

مجموعه کتابهای
فرهنگ
آشنایی

فرهنگ اتومبیل در شهر تهران



انتشارات تیسرا

طاہرہ ہوشنگی

فرهنگ اتومبیل
در شهر تهران

به نام آن که جان را فکرت آموخت
چراغ دل به نور جان برافروخت

سرشناسه	: هوشنگی، طاهره، ۱۳۵۶-
عنوان و نام پدیدآور	: فرهنگ اتومبیل در شهر تهران؛ نویسنده: طاهره هوشنگی؛ به سفارش اداره کل مطالعات اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران.
مشخصات نشر	: تهران: تیسرا، ۱۳۹۱.
مشخصات ظاهری	: ۲۷۷ ص؛ جدول، نمودار؛ ۱۴/۵×۲۱.
فروست	: فرهنگ و اجتماع؛ ۱۶.
فروست	: نگاشت شهر؛ ۲۹.
شابک	: ۸۰۰۰۰ ریال؛ 978-600-6662-30-5
وضعیت فهرست‌نویسی	: فیپا
یادداشت	: کتابنامه
موضوع	: اتومبیل‌ها - ایران - خرید - جنبه‌های جامعه‌شناختی
موضوع	: رانندگی - ایران - جنبه‌های جامعه‌شناختی
شناسه افزوده	: فاضلی، نعمت‌الله، ۱۳۴۳- ، دبیر علمی مجموعه «فرهنگ و شهر»
شناسه افزوده	: شهرداری تهران؛ اداره کل مطالعات اجتماعی و فرهنگی
رده‌بندی کنگره	: ۱۳۹۱ ف۴/۵۹ TL
رده‌بندی دیویی	: ۶۲۹/۲۲۲
شماره کتابشناسی ملی	: ۳۰۳۱۴۲۹

فرهنگ اتومبیل در شهر تهران

طاهره هوشنگی



انتشارات تیسا



معاونت امور اجتماعی و فرهنگی
اداره کل مطالعات اجتماعی و فرهنگی

فرهنگ اتومبیل در شهر تهران

نویسنده: طاهره هوشنگی

سفارش دهنده: اداره کل مطالعات اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران

ناظر علمی: دکتر محمدسعید ذکایی

دبیر مجموعه «فرهنگ و شهر»: دکتر نعمت‌الله فاضلی

مدیر تولید: سید محمدرضا بهلول

چاپ اول: بهار ۱۳۹۲

شماره نشر: ۵۳

ویراستاران: بهاره پورعظیمی، فاطمه حامدی یکتا؛ نمونه‌خوانی: سیده مانده قرشی

طراحی جلد: پرویز بیانی

لیتوگرافی: کارآ، چاپ: دالاهو، صحافی: کیمیا

ناظر فنی چاپ: مصطفی شریفی

تعداد: ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۸۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۶۶۲-۳۰-۵

همه حقوق چاپ و نشر این اثر محفوظ است.

استفاده از مطالب یا ذکر منبع بلاشکال است.

انتشارات تیسسا

تهران، میدان بهارستان، خیابان ظهیرالاسلام، پلاک ۶، واحد ۳. تلفن: ۳۳۹۹۹۴۲۳، ۳۳۹۹۲۴۷۰

www.Teesa.ir

iTeesa@mail.com

معاونت امور اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران

تهران، بزرگراه شهید گمنام، ابتدای بزرگراه کردستان. تلفن: ۸۲۱۰۶۰۰۰

فهرست

پیشگفتار	۹
سخن نویسنده	۱۳
مقدمه	۱۵
فصل اول: کلیات	۲۱
فرهنگ اتومبیل	۲۱
گذری بر تاریخ ورود اتومبیل به ایران	۲۵
فصل دوم: چهار چوب مفهومی	۳۷
الف) بعد تکنولوژیکی اتومبیل	۳۷
ب) اتومبیل در منطق مصرف نمادین	۴۶
پ) اتومبیل در منطق مکتب فرانکفورت	۵۱
ت) اتومبیل در منطق مطالعات فرهنگی	۵۷
۱. باختین و کارناوالی شدن	۵۷
۲. دوسرتو و رانندگی در شهر	۵۹
۳. مطالعات خرده فرهنگی و اتومبیل	۶۵
۴. خرده فرهنگی شدن اتومبیل	۷۷
ث) اتومبیل در رویکرد فمینیستی	۷۹
ج) بعد عاطفی و روانی اتومبیل	۸۵
چ) اتومبیل در سنت نشانه‌شناسی	۹۰
۱. رولان بارت و اسطوره اتومبیل	۹۰

۹۴.....	۲. بودریار و نشانه‌شناسی اتومبیل.....
۹۷.....	ح) رویکردهای انتقادی: تناقضات، تخلفات و خطرات.....
۹۷.....	تناقضات، خطرات و تخلفات اتومبیل.....
۱۰۷.....	فصل سوم: معانی مختلف استفاده از اتومبیل در شهر تهران.....
۱۱۰.....	راحتی و آرامش.....
۱۱۷.....	تحرک و دسترسی.....
۱۲۰.....	گسترش ارتباطات اجتماعی.....
۱۲۲.....	امرار معاش.....
۱۲۴.....	بازنمایی هویت فردی.....
۱۲۸.....	بازنمایی هویت اقتصادی.....
۱۳۵.....	کسب منزلت اجتماعی.....
۱۴۳.....	امنیت جویی.....
۱۵۰.....	خرده‌فرهنگ ماشین‌بازی.....
۱۶۱.....	کارکرد ورزشی.....
۱۶۶.....	هویت دینی.....
۱۷۱.....	کارکرد اخلاقی.....
۱۷۵.....	تفریح و گردشگری.....
۱۸۰.....	مصرف بزهکارانه.....
۱۸۴.....	درهم‌شکستن کلیشه‌های جنسیتی.....
۱۹۱.....	جذابیت‌های اتومبیل.....
۱۹۲.....	۱. جاذبه تکنیک.....
۱۹۴.....	۲. جاذبه قدرت.....
۱۹۶.....	۳. جاذبه سرعت.....
۱۹۷.....	۴. جاذبه زیبایی.....
۲۰۱.....	انگیزه‌های روان‌شناختی.....
۲۱۰.....	لذت از رانندگی.....
۲۱۵.....	لذت از تملک ابژه.....
۲۱۸.....	استراتژی‌های دستیابی به کارکردهای مورد نظر اتومبیلی.....
۲۱۹.....	۱. انتخاب نوع اتومبیل (مدل، رنگ، ملیت و پلاک).....
۲۲۳.....	۲. تغییرات و تزئینات اتومبیل.....

