

نشریه پژوهش و برنامه‌ریزی شهری، سال هفتم، شماره بیست و چهارم، بهار ۱۳۹۵
دریافت: ۱۳۹۴/۲/۲۵ - پذیرش: ۱۳۹۴/۱۰/۲۲
صص ۱۴۲-۱۲۱

ارزیابی آثار اجتماعی پیاده‌راه سازی خیابان ۱۵ خرداد واقع در منطقه ۱۲ شهرداری تهران (فاز دوم)

خلیل میرزایی، دکتری جامعه‌شناسی و عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن، تهران، ایران
احمد محمدزکی، دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران

چکیده

مقاله‌ی حاضر در پی آن است تا به این پرسش اساسی پاسخ دهد که ساخت پیاده‌راه خیابان ۱۵ خرداد (واقع در منطقه‌ی ۱۲ شهرداری تهران) چه پیامدهای اجتماعی به دنبال خواهد داشت و با چه تغییرات یا تعدیل‌هایی می‌توان به بهترین وجه نظر ذی‌نفعان و متاثرین را تأمین نمود. این پژوهش از نظر مسیر توصیفی و از نظر هدف کاربردی بوده و برای گردآوری اطلاعات نیز از روش میدانی و اسنادی استفاده گردیده است. در بخش اسنادی، کلیه‌ی اسناد موجود تمام‌شماری شده و در بخش میدانی نیز ۸۸۰ نفر از بین ساکنان، کسبه‌ی فعال در محدوده‌ی اجرای طرح و مراجعان به بازار به عنوان نمونه انتخاب و پرسشنامه‌ی مد نظر بر روی آن‌ها اجرا گردیده است. در عین حال با مدیران محلی و نهادهای ذی‌نفع نیز به صورت هدفمند و در دسترس و با گروه‌های مردمی به صورت گلوله‌برفی مصاحبه صورت پذیرفته است. ابزار به کار رفته در این پژوهش، فیش‌های اطلاعاتی، پرسش‌نامه‌ی پژوهش‌گر ساخته، مصاحبه‌ی نیمه‌باز و مشاهده بوده است. یافته‌های پژوهش گویای آن است که اگر چه این پیاده‌راه می‌تواند به رونق اقتصادی محدود و یا گسترش فضاهای فراغتی، سیاحتی و فعالیتی منجر گردد، در عین حال می‌تواند به انتقال آلودگی‌های زیست‌محیطی به دیگر نقاط شهر و تغییر هویت محله‌های اطراف نیز دامن زند. در انتها ایجاد پهلوگاه جهت بارگیری، استفاده از مبلمان و المان‌های تاریخی تهران قدیم و... نیز به عنوان راه‌کار جهت حصول به اهداف پروژه به عنوان فضای عمومی قابل بیان خواهند بود.

واژه‌های کلیدی: ارزیابی تأثیر اجتماعی، فضای شهری، فضای عمومی، پیاده‌راه‌سازی، خیابان ۱۵ خرداد

۱- این مقاله حاصل پژوهشی است که تحت عنوان "ارزیابی تأثیرات اجتماعی پیاده‌راه‌سازی خیابان ۱۵ خرداد (فاز دوم)" و با حمایت مالی معاونت اجتماعی و فرهنگی شهرداری منطقه‌ی ۱۲ تهران، در سال ۱۳۸۹ به انجام رسیده است.

۱- مقدمه

۱-۱- طرح مساله

فضاهای واقع در یک شهر را در ساده‌ترین طبقه‌بندی می‌توان به دو گروه فضاهای معماری و فضاهای شهری تقسیم نمود. در این راستا، تسهیل روابط اجتماعی و پالایش ساخت اجتماعی، گسترش حس اعتماد و اطمینان، ارتقاء مشارکت و مسئولیت شهروندان و توان خودگردانی و کنترل درونی انسان‌ها، تسهیل فرآیند اجتماعی شدن افراد و... را می‌توان به عنوان برخی از کارکردهای فضاهای شهری که موجب تحکیم و تقویت نظام اجتماعی می‌شوند، برشمرد. این در حالیست که فضاهای شهری هنگامی می‌توانند نظام اجتماعی و شهری را تقویت نمایند که به "فضای عمومی" تبدیل شوند. به سخنی دیگر و از منظر اجتماعی، آن دسته از فضاهای باز شهری که "کنش جمعی" در آن‌ها رخ می‌دهد و یا اثرات اجتماعی قابل توجهی دارند (استراحت، تمدید قوا، معاشرت و تعامل اجتماعی و...) در زمره فضاهای عمومی بالفعل تلقی می‌شوند. در این بین، پیاده‌راه را می‌توان به عنوان مهم‌ترین مکان عمومی شهری و ضروری‌ترین رکن آن محسوب نموده (جیکوب، ۱۳۸۴) و بهبود حرکت در نواحی تجاری مرکزی شهر، تشویق به عدم استفاده از خودروی شخصی، تشویق به استفاده از وسایل حمل و نقل عمومی، بهبود مبادلات تجاری در مرکز شهر، جذب سرمایه‌گذاری‌های جدید، کاهش سطوح آلودگی، حفاظت از نواحی تاریخی و تقویت آن‌ها، تامین فضا برای فعالیت‌های افراد پیاده و تقویت و بهبود چهره اجتماعی شهر را به عنوان مزایای ایجاد این‌گونه

مکان‌ها برشمرد (حسینیون، ۱۳۸۳). در بیانی دیگر، در شهرهای قدیم ایران، شکل‌گیری راه‌ها و فضاهای شهری بر اساس مقیاس و نیاز حرکت پیاده بوده است. این در حالی است که در سنت شهرسازی رایج، برنامه‌ریزی برای ماشین همواره مقدم بر برنامه‌ریزی برای انسان است (پیاده‌راه تجلی‌گاه زندگی شهری، تیر ۱۳۸۸). این بی‌اعتنایی نسبت به پیاده‌راه‌ها را در تهران به عنوان الگوی سایر شهرهای کشور به راحتی می‌توان مشاهده کرد. در حال حاضر پیاده‌راه‌های موجود با مسائل و مشکلاتی مواجه هستند که از آن جمله می‌توان به مسائل ترافیکی (حرکت موتورسیکلت و توقف اتومبیل در معبر پیاده و...)، مسائل کالبدی (اختلاف سطح در معبر پیاده، فقدان پل ارتباطی، تخریب و یا نامناسب بودن کف و...) و مسائل خدماتی (فقدان محل نشستن و آب‌خوری در معبر پیاده، کمبود روشنایی و...) (تومه، ۱۳۷۳) اشاره نمود. در این خصوص خیابان ۱۵ خرداد به عنوان یکی از مهم‌ترین خیابان‌های منطقه‌ی ۱۲ شهرداری تهران و شهر تهران، هم از نظر اقتصادی (وجود بازار بزرگ تهران)، هم از نظر اجتماعی (روابط و مناسبات روزمره‌ی فوق‌العاده) و هم از نظر فرهنگی از جایگاه خاصی برخوردار بوده و به همین دلایل شهرداری تهران درصدد بهسازی این خیابان است تا هم تردد را تسهیل کند و هم رضایت مردم (از جمله ساکنان، کاسبان، خریداران و...) را به دست آورد. اما، گروه‌هایی که از وضعیت موجود و وضعیت آتی این پروژه منتفع یا متضرر می‌شوند می‌توانند دارای نظرهای گوناگونی در این زمینه باشند که اخذ نظرات آن‌ها می‌تواند به اقدامی موثرتر توسط تصمیم‌گیران و مجریان بینجامد. در این خصوص، این پژوهش در

- شهری روان با رفاه عمومی و زیر ساخت‌های مناسب، همراه با تعدیل نابرابری‌ها و تأمین عادلانه کلیه حقوق شهروندی (طرح جامع تهران، تیر ۸۷)؛ در نظر گرفته شده است.

از سوی دیگر و با توجه به نقش پیاده‌راه در تقویت تعاملات اجتماعی و فرهنگی و احیای زندگی شهری و ظهور شهروندی، نوسازی این‌گونه مکان‌ها امری حیاتی می‌نمایند. در عین حال با انجام این ارزیابی در واقع، می‌توان از نگاه غیرمشارکتی موجود به پروژه‌های شهری دوری جسته و از تولید پروژه‌های کژکارکرد و غیر قابل پذیرش برای اهالی اجتناب و از دور تسلسل "ساختن - تخریب - ساختن" و هدر دادن منابع مالی، زمانی، انسانی و... خودداری نمود و در عین حال به تولید پروژه‌های مورد قبول اهالی که می‌تواند محیط را برای آن‌ها دلپذیرتر نماید، همت گماشت. از سوی دیگر می‌توان با انجام این ارزیابی به توسعه پایدار و همه جانبه، کاهش محرومیت و توسعه برابری اجتماعی، ارتقای کیفیت زندگی افراد و اجتماعات، افزایش بازدهی مداخلات توسعه‌ای، پیشگیری از مسائل اجتماعی و فرهنگی، پاسداشت میراث، تنوع فرهنگی و انسجام اجتماعی، استفاده بهینه از منابع، استفاده از دانش بومی در تصمیم‌گیری‌ها و... نیز نائل شد (فاضلی و پاک‌سرشت، ۱۳۸۸).

