات شهری یافت. بودلر پرسه‌زن را شاعر زندگی مدرن می‌دید که با گام‌هایش شهر را تجربه می‌کند، در حالی که بنیامین این چهره را به نماد شهر مدرن و تجربه

جدول ۱. روش‌شناسی پژوهش
Table 1. Research Methodology

نوع داده	هدف از به‌کارگیری	ابزار و شیوه گردآوری
متون نظری و اسناد تاریخی	استخراج ریشه‌های مفهومی و فرهنگی پرسه‌زنی	تحلیل محتوا (آثار بودلر، بنیامین، گلاک، بالبی و منابع داخلی مانند کاظمی و فاضلی)
داده‌های کالبدی - معمارانه	تبیین شرایط کالبدی و فضایی پرسه‌زنی	تحلیل فضاهای شهری (خیابان ولیعصر، میدان ولیعصر، بازار تهران، پارک شهر) + مقایسه با نمونه‌های غربی (بلوارهای پاریس، میدانی لندن)
داده‌های میدانی	شناسایی الگوهای حرکتی، نوع تعاملات و زمان‌های اوج حضور	مشاهده نظام‌مند (یادداشت‌برداری، عکاسی، ترسیم طرح‌های فضایی ساده) در مکان‌های منتخب
داده‌های تطبیقی	آشکار کردن شباهت‌ها و تفاوت‌های دو بستر	مقایسه میان یافته‌های ایران و غرب

جدول ۲. راهکارهای تقویت بعد فضایی-کالبدی
Table 2. Strategies for strengthening the spatial-physical dimension

فضا / بستر شهری	الگوهای پرسه‌زنی در آن فضا	ابزار و شیوه گردآوری
بلوارهای پاریس (غرب)	پرسه‌زنی به‌عنوان فراغت نهادینه و مدنی	عریض، پیاده‌راه ممتد، کافه‌ها و ویترین‌ها
خیابان ولیعصر (ایران)	پرسه‌زنی محدود اما پویا؛ فضاهای نیمه‌رسمی	طولانی، درختان چنار، ترکیب کاربری‌ها
بازار تهران (ایران)	پرسه‌زنی همراه با خرید و مشاهده اجتماعی	سرپوشیده، تراکم بالا، کاربری تجاری
پارک‌های شهری (ایران)	پرسه‌زنی جوانان؛ تعاملات غیررسمی	فضای باز، نیمکت، مسیرهای پیاده

جمعی^۳ مدرنیته بدل کرد (Gluck, 2003, 65). و بالبی با رویکردی تاریخی‌تر، بر پیوند پرسه‌زنی با تحولات کالبدی و اجتماعی پاریس تأکید کرده‌اند. این منابع اگرچه تصویر غنی‌ای از پرسه‌زن در غرب به‌دست می‌دهند، اما بیشتر بر بازنمایی ادبی و فرهنگی تمرکز دارند و کمتر به تفاوت‌های زمینه‌ای در جوامع غیرغربی پرداخته‌اند. در ایران نیز نویسندگانی چون کاظمی و فاضلی پرسه‌زنی را به‌مثابه تجربه زیسته در شهر معاصر بررسی کرده‌اند. کاظمی آن را فرصت مشاهده و تأمل در حیات شهری می‌داند، در حالی که فاضلی بر وجه مقاومت فرهنگی و اجتماعی آن تأکید می‌کند. با این حال، این مطالعات غالباً به سطح توصیف محدود می‌شوند و کمتر از مقایسه‌ای نظام‌مند با تجربه غربی بهره گرفته‌اند.

نکته مهم آن است که در بیشتر آثار، پرسه‌زنی یا به‌عنوان «شکل زیستن مدرن»^۴ ستایش شده یا صرفاً به‌عنوان کنشی حاشیه‌ای توصیف گردیده است. آنچه کمتر مورد توجه قرار گرفته، تحلیل انتقادی شباهت‌ها و تفاوت‌های پرسه‌زنی در دو بستر فرهنگی و پیوند آن با جامعه مدنی و ساختارهای شهری است (Coverley, 2017; Tester, 2019; Middleton, 2018; Gehl, 2015). این خلأ نظری همان جایی است که مقاله حاضر قصد دارد به آن بپردازد.

وجوه تمایز «پرسه زن» در ایران و غرب

برای درک اهمیت حضور «پرسه‌زن» در شهر [اروپایی]، گزیده‌ای از تعابیر که در خصوص پرسه‌زن از منابع غربی برداشت شده است، به‌طور خلاصه به شرح زیر است: «پرسه‌زن از راه رفتن بر سنگفرش خیابان‌ها لذت می‌برد و زندگی در خیابان و سرگردانی در اطراف شهر را بر می‌گزیند. او به جماعت‌ها می‌پیوندد و پیرامون فضاهای مصرفی همچون مراکز خرید حرکت می‌کند و به کالاها خیره می‌شود.» (Smith, 2001, 45). «هر چیزی می‌تواند بهانه‌ای در دست پرسه‌زن باشد تا بابِ گفت‌وگو را با دیگران بگشاید. پرسه‌زن مانند نقال یا کارآگاه است که همه خیابان‌ها و مغازه‌های پاریس را می‌شناسد. او کتابی زنده است و از نوعی دانش بشری برخوردار است

(Ferguson, 1994, 35). «جمعیت شهر همانند هوا برای پرندگان و آب برای ماهیان، عنصر حیاتی اوست. برای پرسه‌زن تمام‌عیار و تماشاگر پراشتیاق، سکنا گزیدن در قلب جمعیت، درون فراز و فرود حرکت و در متن گریزنده و نامتناهی، لذتی عظیم است» (بودلر، ۱۳۸۱، ۱۴۳). در همین راستا، «توانمندی پرسه‌زن برای قرائت شهر به‌مثابه "متن" از توانمندی او برای خلقِ متن‌هایی درباره شهر جدایی‌ناپذیر است» (Buck-Morss, 1986, 111). پرسه‌زن به‌طور مجزا همانند «بیننده‌ای است که دیده می‌شود. او خود بخشی از منظره‌ی نمایش شهری است، به همه چیز می‌نگرد، سرش به همه‌جا حرکت می‌کند، پاهایش خستگی‌ناپذیر است و چشم‌هایش مهم‌ترین ابزار برای پرسه‌زنی او محسوب می‌شود. میدان کنش پرسه‌زن شدیداً به میدان بصری‌اش وابسته است (Ferguson, 1994, 35). در نهایت، «چهره‌شناسان قرن نوزدهمی بین پرسه‌زن و روسپی، آدم‌های رذل و فرومایگان تمایز قائل می‌شدند. به‌طور بالقوه، هر تیپ اجتماعی می‌تواند با پرسه‌زن خلط شود، اما نباید بیکاران و علّافان را با پرسه زن یکی پنداشت» (Gluck, 2003, 67) (شکل ۳).

