

# تجاری سازی فزاینده عرصه های عمومی شهر تهران



حمیده ابرقویی فرد<sup>۱</sup>

دکتری معماری منظر، ایران

## چکیده

امروزه فضاهای شبه عمومی در نتیجه تحول مستمر شهر، تنظیم قوانین جدید مدیریت و استفاده از فضا و فرایند پیچیده و چندبعدی شکل گیری و توسعه فضاهای عمومی، جایگاه ویژه ای در منظر شهرها یافته اند. کاربران محدود و نقش پررنگ بخش خصوصی در مدیریت و نگاهداشت فضا، از مهم ترین ویژگی های فضاهای شبه عمومی چون مراکز خرید و مجموعه های تفریحی اند. بی طرف ماندن ارزیابی نقادانه اندیشمندان از عملکرد اجتماعی فضاهای شبه عمومی و اثرگذاری سازنده برخی از این فضاها بر زندگی اجتماعی و منظر شهری تهران، ضرورت پرداختن به فضاهای شبه عمومی را روشن می سازد. فضاهای شبه عمومی در نتیجه برهم نهمی ویژگی محیطی وجود عملکردهای جذاب و ویژگی انسانی حضور گروه مشابهی از عموم و اجتماعی خاص از افراد، برنامه ریزی مناسب توسعه دهندگان بخش خصوصی و بهره روری از ظرفیت های مالی بخش غیردولتی، زندگی اجتماعی را تسهیل می کنند. اثرگذاری سازنده فضاهای شبه عمومی در شکوفایی حیات اجتماعی در کنار پیشران های اقتصادی شکل گیری شان، ضرورت اعتدال در عرصه مدیریت منظر شهری روشن می سازد. تعادل بخشی به دو رویکرد ایجاد عملکردهای جذاب با بهره اقتصادی و محدود نساختن جاذبه های منظر شهری به منابع مالی بخش خصوصی، تجلی منظر شهر به عنوان منبع و دارایی مشترک را در پی دارد. در این میان راهبردهایی چون اعتبار بخشی به تنوع شهروندان در چارچوب تعریف چندین عموم، بهره گیری از مؤلفه اقتصاد و پخشایش امکانات بخش خصوصی در عرصه های عمومی شهر، مستقل ساختن بخشی از جذابیت های محیطی و انسانی فضای عمومی از منابع مالی بخش خصوصی و پل زدن میان بخش های دولتی، خصوصی و غیرانتفاعی در طراحی و برنامه ریزی فضای عمومی در مدیریت مناسب تر منظر شهری مؤثر خواهند بود

**واژگان کلیدی:** فضای عمومی، فضای شبه عمومی، منظر شهری،

## خصوصی سازی و تجاری سازی فضا در قالب فضاهای شبه عمومی چه تأثیری بر ماهیت و عملکرد اجتماعی فضاهای عمومی شهر تهران گذاشته است؟ ارزیابی عملکرد فضاهای شبه عمومی چه راهبردهایی برای مدیریت بهتر منظر شهری به همراه دارد؟