بنابراین، این پروژه را با توجه به جغرافیای آن و هم‌نشینی با بازار بزرگ تهران و با توجه به این که روزانه در منطقه ۱۲ حدود دو میلیون نفر رفت و آمد می‌نمایند و از این تعداد ۵۰۰ هزار نفر در محدوده بازار و ۸۰ درصد این تعداد از خیابان ۱۵ خرداد به سمت بازار در حرکت هستند، می‌توان به عنوان فرصتی جهت احیای حس تعلق به مکان و

صدد بوده است که با انجام ارزیابی، به شناخت، تجزیه و تحلیل، پیش‌بینی و مدیریت آثار اجتماعی پروژه مذکور اقدام کند. بنابراین، مهم‌ترین هدف در این پژوهش پاسخ‌گویی به این پرسش است که اجرا و احداث پیاده‌راه خیابان ۱۵ خرداد (واقع در منطقه ۱۲ شهرداری تهران) از نظر متخصصان، کسبه، ساکنان و استفاده‌کنندگان چه پیامدهای اجتماعی و فرهنگی به دنبال خواهد داشت؟

۱-۲- ضرورت و اهمیت پژوهش

اگر شهر را مکان مناسبی برای شکل‌گیری نهادهای جمعی، اعتلای ارزش‌های فرهنگی، گسترش و تحکیم روابط و مناسبات اجتماعی و پاسداری از ارزش‌های انسانی و هویت‌های ملی و محل ظهور "شهروند" و انسان اندیشه‌ورز و مسئولیت‌پذیر قلمداد نموده و با پذیرفتن این امر که "پروژه‌های عمرانی" برای شهروند به منصفه ظهور می‌رسند و بر روند زیست او مؤثر بوده و تأثیرگذار خواهند بود، آن‌گاه ضرورت ارزیابی این‌گونه پروژه‌ها به وضوح قابل بیان و بررسی خواهد بود. از سوی دیگر، حصول به چشم‌اندازهای طرح جامع تهران (۱۳۸۵) به عنوان سندی راهبردی نیز ما را بر آن می‌دارد که به کارکردهای پروژه‌های شهری (و به خصوص این پروژه) و تأثیر آن‌ها بر نظام اجتماعی و شهری بیش از پیش اهمیت دهیم. چشم‌اندازهایی که در آن تهران به عنوان:

- شهری سرسبز و زیبا، شاداب و سرزنده با فضاهای عمومی متنوع و گسترده؛

- شهری پایدار و منسجم با ساختاری مناسب برای سکونت، فعالیت و فراغت؛

است. در بخش اسنادی جامعه‌ی آماری کلیه‌ی اسناد موجود و در دسترس در خصوص پروژه‌ی مورد نظر و مکان احداث پروژه بوده است. در بخش میدانی نیز کلیه‌ی ساکنان منطقه‌ی ۱۲ شهردای تهران، کلیه‌ی مراجعان به بازار تهران (عابران خیابان ۱۵ خرداد)، کلیه‌ی کسبه‌ی فعال در خیابان ۱۵ خرداد (فاز دوم بازار) و بازار تهران و کلیه‌ی مدیران محلی و نهادهای ذی‌نفع همچون شورایاران دو محله‌ی پامنار و بازار (به دلیل هم‌نشینی با خیابان ۱۵ خرداد)، معاونت‌های ذی‌نفع در شهرداری منطقه (هم‌چون معاونت هماهنگی و برنامه‌ریزی، معاونت شهرسازی، معاونت فنی و عمرانی و...) و گروه‌های مردمی مد نظر بوده‌اند. در خصوص حجم نمونه و روش نمونه‌گیری نیز، در بخش اسنادی، مدارک موجود تمام شماری شده و کلیه‌ی اسناد موجود و در دسترس مورد بررسی قرار گرفته‌اند. در بخش میدانی نیز از روش نمونه‌گیری متناسب با حجم استفاده و از بین محله‌های ۵ و ۹ (پامنار و بازار) با استفاده از فرمول برآورد حجم نمونه‌ی یامانی (میرزایی، ۱۳۸۸، ص ۱۸۹) ۲۲۰ نفر و از بین سایر ساکنان منطقه‌ی ۱۲ شهرداری تهران (به غیر از محله‌های ۵ (پامنار) و ۹ (بازار)) ۲۲۰ نفر و هم‌چنین از بین مراجعان به بازار (عابران خیابان ۱۵ خرداد حد فاصل فاز دوم) ۲۲۰ نفر و در نهایت از کلیه‌ی کسبه‌ی فعال در خیابان ۱۵ خرداد (حد فاصل فاز ۲) و بازار تهران ۲۲۰ نفر، انتخاب و پرسش‌نامه‌های پژوهش بروی آن‌ها اجرا گردید. مدیران محلی و نهادهای ذی‌نفع نیز به صورت هدفمند و در دسترس و گروه‌های مردمی به صورت گلوله‌برفی انتخاب گردیده‌اند و تکمیل پرسش‌نامه‌ها تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت. شایان ذکر است که ابزار به کار

جاری ساختن حس دلپذیری و سرزندگی در منطقه و شهر قلمداد نمود. در عین حال عدم توجه جدی به تأثیرات اجتماعی - فرهنگی این پروژه می‌تواند به بروز حس لامکانی، طرد مراجعین و ضربه به اقتصاد بازار بینجامد.

۳-۱- هدف‌های پژوهش

ارزیابی آثار اجتماعی و فرهنگی پروژه‌ی پیاده‌راه-سازي خیابان ۱۵ خرداد در این پژوهش به عنوان هدف اصلی و توصیف وضع موجود پروژه‌ی پیاده-راه‌سازی خیابان ۱۵ خرداد، بررسی حوزه‌ی اثرگذاری پروژه‌ی پیاده‌راه‌سازی خیابان ۱۵ خرداد، شناسایی ذی‌نفعان احتمالی پروژه‌ی پیاده‌راه‌سازی خیابان ۱۵ خرداد و بررسی میزان اثرگذاری بر هریک از آن ذی‌نفعان، شناسایی و ارزیابی تأثیر پروژه‌ی پیاده‌راه-سازي خیابان ۱۵ خرداد بر فعالیت اقتصادی کسبه خیابان ۱۵ خرداد، شناسایی و ارزیابی تأثیر پروژه‌ی پیاده‌راه‌سازی خیابان ۱۵ خرداد بر عملکرد سازمان‌ها و نهادهای موجود در اطراف پروژه، شناسایی و ارزیابی تأثیر پروژه‌ی پیاده‌راه‌سازی خیابان ۱۵ خرداد بر وضعیت زندگی اهالی ساکن در محدوده‌ی پروژه، شناسایی و ارزیابی تأثیر پروژه‌ی پیاده‌راه‌سازی خیابان ۱۵ خرداد بر الگوی کلی شبکه حمل و نقل محدوده، شناسایی تأثیر پروژه‌ی پیاده‌راه‌سازی خیابان ۱۵ خرداد بر چشم‌اندازها، استراتژی‌ها و الگوی توسعه‌ی منطقه و شهر به عنوان هدف‌های فرعی مد نظر بوده‌اند.

۴-۱- روش شناسی پژوهش

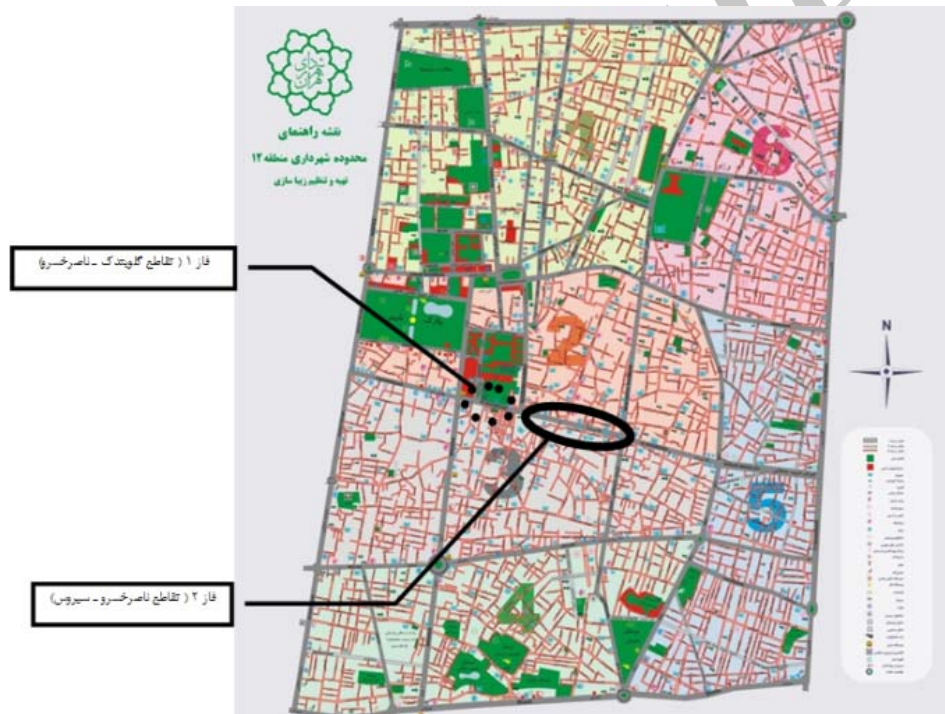
نوع مطالعه در این پژوهش از نظر مسیر توصیفی و از نظر هدف کاربردی بوده است. روش مورد استفاده برای گردآوری اطلاعات نیز میدانی و اسنادی بوده

برآورد و پیش‌بینی وضعیت آینده‌ی این خیابان و تاثیرات اجتماعی این طرح استفاده شد.

۱-۵- محدوده و قلمرو پژوهش

پروژه‌ی پیاده‌راه‌سازی خیابان ۱۵ خرداد (فاز دوم)، پروژه‌ای است که در ادامه‌ی ساماندهی بازار تهران، در ناحیه‌ی ۲ و ۳ منطقه ۱۲ شهرداری تهران، محله‌های پانار و بازار انجام شده است. تصاویر زیر محل احداث پروژه را در منطقه، ناحیه و محله نمایش می‌دهند.

رفته در این پژوهش، فیش‌های اطلاعاتی، پرسش‌نامه-ی پژوهش‌گر ساخته، مصاحبه‌ی نیمه‌باز (نیمه-ساخت‌دار) و مشاهده (نیمه-ساخت‌دار) بوده است. اعتبار ابزارهای پژوهش نیز با استفاده از اعتبار‌صوری و اعتبار محتوا و پایایی ابزار (پرسش‌نامه) نیز با استفاده از پایایی بازآزمایی مورد بررسی قرار گرفته است. همچنین، در این پژوهش با استفاده از نرم‌افزار SPSS، داده‌ها در دو بخش توصیفی و استنباطی تجزیه و تحلیل شده‌اند و از سناریونویسی نیز برای



شکل ۱- مکان احداث پروژه در منطقه‌ی ۱۲ شهرداری تهران

به خیابان حافظ و خیابان وحدت اسلامی و از شرق به خیابان ۱۷ شهریور محدود گردیده است. منطقه ۱۲ یکی از مناطق قدیمی شهر تهران محسوب شده و در مرکز آن واقع شده است. محدوده این منطقه بیش از سه چهارم شرق تهران دوره قاجار را در بر می‌گیرد. خیابان‌های انقلاب، ۱۷ شهریور و شوش بر حصار

منطقه‌ی ۱۲ شهرداری تهران دارای ۱۲۵۰۹۹۳۶ مترمربع مساحت، ۶ ناحیه، ۱۳ محله، ۲۴۸۵۴۸ نفر جمعیت (معاونت هماهنگی و برنامه‌ریزی شهرداری منطقه ۱۲، واحد GIS، ۱۳۸۹)، ۷۲۱۴۸ خانوار، ۱۴۰۰۰۰۰ نفر جمعیت شناور بوده و از شمال به خیابان انقلاب، از جنوب به خیابان شوش، از غرب

در دوره معاصر مانند خیابان‌ها و میدان‌ها، فاقد کارایی لازم برای زندگی شهری هستند و غالباً نقش ارتباطی آنها به صورت مهمترین کارکرد و دبرخی موارد تنها کارکرد آنها درآمده است.