روانشناسی اجتماعی در تمامی فرهنگ‌ها حکم می‌کند که شهروندان از بودن در فضای شهری و در میان دیگران لذت ببرند (De Certeau, 1984). این مقوله را به «هنر بودن در بین»^۵ تعبیر می‌کند و آن را هنر فرهنگ عامه می‌نامد. در فضاهای شهری، این هنر «بودن در بین دیگران» را می‌توان از دیدگاه‌های مختلف مورد بررسی قرار داد که این خود یکی از اهداف این مقاله به‌شمار می‌رود.

ابزار بصری «پرسه زن»

یکی از موارد کلیدی که تمایزات بین تعابیر «پرسه‌زن» در ایران و غرب را نمایان می‌سازد، ابزار بصری پرسه‌زن است. هنگامی که پرسه‌زن در فضای شهری حضور می‌یابد و حرکت می‌کند، به همه‌جانب نگاه می‌کند. مسئله «دیدن» و «دیده شدن» در غرب (شکل ۴) به دلیل فقدان تعصب بر حریم‌ها، آن‌گونه که در کشورهای اسلامی اهمیت دارد، به یک مسئله عادی و حتی پذیرفته‌شده تبدیل شده است. در



شکل ۳. تیپ اجتماعی پرسه زن (مأخذ: Alamy, 2022)
Figure 3. The social type of the flâneur (Source: Alamy, 2022)

افرادی از گروه سنی بالا برگزیده است؛ و دیگر آنکه گروه‌های اجتماعی و شغلی که به‌عنوان نمونه ذکر می‌کند از تراز اجتماعی بالایی در جامعه برخوردار هستند.

این در حالی است که پدیده پرسه‌زنی در ایران و در محیط‌های شهری [کوچه، خیابان، میدان، پارک و اخیراً مراکز خرید] بیشتر در میان قشر جوان [اعم از دختر یا پسر] مشاهده می‌شود که لزوماً از تراز اجتماعی بالایی برخوردار نیستند. نقدهایی که در ایران در خصوص پرسه‌زنی نیز وجود دارد: یعنی ولگردی، بیکاری، متلک‌گویی، ایجاد ناامنی ذهنی و... نیز ناشی از کنش‌هایی است که این قشر در فضاهای شهری اعمال می‌کنند.

کنش گروه‌های اجتماعی در قبال «پرسه‌زنی»

در چند دهه‌ی اخیر، حضور جوانان و به‌ویژه زنان در عرصه‌های شهری، مقوله «پرسه‌زنی» را با تحولی شگرف مواجه نموده است. این در حالی است که مردان میان‌سال و سالخورده به تدریج به دلایل مختلف (فقدان توان کافی و حوصله...) و معلولین و کم‌توانان جسمی از این عرصه کنار گذاشته می‌شوند.

«یکی از مظاهر پرسه‌زنی جوان در محیط شهری ارائه‌ی خویش به‌عنوان "رسانه‌ای" برای تبلیغ برندهای تجاری^۵، نوع پوشش و مو، الگوی رفتاری و ادبیات خاصی است که به‌طور ویژه فضاهای شهری و مکان حضور و گذر آنان را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد. جان استوری (۱۹۹۹) در کتاب "مطالعات فرهنگی درباره فرهنگ عامه" چند نظریه را در مورد مصرف مطرح می‌کند که مهم‌ترین آن این است که: نگاه به مصرف به‌عنوان رسانه‌ای برای برقراری ارتباط است. او همچنین به این مقوله اشاره دارد که مصرف همچنین تولیدکننده معانی اجتماعی است» (کاظمی، ۱۳۸۸، ۴۲).

خیابان‌ها، کافی‌شاپ‌ها، گیم‌نت‌ها، رستوران‌ها، فروشگاه‌های بزرگ، پارک‌ها و... مراکزی هستند که در آن‌ها مصرف نقشی اساسی ایفا می‌کند. اما مصرف در چنین فضاهایی صرفاً به کالاها محدود نمی‌شود، بلکه فضاها نیز در این مکان‌ها تولید و مصرف می‌شوند. چنین مصرفی



شکل ۵. مزاحمت خیابانی (مأخذ: رضازاده، ۱۳۹۳)

Figure 5. street harassment (Source: Rezazadeh, 1393)

حالی که در ایران، مقوله «دیدن» با «دیده شدن» در اذهان عمومی کاملاً متمایز است. فردی که به خود اجازه دیدن و در بسیاری از موارد «خیره شدن» را می‌دهد، به‌راحتی نمی‌پذیرد که خود و به‌ویژه همراهانش از جانب دیگران تحت نظر قرار گیرند. بنابراین، پدیده‌ای که در غرب به‌عنوان یکی از رویدادهای متعارف حضور در فضای شهری باعث سرزندگی و توجیه حضور پرسه‌زن می‌شود، در ایران می‌تواند به نقطه آغازی برای درگیری و تلخ شدن حضور در محیط شهری بدل گردد! این تحلیل را می‌توان در پرتو اندیشه میشل فوکو درباره قدرت و نظارت در فضاهای عمومی فرم کرد (فوکو، ۱۳۷۶).

