

مکان سوم:از فراغت تا مشارکت در امور خیرخواهانه (نمونه موردی:کافه‌ها)

مریم فراش خیابانی^۱

۱- دانشجوی دکتری شهرسازی دانشگاه هنر، maryam.khiabany@gmail.com

چکیده

در نگاه اول شاید آنچه واژه‌ی فراغت در ذهن مخاطب تداعی کند، بیشتر جنبه‌ی لذت فردی و منفعت شخصی را دربرداشته باشد. مسئله‌ی اصلی این پژوهش این است که چگونه می‌توان این فراغت را به امری ورای آن مرتبط کرد؟ برخی مکان‌ها مانند نمونه‌ی موردی این تحقیق، کافه^۱‌ها، به این پرسش پاسخ داده‌اند. مکان‌هایی که توانسته‌اند در نمونه‌های موفق‌ی علاوه بر ایجاد مکانی برای فراغت، مشارکتی در امور خیرخواهانه داشته باشند. لذا این پژوهش بر آنست که نقش این مکان‌ها را در پیوند بین مسئله‌ی فراغت و امر نیکوکارانه با توجه به فعالیت‌هایی که در برخی کافه‌ها شکل گرفته‌اند، واکاوی کند. در شناسایی ویژگی‌های این نوع از مکان‌ها از مفهوم "مکان سوم"^۲ که توسط ری الدنبرگ^۳، شهرساز آمریکایی در دهه ۱۹۹۰ ارائه شد، بهره گرفته شده است. در بخش مورد پژوهی نیز با استفاده از روش مشاهده، فعالیت ۱۵ کافه در شهر کرج مورد بررسی قرار گرفته است. در نهایت پس از شناسایی کافه‌ها به عنوان مکان‌های فراغتی‌ای که به دلیل ایجاد حس همدلی بین کاربران فضا، محیط خودمانی و ایجاد گفتمان مشترک، منطبق بر ویژگی‌های مکان سوم هستند، فعالیت‌های نیکوکارانه‌ی این مکان‌ها در سه دسته‌ی زیست محیطی، اجتماعی-اقتصادی و فرهنگی شناسایی شده است.

واژه‌های کلیدی: مکان سوم، گفت و گو، فراغت، نیکوکاری، کافه

۱- مقدمه

دریافت اینکه مردم چگونه با مکان ارتباط برقرار می‌کنند و فهم رفتار آنها در یک مکان، آنچه مهم است فهم این است که آدم‌ها به چه چیز و چگونه می‌اندیشند. برای برخی از افراد ممکن است جنبه‌های کارکردی یک مکان در تصویر ذهنی آنان از آن مکان پررنگ تر باشد، برای برخی دیگر ممکن است فعالیت‌ها یا رفتارهایی که در آن مکان رخ می‌دهد برجسته‌تر شود. به عنوان مثال ایستگاه راه آهن می‌تواند مکانی برای رفت و آمد مردم میان خانه و محل کار یا مکانی برای دیدار افراد با یکدیگر باشد [۱]. برخی از این فعالیت‌ها می‌توانند کمک کنند تا مکانی به چیزی ورای فعالیت معمول خود تبدیل شود. برای نمونه مکان‌های بسیاری هستند که علاوه بر عملکرد تفریحی، توامان جنبه اجتماعی، فرهنگی دارند. از سوی دیگر، مسئله‌ی فراغت

^۱ Café
^۲ Third place
^۳ Ray Oldenburg