عبدالهادی دانشپور، در پژوهشی تحت عنوان بازشناسی مفهوم هویت در فضای عمومی شهری (خیابان) نمونه‌ی موردی: تهران، خیابان انقلاب، که در دانشکده‌ی هنرهای زیبا، دانشگاه تهران و سال ۱۳۷۹ صورت پذیرفته، با طرح سئوالاتی درخصوص این‌که هویت چیست و در ربط با محیط‌های انسان - ساخت چه مفهوم و تعبیری دارد؟ هویت به کدام نیاز از نیازهای انسان پاسخ می‌دهد؟ کدام عوامل در ایجاد هویت محیط‌های شهری دخالت داشته و فرآیندها و سازوکارهای ایجاد آن چگونه است؟ و بالاخره چه ملاک‌ها و معیارهایی برای ارزیابی هویت محیط‌های شهری وجود دارد؟ بحث خود را آغاز و با توجه به نقش و اهمیت خیابان در بین فضاهای عمومی شهری، خیابان انقلاب (تهران) را به عنوان یک خیابان اصلی و به عنوان محیطی برای آزمون فرضیه - ها و پاسخ‌گویی به پرسش‌های اساسی پژوهش خود، مورد بررسی، ارزیابی و تحلیل قرار داده است. حمیدرضا پارسی، در پژوهشی تحت عنوان فضای شهری، حیات مدنی و نیروی اجتماعی - فرهنگی (نمونه‌ی موردی: خیابان کارگر، شرایط ۱۳۷۸) که در دانشکده‌ی هنرهای زیبا، دانشگاه تهران و در سال ۱۳۷۹ انجام گردیده است، معتقد است که، موضوع فضای شهری بارها از سوی شهرسازان مورد تحلیل قرار گرفته است، اما هنوز این سئوالهای اصلی باقی است که: فضای شهری چگونه فضایی است و چه ابعادی دارد؟ ضرورت توجه به فضای شهری در

ناصری (دوره قاجار) منطبق هستند و تنها لبه غربی منطقه بر ضلع چهارم آن یعنی خیابان کارگر انطباق ندارد. بیش از ۳۴ درصد محدوده منطقه از گستره‌ها و پهنه‌های شاخص و ارزشمند (بازار، میدان توپخانه و...) تشکیل شده است. شایان ذکر است که روزانه در منطقه ۱۲ حدود دو میلیون نفررفت و آمد می‌نمایند و از این تعداد ۵۰۰ هزار نفر در محدوده‌بازار و ۸۰ درصد این تعداد از خیابان ۱۵ خرداد به سمت بازار در حرکت هستند (سایت شهرداری تهران، تیر ۱۳۸۸).

۲- پیشینه‌ی پژوهش

مطالعات اسنادی صورت گرفته و جستجوهای انجام شده حاکی از آن است که پژوهش‌هایی که به صورت مستقیم به تاثیرات اجتماعی و فرهنگی پیاده‌راه‌سازی بپردازد انجام نشده است. اما پژوهش‌هایی در حوزه - های مرتبط از جمله در خصوص فضاهای عمومی انجام گرفته است که مهم‌ترین آن‌ها و یافته‌های مرتبط شان به قرار پی‌آیند مطرح می‌شود:

مجیدهاشم در پژوهشی تحت عنوان تحولات فضاهای عمومی شهری در ایران تحت تاثیر تبادلات فرهنگی ایران و غرب (مطالعه‌ی موردی: میداین شهر تهران در ۲۰۰ سال اخیر) که در دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس و سال ۱۳۸۱ انجام گردیده، به این نتیجه رسیده است که اطلاعات و بررسی‌های موجود درباره‌ی فضاهای شهری در بافت‌های تاریخی ایران بسیار اندک است. اما با توجه به همین اطلاعات می‌توان اظهار داشت که فضاهای شهری در گذشته از لحاظ کارکردی و کالبدی غالباً از کارایی مناسبی برای زندگی در آن برخوردار بوده‌اند. در حالی‌که برخی از انواع بسیار مهم فضاهای شهری

مربط در این خصوص تمرکز و پیاده‌راه به مثابه فضایی عمومی در نظر گرفته می‌شود که تاثیر تعیین کننده‌ای بر زیست جهان و محاسبات و روابط اجتماعی - فرهنگی ساکنان دارد. بنابراین در ادامه ۳ مفهوم فضای شهری، فضای عمومی و پیاده راه به مثابه فضای عمومی مورد اشاره قرار خواهد گرفت.

۳-۱- فضای شهری

فضای شهری را می‌توان نوعی از فضای جغرافیایی دانست که در اثر تعامل ویژگی‌های محیط طبیعی و ساختار اجتماعی - اقتصادی شکل می‌گیرد (شماعی، ۱۳۸۴: ۸۹). مدنی‌پور، فضای شهری را فضایی مادی توأم با ابعاد اجتماعی و روان‌شناختی می‌داند و تاکید می‌کند که شکل شهر، هندسه‌ی این فضا (مدنی‌پور، ۱۳۸۴). فضای شهری را می‌توان ظرفی دانست با محتوایی از رفت و آمدها، تحرکات اجتماعی، فعالیت‌های روزمره، ابعاد فرهنگی، اقتصادی و... (ایرانمنش، ۱۳۸۳). فضاهای شهری آن-چنان که کارشناسان شهری بر آن تاکید دارند، مکان-هایی هستند که زمینه‌های اجرایی شدن سیاست‌های عقلانی را فراهم می‌کنند (رحیمی، ۱۳۸۵) و در نگاهی دیگر می‌توان گفت مناسبات اجتماعی، فضا را پدید می‌آورد و فضا هم مناسبات اجتماعی را تحت تاثیر خود قرار می‌دهد (خاتم، ۱۳۸۴). در این بخش از مقاله می‌توان به تعریف و اهمیت فضای عمومی به عنوان بخشی از فضای شهری پرداخت.

۳-۲- فضای عمومی

فضای عمومی، فضای باز و در دسترس عموم است، فضایی که مردم برای انجام فعالیت‌های فردی و جمعی به آنجا می‌روند. در سخنی دیگر و از منظر اجتماعی، تنها آن دسته از فضاهای باز شهری که

چيست و کارکرد اجتماعی آن کدام است؟ فضای شهری چگونه پدید می‌آید و چه عوامل و نیروهایی در خلق آن موثرند؟ و فضای شهری تحت چه شرایط و با چه شیوه‌ای تولید می‌شود؟ این رساله تلاشی در راستای پاسخ‌گویی به سئوالهای فوق بوده است. این پژوهش نشان می‌دهد: خیابان کارگر به رغم دارا بودن چندین حوزه‌ی عملکردی از عناصر متغیر تشکل فضای شهری و نظام فعالیت‌های پیوسته، به دلیل نقایص جدی در نحوه‌ی مشارکت اجتماعی مردم در فضا و فضاگریزی عمومی عابرن، ساکنان و شاغلان و تبدیل این خیابان به معبر ترافیکی و وجود فضاهای متعلق به نیروهای انتظامی هنوز با یک فضای شهری جذاب و زیبا و بعنوان بستر حیاتی مدنی جامعه فاصله دارد.

The Future of Public Space (Beyond Invented Street and Reinvented Places), Tridib Banerjee (2001), ApA journal, vol.67, No.1

در این مقاله به ارزش‌های اجتماعی فضاهای باز شهری، کاهش عرصه‌های عمومی، خصوصی‌سازی زندگی و فضاهای عمومی و اقداماتی که برنامه‌ریزان در خصوص این‌گونه فضاها بایستی انجام دهند، پرداخته شده است.

A Toolkit for Performance Measures of Public Space, Vikas Mehta (2007), 43rd ISOCARP Congress.

در این مقاله به نقش فضاهای عمومی، تغییرات آینده- فضاهای عمومی، اندازه‌گیری کیفیت فضاهای عمومی و به خیابان به عنوان فضای عمومی اصلی پرداخته شده است.

۳- مبانی نظری پژوهش

با توجه به ماهیت موضوع در این پژوهش روی فضاهای شهری و فضاهای عمومی و دیدگاه‌های

رویارویی [با دیگران] و جایی است که زندگی عمومی آشکار می‌شود (Madanipour, 2015: 189). همچنین وی معتقد است فضاهای عمومی منعکس کننده پیچیدگی‌های جوامع شهری است (Madanipour, 2010: 1)، ماهیت و شخصیت فضاهای عمومی ارتباط تنگاتنگی با ماهیت و شخصیت شهرها دارد، همانطور که شهرها تغییر یافته‌اند، فضاهای عمومی - شان نیز تغییر داشته‌اند (Ibid:5). میدان، پیاده‌راه، پارک و... را می‌توان از مصادیق فضای عمومی دانست.

۳-۳- پیاده‌راه به مثابه فضایی عمومی

خیابان‌های پیاده، خیابان‌های منفرد و مجزایی هستند که آمد و شد خودرو از آن‌ها حذف شده است. البته خودروهای خاص در مواقع اضطراری امکان دسترسی به آن را دارند و وسایل نقلیه‌ی خدماتی و حمل بار نیز طی ساعات خاصی مجاز به تردد در آن‌ها هستند (حسینیون، ۱۳۸۳: ۶۹). خیابان‌های پیاده برای نخستین بار در اواخر دهه‌ی ۱۹۴۰ در شهرهای اروپا به وجود آمده پس از جنگ جهانی دوم و در جریان بازسازی خرابی‌های جنگ و نوسازی مراکز تاریخی شهرها، اندیشه‌ی جداسازی معابر پیاده و سواره شکل گرفت. دلیل این جداسازی، ازدحام بیش از حد سواره و رسیدن به حد هشداردهنده بود (پاکزاد، ۱۳۸۴). بسیاری اوقات، جنبش پیاده‌راه‌سازی با جنبش حفظ مراکز تاریخی شهرها و حفظ بناها و محله‌های ارزشمند همراه بوده و این امر موجب ارتقاء کیفی این محله‌ها و تبدیل آن‌ها به نواحی خرید و نواحی گردشگری گران‌قیمت شده است. این جنبش هم در مراکز شهری و هم در محله‌های شهری در هر