### بدنه نقد

فضای عمومی به عنوان یکی از فضاهای اساسی مورد نیاز بشر، در طول تاریخ، اشکال متنوعی داشته و عملکردهای اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و اقتصادی متفاوتی را بر عهده گرفته است. از آنجا که دامنه بازیگران و ذی نفعان توسعه شهری، به شکل گسترده‌ای متفاوت است و مکان‌ها دارای ابعاد و کارکردهای مختلفی هستند؛ شکل‌گیری فضاهای عمومی به روندی پیچیده و چندبعدی تبدیل گشته است (Madanipour, 2010: 11). در سال‌های اخیر برخی از فضاهای فراغتی در کلانشهرهای جهان و از جمله شهر تهران شکل گرفته‌اند که مخاطبانی محدودتر از عموم جامعه دارند و حضور و استفاده از آنها به منزله قرارگیری در قشر اجتماعی خاصی است. از جمله این فضاها که در ادبیات جهانی از آنها با عنوان فضاهای شبه عمومی یاد می‌شود می‌توان به فضاهای مشاع مال‌ها و مراکز خرید، فضاهای مشاع برخی مجتمع‌های مسکونی، باشگاه‌های تفریحی و ورزشی، فودکورت‌ها و نظایر آنها اشاره کرد. به دلیل کاربران و ذی نفعان محدود، فضاهای شبه عمومی از دو جهت مورد پرسش‌اند؛ مطرح‌بودن آنان به عنوان شکلی از فضای عمومی و بسستر شکل‌گیری حیات اجتماعی و مدنی در شهر و اثرگذاری سازنده آنان بر شکل‌گیری منظر شهری به عنوان یک دارایی مشترک میان همه شهروندان. با این حال پرترفدار ماندن فضاهای شبه عمومی و در نقطه مقابل خالی ماندن بسیاری از عرصه‌های عمومی در سطح شهر علی‌رغم دسترسی‌پذیری بالاتر آنها، اهمیت واکاوی نسبت میان میزان عمومی بودن امکانات و قابلیت‌های یک فضا با بازدهی آن در زمینه عملکرد اجتماعی را روشن می‌سازد. براین اساس بررسی ابعاد مختلف طراحی و مدیریت فضاهای شبه عمومی، آموزه‌هایی را برای مستعد ساختن دیگر فضاهای عمومی به عنوان بسستر زندگی اجتماعی و جمعی و معنا یافتن منظر شهر به عنوان دارایی مشترک شهروندان را به همراه خواهد داشت.

با بروز تحولاتی در زمینه اقتصاد سیاسی و تبعیت از جریان‌های اقتصادی جهانی در دهه‌های اخیر، خصوصی سازی و اقتصادی سازی فضا، یکی از عمده‌ترین اشکال تحولات فضاهای عمومی شهر تهران ارزیابی شده‌اند. به گونه‌ای که امروزه مراکز خرید فراتر از فضاهایی برای ترویج مصرف‌گرایی، بستری مناسب برای شکل‌گیری تعاملات اجتماعی به شمار می‌آیند (خادمی و علی‌پور، ۱۳۹۶). در نتیجه این امر فضاهای مشاع و مشترک برخی از کاربری‌های تحت مالکیت و مدیریت بخش خصوصی از جمله مراکز خرید، مجتمع‌های مسکونی و نظایر آنها به عنوان شکلی پرتکرار از فضاهای شبه عمومی محبوبیت یافته‌اند (تصویر ۱). بداعت فضاهای مذکور از یک سو و ضعف عملکرد مدیریت شهری در ایجاد فضاهای عمومی قابل‌دسترس برای همه اقشار جامعه از سوی دیگر، منجر به نقش یافتن این فضاها به عنوان بستری متفاوت برای شکل‌گیری زندگی اجتماعی در عرصه عمومی شهر گشته است تحلیل دیدگاه اندیشمندان در خصوص فضاهای شبه عمومی نتیجه‌ای دوسوگرا دارد. از جمله انتقادات وارد بر فضاهای شبه عمومی می‌توان بر پیشی گرفتن تنوع کنترل‌شده از ترویج گوناگونی اجتماعی



تصویر ۱. مرکز خرید به‌عنوان شکلی پرتکرار از فضاهای شبه‌عمومی در منظر شهر تهران  
منبع: <https://engare.net>

فارغ از محدودیت، ناشناخته‌سازی تجربه فضا (Mitchell, 2003: 139-140; Mitchell, 1995: 120) و تخییر حوزه عمومی و کمرنگ شدن دموکراسی (Sennett, 1977; Németh & Schmidt, 2011) اشاره کرد. در نقطه مقابل گروهی دیگر از اندیشمندان معتقدند تغییرات فضای عمومی تحت تأثیر نیروهای اقتصادی در سطح جهانی، بخشی از فرایند تحول و دگرذیسی شهرها و غیرقابل اجتناب است و الزاما تأثیر منفی بر زندگی اجتماعی و مدنی جاری در شهر نمی‌گذارد (Carmona, 2010b: 160-164; Warpole & Knox, 2007; Mehta & Palazzo, 2020: 514). با این حال هدف از پژوهش حاضر زیر سؤال بردن فرایند اقتصادی‌سازی فضاهای عمومی و نقد اثرگذاری منفی آنها بر منظر شهری نیست. بلکه واکاوی نحوه تأثیر عواملی چون کاربران محدود، مدیریت بخش خصوصی و پررنگ‌تر شدن عوامل اقتصادی دخیل در شکل‌گیری فضا بر ماهیت و عملکرد اجتماعی فضای عمومی و استخراج راهبردهایی برای مستعدتر ساختن فضاهای عمومی مورد توجه قرار می‌گیرد.