به تعبیر عباس کاظمی: «غالبِ تعبایر، پرسه‌زن را در محیط‌های غربی ناظر به مناظر شهر، خواننده‌ی متنِ شهری و عاشقِ جماعت می‌دانند. پرسه‌زن نوعی نگاه کنجکاوانه برای دیدن مناظر شهری دارد. مُد لباس، وسایل تزئینی، عمارت‌ها، فروشگاه‌ها، کتاب‌ها و هر چیز جدیدی که در شهر پدید می‌آید از نگاه کنجکاو او دور نمی‌ماند (کاظمی، ۱۳۸۸، ۱۴). اما همان‌گونه که اشاره شد، تفاوت عمده‌ای که پرسه‌زن ایرانی را از همتای غربی‌اش متمایز می‌کند، این است که این نگاه کنجکاو در بسیاری از موارد تنها به کالاها، عمارت‌ها و ویتَرین‌ها محدود نمی‌شود، بلکه بیشتر طیف گزینش خویش را در بین «چهره‌ها» جستجو می‌کند. و از آنجا که در قوانین جاری «نگاه کردن» از مصادیق جرم تلقی نمی‌شود، افراد اغلب از این حربه در پرسه‌زنی‌های خود بیش از حد معمول بهره می‌برند. شاید یکی دیگر از دلایل تعبیر پرسه‌زنی در ایران به ولگردی و مزاحمت نیز از این نکته ناشی شده باشد (شکل ۵).

پرسه‌زن قبل از آنکه از آستانه‌ی در خانه‌اش خارج شود، انسانی همانند دیگر انسان‌ها است. او می‌تواند: «بازنشسته‌ای معمولی، پرفسوری سالخورده، وکیل یا دیپلمات و غیره باشد، اما از لحظه‌ای که سنگفرش خیابان را لمس کرده و گرد و غبار بلوارها را تنفس می‌کند، نقش خود را بازی می‌یابد؛ یعنی «پرسه‌زن» (Gluck, 2003, 55) در تعبیر گلاک، دو نکته نهفته است: نخست آنکه پرسه‌زنی مختص گروه سنی خاصی در محیط شهری نمی‌شود، چنان‌که تعبیر خویش را با



شکل ۴. دیدن و دیده شدن در شهر (مأخذ: Alamy, 2019)

Figure 4. seeing & appear in the city (Source: Alamy, 2019)

با تولید معانی اجتماعی که استوری به آن اشاره داشت، همراه است. شهروند جوان پایتخت‌نشین فضا را بدون آن که به آن توجهی داشته باشد، مصرف می‌کند و از این طریق به تولید ماهیتی جدید از فضا پرداخته و در این نوع تولید، مانند هر تولید دیگر، بخشی از کالای تولیدشده در این فرآیند به ضایعات بدل می‌شود و افرادی که در این نوع تولید نقش مزاحم را برای دیگران ایفا می‌کنند به‌مثابه ضایعات هر نوع تولید محسوب می‌شوند. با این تفاوت که در کشورهای جهان سوم به‌دلیل تولیدات غیراستاندارد، میزان ضایعات یادشده به‌متراب بیشتر از کشورهای اروپایی است. ابروین آلتمن در مورد روابط اجتماعی چهار فاصله را تعریف می‌کند: فاصله صمیمی (تماس و احساس گرمای پوست)، شخصی (۱/۵ تا ۲/۵ متر)، اجتماعی (۴ تا ۸ متر) و عمومی (۱۲ تا ۲۰ متر). یکی از مواردی که ضایعات رفتاری یادشده در پدیده پرسه‌زنی در ایران خود را نمایان می‌کند، در رابطه با عدم درک صحیح فواصل یادشده در محیط‌های عمومی است (ابروین آلتمن، ۱۳۸۲).

به تعبیر جان استوری به واسطه کردارهایی که او آنها را مصرف فرهنگی می‌نامد، فرهنگ تولید و بارور شده و سبک زندگی و کنش‌های ما را در شهر تعریف می‌کند؛ نیازها و تمایلات ما را سامان می‌دهد؛ مواد لازم برای تخیلات و رویاهای ما را فراهم می‌کند و نشان‌دهنده تفاوت‌های اجتماعی ماست. در چند دهه اخیر در ایران نیز چنین پدیده‌ای را در سطح شهرهای بزرگ و به‌ویژه تهران شاهد هستیم. مصرف فرهنگی در ترازهای متفاوت در بین پرسه‌زنان بروز می‌یابد، به این مفهوم که اقشار جوانی که از شهرهای کوچک یا روستاها به شهرهای بزرگ می‌آیند، تلاش در مصرف فرهنگ شهرنشینان داشته و در گویش، پوشش و رفتار خود از آنان تبعیت می‌کنند. در تراز بالاتر نیز ساکنان شهرهای بزرگ هم به نوبه خود از الگوهای غربی پیروی می‌نمایند. در اینجا به جای آنکه به تعبیر استوری فرهنگ تولید و بارور شود، بیشتر مصرف شده و در چرخه‌ی سطحی‌نگری باقی می‌ماند. از این منظر، پرسه‌زن شهرستانی و ساکن شهرهای بزرگ در یک تراز اعتباری قرار می‌گیرند (جان استوری، ۱۳۹۶).

«در جامعه‌ی مدرن، فرد از یک سو آزاد است و فردیتش شکل می‌گیرد و از سوی دیگر خود را در حصار جامعه و سیاست‌های حاکم حس می‌کند، زیرا دائماً به عرصه‌های آزادی او تعرض می‌شود. در چنین وضعیتی شیوه‌ی خاص مصرف کردن راهی برای اثبات خویش و حفظ اقتدار فردی است» (کاظمی، ۱۳۸۸، ۴۹). از طرفی «در هنگام پرسه‌زنی در شهر، جماعتی حاضر هستند که کسی از میزان دارایی، نوع شغل و محل زندگی آن‌ها نمی‌پرسد». در محیط‌های شهری کنونی در ایران، این نوع بروز فردگرایی در عین حال منبعث از نوعی اعتراض به وضع موجود، در کنار نوعی تفاخر به دیگران است.