فهرست ۷

چندگانگی پیامدهای فردی و اجتماعی استفاده از اتومبیل شخصی	۲۳۱
۱. اتومبیل، امن تر از خانه	۲۳۲
۲. تحرک نداشتن	۲۳۳
۳. ترافیک	۲۳۳
۴. کاهش روابط رودرروی اجتماعی	۲۳۵
۵. خشونت اتومبیلی	۲۳۶
۶. هویت یابی مصرفی	۲۳۸
۷. تأیید نکردن هویت اقتصادی و اجتماعی	۲۳۸
۸. رعایت نکردن هنجارهای رسمی جامعه	۲۴۱
۹. تضاد با خانواده و نگرانی ها	۲۴۱
۱۰. آسیب های اتومبیلی	۲۴۲
۱۱. آلودگی شهری	۲۴۶
سخن آخر	۲۴۹
پیوست های پژوهش	۲۵۵
تصویری از مصاحبه شوندگان	۲۵۵
نمونه پرسش های مصاحبه	۲۵۸
اصطلاح شناسی فرهنگ اتومبیل در ایران	۲۶۳
فرهنگ ترافیک	۲۶۳
کتابنامه	۲۷۱

پیشگفتار

تهران به عنوان مرکز سیاسی کشور، بیش از یک شهر بزرگ و پُرجمعیت است که رشد ناموزون و نامتعادل و تنوع قومی و مهاجرپذیری گسترده، وجه ممیزه آن از دیگر شهرهای بزرگ کشور است. تهران به تافته جدابافته‌ای تبدیل شده که مجموعه‌ای از ویژگی‌ها، ارزش‌ها و هیجان‌های گاه متناقض را نیز در خود نمایان دارد. تراکم سرمایه‌های فرهنگی و خُرده‌فرهنگی، تراکم سرمایه‌های اقتصادی، سیاسی و نمادین، تحرک و رقابت اجتماعی بالا، تنوع سبک‌های زندگی و بسیاری از ویژگی‌های دیگر، معنای فرهنگی تهران را به‌مثابه فضا و مکانی زیسته در ذهن ساکنان و غیر ساکنان آن بسیار متمایز می‌سازد. تهران به عنوان یک کلان شهر، علاوه بر در برداشتن خصایص اجزا و مؤلفه‌های تشکیل دهنده آن، چیزی فراتر از این اجزاست. تهران را تنها باید در مقیاس کلان‌شهری منحصر به فرد آن، با تمام اوصاف و شرایط خوب و بد آن در نظر گرفت.

مجموعه پایان‌نامه‌ها و رساله‌های دانشگاهی چاپ‌شده در مجموعه «فرهنگ و شهر» – همچون اثر حاضر – برشی از تجربه ارزش‌ها،

گرایش‌ها و تجارب متنوع ساکنان تهران و نیز شرایط ساختاری و تغییر و تحولات آن را مورد توجه قرار می‌دهند. این مجموعه آثار که با حمایت معاونت امور اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران به چاپ می‌رسند، در کلیت خود می‌توانند تصویری از پیچیدگی‌ها، تناقض‌ها، فرصت‌ها، محدودیت‌ها، واقعیت‌ها، بازنمایی‌ها و نیر بستر تاریخی زندگی در این شهر را ترسیم کنند.

در انتخاب و سفارش این مجموعه، ملاحظات چندی مورد توجه قرار گرفته که انعکاس‌دهنده اهمیت جهت‌گیری‌های فرهنگی و اجتماعی مدیریت شهری تهران و نیز تحولات و پویایی‌های مربوط به شرایط ساختاری و فرهنگی زندگی در تهران است. بر این اساس، رویکرد فرهنگی در مطالعه شهر، وجه غالب آثار این مجموعه را شامل می‌شود که بر اساس طیفی از سنت‌های رشته‌های دانشگاهی مانند جامعه‌شناسی، مطالعات فرهنگی، برنامه‌ریزی شهری، مدیریت شهری، جمعیت‌شناسی، معماری و روان‌شناسی محیطی و عموماً در فضایی چندرشته‌ای و گاه بین‌رشته‌ای، ضرورت‌های سیاستی و مدیریتی و تجارب زندگی روزمره در این شهر را شرح داده‌اند.

به همان سان، جهت‌گیری فرهنگی متون این مجموعه و نیز توجه به تهران به عنوان یک متن فرهنگی در وجوه مختلف کالبدی، ساختاری و نیز ارزشی و رفتاری آن، الزاماً وجهی تفسیری به غالب این مطالعات بخشیده است؛ از این رو رویکردهای روش‌شناختی و تحلیل کیفی‌ای چون مردم‌نگاری، مطالعات تاریخی، پدیدارشناسی، نظریه مبنایی، نشانه‌شناسی، تحلیل محتوای کیفی و تحلیل گفتمان، روش‌های غالب این متون را تشکیل می‌دهند، هرچند در مطالعه ساختارها و تغییرات فرهنگی و نگرشی، تحلیل ثانویه و پیمایش نیز به کار رفته است. به کارگیری این

تنوع روشی که در مطالعات شهری ایران سابقه زیادی ندارد، با امتیازات زیادی همراه است. نگاه فرایندی به تحولات شهر و ردیابی این تحولات در بستر تاریخی شکل‌گیری و توسعه تهران، نگاه کل‌نگرانه به مسائل و ویژگی‌های زیست شهری و فاصله گرفتن از تقلیل‌گرایی‌های مربوط به منظر رشته‌ای، توجه هم‌زمان به زمینه‌های ساختاری و ارزشی و توجه به متن زندگی روزمره و تجارب زیسته افراد در مفهوم‌سازی‌ها و تحلیل مسائل شهر، از جمله این مزایاست.