"کنش جمعی" در آن‌ها رخ می‌دهد یا اثرات اجتماعی قابل توجهی دارند، از جمله استراحت و تمدید قوا، معاشرت و تعامل اجتماعی یا خبرگیری و اطلاع‌رسانی، در زمره‌ی فضاهای عمومی بالفعل تلقی می‌شوند. به این اعتبار، بسیاری از فضاهای باز شهری تنها به صورت بالقوه فضای عمومی محسوب می‌شوند (خاتم، ۱۳۸۴: ۱۱). در این راستا فضای عمومی به تمامی فضاها، مکان‌ها و تجمع‌گاه‌های موجود در یک فضای اجتماعی اطلاق می‌شود که بدون تعلق به بخش خصوصی و یا دولتی در اختیار تمام ساکنان شهر به منظور گفت و گوی عاری از هرگونه تسلط ایدئولوژیکی و انگاره‌های سیاسی قرار می‌گیرد، به طوری که چنین فضاهایی از جمله امن-ترین مکان‌ها برای تبلور روابط اجتماعی موجود در خرده فرهنگ‌های موجود در شهر محسوب می‌شوند (افروزمش، ۱۳۸۴). فضای عمومی فضایی است برای سیاست، مذهب، داد و ستد و ورزش، فضایی است برای هم زیستی مسالمت‌آمیز و برخوردهای غیرشخصی. فضای عمومی تحقق بخش ایده‌ی عرصه‌ی عمومی (حوزه‌ی عمومی) است، اما تمام آن نیست (حسام، ۱۳۸۰: ۱۳). فضای عمومی عاملی برای ایجاد "همبستگی اجتماعی" و مکانی برای توسعه با هم بودن، مکانی برای جامعه‌پذیر شدن، بالا بردن احساس محله‌گرایی و هویت‌زایی، ارتباط چهره به چهره و مکانی برای ایجاد حوزه‌ی عمومی در راستای بروز و ظهور تفاوت‌ها است (Madanipour, 2007). مدنی‌پور در ادامه معتقد است فضای عمومی عنصری اساسی در محیط شهری، مکان‌های

تخریب موقعیت‌های اقتصادی و فیزیکی، کاهش کیفیت زندگی، آلودگی، تراکم و کوچ طبقه متوسط از مرکز شهر مبارزه کنند. پیاده‌راه می‌تواند زندگی و سرزندگی را به مناطق مرکزی شهر آورده و مردم را تشویق به حضور داوطلبانه در شهر کند. پیاده‌راه‌ها، معابری با بالاترین حد نقش اجتماعی هستند که در آن‌ها تسلط کامل با عابرپیاده بوده و از وسایل نقلیه موتوری تنها به منظور سرویس‌دهی به زندگی جاری در معبر استفاده می‌شود (پاکزاد، ۱۳۸۴: ۲۷۳).

۳- تحلیل یافته‌ها

از مجموع ۸۸۰ نفر پاسخ‌گو، ۲۹۹ نفر (۳۳,۹ درصد) زن و ۵۸۰ نفر (۶۵,۹ درصد) مرد بوده‌اند. ۱۹۷ نفر (۲۲,۳ درصد) از ایشان مجرد و ۶۶۷ نفر (۷۵,۷ درصد) متاهل بوده، بالاترین فراوانی در مقطع تحصیلی نیز به پاسخ‌گویانی مربوط است که با ۷۲۸ نفر (۸۲,۷ درصد) دارای مدرک تحصیلی دبیرستان و دیپلم هستند. میانگین سن پاسخ‌گویان نیز ۴۶ سال بوده است. جدول شماره ۱ توزیع پاسخ‌گویان بر حسب برخی از متغیرهای مورد بررسی را نشان می‌دهد.

جدول ۱- توزیع پاسخ‌گویان بر حسب برخی از متغیرهای مورد بررسی

گروه‌های پاسخ‌گو	متغیر		تعداد	درصد	نما	میانگین
	جنسیت	وضعیت				
کاسبان	مرد	مجرد	۲۱۸	۹۹,۵	مرد	-
	زن	متاهل	۱	۰,۵	متاهل	-
	مرد	متاهل	۱۷۴	۲۰,۹	متاهل	-
	زن	متاهل	۱	۰,۱	متاهل	-
	میزان تحصیلات		۲۱۹	۱۰۰	دبیرستان و دیپلم	-
	سن		۲۱۹	۱۰۰	۵۰	۴۸,۲۶
ساکنان محله‌های پامنار و بازار	مرد	مجرد	۱۱۹	۵۴,۱	مرد	-
	زن	متاهل	۱۰۱	۴۵,۹	متاهل	-
	مرد	متاهل	۱۶۴	۷۵,۲	متاهل	-
	زن	متاهل	۴۹	۲۲,۵	متاهل	-
	میزان تحصیلات		۷۱	۳۲,۶	دبیرستان و دیپلم	-
	سن		۷۱	۳۲,۶	دبیرستان و دیپلم	-

صورت تأثیرات مثبتی بر رونق تجاری محل به دلیل افزایش راحتی خریداران داشته است. بازدهی اقتصادی این پروژه‌ها موفقیت آن‌ها را تضمین کرده، ضمن این که مزایای دیگری چون افزایش کیفیت زندگی در محیط عمومی و سایر موارد را نیز به همراه داشته است (حسینیون، ۱۳۸۳). برنامه‌ریزان معتقدند که برای جذب مردم به مرکز شهر، فراهم‌سازی محیط پیاده‌روی ایمن، خوشایند و مطلوب ضروری است (محمدزاده و فلاح‌نژاد، ۱۳۸۸: ۸۷). به طور کلی حرکت پیاده طبیعی‌ترین، قدیمی‌ترین و ضروری‌ترین شکل جابه‌جایی انسان در محیط است و پیاده‌روی هنوز مهم‌ترین امکان برای مشاهده مکان‌ها، فعالیت‌ها و احساس شور و تحرک زندگی و کشف ارزش‌ها و جاذبه‌های نهفته در محیط می‌باشد. پیاده‌روی دارای اهمیت اساسی در ادراک هویت فضایی، احساس تعلق به محیط و دریافت کیفیت‌های محیطی است. چهره‌ی شهر بیشتر از طریق گام زدن در فضای شهری احساس می‌شود (پاکزاد، ۱۳۸۴: ۲۷۱). پیاده‌راه‌ها راه‌حل علمی و عملی برای بسیاری از مشکلات حاد شهری هستند که می‌توانند با

۴۶	۴۲	۱۰۰	۲۲۰	سن		ساکنان منطقه	
-	مرد	۵۰,۵	۱۱۱	مرد	جنسیت		
		۴۹,۵	۱۰۹	زن			
-	متاهل	۲۰,۹	۴۶	مجرد	وضعیت		
		۷۷,۷	۱۷۱	متاهل	تاهل		
-	دبیرستان و دیپلم	۱۰۰	۲۱۹	میزان تحصیلات			
۴۹	۴۷	۱۰۰	۲۲۰	سن			
-	مرد	۶۰	۱۳۲	مرد	جنسیت		مراجعان به بازار
		۴۰	۸۸	زن			
-	متاهل	۲۵,۷	۵۶	مجرد	وضعیت		
		۷۲,۵	۱۵۸	متاهل	تاهل		
-	دبیرستان و دیپلم	۱۰۰	۲۱۹	میزان تحصیلات			
۴۰,۷	۴۹	۱۰۰	۲۲۰	سن			

گفت تحلیل گفتمان مصاحبه‌های صورت پذیرفته، نمایان‌گر آن است که پاسخ‌گویان ضمن موافقت با اجرای پیاده‌راه‌سازی، پروژه را حامل مواردی مثبت و منفی دانسته‌اند که در این راستا ساماندهی وضعیت ترافیک و بی‌نظمی‌های درخواستی از آن، برقراری امنیت اجتماعی (حل آسیب‌هایی همچون کیف‌قاپی، مزاحمت و...)، رونق کسب و کار، افزایش پیاده‌روی، حفظ و احیاء بافت تاریخی منطقه، حذف آلودگی-های زیست‌محیطی و... را می‌توان به عنوان نکاتی مورد توجه قرار داد که پاسخ‌گویان معتقد بوده‌اند که با اجرای پروژه ظاهر خواهند شد و در عین حال ایجاد مشکل در بارگیری و خرید و فروش، ممنوع شدن عبور و مرور اتومبیل‌های شخصی، ایجاد مانع در رفت و آمد مراجعان، عدم توجه شهرداری به محدوده به عنوان یک سیستم (به ویژه، عدم توجه به بافت فرسوده‌ی محله‌ی پامنار و نیازهای اهالی آن محله)، تبدیل شدن محله‌های اطراف به انبار و ظهور مسائل و آسیب‌های اجتماعی، جابه‌جا شدن برخی جرایم و انتقال آن‌ها به خیابان‌های اطراف و... را نیز می‌توان با توجه به نگاه پاسخ‌گویان به این پدیده، از

پروژه‌ی پیاده‌راه‌سازی خیابان ۱۵ خرداد (فاز دوم)، پروژه‌ای است که در ناحیه‌ی ۲ و ۳ منطقه‌ی ۱۲ شهرداری تهران و در مرز میان محله‌های ۵ (پامنار) و ۹ (بازار) انجام خواهد شد. مشاهده‌ها و مصاحبه‌های صورت گرفته (با فروشندگان) در این بخش گویای نکات جالب توجهی بوده و از مشکلات مهمی که در ارتباط با فاز ۲ این پیاده‌راه‌سازی می‌باشد، حکایت دارند. در این قسمت که عمده‌ترین کاربری‌های آن را عمده‌فروشان صنعتی (همچون صنف پلاستیک و پوشاک) تشکیل می‌دهند می‌توان از معضل "حمل‌بار و یا بارگیری" بیکاری باربرها در صورت احداث پروژه، نبود پارکینگ مناسب به لحاظ مکان‌گزینی و دسترسی و ظهور شوک قیمتی با توجه به افزایش هزینه‌های بارگیری، باربری و دیر رسیدن اجناس به کسبه سخن به میان آورد. بنابراین، از گفته‌های مشارکت‌کنندگان در مصاحبه می‌توان چنین استنباط کرد که این شرایط رنج‌آور، خود می‌تواند زمینه‌ساز بروز آسیب‌های اجتماعی همچون شورش، نزاع و درگیری، غارت و... را فراهم آورد. در خصوص نگرش عمومی نسبت به پروژه‌ی مذکور نیز می‌توان

بودن پروژه‌های نوسازی و بهسازی با توجه ویژه به محله‌ی پامنار و بازار به عنوان تکمیل‌کننده‌های پروژه‌ی پیاده‌راه‌سازی خیابان ۱۵ خرداد، می‌تواند زمینه‌ی جلب مشارکت عمومی را فراهم آورد. جدول شماره‌ی ۲ نظر گروه‌های پاسخ‌گو درباره‌ی نحوه‌ی جلب مشارکت عمومی را نشان می‌دهد.