در این میان، نوجوانان به تعبیر کاظمی (۱۳۸۸)؛ در مراکز خرید از مکان‌های خلوت، راه‌پله‌ها، دستشویی‌ها، جلوی در ورودی و مقابل ویتترین مغازه‌ها تجمع کرده و بدون آنکه به کالا و خرید آنها توجهی داشته باشند. دختران جوان تا اندازه‌ای در پرسه‌زنی با پسران متفاوت‌اند؛ به این مفهوم که اگر پسران در جایی تجمع می‌کنند، دختران دائماً قدم می‌زنند و به ویتترین و کالاها توجه بیشتری دارند. حضور نوجوانان در مراکز خرید، شیوه زیست و سکن‌گزینی‌شان، برتری فرهنگی بزرگسالان را زیر سوال می‌برد؛ آنها برای خود قلمرویی متفاوت از قلمروی خانه (سلطه والدین) و قلمروی مدرسه (سلطه آموزش) دست و پا می‌کنند (کاظمی، ۱۳۸۸).

حضور زنان در شهر و وارد شدن به «عرصه پرسه‌زنی» به بهانه‌ی خرید، یکی از پدیده‌های چشمگیر و رو به افزایش چند دهه اخیر در ایران است. ماریلا بالبی (۱۹۸۷) معتقد است که مراکز خرید یکی از نخستین فضاهایی است که زنان حتی قبل از فضاهای رسمی چون ادارات آن را به تسخیر خود درآوردند. «با ظهور فروشگاه‌های بزرگ و مراکز خرید؛ عرصه قلمروی خصوصی و عمومی مبهم شد. زن آزادانه توانست هر زمان که اراده کند به بهانه رفتن به خرید از خانه خارج شود (Balbi, 1987). چنین حضوری، بین کار مفید و فراغت در نوسان بود، برای زنان، مراکز خرید هم عرصه کار (خرید) و هم عرصه لذت شدند در چنین مکانی است که زن‌ها می‌توانند از کار خانه رها شده و هویت جدیدی برای خود، به غیر از زن خانه بودن یا مادر بچه‌ها بودن، بدست بیاورند» (کاظمی، ۱۳۸۸، ۱۲۴). به عبارت دیگر، زنان پرسه‌زنی می‌کنند تا خرید کنند و خرید می‌کنند تا پرسه‌زنی کنند.

مکان‌های شهری در تجارب پرسه‌زنان

یکی از شاخصه‌های پدیده‌ی پرسه‌زنی این است که لزوماً باید در سطح شهر و در مکان‌های تعریف‌شده‌ای صورت پذیرد. لذا در این بخش تلاش خواهد شد تا به تحلیل چرایی انتخاب مکان‌های مختلف شهری در این گروه اجتماعی پرداخته شود.

فیسک و دوسرتو معتقدند که مصرف خود نوعی تولید است؛ به این مفهوم که کالاها ناتمام تولید می‌شوند و این مصرف‌کننده است که کالاها را تکمیل می‌کند. این تولید در فضای شهری نیز صورتی عینی پیدا می‌کند. شهروند پرسه‌زن، فضای تنظیم‌شده توسط مبلمان، روشنایی، درخت و منظر را با رفتار خویش کامل می‌کند و به تولید فضایی هر روز متفاوت پرداخته و به این ترتیب، فضاهایی که به‌طور معمول تحت تأثیر فعالیت‌های شهری قرار می‌گیرند، به تولید و مصرف تغییر می‌یابند. یکی از تفاوت‌هایی که در غرب نسبت به آنچه در ایران در مورد پدیده‌ی پرسه‌زنی وجود دارد، نوع انتخاب مکان‌های

شهری ای است که از آن استفاده می‌شود. پرسه زن در اروپا عموماً در فضاهای باز شهری از قبیل خیابان، مقابل کافه‌ها و رستوران‌ها از طریق بهره بردن از میز و آفتاب گیرهای موجود مقابل کافه رستوران‌ها، ویتترین مغازه‌ها و اطراف آبنماهای عمومی تردد کرده و از آنها بهره می‌برد؛ در حالی که در ایران به دلایل مختلف کالبدی (عرض محدود و متغیر پیاده روها) و مدیریتی (ممانعت شهرداری از استقرار میز و صندلی کافه رستوران‌ها در پیاده رو) و انتظامی (موارد مشمول ارشاد عمومی)؛ پرسه زن غالباً مکان‌های سرپوشیده و مراکز خرید را انتخاب می‌کند. به تعبیر کاظمی پرسه زن کسی است که از پاساژ یا مرکز خرید، مصرف خاص خود را دارد. او از طریق هنر همزیستی یا به تعبیر دوسرتو «هنر بودن در بین» خریداران و فروشندگان، خود را به رنگ خریدار استتار می‌کند. یکی از مزیت‌های مراکز خرید در همین است که خریدار واقعی از پرسه زن، مزاحم، بیکار، چشم چران و غیره متمایز نمی‌شود. در حقیقت گمنامی در این محیط، بزرگ‌ترین حسن آن است. بنابر این در فقدان فضاهای شهری که در آن شهروند پرسه زن بتواند به پرسه زنی خویش جنبه‌ای شهر مدارانه بدهد، مراکز خرید و پاساژها نقش جایگزین آنها را ایفا می‌کنند (کاظمی، ۱۳۸۸). «فروشگاه‌های بزرگ و زنجیره‌ای نیز ماهیت پرسه زنی را در تهران تغییر داده‌اند. پرسه زدن آزادانه در خیابان ولی عصر، دیدن و دیده شدن، نظربازی، چانه زنی و تماشای ویتترین‌ها، دیگر در فروشگاه‌های بزرگ مانند شهروند امکان ندارد. در این فروشگاه‌ها فرد خریدار باید آگاهانه و با برنامه برای خرید محصولاتی برود که حتی بر سر قیمت آن نیز نمی‌تواند چانه بزند.» (کاظمی، ۱۳۸۸، ۷۷)؛ «این گونه فضاهای سرپوشیده، اساساً مناسبات فرد را با شهر و جامعه تغییر داده است؛ فضاهایی که خطوط تمایز ناظر را از منظر شهر محو کردند.» به تعبیر مارکوزه ایدئولوژی مصرف‌گرایی، نیازهای کاذبی ایجاد می‌کند که به عنوان شکلی از کنترل اجتماعی عمل می‌کند، به گونه‌ای که اشخاص خود را در کالاهای شان معنا کرده و روح خود را در اتومبیل و کالاهای لوکس شان می‌جویند (مارکوزه، ۱۳۶۲). اگر این منش شهری را از منظر مکانی مورد بررسی قرار دهیم، نمود آن در برخی خیابان‌های شناخته شده‌ی شمالی شهر تهران کاملاً قابل مشاهده است. پرسه زنی در محدوده‌های یادشده خود باعث تفکیک فضایی در شهر نیز می‌گردد. در وهله‌ی نخست ایجاد تمایز و تفکیک بین مناطق شمالی و جنوبی شهر و در مرحله‌ی بعد ایجاد ترازهای متفاوت بین خیابان‌های درونی مناطق شمالی شهر (از جمله تمایز ذهنی شهروندان بین خیابان‌های جردن، فرشته، زعفرانیه، الهیه و... با دیگر خیابان‌ها) می‌گردد. (زیمل ۱۳۷۲) مُد را محصول تمایز طبقاتی میدانند، زیرا از یک سو برای طبقات پائین راهی برای بهبود