## ماهیت و عملکرد فضای شبه‌عمومی

فضاهای شبه‌عمومی در نتیجه پیشی گرفتن ارزش مبادله فضا از ارزش استفاده آن در فرایند توسعه شهر، جایگاه ویژه‌ای در منظر شهرهای معاصر از جمله شهر تهران یافته‌اند. اگرچه عمومی‌بودن، مفهومی نسبی است و فضاهای عمومی از ماهیتی اصطلاحاً ترکیبی و خوشه‌ای برخوردارند؛ بدین معنا که ممکن است همه شاخص‌هایی چون مالکیت، کاربری و دسترسی در آنها عمومی نباشد. اما محدودماندن مطلق یا نسبی بهره‌وری شهروندان از فضا براساس مؤلفه‌هایی چون قرارگیری کاربران در دل یک اجتماع خاص و محروماندن گروه‌های دیگر جامعه از فضا، زیر سؤال رفتن مفهوم فضای عمومی به معنای فضای قابل دسترس برای عموم را در پی دارد. با این حال ویژگی‌های خاص فضاهای شبه‌عمومی آنها را به فضاهایی پرتطرفدار در میان شهروندان تبدیل کرده است. در زمینه تعریف معیارهای شکل‌گیری فضای عمومی کارآمد، معیارهای متنوعی اعم از معیارهای کالبدی، عملکردی و معنایی مورد توجه قرار گرفته‌اند (برقویی‌فرد، مطلبی و منصور، ۱۴۰۱). براساس این معیارها قابلیت‌های محیطی و انسانی، از مهم‌ترین عوامل موفقیت فضاهای شبه‌عمومی به‌شمار می‌آیند

### ● قابلیت‌های محیطی

قابلیت‌های محیطی ضروری برای طراحی و مدیریت فضاهای شبه‌عمومی، شامل وجود عملکردهای مورد نیاز و جذاب و ارائه فرصت‌هایی برای استفاده از فضا است. ما به‌عنوان عموم، موجوداتی مجسم در عمل هستیم و فضا

فضاهای شبه‌عمومی در نتیجه برهم‌نهی ویژگی‌های محیطی و انسانی، برنامه‌ریزی مناسب توسعه‌دهندگان و بهره‌وری از ظرفیت‌های مالی بخش غیردولتی، زندگی اجتماعی شهرها را تسهیل می‌کنند. اعتباربخشی به تنوع شهروندان، پخشایش امکانات بخش خصوصی در عرصه عمومی شهر، مستقل ساختن بخشی از جذابیت‌های محیطی و انسانی فضا از منابع مالی بخش خصوصی و پل زدن میان ذی‌نفعان مختلف در طراحی و برنامه‌ریزی فضای عمومی، راهبردهای بدست آمده از بررسی سازوکار فضاهای شبه‌عمومی برای مدیریت مناسب‌تر منظر شهری هستند

و عملکرد را با یکدیگر به اشتراک می‌گذاریم. بر این اساس جذابیت، تنوع و تعدد عملکردها و جلوگیری از ایجاد فضاهای تک‌عملکردی پیش‌نیاز پیوستگی مردم و فضا و موفقیت فضای عمومی محسوب می‌شوند (Car et al, 1992: 26-27; Gehl, 2011: 107; Young, 1990: 255; Gehl, 2013: 146-147). مکان توسط افراد و فعالیت‌های آنها معنایافته و کاربری به فضا و تجربه آن معنا و شکل می‌بخشد. کاربری‌های تجاری جذاب و فعال چون رستوران‌ها، کافه‌ها، فروشگاه‌ها و سایر فضاهای فراغتی با جنبه اقتصادی که در فضاهای شبه‌عمومی واقع شده‌اند زمینه‌ای برای ماندن افراد در فضا فراهم می‌آورند. در عین حال مشروط‌بودن استفاده از امکانات و خدمات به استطاعت مالی افراد، مانعی در برابر کاملاً عمومی‌بودن فضا محسوب می‌شود.