جمله نکات منفی ناشی از ساخت پروژه قلمداد نمود. هم‌چنین، با توجه به نظرات پاسخ‌گویان، اطلاع-رسانی به هیأت مدیره‌ی پاساژهای موجود در محدوده، استفاده از نفوذ ائمه‌ی جماعت و معتمدان محله‌ها، شورایاری‌ها و کمیته‌ی اصناف، توجه به نظرات کسبه، حل مسأله‌ی بارگیری کسبه و ادامه‌دار

جدول ۲- نحوه جلب مشارکت عمومی از دیدگاه پاسخ‌گویان

ردیف	گروه‌های پاسخ‌گو	نحوه‌ی جلب مشارکت عمومی
۱	معاونت حمل و نقل و ترافیک منطقه‌ی ۱۲ شهرداری تهران	اطلاع‌رسانی، توجه به نیازهای اصلی کسبه و کسانی که به نحوی در حوزه‌ی تحت تاثیر پروژه مشغول به فعالیت هستند.
۲	شورایاران و معتمدان محله‌ی بازار	اطلاع‌رسانی و مشورت با معتمدان، روحانیون و گروه‌های مختلف موجود در محله
۳	معاونت فنی و عمرانی منطقه‌ی ۱۲ شهرداری تهران	اطلاع‌رسانی به هیأت مدیره‌ی پاساژهای موجود در محدوده، افزایش امنیت آمد و شد در محدوده هنگام عملیات عمرانی، کوتاه نمودن مدت اجرا و فازبندی پروژه از سوی شهرداری (کارفرما) و هماهنگی با دیگر ارگان‌ها (به غیر از شهرداری) همچون راهنمایی و رانندگی و در عین حال جلب همکاری آن‌ها در روند اجرای پروژه.
۴	دبیر دبیران شورایاری‌های منطقه‌ی ۱۲ شهرداری تهران	استفاده از نفوذ ائمه‌ی جماعت و معتمدان محله‌ها، فرماندهان پایگاه‌های بسیج، شورایاری‌ها و کمیته‌ی اصناف.
۵	ریاست ایستگاه آتش نشانی بازار	نظرسنجی از اهالی، توجه به نظرات کسبه و توجه به نظرات سازمان‌های امدادی
۶	شورایاران و معتمدان محله‌ی پامنار	اطلاع‌رسانی، حل مسأله‌ی بارگیری کسبه و ادامه‌دار بودن پروژه‌های نوسازی و بهسازی با توجه ویژه به محله‌ی پامنار به عنوان تکمیل‌کننده‌ی پروژه‌ی پیاده‌راه-ساز خیابان ۱۵ خرداد.
۷	معاونت هماهنگی و برنامه‌ریزی منطقه‌ی ۱۲ شهرداری تهران	انجام نظرسنجی و توجه به فاز ۱ پیاده‌راه‌سازی به عنوان الگو
۸	ریاست طرح تفصیلی منطقه‌ی ۱۲ شهرداری تهران	توجه به دیدگاه‌های شهروندان و بهره‌گیری از نقش و نفوذ معتمدان بازار
۹	مشاور عالی شهردار منطقه‌ی ۱۲ تهران	اطلاع‌رسانی صحیح، برقراری ارتباط با ذی‌نفعان و بهره‌گیری از آن‌ها
۱۰	دبیرکل جامعه‌ی انجمن‌های اسلامی اصناف و بازار	اطلاع‌رسانی دقیق و کوتاه کردن زمان اجرای پروژه
۱۱	ریاست بانک کشاورزی شعبه‌ی گلپندک	توجه به فاز ۱ پیاده‌راه‌سازی به عنوان الگو
۱۲	ریاست کلانتری ۱۱۳ بازار	اطلاع‌رسانی دقیق و استفاده از نفوذ هیأت‌های امناء
۱۳	اداره‌ی راهنمایی و رانندگی (پلیس راهور، موجود در سطح منطقه)	اطلاع‌رسانی، توجه به نیازهای اصلی کسبه و کسانی که به نحوی در حوزه‌ی تحت تاثیر پروژه مشغول به فعالیت هستند.

۱- فاز اول پیاده‌راه‌سازی خیابان ۱۵ خرداد، پروژه‌ای است که در حد فاصل چهارراه گلپندک تا خیابان ناصرخسرو (واقع در شهرداری منطقه‌ی ۱۲ تهران) اجرا شده است.

گرفتن محل بارگیری، بارفرستی و پارکینگ‌های مناسب؛ از رانندگان وسایل نقلیه‌ی خصوصی به دلیل ایجاد محدودیت در آمد و شد آن‌ها به داخل محدوده و از موتورسواران به واسطه‌ی محدود شدن ورود آن‌ها به خیابان ۱۵ خرداد به عنوان بازندگان احتمالی سخن به میان آورد. در خصوص تأثیر پروژه بر کسب و کارهای واقع در محدوده‌ی اجرای پروژه نیز پاسخ-دهندگان از فروشندگان، بانک‌ها و نمایندگی بیمه‌ها، موتورسواران، وسایل نقلیه‌ی خصوصی، چرخی‌ها، پیک‌های موتوری، وانت‌های حمل‌بار، ون‌ها و... به عنوان کسب و کارهای موجود در محدوده‌ی اجرای پروژه نام برده و پیامدهایی هم‌چون افزایش خرید و فروش، افزایش مشتری، افزایش رضایت شغلی، ساماندهی شدن، پیش‌بینی مکان و زمان تخلیه‌ی بار و بارگیری، افزایش قیمت ملک، تبدیل عمده‌فروشی‌ها به خرده‌فروشی و... را جزء پیامدهای مثبت و نادیده گرفتن احتمالی محل بارگیری و بارفرستی، ایجاد محدودیت در آمد و شد، کاهش درآمد در حین اجرای پروژه و... را به عنوان پیامدهای منفی و مؤثر بر کسب و کار موجود در اطراف پروژه ذکر کرده‌اند. در جدول شماره‌ی ۳ نظر گروه‌های پاسخ‌گو در مورد تأثیر پروژه بر کسب و کارهای واقع در محدوده ارائه شده است.

بنابر یافته‌های به دست آمده از مصاحبه با گروه‌هایی هم‌چون شورایاران و معتمدان محله‌های پامنار و بازار، معاونت‌هایی هم‌چون معاونت فنی و عمرانی، معاونت هماهنگی و برنامه‌ریزی و... شهرداری منطقه‌ی ۱۲، حوزه‌ی نفوذ و تأثیرگذاری این پروژه را می‌توان "کشوری" و بنا بر یافته‌های میدانی (حاصل از مصاحبه با کاسبان، مراجعه‌کنندگان و ساکنان محله‌های پامنار، بازار و سایر محله‌های منطقه) "فرامنطقه‌ای" دانست. در ادامه می‌توان گروه‌هایی هم‌چون خریداران و مراجعه‌کنندگان را به واسطه‌ی تسهیل آمد و شد، ایجاد فضای مناسب جهت خرید و استراحت؛ بانک‌ها و نمایندگی‌های بیمه را به دلیل افزایش مشتری و گردش پولی؛ ساکنان را به دلایلی هم‌چون حذف آلودگی‌های محیطی، افزایش احساس امنیت، افزایش دلپذیری؛ کاسبان را به واسطه‌ی افزایش خرید و فروش؛ چرخی‌ها، پیک‌های موتوری و رانندگان ون‌ها (وسایل حمل و نقل عمومی) را به واسطه‌ی ساماندهی شدن ایشان؛ مدیریت شهری را به دلیل افزایش رضایت‌مندی شهروندان از آن و نیروی انتظامی را به دلیل کاهش فشارکاری در این پیاده‌راه و فراهم شدن امکان رسیدگی به دیگر نقاط حوزه‌ی فعالیتی و نظارتی، جزء برندگان و در عین حال از ساکنان به دلیل مسدود شدن احتمالی دسترسی‌های موجود به محله؛ از کاسبان دائمی بازار به دلیل نادیده

جدول ۳- بررسی تأثیر پروژه بر کسب و کارهای واقع در محدوده‌ی نفوذ با توجه به نظرات پاسخ‌گویان

ردیف	پاسخ‌گویان	کسب و کارها	پیامد مثبت	پیامد منفی
۱	شورایاران و معتمدان محله‌ی پامنار	فروشندگان	افزایش خرید و فروش	نادیده گرفتن محل بارگیری، بارفرستی و پارکینگ
		بانک‌ها و نمایندگی بیمه‌ها	افزایش مشتری	--
۲	ایستگاه آتش‌نشانی بازار	فروشندگان	افزایش خرید و فروش	--
		بانک‌ها و نمایندگی	افزایش رضایت شغلی	--

		بیمه‌ها		
۳	دبیر دبیران شوراباری‌های منطقه - ی ۱۲ شهرداری تهران	فروشنندگان	افزایش خرید و فروش	--
۴	معاونت فنی و عمرانی منطقه ی ۱۲ شهرداری تهران	فروشنندگان	افزایش خرید و فروش	--
۵	شورایاران و معتمدان محله‌ی بازار	فروشنندگان	افزایش درآمد	نادیده گرفتن مشکل بارگیری
		بانک‌ها	افزایش مشتری در صورت ساماندهی موتورسوارها به عنوان پیک مالی	--
۶	مشاور عالی شهرداری منطقه ی ۱۲ شهرداری تهران	موتورسواران، وسایل نقلیه‌ی خصوصی	--	ساماندهی و محدودیت در آمد و شد
		فروشنندگان	افزایش خرید و فروش	--
۷	معاونت حمل و نقل و ترافیک منطقه - ی ۱۲ شهرداری تهران	چرخی‌ها، پیک‌های موتوری، ون‌ها	ساماندهی	--
		فروشنندگان	پیش‌بینی زمان و مکان تخلیه‌ی بار، افزایش مشتری	--
۸	معاونت هماهنگی و برنامه‌ریزی منطقه ی ۱۲ شهرداری تهران	فروشنندگان	افزایش خرید و فروش و درآمد	کاهش درآمد در حین اجرا
		بانک‌ها و نمایندگی بیمه‌ها	افزایش مشتری	--
		موتورسواران	--	ایجاد محدودیت و یا ممنوعیت آمد و شد
۹	ریاست طرح تفصیلی منطقه ی ۱۲ شهرداری تهران	فروشنندگان	افزایش درآمد و افزایش قیمت ملک	--
		بانک‌ها و نمایندگی بیمه‌ها	افزایش مشتری	--
۱۰	دبیر کل جامعه‌ی انجمن‌های اسلامی اصناف و بازار	بانک‌ها	افزایش مشتری و گردش پولی	--
		چرخی‌ها	افزایش درآمد	--
		فروشنندگان	تبدیل عمده‌فروشی به خرده‌فروشی	--
۱۱	ریاست بانک کشاورزی شعبه‌ی گلوبندک	فروشنندگان	افزایش درآمد	نادیده گرفتن مشکل بارگیری
		بانک‌ها و نمایندگی بیمه‌ها	افزایش مشتری	--
۱۲	ریاست کلاتری ۱۱۳ بازار (نیروی انتظامی)	فروشنندگان	افزایش درآمد	--
		بانک‌ها و نمایندگی بیمه‌ها	افزایش مشتری	--
۱۳	اداره‌ی راهنمایی و رانندگی (پلیس راهور)	چرخی‌ها، پیک‌های موتوری، ون‌ها	ساماندهی	--
		فروشنندگان	پیش‌بینی زمان و مکان تخلیه‌ی بار، افزایش مشتری	--