ایده‌ها و نتایج به دست آمده از این مطالعات تجربی، علاوه بر اینکه به شناخت و فهم عمیق‌تر زندگی شهری و سازوکار تغییر و تحولات در فرهنگ آن کمک می‌کند و چشم‌اندازی انتقادی را برای تأمل بر زمینه‌ها و آثار این تغییرات (مثلاً در معماری، فرهنگ اتومبیل، زندگی روزمره زنان، مراکز خرید و فضاهای تجاری، هیجان‌های اجتماعی و مانند آن) مهیا می‌سازد، دلالت‌ها و آثاری را نیز برای سیاست‌گذاری و مدیریت شهری به همراه دارد که از جمله محورهای آن می‌توان به تلاش برای کاستن از نابرابری و بی‌عدالتی در دسترسی‌ها، برخورداری‌ها و تأمین برخی از حقوق شهروندی که خود به پدیده‌ای فراگیر و به درجاتی تاریخی تبدیل شده است، و ادغام اجتماعی بیشتر گروه‌های آسیب‌پذیر مانند سالمندان و معلولان اشاره کرد.

آثار مجموعه «فرهنگ و شهر»، رویکردهای متنوعی را برای فهم تجارب معاصر از شهر - چه تجارب زیسته واقعی و چه تصویری - در اختیار خوانندگان قرار می‌دهد. مرور این آثار، پیچیدگی‌ها و تنوع شرایط زندگی و نیز نگرش و قضاوت نسبت به زندگی شهری را آشکار می‌سازد. ساکنان تهران به واسطه تجربه زیسته خود از ساختمان‌ها، بناها و فضاهای مصنوع و همچنین بازنمایی و انعکاس این ارزش‌ها و

هنجارها در هنر، ادبیات، فیلم و عرصه‌های مشابه، درک و شناخت متفاوتی نسبت به آن دارند و بر این اساس به تفسیر و مدیریت برنامه‌های روزانه و نیز برنامه‌ریزی‌های خود برای آینده می‌پردازند. جدایی‌ناپذیری عناصر مادی و عینی شهر از وجوه فرهنگی و نرم‌افزارانه، دستور کاری است که کتاب‌های این مجموعه بر آن تأکید داشته‌اند. امید است انتشار این آثار، گامی در ترویج و همگانی ساختن نگرش فرهنگی به شهر و مدیریت شهری باشد و ضمن ترویج فرهنگ نقد، جهت‌گیری‌های سیاستی مفیدی را در اختیار محققان، برنامه‌ریزان و مدیران شهری قرار دهد.

محمدسعید ذکایی

ناظر علمی

سخن نویسنده

آیا امروزه می‌توان بدون اتومبیل زندگی کرد، درحالی‌که زندگی مدرن، بدون آن غیرقابل‌تصور و باورنکردنی است؟ آیا اتومبیل، تنها یک وسیله نقلیه است که ما را از جایی به جایی دیگر می‌برد یا یک کالای خصوصی است که در ساحت اجتماعی، مورد استفاده و قانون‌گذاری قرار می‌گیرد؟ دلیل این همه استقبال از اتومبیل در شهر تهران چیست؟ کاربران با چه انگیزه‌هایی سوار بر اتومبیل می‌شوند؟

اتومبیل در آغاز، حاصل یک کنجکاوی بود. انسان، در امتداد اندام خود، شروع به ابزارسازی کرد. اتومبیل، در امتداد پای انسان برای حرکت به عنوان یک وسیله ابزاری برای جابه‌جایی در ادامه فضای خانه در خیابان ساخته شد. ولی به‌مرور، از اهمیت مادی و نمادین فراوانی در فرهنگ عامه برخوردار شد و تغییرات کمی و کیفی قابل توجهی در سبک زندگی و ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی مردم ایجاد کرد، به‌طوری‌که امروزه مصرف آن، پیام‌های هویتی بسیاری درباره مالک آن منعکس می‌کند و در فضای همگانی و عمومی خیابان و شهر، معانی و تجربه‌های جدید اجتماعی خلق می‌کند.

داستان مطالعه فرهنگ اتومبیل در شهر تهران، از یک کار گروهی کلاسی درس روش تحقیق کیفی، با عنوان «جوانان و خودرو: معناها و رفتارها» در سال ۱۳۸۴ با همیاری هم‌کلاسی‌های عزیز، آغاز شد و انجام آن به یکی از بهترین و به‌یادماندنی‌ترین خاطرات زندگی تبدیل شد که لازم است در اینجا از این دوستان، قدردانی کنم. آن تجربه دوست‌داشتنی، به اختصاص این موضوع برای پایان‌نامه کارشناسی ارشد در سال ۱۳۸۸ انجامید و این نوشتار، خلاصه‌ای از آن پایان‌نامه است که سعی دارد داستانی از فرهنگ استفاده از اتومبیل در شهر تهران را از زبان خود کاربران، به تصویر بکشد. این مجموعه، در سه فصل تنظیم شده است. در فصل نخست، با تعریفی از فرهنگ اتومبیل، تاریخچه‌ای از حضور اتومبیل در جامعه ایران بیان شده است. در فصل دوم، مروری بر دیدگاه‌های نظری که به طور مستقیم یا غیرمستقیم، به فرهنگ اتومبیل پرداخته‌اند صورت می‌گیرد. در فصل سوم، معانی، کارکردها و انگیزه‌های متنوع استفاده از اتومبیل در شهر تهران بیان می‌شود.

لازم است که از راهنمایی‌ها و همراهی‌های اساتید محترم دکتر محمود شهابی و دکتر علی خاکساری که مرا در انجام این پژوهش یاری رساندند، تشکر و قدردانی کنم. از دکتر محمدسعید ذکایی که در دوران دانشجویی و در تنظیم این اثر، آموزش‌ها و راهنمایی‌های ارزنده‌ای داشتند، کمال سپاس را دارم.