منزلت شان (از طریق نوع پوشش، گویش و آرایش) می‌گشاید و از سوی دیگر فرصتی برای تمایز طبقات بالا از طبقات پائین ایجاد می‌کند (از طریق وارد کردن مد‌هایی که هنوز اقشار پائین به آن دسترسی ندارند) که این پدیده نمودی عینی در بین پرسه زنان جوان پایتخت نشین دارد. در واقع خیابان به عنوان یک مکان پررنگ شهری عرصه‌ی این کنش و واکنش است. «کالا‌ها همانند زبان، حامل معنا و پیام هستند، با این تفاوت که آنها رسانه‌های غیرکلامی‌اند؛ کالا‌ها را رسانه‌ای برای قوه‌ی خلاقه‌ی انسان می‌دانند. کالاها می‌توانند به عنوان ابزاری برای ارتباط با دیگران به کار گرفته شوند. بنابراین آنها می‌توانند در عین حال پلی برای ارتباط یا دیواری برای تمایز باشند» (فاضلی، ۱۳۸۲، ۳۳)؛ این همان ابزاری است که کنش‌های پرسه زنان پایتخت را در قبال یکدیگر تنظیم می‌نماید.

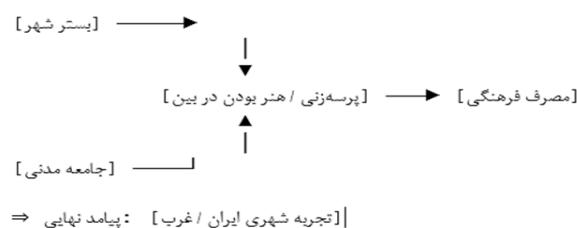
مدل مفهومی

مفاهیم اصلی

- بستر شهر شرایط امکان پرسه‌زنی را فراهم می‌کند (خیابان، میدان، پاساژ، کافه و...) (Gehl, 2015).
- جامعه مدنی نقش تنظیم‌کننده دارد: هنجارها و ظرفیت تعاملات اجتماعی تعیین می‌کند که پرسه‌زنی در یک شهر آزادانه یا محدود تجربه شود (Tester, 2019).
- پرسه‌زنی به مثابه «هنر بودن در بین»، واسطه‌ای است میان بستر شهر و جامعه مدنی، و از طریق آن تجربه شهری شکل می‌گیرد (Coverley, 2017).
- مصرف فرهنگی پیامد پرسه‌زنی است و شکل‌های مختلفی از استفاده از فضا (مشاهده، خرید، گذران اوقات فراغت) را دربرمی‌گیرد (Middleton, 2018) نهایتاً، تجربه شهری برآیند تعامل این عناصر است و در ایران و غرب به صورت متفاوتی تحقق می‌یابد.
- الگوی تصویری پیشنهادی در (نمودار ۱) نشان داده شده است.
- جدول تحلیلی مقایسه پرسه زنی در ایران و غرب به شرح زیر است (جدول ۳).

یافته‌ها

نتایج این تحقیق نشان می‌دهند که پدیده پرسه‌زنی، با وجود شباهت‌های اساسی در تعریف کلی آن در جوامع مختلف، در بافت‌های فرهنگی و اجتماعی متفاوت به‌طور چشمگیری متفاوت تجربه می‌شود. این تفاوت‌ها ناشی از عوامل متعددی هستند که در این بخش مورد بررسی قرار خواهند گرفت.



نمودار ۱. الگوی تصویری پیشنهادی
Chart 1. Proposed visual template

جدول ۳. جدول تحلیلی مقایسه پرسه‌زنی در ایران و غرب
Table 3. Analytical table comparing roaming in Iran and the West

محور تحلیلی	عمق	اتصال
بستر کالبدی	بازارها، میدان‌ها و پارک‌ها	خیابان‌های پیاده‌محور، بلوارها و کافه‌ها
جامعه مدنی	پرسه‌زنی با محدودیت‌های هنجاری و خوانش‌های متنوع	پرسه‌زنی به‌عنوان کنشی مشروع و بخشی از فرهنگ مدنی
نقش پرسه زن	تجربه‌ای دوگانه: هم امکان مشاهده و تعامل، هم نظارت و محدودیت	ناظر و شاعر زندگی مدرن؛ سوژه آزاد در فضای عمومی
مصرف فرهنگی	بیشتر وابسته به تحولات اجتماعی معاصر و فضاهای نیمه‌رسمی	فراغت نهادینه‌شده و بخشی از سبک زندگی شهری
تجربه شهری	تجربه‌ای متأثر از تضادهای فرهنگی و ساختارهای اجتماعی - سیاسی	بازتاب جامعه مدنی و فراغت تثبیت‌شده