ادامه جدول ۳- بررسی تأثیر پروژه بر کسب و کارهای واقع در محدوده نفوذ با توجه به نظرات پاسخ‌گویان

ردیف	پاسخ‌گویان	کسب و کارها	پیامد مثبت	پیامد منفی
۱۴	رانندگان ون‌ها	خودروهای ون و وسایل حمل و نقل عمومی	ساماندهی و ایجاد نظم با جدا شدن موتورسوارها، وانت‌های باربر، مراجعه‌کنندگان و چرخی‌ها از محدوده ون‌ها پس از اجرای پروژه	افزایش تردد موتورسوارها و به تبع آن افزایش ترافیک در خیابان ۱۵ خرداد در حین اجرای پروژه (به دلیل باریک‌تر شدن پهنای خیابان).
			افزایش نظم و تعداد ایستگاه‌ها و ساماندهی خطوط	افزایش تصادفات ناشی از حضور چرخی‌ها، وانت‌های باربر و موتوری‌ها در خیابان ۱۵ خرداد به دلیل اجرای عملیات عمرانی و باریک‌تر شدن خیابان ۱۵ خرداد.
			ساماندهی ترافیک محدوده و نحوه‌ی آمد و شد	جمع‌آوری احتمالی ایستگاه‌ها
			افزایش مراجعه‌کننده و مسافر	عدم پیش‌بینی ایستگاه‌های لازم و ساماندهی آن‌ها
			ندارد	جمع‌آوری احتمالی ون‌ها در صورت ایجاد تراموا
			مشخص‌تر شدن مسیر	افزایش تصادفات ناشی از حضور چرخی‌ها و موتورسوارها در صورت عدم ساماندهی تردد آن‌ها (پس از اجرا). ایجاد اختلال در آمد و شد در حین اجرا ظهور اختلال و نابسامانی در ایستگاه‌ها به دلیل حضور باربرها و موتوری‌ها در این-گونه ایستگاه‌ها.
۱۵	دست‌فروشان	دست‌فروشان	افزایش مشتری	جمع‌آوری دست‌فروشان کم شدن مراجعه‌کننده و مشتری در حین اجرا
۱۶	چرخی‌ها	چرخی‌ها	شناسنامه‌دار شدن و ارائه‌ی کارت به چرخی‌ها	ایجاد اختلال در آمد و شد و ممانعت از تردد چرخی‌ها در پیاده‌راه از دست دادن پاتوق نادیده گرفتن محل بارگیری و حمل بار از مکان‌هایی دورتر از محل کسب با قیمت-های پایین ظهور مسأله‌ی رشوه‌گیری پس از احداث پیاده‌راه جهت تردد، توسط مأموران شهرداری (با توجه به تجربه‌ی فاز اول) از دست دادن شغل به دلیل حمل بار

توسط "شاگرد کاسبان" پس از اجرای پروژه (به دلیل تسهیل آمد و شد و حمل بار)				
افزایش ترافیک و مختل شدن کسب و کار باربرها	آسان تر شدن حمل بار			
تخلیه‌ی بار در مکانی دور از محل کسب و انتقال بار به کاسبان توسط باربرهای موجود در پاتوق‌های دیگر				
اخذ وجه از باربرها در صورت پیش‌بینی محل تخلیه‌ی بار توسط مأموران شهرداری				
اختلال در آمد و شد	ایجاد نظم در آمد و شد با در نظر گرفتن مسیر مجزا برای موتورسوارها	موتورسوارها	موتورسوارها	۱۷
جمع‌آوری موتورسوارها	تعیین ایستگاه برای موتورسوارها			
کاهش درآمد در صورت پیاده‌راه شدن کامل خیابان و محدود شدن جغرافیایی حوزه‌ی فعالیت موتورسوارها	افزایش درآمد در صورت عدم ورود ون‌ها (وسایل حمل و نقل عمومی) به خیابان			
افزایش چشم‌گیر ترافیک (با در نظر نگرفته شدن پهلوگاه مناسب)	پیش‌بینی مکان مشخص برای تخلیه‌ی بار (ایجاد پهلوگاه) و منظم شدن بارگیری و تخلیه‌ی بار	وانت‌های حمل بار	رانندگان وانت‌های حمل بار	۱۸
افزایش نارضایتی (با در نظر نگرفته شدن پهلوگاه مناسب)	حذف ترافیک (به دلیل وجود مکان مشخص جهت بارگیری و تخلیه‌ی بار)			

استفاده‌ی بیشتر از حمل و نقل عمومی، تعریف تراموا و مسیر دوچرخه‌سواری در محدوده، کاهش حجم ترافیکی و حذف تصادفات محدوده به عنوان دستاوردهایی مثبت دامن زده و از سوی دیگر قادر است به ظهور آثاری منفی و مؤثر بر الگوی کلی حمل و نقل نیز منتج گردد. آثاری هم‌چون افزایش بار ترافیکی محدوده در صورت عدم پیش‌بینی و تعریف مسیرهای جای‌گزین، انتقال بار ترافیکی محدوده به دیگر نقاط منطقه هم‌چون خیابان مصطفی خمینی، میدان امام خمینی، خیابان سعدی، خیابان اکباتان و میدان بهارستان. شایان ذکر است که پروژه‌ی پیاده‌راه-سازی خیابان ۱۵ خرداد هم دارای اثرات مثبت و هم

در ادامه مطابق با یافته‌های پژوهش می‌توان چنین استنباط کرد که پروژه‌ی پیاده‌راه‌سازی خیابان ۱۵ خرداد با حذف آسیب‌های اجتماعی هم‌چون سرقت، تن‌مالی و...، افزایش قیمت ملک، ارتقاء دلپذیری محدوده، حذف آلودگی‌های زیست‌محیطی هم‌چون آلودگی هوا، آلودگی صوتی، آلودگی بصری و... می‌تواند بر زندگی اهالی تاثیر مثبت‌گذاشته و از سوی دیگر به تبدیل شدن بافت مسکونی اطراف پروژه به انبار (به عنوان پیامدی منفی) دامن زند. در خصوص تاثیر پروژه بر الگوی کلی حمل و نقل حوزه‌ی نفوذ نیز بنابه گفته‌های گروه‌های پاسخ‌گو، این پروژه می‌تواند به تسهیل آمد و شد به واسطه‌ی

است. هم‌چنین یافته‌های موجود گویای آن است که با توجه به نظر پاسخ‌گویان پس از اجرای پروژه، سرقت، تن‌مالی، مزاحمت نوامیس، آلودگی هوا، آلودگی صوتی، نزاع و درگیری مراجعه‌کنندگان با یکدیگر، تصادفات رانندگی، نزاع و درگیری ناشی از تصادفات و نزاع و درگیری ناشی از بارگیری، کم‌تر و در عین حال میزان رضایت از حضور در پیاده‌راه به عنوان محیطی دوستانه (افزایش دلپذیری)، نظم ترافیکی، استفاده از مترو، حمل و نقل عمومی، استفاده از پارکینگ‌های موجود در اطراف محدوده، مدت زمان استفاده از پیاده‌راه توسط مردم محله و ظهور محیطی شاداب (ایجاد سرزندگی)، تبدیل بافت مسکونی اطراف محدوده به انبار و افزایش آمد و شد مراجعه‌کنندگان بیشتر خواهد شد.

این در حالی است که به نظر پاسخ‌گویان در قیمت ملک، میزان آلودگی بصری، برقراری ارتباط دوستانه با دیگران، کیفیت دسترسی‌های محلی، شلوغی ناشی از بارگیری، احساس دل‌بستگی به محله، آمد و شد موتورسواران و مهاجرت اهالی از محله‌های اطراف پروژه به سایر نقاط شهر، پس از اجرای پروژه تفاوتی ایجاد نخواهد شد. در ادامه بنابر یافته‌های پژوهش، می‌توان چنین استنباط نمود که در کل، پروژه در ارتقاء هویت محله‌های محدوده و منطقه مؤثر خواهد بود. شایان ذکر است که بنا بر نظر کاسبان، مشکل در بارگیری و بارفرستی با میانگین (۴,۱۶)، مشکل در دسترسی به پارکینگ خودروهای حمل بار با میانگین (۴,۰۱)، تبدیل عمده‌فروشی‌ها به خرده-فروشی با میانگین (۳,۰۵)، پس از اجرای پروژه افزایش می‌یابد.

دارای اثرات منفی بر چشم‌اندازها و اهداف استراتژیک منطقه‌ی ۱۲ و شهر تهران خواهد بود. بدین مضمون که از جذب گردشگر (متناسب با بند "ه" طرح جامع و بند "د" و "ط" چشم‌انداز توسعه-ی منطقه)، از حذف فضاهای بی‌دفاع و جرم‌خیز شهری (در صورت بهسازی محله‌های اطراف به عنوان مکمل‌های پروژه) (متناسب با بند "ه" و "و" طرح جامع)، ظهور نظم ترافیکی (متناسب با بند "و" طرح جامع و بند "و" چشم‌انداز توسعه‌ی منطقه) و... می‌توان به عنوان اثرات مثبت و از ظهور نارضایتی در صورت بی‌توجهی به مشکلات محلات هم‌جوار و ساماندهی آن‌ها، جابه‌جایی آسیب‌های اجتماعی، انتقال ترافیک و آلودگی‌های زیست‌محیطی محدوده به دیگر نقاط، رشد فیزیکی کاربری‌های تجاری، تغییر بافت مسکونی به انبار و در پی آن تغییر هویت محلات اطراف به عنوان اثرات منفی متأثر از پروژه‌ی مذکور و مؤثر بر چشم‌اندازها و اهداف استراتژیک منطقه‌ی ۱۲ شهرداری تهران و شهر تهران نام برد. از دیگر یافته‌های پژوهش می‌توان به نکات زیر اشاره داشت. بنابر یافته‌های میدانی پژوهش، میزان رضایت پاسخ‌گویان از فاز اول پروژه‌ی پیاده‌راه‌سازی کمی بیشتر از میانگین مورد انتظار بوده است. این امر را می‌توان با توجه به میانگین رضایت کل پاسخ‌گویان (۲,۹) نسبت به میانگین مورد انتظار (۲,۵) مشاهده کرد. در ادامه یافته‌های پژوهش نمایان‌گر آن است که میزان اطلاع کل پاسخ‌گویان از اجرای فاز دوم پروژه-ی پیاده‌راه‌سازی (۲,۲۹)، از میانگین مورد انتظار (۲,۰۵) کم‌تر بوده است. در خصوص تمایل پاسخ‌گویان به اجرای فاز دوم نیز میزان تمایل پاسخ‌گویان (۳,۲۷) نسبت به میانگین مورد انتظار (۲,۰۵) بیش‌تر بوده