مقدمه

وقتی در ماشین رو باز می‌کنم و سوار ماشینم می‌شم، درو می‌بندم و موسیقی مورد علاقه‌ام رو گوش می‌کنم، احساس می‌کنم توی خونه خودم هستم. وقتی پنجره رو پایین می‌کشم و باد و نور خورشید به صورتم می‌خوره، از اینکه با اتومبیل در چنین شهر زیبایی حرکت می‌کنم، لذت می‌برم.

مقدمه کتاب میلر (۲۰۰۱)

فناوری، با فراهم آوردن فرصت‌های اندیشیده و نااندیشیده‌ای که در ابتدا مطمح نظر ابداع‌کنندگان نبود، در زمینه‌های مختلف، بر رفتارهای فردی و اجتماعی افراد تأثیر گذاشت؛ تاجایی که ویلیام آگبرن^۱، فناوری را نخستین عامل دگرگونی اجتماعی در همه ابعاد جامعه می‌داند.

اتومبیل به عنوان ابژه‌ای صنعتی، کالایی تکنولوژیکی و استعاره‌ای برای مدرنیته، از فناوری‌هایی است که ابتدا به عنوان یک وسیله

1. W. Ogburn

جابه‌جایی و حمل‌ونقلی، برای برآوردن نیاز انسان به حرکت، ساخته شد؛ ولی به‌مرور، با سهولت، امنیت و آرامشی که در جوامع مختلف فراهم آورد، به‌سرعت در زندگی روزمره انسان‌ها رخنه کرد و به بخشی از وسایل زندگی مدرن، کالای پرمصرف همگانی و مهم‌ترین نمادهای فرهنگ عامه، تبدیل شد و تمامی ابعاد زندگی، برنامه‌ریزی‌های شهری، محیط‌زیست، سیاست، اقتصاد، جنسیت، خانواده، تبلیغات، طراحی، فراغت، هنر، تفریح و غیره را تحت تأثیر قرار داده و اهمیت آن، دیگر محدود به معانی کارکردی نیست و در تمام زندگی روزمره جریان دارد، به‌طوری‌که دیگر نمی‌توان به‌سادگی آن را یک ابزار جابه‌جایی و وسیله نقلیه صرف، تلقی کرد. اتومبیل، اگرچه یک شیء است؛ ولی حیاتی مستقل از دیگر اشیا دارد و به‌ویژه در پیوند با انسان، حیات نوینی می‌یابد. اتومبیل در پیوند با مقولاتی چون هویت، جنسیت، قومیت، سن، طبقه، ارزش‌های فرهنگی، اجتماعی و غیره، معانی جدیدی یافت، به‌طوری‌که امروزه به لحاظ اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی، کارکردهای متنوع و زیادی برای افراد مختلف دارد و به‌مثابه یک دال، نشانه، پیام و نماد، نحوه کاربری، رمزگذاری و رمزگشایی‌های متفاوتی می‌یابد.

شهر، وجوه پیچیده‌ای از فعالیت‌ها و تعامل‌هاست و اتومبیل به‌راستی، با افزایش فعالیت‌ها، چهره شهرها را تغییر داده است. شهر، متنی فرهنگی است و اتومبیل، همچون دیگر تکنولوژی‌ها، به دلیل پیوند عمیقی که با دیگر فضاها، اجتماعی و متون زندگی روزمره دارد، از میانجی‌هایی است که شهر مدرن را به ما بهتر می‌نمایاند؛ زیرا اتومبیل، روحی دارد که آن را از شهر و جامعه می‌گیرد و امکان شناخت نحوه حضور شهروندان را در خیابان‌ها و اتوبان‌های شهر فراهم می‌کند. اتومبیل، امروزه چون یک روح

بر شهرها سیطره یافته است. اتومبیل، آغاز یک سفر است، سفری به درون و اعماق شهر. محیط شهری، محدوده نامحدود و بازی از محل کار، منزل، کسب و کار، فراغت و تفریح است، اگرچه در گذشته‌ها به لحاظ تاریخی، به هم پیوسته بودند، امروزه از هم جدا شده و با میانجیگری اتومبیل، دوباره به هم متصل شده‌اند. به‌ویژه با مطرح شدن تئوری «شهر مناسب با اتومبیل شخصی» و ماشین شهر، همچون آرمان‌شهر، از نقش و اهمیت «فضاهای پیاده‌روی شهری» و «آدم پیاده» کاسته شد و البته باعث گسترش بیماری‌های ناشی از ماشینیزم و خطرات محیط‌زیستی شد. آنچه امروز در خیابان‌های شهر تهران، خودنمایی می‌کند، اتومبیل‌های زیبا و در حال حرکت است که با چراغ‌های روشن و نورانی، شهر را زیباتر می‌کنند و تاریکی شب را به زیبایی و پرنوری روز تبدیل کرده‌اند. بزرگراه‌ها، اتومبیل‌ها و عبور سریع آنان و غیره از نمادهای مدرنیسم شهری و زیبایی‌های آن است (برمن، ۱۳۷۹: ۳۸۰). با این وجود، نظریه‌پردازان شهرگرایی جدید، بر این باورند که وابستگی شهرهای کنونی به اتومبیل، پیامدهای منفی بسیاری به همراه آورده و باید در برنامه‌ریزی‌های شهری با ظهور دوباره حمل و نقل عمومی و رفتارهای مشابه، وابستگی کمتر به اتومبیل ایجاد شود.

اتومبیل در هر کشوری، یکی پس از دیگری رواج پیدا کرد و در فرهنگ‌های مختلف بنا به زمینه و شرایط فرهنگی، ظرفیت‌ها و کارکردهای جدیدی در اختیار انواع کاربران خود قرار داد و با تغییر در سبک زندگی فردی و اجتماعی، فضاهای همگانی و شکل شهرها، مسائل و پیامدهای جدیدی برانگیخت. به‌طوری‌که امروزه اتومبیل، مثال بارزی از جهانی شدن است و شکل خاصی از سلطه، به همراه دارد که تأثیر آن به‌هیچ‌وجه کمتر از تلویزیون و کامپیوتر نیست (اری، ۱۹۹۹: ۲).