تفاوت‌های فرهنگی و اجتماعی در تجربه پرسه‌زنی:

در غرب، به‌ویژه در پاریس، پرسه‌زنی به‌عنوان یک کنش مثبت و نمادین در نظر گرفته می‌شود که بخشی از ساختار فرهنگی و اجتماعی شهرهای مدرن است. این پدیده، که در قرن نوزدهم به اوج خود رسید، به‌عنوان روشی برای تعامل با محیط و مردم در نظر گرفته می‌شود و در بسیاری از موارد، حضور پرسه‌زن‌ها به‌عنوان نماد سرزندگی و پویایی در فضاهای شهری به‌شمار می‌آید. در مقابل، در ایران، این پدیده با چالش‌های اجتماعی و فرهنگی مواجه است. پرسه‌زنی در فضاهای عمومی بیشتر به‌عنوان رفتاری مزاحم یا حتی تهدیدکننده تلقی می‌شود. این تفاوت‌ها عمدتاً ناشی از ساختارهای فرهنگی و اجتماعی متفاوت بین دو جامعه است که در نحوه برخورد با رفتارهای شهری تأثیرگذار بوده‌اند.

نقش فضاهای شهری در پرسه‌زنی:

در غرب، پرسه‌زن‌ها فضاهای عمومی مانند خیابان‌ها، کافه‌ها، پارک‌ها و آب‌نماها را به‌عنوان مکان‌های اصلی برای حضور و تعامل انتخاب می‌کنند. این فضاها به‌طور طبیعی برای مشاهده، تفکر و ارتباطات اجتماعی طراحی شده‌اند و به همین دلیل پرسه‌زنی در آن‌ها امری پذیرفته‌شده و مثبت به‌شمار می‌آید. در مقابل، در ایران، کمبود

فضاهای عمومی مناسب برای پرسه‌زنی و محدودیت‌های کالبدی، باعث شده است که مراکز خرید و فضاهای سرپوشیده به‌طور غیررسمی جایگزین فضاهای عمومی شهری شوند. این تغییر در استفاده از فضاها به‌ویژه در میان نسل‌های جوان و شهرنشین مشاهده می‌شود. در نتیجه، پرسه‌زنی در ایران بیشتر در مکان‌های نیمه‌عمومی و بسته اتفاق می‌افتد که به نوعی فضاهای تجاری و مصرفی به‌شمار می‌روند. این مسئله به وضوح نشان می‌دهد که نحوه تعامل با فضاهای شهری در ایران تحت تأثیر ساختارهای شهری و مدیریتی قرار دارد و پرسه‌زنی در این کشور به‌ویژه در مراکز خرید و پاساژها به‌عنوان یک شیوه جدید از مصرف فرهنگی و اجتماعی تجربه می‌شود.

تفاوت‌های جنسیتی در پرسه‌زنی:

تفاوت‌های جنسیتی یکی دیگر از مسائل مهم این تحقیق است. در غرب، پرسه‌زنی به‌ویژه در فضاهای عمومی، شامل حضور مردان و زنان به‌طور برابر است، و هر دو گروه به‌طور آزادانه از فضاهای شهری برای پرسه‌زنی و تعاملات اجتماعی استفاده می‌کنند. در ایران، اما محدودیت‌های فرهنگی و اجتماعی تأثیر زیادی بر تجربه زنان از فضاهای عمومی دارند. زنان در ایران، به‌ویژه در مناطق شهری بزرگ، به دلیل ملاحظات فرهنگی و اجتماعی، معمولاً از حضور آزادانه در

خیابان‌ها و فضاهای عمومی منع می‌شوند. به همین دلیل، زنان ترجیح می‌دهند در فضاهایی مانند مراکز خرید و فضاهای سرپوشیده که کنترل بیشتری بر رفتارهای اجتماعی دارند، حضور یابند. این تفاوت‌های جنسیتی در تجربه پرسه‌زنی نشان‌دهنده تمایزات عمیق فرهنگی در نحوه پذیرش و تعامل با فضاهای عمومی است. از آنجا که پرسه‌زنی در ایران اغلب به‌عنوان یک پدیده اجتماعی ناپسند شناخته می‌شود، محدودیت‌های اجتماعی موجود در ایران مانع از تجربه آزادانه و مثبت این پدیده توسط زنان می‌شود.

تأثیر مصرف‌گرایی بر پرسه‌زنی:

یکی دیگر از تحلیل‌های کلیدی این تحقیق، تأثیر مصرف‌گرایی بر پرسه‌زنی است. در ایران، به‌ویژه در شهرهای بزرگ، پرسه‌زنی بیشتر در مراکز خرید و فضاهای مصرفی انجام می‌شود. این فضاها به‌طور غیررسمی تبدیل به مکان‌هایی برای تجمعات اجتماعی و پرسه‌زنی شده‌اند، جایی که افراد از این فضاها برای نمایش هویت اجتماعی و برقراری ارتباطات اجتماعی استفاده می‌کنند. در حالی که در غرب نیز مصرف و خرید در فضاهای عمومی شهری نقش عمده‌ای در شکل‌گیری پرسه‌زنی دارد، در ایران این پدیده با ویژگی‌های خاصی همچون نظارت اجتماعی و فشارهای فرهنگی همراه است. مصرف‌گرایی و فرهنگ خرید، در بسیاری از موارد، به‌عنوان ابزاری برای تعریف هویت اجتماعی و فرهنگی افراد به‌ویژه در بین نسل‌های جوان تبدیل شده است. این امر باعث شده است که پرسه‌زنی در ایران به‌عنوان بخشی از فرآیند مصرف فرهنگی و اجتماعی در نظر گرفته شود.