۵- نتیجه‌گیری

این پژوهش درصدد فرضیه آزمایشی نبوده است، بنابراین، صرفاً به سناریوهایی که متناسب با اهداف پژوهش تدوین شده است اشاره خواهد شد. اگر مبنای "سناریوی خوش‌بینانه" را "بهرتر" شدن آینده نسبت به گذشته قلمداد کنیم، این سناریو قادر است که با در نظر گرفتن پیامدهای مثبت پروژه، آینده‌ی بهتری را برای موضوع مورد بررسی تجسم کند. به سخن دیگر، این پروژه می‌تواند با تسهیل آمد و شد، ایجاد فضای مناسب جهت خرید و گسترش فضاهای فراغتی، سیاحتی و فعالیتی و کاهش آلودگی‌های زیست‌محیطی و ارتقاء امنیت، بر خریداران و مراجعه‌کنندگان تاثیرگذار باشد. این پروژه بر ساکنان محدوده و منطقه نیز تاثیرگذار خواهد بود، به نحوی که به واسطه‌ی حذف و یا تعدیل آلودگی‌های زیست‌محیطی (آلودگی صوتی، ازدحام جمعیت، آلودگی بصری و...)، استفاده‌ی بیشتر از پارکینگ‌های موجود در خیابان سعدی، ناصرخسرو و پروانه (اطراف پروژه)، گسترش فضاهای فراغتی، سیاحتی و فعالیتی، تقویت هویت محدوده (و احساس دلبستگی به مکان)، این ساکنان را از خود متاثر خواهد ساخت. در ادامه، افزایش خرید و فروش و رونق کسب و کار، بالا رفتن میزان رضایت شغلی، بهبود وضعیت دسترسی‌ها، ایجاد پهلوگاه جهت بارگیری، تعریف قسمتی از پیاده‌راه به عنوان محل آمد و شد وسایل نقلیه‌ی عمومی، کاهش آلودگی‌های زیست‌محیطی، افزایش قیمت ملک و کاهش تصادفات رانندگی و درگیری‌های برخاسته از آن نیز از جمله تاثیراتی خواهند بود که پروژه بر کاسبان محدوده برجای خواهد گذاشت. هم‌چنین گروه‌های خاصی هم‌چون

زنان، کهن‌سالان، معلولان، نابینایان^۲ و جوانان را با توجه به مشاهده‌ها، مصاحبه‌ها، مطالعات میدانی و نقشه‌های مشاور پروژه می‌توان به عنوان یکی از مهم‌ترین تاثیرپذیرفتگان از اجرای پروژه قلمداد کرد. در خصوص حضور چشم‌گیر زنان، کهن‌سالان، معلولان و جوانان، تجربه‌ی به دست آمده از اجرای فاز اول و نیز نتایج به دست آمده از مصاحبه‌ها گویای آن است که این پیاده‌راه می‌تواند به جذب این گروه از افراد منتج شده و در ادامه سرمایه‌ی اجتماعی را نیز دست‌خوش دگرگونی نماید. به عبارت دیگر اگر سرمایه‌ی اجتماعی را نوعی "اتصال اجتماعی" تار و پود بافت اجتماعی در نظر بگیریم که در برگیرنده‌ی تعاملات بی‌شماری است که زندگی شخصی و عمومی ما را شکل داده و آن را به مثابه‌ی تعلقات و گره‌هایی که بافت اجتماعی را استحکام می‌بخشد (بهزاد، ۱۳۸۴) تعریف کنیم و عناصری هم‌چون "کنش‌گرایی در اجتماع محلی"، "احساس اعتماد و امنیت"، "ظرفیت پذیرش تفاوت‌ها" (تولایی و شریفیان‌ثانی، ۱۳۸۴) و... را شاخص این‌گونه از سرمایه بدانیم، این محدوده در صورت اجرای مناسب و تبدیل شدن به "مکان"^۳ و ظهور "حس مکان"^۴ می‌تواند بستر مناسبی

۲- در نقشه‌های ارائه شده از سوی مشاور پروژه، برای نابینایان نیز مسیر جداگانه‌ای در نظر گرفته شده است.

۳- مشخصه‌ی مکان در هم تنیدگی آن با ارزش‌های انسانی است (فلاحی، ۱۳۸۵).

۴- حس مکان به معنای ادراک ذهنی مردم از محیط و احساسات کم و بیش آگاهانه‌ی آن‌ها از محیط خود است که شخص را در ارتباطی درونی با محیط و مکان قرار می‌دهد، به طوری که فهم و احساس فرد با زمینه‌ی معنایی پیوند خورده و یکپارچه می‌شود. این حس عاملی است که موجب تبدیل یک "فضا" به مکانی با خصوصیات حسی و رفتاری ویژه برای افراد خاص می‌گردد. به عبارت دیگر، محیط علاوه

جهت "گفتگو"، "معاشرت" و... بین افراد را فراهم آورده و موجب ارتقاء سرمایه‌ی اجتماعی محدوده گردد. در این راستا می‌توان چنین پنداشت که با اجرای این سناریو، تمامی ذی‌نفعان، از اجرای پروژه (پیاده‌راه) سود خواهند برد و ظهور "فضای عمومی" مهم‌ترین دستاورد این سناریو خواهد بود. این مکان متناسب با سناریوی خوش‌بینانه می‌تواند، به عنوان فضایی عمومی، محدوده، منطقه و شهر تهران را متحول و با فراهم ساختن یک "مکان- رفتار"، "پاتوق" و محیطی دلپذیر برای ساکنان، کاسبان، گردشگران و نیز قرار دادن فقیر و غنی و پیر و جوان در کنار یکدیگر و در تجربه‌ای مشترک، به دموکراتیزه شدن جامعه مدد رساند. در ادامه "سناریوی بدبینانه" را می‌توان سناریویی دانست که برای موضوع مورد نظر، با توجه به پیامدهای منفی، آینده‌ی "بدتری" را نسبت به حال و گذشته لحاظ می‌کند. در این خصوص یافته‌های پژوهش گویای آن است که پروژه‌ی پیاده‌راه‌سازی می‌تواند اثرات منفی زیر را بر ذی‌نفعان برجای گذاشته و از این رهگذر آینده‌ی نامناسبی را برای محدوده و پیاده‌راه به ارمغان آورد. در این راستا می‌توان چنین پنداشت که با اجرای این سناریو، ذی‌نفعان، از اجرای پروژه (پیاده‌راه) هیچ‌گونه سودی نخواهند برد و در بیانی دیگر، محدوده،

الفاکننده‌ی "حس لامکانی" خواهد بود و آشفتگی- های متعدد فضایی، مکانی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی به ظهور خواهد رسید. به عبارت دیگر اگر "حس لامکانی" را احساس عدم تعلق به مکان (شکویی و تبریزی، ۱۳۸۲) قلمداد کنیم، گروه‌های ذی‌نفع بر مبنای این سناریو، از اجرای پروژه زیان خواهند دید و بر این اساس، از محیط، دل‌زده خواهند شد. تداوم حضور نابسامان وسایل نقلیه‌ی خصوصی و موتورسواران، اختلال در دسترسی به کالاهای مورد نیاز، ایجاد اختلال در نظام کسب و کار دیگر نقاط به واسطه‌ی انتقال ترافیک به آن اماکن، انتقال آلودگی‌های زیست‌محیطی به دیگر نقاط شهر، جابه‌جایی آسیب‌های اجتماعی، ظهور نو- آسیب‌های اجتماعی همچون رشوه‌گیری از باربرها، نزاع و درگیری‌های برخاسته از آن و... همگی می‌توانند نشانه‌های ظهور فضایی باشند که می‌توان از آن تحت عنوان "فضا - جرم" و یا "فضا - مساله" نام برد. فضایی که نه تنها به مکان تبدیل نشده است بلکه با دامن زدن به آشفتگی‌های موجود، قادر است به "نقطه‌ای سیاه" در فضای شهری مبدل گردد. در این مقام می‌توان با تکیه بر دیدگاه "معینی‌گری محیطی" و نظر مرتون (۱۳۷۶)، زمینه‌سازی جهت ظهور "کجروی" را دستاورد این فضا برای شهر قلمداد

۵- حس لامکانی را می‌توان احساس عدم تعلق به مکان دانست

(شکویی و تبریزی، ۱۳۸۲)

۲- در یک تعریف ساده، معینی‌گری محیطی عبارت است از این معنا که با ایجاد دگرگونی‌ها در عناصر معماری محیط و یا توانش‌های آن می‌توان رفتار آدمی را به ویژه در سطح رفتارهای اجتماعی دگرگون ساخت. به عبارت دیگر محیط‌های ساخته‌شده نقش اساسی در تعیین رفتارهای مردم و حتی عقاید و ارزش‌های آن‌ها دارد (مطلبی، ۱۳۸۰، ص ۵۹).

بر عناصر کالبدی شامل پیام‌ها، معانی و رمزهایی است که مردم بر اساس نقش‌ها، توقعات، انگیزه‌ها و دیگر عوامل آن‌را رمزگشایی و درک می‌کنند و در مورد آن به قضاوت می‌پردازند. این حس کلی که پس از ادراک و قضاوت نسبت به محیط خاص در فرد به وجود می‌آید، حس مکان (**sense of place**) نامیده می‌شود (فلاح، ۱۳۸۵).

و انتقال آلودگی‌های زیست‌محیطی به دیگر نقاط شهر نیز می‌تواند از جمله تاثیرات منفی پروژه بر چشم‌اندازها و استراتژی‌های توسعه‌ی منطقه و شهر تهران قلمداد گردد.