در ایران نیز علی‌رغم مقاومت‌های نخستین مردم علیه اتومبیل، زندگی روزمره، به اتومبیل پیوند عمیقی خورده و آن را به یکی از نیازها و ضرورت‌های زندگی تبدیل کرده است. همچنین در سال‌های اخیر، شاهد حضور نمایی انواع گوناگون اتومبیل‌های مدرن، متفاوت و رفتارهایی عجیب و غریب با اتومبیل در سطح شهر تهران هستیم. قدرت‌نمایی‌ها، سرعت‌جویی‌ها، خشونت‌ها، تصادفات و مرگ‌ومیرهای خیابانی، خطرآفرینی‌ها با اتومبیل، نگرانی‌های حاصل از مشکلات ترافیک، آلودگی‌های صوتی، محیط‌زیست و غیره، تصویر مخدوش و نگران‌کننده‌ای از تکنولوژی اتومبیل را در خیابان‌های شهر تهران، به جای می‌گذارد. اتومبیل در شهر تهران گاه یک ابزار تفریح، پرسه‌زنی و سرگرمی است و گاه یک آسیب و کژکارکرد!

اتومبیل در زندگی روزمره، رابطه‌ای فرای رابطه انسان - شیء، با مالکان خود برقرار کرده و علاوه بر ارزش فایده، ارزش نمادین نیز یافته است. به تعبیر دکتر حسین پاینده (ریچاردز، ۱۳۸۲)، سرنوشت بسیاری از وصلت‌های خانوادگی در جامعه ایران، به معیار برخورداری از اتومبیل گره می‌خورد. محوریت اتومبیل در زندگی مردم تهران، این پرسش را در ذهن به وجود می‌آورد که چه انگیزه‌ها و معانی فرهنگی و اجتماعی در استفاده از اتومبیل در شهر تهران وجود دارد؟

روش تحقیق، راهی برای دستیابی به پاسخ پرسش‌های تحقیق است. به منظور دست یافتن به معانی عمیق و انگیزه‌های کاربران و عدم امکان ارائه عددی معانی ذهنی، برای انجام این پژوهش، روش کیفی انتخاب شد. از میان روش‌های کیفی، بنا به ماهیت، بکر بودن موضوع و درک زوایای عمیق و ناپیدای پدیده، از نظریه مبنايي^۱ استفاده شد. در این روش نخستین

گام، ارتقای حساسیت نظری است که توانایی تشخیص داده‌های مهم و معنابخشی به آنها را دارد (استراس و کوربین، ۱۳۸۷: ۴۰) و از تجارب حرفه‌ای و شخصی، متون تخصصی، پرسش، تجزیه و تحلیل مقایسه‌ای مدام^۱ به دست می‌آید (استراس و کوربین، ۱۳۸۷: ۹۶-۷۴). از راه‌های ارتقای حساسیت نظری در این پژوهش، شرکت در نمایشگاه‌های نیروی انتظامی و مصاحبه با مسئولان کنترل نامحسوس و معاونین بخش‌های مختلف، حضور در پاتوق‌های خودروهای اسپرت، گفت‌وگو با ماشین‌بازها و بهره‌گیری از مطالعات مشاهده‌ای^۲ بود.

با توجه به تمرکز این مطالعه بر شهروندان تهرانی دارای خودروی شخصی، یک گروه کانونی پنج‌نفره و ۲۸ نمونه زن و مرد ۱۸ تا ۴۵ ساله، با شاخص «تملك خودروی شخصی» و «تنوع در سرمایه فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی»، مطابق با اصل نمونه‌گیری نظری^۳، در سه مرحله نمونه‌گیری باز، محوری و گزینشی انتخاب شد. در نظریه مبنایی، فرایند نمونه‌گیری، گردآوری و تحلیل و تفسیر داده‌ها، جدا از یکدیگر نبوده و به نحو پیچیده‌ای در هم تنیده شده‌اند (ذکایی، ۱۳۸۱: ۵۹). در مرحله «نمونه‌گیری باز»، انتخاب مصاحبه‌شوندگان، بدون توجه به تفاوت‌ها با هدف شناختن هرچه بیشتر مقولات و کشف تمامی داده‌ها صورت گرفت. در مرحله «نمونه‌گیری محوری»، به دنبال حداکثر تنوع‌ها و بیشترین تفاوت‌ها سعی شد نمونه‌ها مشابه نبوده یا در قطب مخالف و تقابل با نمونه‌های قبلی باشد. در «نمونه‌گیری گزینشی»، انتخاب نمونه‌هایی که ارتباط بین مقولات را به حداکثر رسانده و خلأهای

-
1. Constant comparative
 2. observational
 3. Theoretical samplin
 4. sdfsd

موجود را پر کنند، تا رسیدن هر مقوله به اشباع نظری ادامه داشت. از آنجاکه در نمونه‌گیری نظری، استفاده از منابع چندگانه می‌تواند تقویت‌کننده اعتبار سازه و روایی تحقیق بوده و واحد تحلیل قرار گیرد (ذکایی، ۱۳۸۱)، فیلم‌ها، مجلات تخصصی، وبلاگ‌ها و سایت‌های تخصصی در خصوص اتومبیل نیز مورد مطالعه قرار گرفت. فرایند کدگذاری داده‌های گردآوری شده از طریق مصاحبه عمیق^۱، پس از قرائت دقیق و مرتب شدن، در سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی^۲ انجام شد. کدگذاری با تسهیل در توصیف، در جهت تحلیل و خلق نظریه (بلیکی، ۱۳۸۲: ۳۰۹)، روند اصلی ساختن و پرداختن نظریه است که عملیات خرد شدن، مفهوم‌پردازی و دوباره به هم متصل شدن داده‌ها در آن صورت می‌گیرد. حد فاصل میان انواع کدگذاری، غیرواقعی است؛ زیرا در فرایند تجزیه و تحلیل، محقق به طور مداوم از یکی به دیگری می‌پردازد، باین حال در نظریه‌مبنایی، تفسیر با کدگذاری باز انجام می‌شود و با کدگذاری انتخابی (در صورت ساخت نظریه) به پایان می‌رسد (استراس و کوربین، ۱۳۸۷: ۵۸). در مرحله کدگذاری باز، داده‌های حاصله تحت مفاهیم، مقولات و خرده‌مقولات^۳، استخراج، طبقه‌بندی و کدگذاری شده و در کدگذاری محوری، با مراجعه دوباره به داده‌های واقعی، شرایط علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر، استراتژی‌های کنش/کنش متقابل و پیامدها^۴ بر حسب نوع رابطه آنها با پدیده یا «مقوله اصلی»^۵، به یکدیگر مرتبط شدند.