نقش فضاهای عمومی و محدودیت‌ها در ایران:

در ایران، کمبود فضاهای عمومی مناسب برای پرسه‌زنی و محدودیت‌های کالبدی، اجتماعی و مدیریتی، باعث شده است که این پدیده بیشتر در فضاهای سرپوشیده مانند مراکز خرید و پاساژها رخ دهد. این فضاها به‌طور غیررسمی به مکانی برای تجمعات اجتماعی و پرسه‌زنی تبدیل شده‌اند که در آن افراد به‌طور پنهانی از محدودیت‌های فضای عمومی عبور می‌کنند.

نتیجه‌گیری

این پژوهش نشان داد که پرسه‌زنی به‌عنوان کنشی واحد در دو بستر فرهنگی متفاوت، معانی و پیامدهای متمایزی پیدا می‌کند. در غرب، پرسه‌زنی بخشی از سنت مدنی و تجربه فراغتی نهادینه‌شده است، که با سرزندگی شهری پیوند دارد؛ در حالی که در ایران، این پدیده در تعامل با محدودیت‌های اجتماعی و فرهنگی شکل گرفته و گاه با

مقاومت یا بازتعریف مدنی همراه می‌شود. بنابراین پرسه‌زنی نه صرفاً رفتار فردی، بلکه بازتاب رابطه جامعه مدنی با بستر کالبدی و فرهنگی شهر است. از منظر طراحی و مدیریت شهری، یافته‌ها نشان می‌دهد که توجه به کیفیت فضاهای عمومی و تقویت پیاده‌راه‌ها می‌تواند پرسه‌زنی مثبت و مدنی را ارتقا دهد.

با این حال، یافته‌ها صرفاً بازتوصیف چارچوب نظری نیستند؛ بلکه نشان می‌دهند چگونه طراحی و مدیریت شهری می‌تواند از تجربه پرسه‌زنی به‌عنوان شاخصی برای کیفیت فضاهای عمومی بهره گیرد:

۱. در طراحی فضاهای شهری: تقویت فضاهای پیاده‌محور، ایجاد نقاط مکث (نیمکت، کافه، میدانچه)، و توجه به تنوع کاربری‌ها می‌تواند زمینه پرسه‌زنی مثبت و تعامل اجتماعی را فراهم کند.

۲. در مدیریت شهری: سیاست‌گذاری‌ها باید به پرسه‌زنی به‌عنوان کنشی مشروع و بخشی از زندگی روزمره نگاه کنند، نه صرفاً فعالیتی حاشیه‌ای. این رویکرد به ارتقای امنیت، سرزندگی و حس تعلق کمک می‌کند.

۳. در حوزه فرهنگ شهری: برنامه‌های فرهنگی و اجتماعی می‌توانند پرسه‌زنی را از یک رفتار مبهم به تجربه‌ای مدنی و هویت‌بخش ارتقا دهند.

در نهایت، پرسه‌زنی را می‌توان ابزاری تحلیلی برای فهم کیفیت فضاهای عمومی در ایران دانست؛ ابزاری که هم برای پژوهشگران و هم برای معماران و مدیران شهری ارزشمند است، زیرا نشان می‌دهد چگونه تفاوت‌های فرهنگی، معنا و کارکرد فضاهای شهری را بازتعریف می‌کنند.

پی‌نوشت

1. Flâneur
2. Art of appreciate
3. Collective experience
4. Modern lifestyle
5. Reading the city as a "text"
6. "The art of being-in-between"
7. A medium for advertising commercial brands

نقش نویسندگان

نویسنده مسئولیت طراحی مطالعه، گردآوری داده‌ها، تحلیل و نگارش مقاله را بر عهده داشته است.

تعارض منافع نویسندگان

3. Balbi, M. (1987). City center to regional mall: Architecture, the automobile, and shopping centers. MIT Press.
4. Benjamin, W. (2003). The arcades project (H. Ciland & K. MacLaughlin, Trans.). Harvard University Press.
5. Buck-Morss, S. (1986). The flâneur, the sandwichman and the whore: The politics of loitering. *New German Critique*, 39, 111–125. <https://doi.org/10.2307/488023>
6. Caillebotte, Gustave. (1877). Paris Street; Rainy Day and a vision of the modern city. <https://www.britannica.com/biography/Gustave-Caillebotte>
7. Coverley, M. (2017). The art of wandering: The writer as walker. Oldcastle Books.
8. De Certeau, Michel. (1984). *The Practice of Everyday Life*. Translated by Steven Rendall. Berkeley: University of California Press.
9. Elkin, L. (2016). *Flâneuse: Women walk the city in Paris*, New York, Tokyo, Venice, and London. Farrar, Straus and Giroux.
10. Ferguson, P. (1994). The flâneur on & off the streets of Paris. In K. Tester (Ed.), *The flâneur* (pp. 35–45). Routledge.
11. Gehl, J. (2015). *Cities for people* (2nd ed.). Island Press.
12. Gluck, M. (2003). The flâneur and the aesthetic appropriation of urban culture in mid-19th century Paris. *Theory, Culture & Society*, 20(4), 53–67. <https://doi.org/10.1177/02632764030204003>
13. Middleton, J. (2018). The walkable city: Dimensions of walking and overlapping walks of life. *Urban Studies*, 55(2), 263–279. <https://doi.org/10.1177/0042098016649325>
14. Smith, P. (2001). *Cultural theory: An introduction*. Blackwell Publishers.
15. Tester, K. (2019). Revisiting the flâneur: Urban life, everyday culture and walking as critique. *Journal of Urban Cultural Studies*, 6(1), 25–41. https://doi.org/10.1386/jucs_00005_1
16. The Chap. (2019, June 13). The Grand Flaneur Walk. <https://thechap.co.uk/the-grand-flaneur-walk/>

نویسنده به طور کامل از اخلاق نشر تبعیت کرده و از هرگونه سرقت ادبی، سوء رفتار، جعل داده‌ها و یا ارسال و انتشار دوگانه، پرهیز نموده‌اند و منافعی تجاری در این راستا وجود ندارد و نویسنده در قبال ارائه اثر خود وجهی دریافت ننموده است.