## ● قابلیت‌های انسانی

قابلیت‌های انسانی فضاهای شبه‌عمومی، نهفته در ویژگی‌های مشترک کاربران اصلی این فضاها است. متعلق بودن کاربران به یک اجتماعی به معنای گروهی از افراد با ویژگی‌ها و خواسته‌هایی مشترک، زمینه‌ساز شکل‌گیری زندگی اجتماعی در سطوح مختلف از دیدن دیگران تا تعاملات اجتماعی زودگذر و گاه مستمر است. این ویژگی در تقابل با عدم مرزبندی و ایجاد بستر بی‌طرفانه، اختلاط و آمیختگی اجتماعی بالا و تنوع در فرهنگ، هویت و فعالیت قرار دارد که از سوی بسیاری از اندیشمندان به‌عنوان یک شاخص مهم فضای عمومی کارآمد مورد توجه قرار گرفته‌اند (Malone, 2002: 158-159; Tajbakhsh, 2000: 171-173; Madanipour, 2003: 111; Mehta, 2019: 36). بر این اساس فضاهای شبه‌عمومی دربردارنده ویژگی‌های مذکور نبوده و فضاهایی پذیرای افراد و گروه‌های مختلف با موانع اندک و بدون هزینه و پیش‌نیاز به‌شمار نمی‌آیند. با این حال حتی وقتی فضای عمومی برای همه کاملاً در دسترس است؛ اغلب کاربران برای به حداقل رساندن درگیری، خود را در طول زمان و مکان از دیگران جدا می‌کنند (Mehta, 2014: 54). بر این اساس محدودبودن کاربران فضای شبه‌عمومی، ممکن است یک مزیت نسبی به‌شمار آید (تصویر ۲)

فضاهای شبه‌عمومی در نتیجه خصوصی‌سازی و غلبه بعد اقتصادی فضا، برهم‌نهی قابلیت‌های محیطی نظیر وجود عملکردهای جذاب و قابلیت‌های انسانی شامل حضور گروه مشابهی از عموم، به شکلی هم‌افزا زندگی اجتماعی را تقویت می‌کنند. قابلیت‌های دیگری چون کیفیت فضایی بالاتر به دلیل بهره‌وری از منابع مالی بخش خصوصی، ارائه هدفمند خدمات و وجود کاربری‌های جذاب و امکان ملاقات و دیدار افراد مشابه و هم‌قشر، این فضاها را برای گروه خاصی از شهروندان جذاب‌تر می‌سازد. این موضوع فضاهای شبه‌عمومی را در رده گونه‌ای از فضاهای عمومی موفق اما با مخاطبانی محدود و خاص قرار می‌دهد

با شکل‌گیری فضاهای شبه‌عمومی در نتیجه انحصاری‌شدن ضمنی فضا و سلطه‌یافتن گروهی خاص در فرایند تخصیص فضا، منظر شهر دیگر به سادگی برابر با گزاره پدیده‌ای عینی-ذهنی حاصل از تعامل شهروندان و شهر نخواهد بود. با این حال، فضا حتی در عمومی‌ترین حالت آن، عرصه رقابت و مناقشه گروه‌های مختلف کاربران است و این مسأله منظر شهر، به‌عنوان دارایی مشترک شهروندان را، به عرصه رقابت فزاینده ذی‌نفعان برای تصرف و اختصاصی‌سازی فضا و بهره‌وری از آن و به نوعی «منظر قدرت ۲» گروهی خاص مبدل می‌سازد. این موضوع به شکل ویژه درخصوص فضاهای شبه‌عمومی نمودی بارز دارد. علی‌رغم انتقادات وارد شده به فضاهای شبه‌عمومی نظیر ابزار یا کالا واقع‌شدن فضا برای منفعت اقتصادی، منفی تلقی‌شدن این گونه فضاها پرسشی باز است. فضاهای شبه‌عمومی در نتیجه ویژگی‌های محیطی و انسانی بحث‌شده، برنامه‌ریزی مناسب