-
1. Depth interviews
 2. Open coding, axial coding & selective coding
 3. Concepts, Categories, subcategories
 4. Causal conditions, Context, Intervening conditions, Action/interaction, consequences
 5. Main category

کتابنامه

- آبوت، پاملا و والاس، کالر (۱۳۸۰)، *جامعه‌شناسی زنان*، مترجم: منیژه نجم عراقی، تهران: نی.
- آل‌احمد، جلال (۱۳۷۳)، *غرب‌زدگی*، تهران: فردوس، چاپ دوم.
- اباذری، یوسف (۱۳۸۱)، «نوربرت الیاس و فرایند متمدن شدن»، *نامه علوم اجتماعی*، شماره ۱۹، صص ۱۹-۲۵.
- استراوس، آنسلم و جولیت کوربین (۱۳۸۵)، *اصول روش تحقیق کیفی: نظریه‌مبنایی رویه‌ها و شیوه‌ها*، مترجم: بیوک محمدی، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، چاپ اول.
- استربرگ، کریستین جی. (۱۳۸۴)، *روش‌های تحقیق کیفی در علوم اجتماعی*، مترجمان: احمد پوراحمد و علی شماعتی، یزد: دانشگاه یزد.
- استوری، جان (۱۳۸۶)، *مطالعات فرهنگی درباره فرهنگ عامه*، مترجم: حسین پاینده، تهران: آگه.
- اسمیت، فیلیپ (۱۳۸۳)، *درآمدی به نظریه فرهنگی*، مترجم: حسن پویان، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی، مرکز بین‌المللی گفت‌وگوی تمدن‌ها، چاپ اول.
- بی، ارل (۱۳۸۱)، *روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی (۲)*، مترجم: رضا فاضل، تهران: سمت.
- برمن، مارشال (۱۳۷۹)، *تجربه مدرنیته*، مترجم: مراد فرهادپور، تهران: طرح نو.
- برنشتاین، ریچاردز (۱۳۷۳)، «تکنولوژی و منش اخلاقی، شرحی بر پرسش از

- تکنولوژی»، مترجم: یوسف اباذری، ارغنون، شماره ۱، صص ۳۱-۶۸.
بلیکی، نورمن (۱۳۸۴)، طراحی پژوهش‌های اجتماعی، مترجم: حسن چاوشیان، تهران: نی، چاپ اول.
بنت، اندی (۱۳۸۶)، فرهنگ و زندگی روزمره، مترجمان: لیلا جوافشانی و حسن چاوشیان؛ تهران: اختران.
بهار، مهری (۱۳۸۶)، «تکنولوژی و تغییرات فرهنگ دینی»، سایت مجله جهانی رسانه.
بیلینگتون، روزاموند و دیگران (۱۳۸۰)، فرهنگ و جامعه (جامعه‌شناسی فرهنگ)، مترجم: فریبا عزبدفتری، تهران: قطره.
پسی، آرنولد (۱۳۶۷)، تکنولوژی و فرهنگ، مترجم: بهرام شالگونوی، تهران: مرکز.
تامپسون، جان. ب. (۱۳۷۸)، ایدئولوژی و فرهنگ مدرن، مترجم: مسعود اوحدی، تهران: نشر مؤسسه فرهنگی آینده پویان.
جنکینز، ریچارد (۱۳۸۱)، هویت اجتماعی، مترجم: تورج یاراحمدی، تهران: شیرازه.
جوزف، مارتینو (۱۳۸۶)، «پیش‌بینی و ارزیابی فناوری»، مترجم: مجتبی تیموری، رشد آموزش علوم اجتماعی، دوره یازدهم، شماره ۱، پاییز ۱۳۸۶، صص ۵۲-۵۴.
دوسرتو، میشل (۱۳۸۲)، «قدم زدن در شهر»، مترجم: شهریار وقفی پور، تهران: تلخون.
ذکایی، محمدسعید (۱۳۸۱)، «نظریه و روش در تحقیقات کیفی»، فصلنامه علوم اجتماعی، شماره ۱۷، بهار، صص ۴۱-۶۹.
ریچاردز، بری (۱۳۸۲)، روانکاوی فرهنگ عامه، تهران: طرح نو، چاپ اول.
زیما (۱۳۷۷)، درآمدی بر جامعه‌شناسی ادبیات، مترجم: محمد پوینده، نقش جهان.
شارع‌پور، محمود و دادهیر، قربان‌زاده (۱۳۸۹)، «تحلیل جنسیتی تصادف با تأکید بر مفهوم سبک زندگی سالم، مطالعه موردی: جوانان شهر تهران»، زن در توسعه و سیاست (پژوهش زنان)، دوره ۸، شماره ۲، تابستان ۱۳۸۹، ۶۹-۹۲.
شهری، جعفر (۱۳۶۸)، تاریخ اجتماعی تهران در قرن سیزدهم: زندگی و کسب و کار، تهران: آرمان.