۱-۵- پیشنهادها

تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری توسط مدیران در خصوص اجرای امور زیر، در راستای هر چه بهتر انجام شدن پروژه‌ی پیاده‌راه‌سازی خیابان ۱۵ خرداد ضروری خواهد بود:

- استقرار ایستگاه (کانکس) پلیس در جهت تقویت و استمرار احساس امنیت و امنیت محدوده،

- استفاده از نمادهای اطلاع‌رسانی (بروشور، تابلوهای تبلیغاتی و...) جهت تقویت هر چه بیشتر میزان استفاده از وسایل حمل و نقل عمومی، مترو و پارکینگ‌های موجود در اطراف پروژه،

- نظرخواهی، گفتگو و به طور کلی زمینه‌سازی جهت مشارکت کاسبان و کسب و کارهای موجود در محدوده،

- افزایش تعداد وسایل حمل و نقل عمومی جهت تسهیل دسترسی و کاهش استفاده از وسایل حمل و نقل خصوصی،

- بررسی مسائل و مشکلات محله‌ی پامنار و مشکل-گشایی از این محله،

- تحدید و یا تعطیل روند تبدیل محله‌های اطراف به انبار و در پی آن، رشد بازار، تغییر هویت بافت تاریخی و مسکونی، مهاجرت اهالی و کاهش قیمت ملک، با مشارکت اهالی، کاسبان و تیم کارشناسی - پژوهشی،

- تحدید و یا ممانعت از تردد موتورسواران از محله-های اطراف در هنگام ساخت پروژه،

نمود. در این خصوص پروژه‌ی حاضر قادر است بر بانک‌ها و نمایندگی‌های بیمه به واسطه‌ی کاهش مشتری به دلیل محدودیت در آمد و شد خودروها؛ فراهم نشدن امکان بارگیری برای وانت‌های باربر و بازاریان به عنوان مشتریان نمایندگی‌ها؛ اختلال در آمد و شد کاسبان؛ عدم تقویت حمل و نقل عمومی محدوده و افزایش نقل مکان شرکت‌های بزرگ (با توجه به تجربه‌ی فاز پروژه‌ی پیاده‌راه‌سازی و به دلیل مشکلات بارگیری و بارفرستی) و کاهش سپرده‌های بانک‌ها، و بر مراجعه‌کنندگان و خریداران نیز با افزایش ترافیک ناشی از اجرای پروژه و شلوغی و ازدحام ناشی از عملیات عمرانی و ایجاد مشکل در رفت و آمد، حمل بار و دسترسی به کالاهای مورد نیاز اثرگذار بوده و آنان را متاثر سازد. افزایش بار ترافیکی محدوده و عدم پیش‌بینی و تعریف مسیرهای جای‌گزین، انتقال بار ترافیکی محدوده به دیگر نقاط منطقه هم‌چون خیابان مصطفی خمینی، میدان امام خمینی، خیابان سعدی، خیابان اکباتان، میدان بهارستان، مولوی و امیرکبیر و عدم تسهیل آمد و شد به دلیل نبود ایستگاه مترو در فاز دوم، را نیز می‌توان از جمله تاثیرات این پروژه بر الگوی کلی حمل و نقل محدوده برشمرد. در ادامه ظهور نارضایتی در صورت بی‌توجهی به مشکلات محله‌های هم‌جوار به عنوان مکمل‌های پروژه، جابه‌جایی آسیب‌های اجتماعی، رشد فیزیکی کاربری‌های تجاری، تغییر بافت مسکونی به انبار و به تبع آن تغییر هویت محله-های اطراف، مهاجرت اهالی و فرسوده‌شدن بافت فرسوده، انتقال بار ترافیکی محدوده به دیگر نقاط منطقه (پیش گفته)، ایجاد اختلال در نظام کسب و کار دیگر نقاط به واسطه‌ی انتقال ترافیک به آن اماکن

منابع

- شناسنامه‌دار کردن باربرها جهت ساماندهی آن‌ها.
مجریان پروژه نیز می‌توانند با اجرای اقدامات زیر از آثار منفی پروژه کاسته و بر آثار مثبت آن بیفزایند.
- استفاده از المان‌های تفکربرانگیز و بومی (مجسمه، آب‌نما، تصاویر سه بعدی و...)، مبلمان راحت و مناسب و در نظر گرفتن نیازهای تمام اعضای جامعه، به‌ویژه خردسالان، بزرگسالان و معلولان،
- مکان‌گزینی و ایجاد پهلوگاه جهت بارگیری و بارفرستی،
- هویت‌بخشی به مکان متناسب با ساختارهای اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی محدوده (استفاده از نمادهای بومی تهران قدیم و بازار) و به عنوان پهنه‌ی تاریخی تهران،
- فزیندی، سرعت بخشیدن به کار و تمیزکاری.
شهروندان نیز قادرند با در نظر داشتن اهمیت این پیاده‌راه، امور زیر را در هر چه بهتر انجام پذیرفتن این پروژه مد نظر قرار دهند:
- مشارکت ساکنان، کاسبان و مراجعان محدوده در نظرسنجی‌ها و پژوهش‌های میدانی،
- تشکیل کارگروهی متشکل از ذی‌نفعان جهت نظارت بر فرآیند اجرا و روند دستیابی به اهداف پروژه،
- استفاده‌ی حداکثری از پارکینگ‌های موجود در خیابان سعدی، ناصرخسرو و پروانه در حین اجرا،
- استفاده‌ی حداکثری از وسایل حمل و نقل عمومی در زمان اجرا.
- افروزمنش، مهدی (۱۳۸۴). گسترش گفتگو در شهرها. تهران: روزنامه شرق. سال دوم، شماره‌ی ۴۵۳، دوشنبه ۲۹ فروردین.
- الگوی توسعه‌ی منطقه‌ی ۱۲ شهرداری تهران (فروردین ۱۳۸۹). سایت شهرداری تهران. www.tehran.ir
- ایرنمنش، نسیم (۱۳۸۳). فضای شهری، هنراتزاعی، درک عمومی. مجله شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور تهران: سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور، شماره‌ی ۵۹.
- بهاد، داوود (۱۳۸۴). تحلیل نظری سرمایه‌ی اجتماعی در پیشگیری از آسیب‌های اجتماعی. مجموعه مقاله‌های نخستین سمپوزیوم سرمایه‌ی اجتماعی و رفاه اجتماعی. تهران: دانشگاه بهزیستی و توان‌بخشی.
- پاکزاد، جهان‌شاه (۱۳۸۴). راهنمایی طراحی فضاهای شهری در ایران. تهران: شرکت طرح و نشر پیام سیما.
- پیاده‌راه تجلی‌گاه زندگی شهری (تیر ۱۳۸۸). سایت سه شهرساز. www.3shahrsaz.com
- تولایی، نوین و شریفیان‌ثانی، مریم (۱۳۸۴). نقش سرمایه‌ی اجتماعی در برنامه‌ریزی برای رفاه اجتماعی. مجموعه مقاله‌های نخستین سمپوزیوم سرمایه‌ی اجتماعی و رفاه اجتماعی. تهران: دانشگاه بهزیستی و توان‌بخشی.
- تومه، آربل (۱۳۷۳). مشکلات حرکت در محیط شهری. ترجمه‌ی..... مجله‌ی آبادی. تهران: وزارت راه و شهرسازی. شماره‌ی ۱۴.

- دکتر مطالعات اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران.
- فلاح، محمدصادق (۱۳۸۵). مفهوم مکان و عوامل شکل‌دهنده‌ی آن. نشریه هنرهای زیبا. تهران: دانشکده هنرهای زیبا، دانشگاه تهران. شماره‌ی ۲۶.
- مدنی‌پور، علی (۱۳۸۴). طراحی فضای شهری (نگرشی بر فرایند اجتماعی مکانی). ترجمه‌ی فرهاد مرتضایی. تهران: شرکت پردازش و برنامه‌ریزی شهری. چاپ دوم.
- مرتون، رابرت. کی (۱۳۷۶). مشکلات اجتماعی و نظریه‌ی جامعه‌شناختی. ترجمه‌ی نوین تولایی. تهران: انتشارات امیرکبیر.
- ملکی، عباس (۱۳۸۵). برنامه‌ریزی مبتنی بر سناریو: راهی برای کم کردن آفات تصمیم‌گیری. نشریه-ی راهبرد یاس، شماره‌ی ۸۵.
- محمدزاده، رحمت و فلاح‌نژاد، حسین (۱۳۸۸). بررسی تطبیقی توسعه فضاهای پیاده بازار قدیم و خیابان پیاده تربیت شهر تبریز. نشریه‌ی هنرهای زیبا. تهران: موسسه‌ی انتشارات و چاپ دانشگاه تهران. شماره‌ی ۳۸.
- مطلبی، قاسم (۱۳۸۰). روانشناسی محیطی دانشی نو در خدمت معماری و طراحی شهری. نشریه‌ی هنرهای زیبا. تهران: دانشکده هنرهای زیبا، دانشگاه تهران. شماره‌ی ۱۰.
- میرزایی، خلیل (۱۳۸۸). پژوهش، پژوهش‌گری و پژوهش‌نامه‌نویسی. جلد اول. تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.
- Madanipour, Ali (2007). Why do we need investing in public space?. Newcastle university.
- جیکوب، جین (۱۳۸۴). پیاده‌رو و کارکردهای آن. ترجمه مسعود قاسمیان. فصلنامه اندیشه ایرانشهر. تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی. شماره‌ی سوم.
- حسام، فرحناز (۱۳۸۰). حوزه عمومی و تجلی آن در کالبد شهر. مجله شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور تهران: سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور، شماره‌ی ۳۰.
- حسینیون، سولماز (۱۳۸۳). مقدمه‌ای بر طراحی پیاده راه‌ها. مجله شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور تهران: سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور، شماره‌ی ۶۱. سال ششم.
- خاتم، اعظم (۱۳۸۴). حوزه همگانی و فضاهای عمومی در ایران. تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی. مجله اندیشه ایرانشهر، شماره‌ی ۳.
- رحیمی، طاهره (۱۳۸۵). طرح جامع تهران، فضاهای عمومی را ندید. پایگاه اطلاع‌رسانی شهرسازی و معماری.
- شکویی، حسین و تبریزی، جلال (۱۳۸۲). تاثیر نوسازی شهری فن‌گرا بر ایجاد حس لامکانی: مطالعه‌ی موردی پروژه‌ی نواب. مجله‌ی مدرس. تهران: دانشگاه تربیت مدرس. شماره‌ی دوم.
- شماعی، علی و پوراحمد، احد (۱۳۸۴). بهسازی و نوسازی شهر از دیدگاه علم جغرافیا. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- طرح جامع تهران (تیر ۱۳۸۷). سایت شهرداری تهران. www.tehran.ir
- فاضلی، محمد. پاک‌سرشت، سلیمان (۱۳۸۸). اولین کارگاه آموزش ارزیابی آثار و پیامدهای اجتماعی سیاست‌ها، برنامه‌ها و طرح‌ها. مجری:

Madanipour, Ali (2010). *Whose Public Space? International case studies in urban design and development*. First published by Routledge.

Madanipour, Ali (2015). *Urban Design and Public Space*, Newcastle University, Newcastle upon Tyne, UK

Archive of SID