توسعه‌دهندگان بخش خصوصی و بهرهوری از ظرفیت‌های مالی بخش غیردولتی، تماس با غریبه‌ها را تسهیل و زندگی اجتماعی را شبیه‌سازی می‌کنند و در نتیجه منظر شهر در بخش‌های مختلف آن به پدیده‌ای حاصل از تعامل قشر، گروه و طبقه‌ای خاص با شهر تبدیل می‌شود



تصویر ۲. تجربه فضایی مشترک شهروندان از مراکز خرید شهر  
منبع: <https://www.kojaro.com>

## جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

منظر شهر در نتیجه تنظیم قوانین جدید مالکیت، مدیریت و استفاده، ماهیتی همواره در حال دگرگونی دارد و این واقعیت بایستی در فرایند مدیریت و توسعه آن مورد توجه قرار گیرد. شکل‌گیری، طراحی و مدیریت فضای عمومی از یک سو عملی اجتماعی و از سوی دیگر موضوعی آمیخته با اقتصاد است. موفقیت فضاهای شبه‌عمومی به‌عنوان بستر شکل‌گیری تعاملات اجتماعی، علی‌رغم اهداف تجاری و پیشران‌های اقتصادی شکل‌گیری‌شان مصداقی از مسأله مذکور است. برهمین اساس راهبردهای مدیریت منظر شهری با محوریت فضاهای شبه‌عمومی ماهیتی دوسوگرا دارند. افزایش نقش بخش خصوصی و بهره‌گیری از منابع مالی وابسته به آن، ایجاد عملکردهای جذاب با بهره اقتصادی بالا، ممکن است به‌عنوان موتور توسعه شهر عمل کنند. بر این مبنا فضاهای شبه‌عمومی یکی از راه‌حل‌های برون‌رفت از معضل افول زندگی اجتماعی در منظر شهر تهران محسوب می‌شود. از سوی دیگر محدود نساختن قابلیت‌ها و جاذبه‌های فضای عمومی به منابع مالی تأمین شده توسط بخش خصوصی، از دوقطبی شدن شهر و انزوای اجتماعی اقشار مختلف جامعه جلوگیری می‌کند. بر این اساس تجلی منظر شهر به‌عنوان منبع و دارایی مشترک، در گرو برقراری تعادل میان دو رویکرد مذکور است. با واکاوی سازوکار فضاهای شبه‌عمومی می‌توان راهبردهای زیر را در فرایند چندجانبه مدیریت منظر شهری با محوریت فضاهای عمومی مورد توجه قرار داد

- بررسی و مطالعه نیازهای اختصاصی بخشی از عموم که مخاطبان یک فضای عمومی مشخص هستند

- به رسمیت شناختن تفاوت و تنوع شهروندان در چارچوب تعریف چندین عموم که ممکن است مشترکاً مخاطب و کاربر فضاهای عمومی مختلف شهر نباشند

- بهره‌گیری از مولفه اقتصاد و پخشایش منابع مالی بخش خصوصی در عرصه‌های عمومی شهر  
برای کیفیت بخشی به فضای عمومی به دور از تبعیض  
- مستقل ساختن بخشی از جذابیت‌های محیطی و انسانی فضای عمومی از منابع مالی بخش  
خصوصی  
- میانجیگری میان بخش‌های دولتی، خصوصی و غیرانتفاعی در طراحی و برنامه‌ریزی فضای عمومی.