- شوکر، روی (۱۳۸۱)، «نسل من: مخاطبان، شیفتگان، خرده فرهنگ‌ها»، مترجمان: مراد فرهادپور و شهریار وقفی‌پور، ارغنون، شماره ۲۰.
- فاضلی، نعمت‌الله (۱۳۸۶)، «مقاومت فرهنگی در برابر نوآوری‌ها و فناوری‌های تازه در ایران»، رشد آموزش علوم اجتماعی، دوره یازدهم، شماره ۱، پاییز.
- فدرستون، مایک (۱۳۸۰)، «زندگی قهرمانی و زندگی روزمره»، مترجم: هاله لاجوردی، ارغنون، شماره ۱۹، زمستان.
- فردوسی صرامی، رستمی (۱۳۸۹)، «مطالعه مقایسه‌ای عوامل روان‌شناختی مؤثر در تصادفات رانندگی بر حسب جنسیت»، زن در توسعه و سیاست (پژوهش زنان)، دوره ۸، شماره ۴، زمستان، صص ۱۵۷-۱۴۱.
- فرکیس، ویکتور (۱۳۸۶)، «جبر فناوری»، مترجم: مصطفی منیری، رشد آموزش علوم اجتماعی، دوره یازدهم، شماره ۱، پاییز.
- فکوهی، ناصر (۱۳۷۸)، از فرهنگ تا توسعه، با تأکید بر مسائل توسعه، تهران: فردوس، چاپ اول.
- قانع‌راد، محمدمبین (۱۳۹۰)، «بازنمایی‌های فرهنگی اتومبیل به مثابه توسعه»، ویرانی و عشق، مجله جامعه‌شناسی ایران، سال دوازدهم، شماره ۴.
- کلودآنه (۱۳۷۰)، گل‌های سرخ اصفهان (ایران با اتومبیل)، مترجم: فضل‌الله جلو، تهران: روایت.
- کمبل، جوزف (۱۳۷۷)، قدرت اسطوره، مترجم: عباس مخبر، تهران: مرکز گولومبوک، سوزان و رابین فی وش (۱۳۷۸)، رشد جنسیت، مترجم: مهرناز شهرآرای، تهران: ققنوس.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۲)، تجدد و تشخیص: جامعه و هویت شخصی در عصر جدید، مترجم: ناصر موفقیان، تهران: نی، چاپ اول.
- معتصد، خسرو (۱۳۸۶)، از ماشین‌دودی ناصرالدین شاه تا بنز الگانس، تهران: البرز، چاپ اول.
- نصری، غدیر (۱۳۸۱)، «معنا و ارکان جامعه‌شناسی امنیت»، نشریه مرکز تحقیقات استراتژیک، شماره ۲۶، صص ۱۱۴.
- هال، استوارت (۱۳۸۲)، «رمزگذاری و رمزگشایی»، مترجم: نیما ملک‌محمدی، در: سایمون دیورینگ (ویراستار) مجموعه مقالات مطالعات فرهنگی، مترجمان: نیما ملک‌محمدی و شهریار وقفی‌پور، تهران: تلخون.
- هام، مگی (۱۳۸۲)، فرهنگ نظریه‌های فمینیستی، مترجمان: نوشین احمدی

خراسانی، فیروزه مهاجر و فرخ قره‌داغی، نشر توسعه، چاپ اول.
هایدیگر، مارتین (۱۳۷۳)، «پرسش از تکنولوژی»، مترجم: شاپور اعتماد،
ارغنون، صص ۳۰-۱.
وتشتاین، آرنولد (۱۳۷۳)، «الهیات در عصر فرهنگ تکنولوژیک، مروری بر آرای
پل تیلیش»، مترجم: مراد فرهادپور، ارغنون، شماره ۱.
نوربرت، الیاس (۱۳۷۷)، «تکنیک و تمدن»، مترجم: مراد فرهادپور، ارغنون،
شماره ۱۳، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات فرهنگی وزارت فرهنگ
و ارشاد اسلامی.

Morse, J. M. & L. Richards (2002), *Read Me First: A Users Guide to Qualitative Methods*, Sage: California.

Bakhtin, M. (1984), *Rabelais and his World*, Bloomington, IN: University of Indiana Press.

Barker, C. (2003), *Cultural Studies: Theory and Practice*, London: Sage.

Barthes, R. (1993 [1957]), *Mythologies*, London: vintage.

Baudrillard, J. (1996 [1968]), *The System of Objets*, trans: James Benedict, London: Veso.

Bourdieu, Pierre (1984), *Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste*, Cambridge, MA: Harvard University Press.

Brake, M. (1985), "Comparative Youth Culture: The Sociology of Youth Culture and Youth subcultures in America", Britain and Canada, London: Routledge & Kegan Paule.

Carrabine, Eamon and Brian Longhurst (2002), *consuming the car: anticipation, use and meaning in contemporary youth culture*, the editorial board of sociological review, Oxford: Blackwell.

Cheny, David (2002), *cultural change and everyday life*, Hampshire, palgrave.

Clarke, Deborah (2007), *Driving Women: Fiction and Automobile Culture in Twentieth-century America*, JHU Press.

Dant, T. (2001), *Contradictions of the car*, Presented to the 'Mobilities Group, convened by Professor John Urry, Department of Sociology, Lancaster University.