تقدیر و تشکر

بدینوسیله مراتب قدردانی و سپاس خود را از سردبیر محترم نشریه هویت شهر سرکارخانم دکتر حبیب و دست اندرکاران این نشریه به ویژه سرکار خانم ها دزفولی، دهباشی و کسرای ابراز می دارم. بدون مساعدت این بزرگواران و داوران محترم این مهم به انجام نمی‌رسید.

فهرست مراجع

۱. استوری، جان. (۱۳۹۶). مطالعات فرهنگی درباره فرهنگ عامه (ترجمه حسین پاینده). تهران: نشر آگه.
۲. آلمن، ایروین. (۱۳۸۲). محیط و رفتار جمعی (ترجمه علی نمازیان). تهران: انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.
۳. بودلر، شارل. (۱۳۸۱). «نقاش زندگی مدرن» (ترجمه مهتاب بلوکی). در عبدالکریم رشیدیان (ویراستار)، *مدرنیسم و پست‌مدرنیسم*. تهران: نشر نی.
۴. رضازاده، پروانه. (۱۳۹۳). مزاحمت‌های خیابانی و عوامل بازدارنده آن. پایگاه خبری تحلیلی پارس. <https://www.parsnews.com/fa/tiny/news-247712>
۵. زیمبل، گئورگ. (۱۳۷۲). «کلان‌شهر و حیات ذهنی» (ترجمه یوسف ابادری). نامه علوم اجتماعی. (۲) ۳. تهران.
۶. فاضلی، محمد. (۱۳۸۲). مصرف و سبک زندگی. قم: نشر صبح صادق.
۷. فوکو، میشل. (۱۳۷۶). «سوژه و قدرت» (ترجمه حسین بشیریه). در هیوبرت دریفوس و پل رابینو، *فوکوی فراسوی ساختارگرایی و هرمنوتیک*. تهران: نشر نی.
۸. کاظمی، عباس. (۱۳۸۸). پرسه‌زنی و زندگی روزمره ایرانی. تهران: انتشارات آشیان.
۹. مارکوزه، هربرت. (۱۳۶۲). انسان تک‌ساختی (ترجمه محسن مویدی). تهران: انتشارات امیرکبیر.

1. Alamy. (2022). The grand Flaneur Walk. <https://www.alamy.com/stock-photo/the-grand-flâneur-walk.html>
2. Alamy. (2019). Elegantly dressed people take part in the grand Flaneur Walk. <https://www.alamy.com/stock-photo/the-grand-flâneur-walk.html>



The Art of Being-in-Between and Urban Flânerie: A Comparative Study of Iran and the West with an Emphasis on Civil Society

Vahid Shali Amini, Associate Professor, Department of Architecture & Urbanism, Central Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

Abstract

Urban flânerie, broadly conceptualized as the reflective practice of walking through and observing urban life, has been central to the formation of modern urban culture in the West. From Baudelaire and Walter Benjamin to subsequent cultural theorists, the flâneur epitomizes both the aesthetic pleasure of wandering and the art of “being-in-between” individuality and the collective. While Western scholarship extensively theorizes flânerie, its articulation in non-Western contexts—particularly Iran—remains underexplored. In Iran, urban strolling emerged only in the mid-twentieth century and evolved within a distinct socio-cultural and spatial framework. This study investigates the manifestations of flânerie in Iran and the West, delineates points of convergence and divergence, and examines how these differences reflect the relationship between civil society and urban space. It contends that the acceptance and normalization of flânerie correlate closely with the openness and vitality of civil society. The research traces the conceptual underpinnings of flânerie across Western and Iranian contexts, compares its spatial and social expressions, and examines its mediating role between individual subjectivity and civic life. By situating quotidian urban practices within broader debates on citizenship, cultural identity, and urban modernity, the study positions flânerie as an analytic lens for understanding urban culture. Employing a qualitative-comparative methodology, it integrates theoretical text analysis, spatial observation, and targeted fieldwork in Tehran. Western sources—including Baudelaire, Benjamin, Gluck, and Coverley—were assessed alongside Iranian perspectives, particularly those of Kazemi and Fazeli. Field observations were conducted at key urban sites—Vali-e-Asr Street, Tehran Bazaar, and City Park—and juxtaposed with Western public spaces, such as the boulevards of Paris and civic squares in London. Observational data, including behavioral mapping, photographs, and field notes, were thematically analyzed to reveal variations in spatial configuration, social interaction, and cultural meaning. Findings indicate that in Western contexts, flânerie constitutes an institutionalized form of leisure and civic participation embedded within public culture, signifying freedom, visibility, and collective urban engagement. Conversely, Iranian flânerie is constrained by moral codes, gender norms, and fragmented pedestrian infrastructure. Tehran’s discontinuous walkways and pervasive surveillance inhibit spontaneous street wandering, redirecting the practice toward enclosed or semi-public environments, such as shopping centers. These spaces provide controlled yet meaningful opportunities for visibility and interaction, particularly for women and youth. Consequently, urban strolling in Iran frequently functions as a form of “cultural consumption,” negotiating conformity with subtle resistance. Gender dynamics further condition this practice: while men dominate open public spaces, women navigate controlled environments, transforming flânerie into both a strategy of negotiation and a subtle critique of spatial regulation. Overall, the study demonstrates that flânerie serves as a sensitive barometer of civic culture and urban democracy. In Western cities, it reflects a mature civil society that supports individual expression within collective life. In Iran, it exposes tensions between tradition, regulation, and the aspiration for public engagement. As the “art of being-in-between,” flânerie encapsulates the broader struggle of Iranian urban life to reconcile cultural norms with emergent desires for visibility and freedom. Enhancing pedestrian-oriented design, diversifying public spaces, and recognizing flânerie as a legitimate civic practice may strengthen social cohesion and urban belonging. Conceptually, this study reconceptualizes flânerie from a literary trope to a sociocultural and spatial diagnostic tool, offering a novel framework for analyzing the interface between urban form, civil society, and cultural modernity in non-Western settings.

Keywords: Urban flânerie, Civil society, Public space, Cultural modernity.

* Corresponding Author Email: vah.shali_amini@iauctb.ac.ir