پی‌نوشت

Pseudo-public. ۱

۲. برخی از محققان استدلال می‌کنند که اشتیاق به اجتماع یا گمنشفت ناشی از دل‌تنگی برای گذشته‌ای است که هرگز وجود نداشته است. برابردن برخی از اجتماعات امروزی با تولیدات سبک‌شده جوامع «واقعی» یا بقایای «معتبر» گذشته و ایده فروش جامعه از طریق تلفیق جامعه‌پذیری تأثیر اندکی بر معنای زندگی عمومی دارند (Kohn, 2004: 149-151& 95-96)  
۳. تخصیص فضای عمومی فرایندی است که از طریق آن نیازها و خواسته‌های اجتماعی-فرهنگی و سیاسی بازیگران و ذی‌نفعان مختلف، عمومی گشته و فضا به‌عنوان یک دارای مشترک به نفع به‌روروری عادلانه همه از فضا به اشتراک گذاشته می‌شود (Karimnia & Haas, 2020: 41; Karimnia (2018)

منابع

- ابرقویی‌فرد، حمیده؛ منصوری، سیدامیر؛ مطلبی، قاسم. (۱۴۰۱). مروری روایی بر نظریه‌های مرتبط با مفهوم فضای عمومی در شهر. *باغ نظر*، ۱۹(۱۱۶): ۱۰۲-۸۵. doi: 10.22034/bagh.2022.376257.5305
- خادمی، شهرزاد؛ علی پور، سارا. (۱۳۹۶). مال، نمود امروزین فضای عمومی در تهران؟! *منظر*، ۹(۴۰): ۴۲-۵۳.
- Carmona, M. (2010b). Contemporary public space, part two: classification. *Journal of urban design*, 15(2): 157-173.
- Carr, S., Francis, M., Rivlin, L., & Stone, A. (1992). *Public Space*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Gehl, J. (2011). *Life between buildings: using public space*. Island press.
- Gehl, J. (2013). *Cities for people*. Island press.
- Karimnia, E. (2018). *Producing Publicness: Investigating the Dialectics of Unintended Consequences in Urban Design-Practices in Stockholm and Malmö* (Doctoral dissertation, KTH Royal Institute of Technology).
- Karimnia, E., & Haas, T. (2020). Appropriation of public space: A dialectical approach in designing publicness. In V. Mehta & D. Palazzo (Eds.), *Companion to Public Space* (pp. 35-45). Routledge.
- Kohn, M. (2004). *Brave New Neighborhoods: The Privatization of Public Space*. New York: Routledge.
- Madanipour, A. (Ed.). (2010). *Whose public space? International case studies in urban design and development*. Routledge.
- Malone, K. (2002). Street life: youth, culture and competing uses of public space. *Environment and urbanization*, 14(2): 157-168.
- Mehta, V. (2014). Evaluating public space. *Journal of Urban design*, 19(1): 53-88
- Mehta, V. (2019). Streets and social life in cities: a taxonomy of sociability. *Urban Design International*, 24(1): 16-37.
- Mehta, V., & Palazzo, D. (Eds.). (2020). *Companion to Public Space*. Routledge.
- Mitchell, D. (1995). The end of public space? People's Park, definitions of the public, and democracy. *Annals of the association of american geographers*, 85(1): 108-133.
- Mitchell, D. (2003). *The Right to the City: Social Justice and the Fight for Public Space*. New York and London: Guilford Press.
- Németh, J., & Schmidt, S. (2011). The privatization of public space: modeling and measuring publicness. *Environment and Planning B: Planning and Design*, 38(1): 5-23.
- Sennett, R. (1977). *The fall of public man: on the social psychology of capitalism*. New York: Alfred Knopf.
- Tajbakhsh, K. (2000). *The promise of the city: space, identity, and politics in contemporary social thought*. Univ of California Press.
- Worpole, K. & Knox, K. (2007). *The Social Value of Public Spaces*. York: Joseph Rowntree Foundation.
- Young, I. M. (1990). *Justice and the Politics of Difference*. Princeton: Princeton University Press.

**COPYRIGHTS**

Copyright for this article is retained by the authors with publication rights granted to Journal of Critical Reviews (JCR); The Iranian Journal of Critical Studies in Place. This is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution License (<https://creativecommons.org/version4/>)