Dant, T. (1998), "Playing with Things: Objects and Subjects in Windsurfing",

- Journal of Material Culture*, Vol. 3, University College London: UK.
- De Certeau, M. (1984), "*The Practice of Everyday Life*", trans: Steven F. Rendall, *Minneapolis*: University of Minnesota Press, Vol. 1.
- Donatelli, Cindy (2001), "*Driving the Suburbs: Minivans, Gender, and Family Values*", *Material History Review*, Vol. 54, PP. 84–95.
- Farr, Marie. T. (2008), "*freedom and control: Automobiles in American Womens Fiction of the 70s and 80s*", *Journal of popular culture*, 29 (2), PP. 157-169
- Freund, P. (1993), *The Ecology of the Automobile, Montreal and New York*: Black Rose Books.
- Gartman, D. (2004), "Three Ages of the Automobile: The Cultural Logics of the Car", *Theory, Culture & Society*, London: sage, Vol. 1.
- Garvey, P. (2001), "*Driving, Drinking and Daring in Norway*", in Daniel Miller (ed). *Car Cultures*, Oxford: Berg, PP. 33-52.
- Graves–Brown, P. (1997), "*From Highway to superhighway: The Sustainability, Symbolism and Situated Practices of Car Culture*", *Social Analysis*, University of Bergen, Vol. 41.
- Hebdige, D. (1979), *Subculture: The Meaning of Style*, London: Routledge.
- Hebdige, D. (1988), *Hiding in the Light: On Images and Things*, London: Routledge.
- Inglis, D. (2004), "*Auto Couture: Thinking the Car in Post-War France*", *Theory, Culture & Society*, Vol. 21 (4/5), PP. 197–219
- Laurier, E. (2004), "*Doing Office work on the Motorway*", *Theory, Culture & Society*, Vol. 21, PP. 261-277, London, sage.
- Lefebvre, H. (1971), *Everyday life in the Modern World*, London: Allen Lane, Penguin Press (First published 1968).
- McRobbie, A. and J. Garber (1991), "*Girls and Subcultures*" in A. McRobbie, *Feminism and Youth culture*, London: Macmillan
- Michael, M. (2001), "*The Invisible Car: The Cultural Purification of Road Rage*", in Daniel Miller (ed.) *Car Cultures*, Oxford: Berg.
- Miller, D. (2001), "*Driven Societies*", in D. Miller (ed.) *Car Cultures*, Oxford:

- Berg.
- Miller, D. (ed.) (2001a), *Car culture*, Oxford: Berg.
- Moorhouse, H. f. (1991), *Driving Ambitions: An Analysis of the American Hot Rod Enthusiasm*, Manchester: Manchester University Press.
- Pomrenke, M. (2007), "Using Grounded Theory to Understand Resiliency in Pre-Teen Children of High-Conflict Families", *The Qualitative Report*, Vol. 12, Num.
- Redshaw, S. (2006), "Acceleration: The limits of speed", in: Adam lam & Howard McNaughton (Eds), *The Reinvention of Everyday life* (Christchurch, NZ: University of Canterbury Press).
- Redshaw, S. (2007), "Articulations of the Car: The Dominant Articulations of Racing and Rally Driving", *Mobilities*, Vol. 2, No. 1, PP. 121-141, March 2007.
- Redshaw, S. (2008), *In the Company of Cars, Driving as a Social and Cultural Practice*, Ashgate.
- Rubenstein, James M. (2001), *Making and Selling Cars: Innovation and Change in the U. S. Automotive Industry*, Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press.
- Scharff, V. (1991), *Taking the Wheel: Women and the Coming of the Motor Age*, New York: Free Press.
- Sheller, Mimi (2004), "Automotive Emotions: Feeling the Car", *Theory, Culture & Society*, 21 (4/5), PP. 221-242, London: sage.
- Sofoulis, Zoe, Greg Noble & Sarah Redshaw (2005), *Youth, Media and Driving Messages* (Sydney: NRMA Motoring and Services).
- Thrift, N. (2004), "Driving in the City", *Theory, Culture & Society*, Vol. 21, London: sage.
- Urry, J. (1999), *Automobility, car culture and weightless travel*, Discussion paper, Department of Sociology, Lancaster University, UK, available online. <http://www.comp.lancs.ac.uk>.
- Urry, J. (2000), *Sociology Beyond societies, mobilities for the twenty-first century*, London and New York: Routledge.

- Urry, J. (2004), "*The "System" of Automobility*", *Theory, Culture & Society*, Vol. 21 (4/5), PP. 25-39.
- Urry, J. (1995), *Consuming Places*, London: Routledge.
- Virilio, P. (1995), *The Art of the Motor*. Minneapolis, MN: Minnesota University Press.
- Walsh, M. (2004), "*Gender and Automobility: Consumerism and the Great Economic Boom*", in: /www.autolife.umd.umich.edu
- Whitelegg, J. (1997), *Critical mass*, London: Pluto.
- Willis, P. (1978), *profane culture*, London: Rutledge & Kegan Paul.

تهیه کتاب با یکی از روش‌های زیر امکان‌پذیر است:

مراجعه به فروشگاه کتاب تیسّا و خرید کتاب با ۱۰ درصد تخفیف

<http://www.publiran.com>

نشانی فروشگاه کتاب تیسّا:

مراجعه حضوری یا سفارش تلفنی:

۰۲۱-۳۳۹۹۹۴۲۳، ۰۲۱-۳۳۹۹۲۴۷۰

نشانی: تهران، بهارستان، ظهیرالاسلام، کوی دیلمان، پلاک ۶، واحد ۳

مراجعه به مراکز پخش:

۰۲۱-۶۶۴۱۱۴۲۹

فروشگاه کتاب اختران: خیابان انقلاب، بازارچه کتاب

۰۲۱-۶۶۴۰۰۷۰۶

فروشگاه کتاب خوارزمی: خیابان انقلاب، روبه‌روی دانشگاه تهران



انتشارات تیسّا

ناشر تخصصی علوم انسانی، علوم شهری و جامعه‌شناسی

اتومبیل در آغاز، حاصل یک کنجکاوی بود. انسان، در امتداد اندام خود، شروع به ابزارسازی کرد. اتومبیل، در امتداد پای انسان برای حرکت به عنوان یک وسیلهٔ ابزاری برای جابه‌جایی در ادامهٔ فضای خانه در خیابان ساخته شد. ولی به‌مرور، از اهمیت مادی و نمادین فراوانی در فرهنگ عامه برخوردار شد و تغییرات کمی و کیفی قابل توجهی در سبک زندگی و ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی مردم ایجاد کرد، به طوری که امروزه مصرف آن، پیام‌های هویتی بسیاری را دربارهٔ مالکش منعکس می‌کند و در فضای همگانی و عمومی خیابان و شهر، معانی و تجربه‌های جدید اجتماعی خلق می‌کند.

