



کیفیت فضاهای عمومی در نظام های مختلف شهری (رویکرد اقتصاد سیاسی فضا)

مطالعه موردی : مرکز تجاری گلستان و پالادیوم

ندا فارسی زاده

دانشجوی دکتری شهرسازی ، دانشگاه آزاد، واحد تهران جنوب
Nd.farsizadeh@gmail.com

چکیده

یکی از چالش‌های مهم شهری امروز تغییر ماهیت فضاهای عمومی به فضاهای اشتراکی است. انحصاری شدن این فضاها باعث محروم ماندن برخی از شهروندان در استفاده از آن‌ها و گرفتن حق انتخاب از گروه‌های کم درآمد شهری است. عدم تنوع افراد و در پی آن ایجاد شکاف طبقاتی یکی از معضلات فضاهای عمومی در شهرهای معاصر است.

از آنجایی که یکی از شاخص‌های کیفیت فضایی برقراری عدالت و همه‌شمولی آن هست، و بنا بر نظریه اقتصاد سیاسی هر فضا نمادی از یک شیوه تفکر خاص یا عملکردی از ایدئولوژی نظام اجتماعی - سیاسی است در این پژوهش به بررسی علل پیدایش و سازوکارهای این فضاها در شهر تهران خواهیم پرداخت. برای روشن‌تر شدن موضوع با روش مقایسه‌ای و رویکرد توصیفی - تحلیلی به بررسی و مقایسه دو مرکز تجاری در شهر تهران پرداخته شد و در نهایت راهکارهایی برای رسیدن به عدالت شهری و ارتقا سطح کیفی فضاهای عمومی ارائه شده است. بررسی‌ها نشان داده که مرکز خرید پالادیوم که با فاصله دو دهه از مرکز خرید گلستان ساخته شده، فضایی کاملاً متفاوت را ایجاد کرده است. این فضا، نمونه یک فضای سرمایه‌داری است که مهم‌ترین هدف آن نه ایجاد یک فضایی عمومی برای اقشار مختلف اجتماعی که یک فضای اشتراکی در جهت منافع گروه‌های پر قدرت و بازگشت سرمایه به چرخه تولید است که نتیجه سیاست‌های حاکم در این دوران هست.

واژگان کلیدی: اقتصاد سیاسی فضا - نظام سرمایه‌داری - فضای عمومی شهری - کیفیت فضاهای عمومی - تنوع - اختلاط اجتماعی

مقدمه

برنامه‌ریزی به‌طور روشن یک فعالیت سیاسی محسوب می‌شود که از ایدئولوژی سیاسی مسلط بر جامعه منشأ می‌گیرد. طراحان و برنامه‌ریزان شهری همواره تحت فشار سازمان‌های دولتی و گروه‌های فشار قرار دارند. از این رو هر چشم‌اندازی که در فضای زندگی به وجود می‌آید نمادی از ایدئولوژی سیاسی مسلط بر جامعه هست. هر یک از این فضاها بیانگر میزان و سهم منافع عمومی در ایدئولوژی‌های سیاسی هست. (شکویی، ۱۳۸۶) در واقع بدون درک عمیق فلسفه‌های سیاسی و اقتصادی حاکم بر روش‌های نظم اجتماعی نمی‌توان به ریشه‌یابی فضاها رفت. یکی از چالش‌های مهم شهر تهران امروزه تغییر ماهیت فضاهای عمومی به فضاهای اشتراکی و پایین آمدن سطح کیفی آن‌ها است. در شرح تمایز بین فضای عمومی و فضای اشتراکی مارگارت کوهن در مقاله‌ی نظریه سیاسی و طراحی شهری (۲۰۱۱) چنین بیان می‌کند: ((در یک اجتماع محلی فضا و تسهیلات را با دیگرانی سهیم می‌شویم که شبیه خودمان هستند اما در یک دموکراسی متکثر باید با افرادی که با خودمان تفاوت دارند نیز سهیم شویم)) این وضعیت در کوتاه‌مدت سبب افزایش جداسازی هر چه بیشتر اوقات فراغت افراد و در بلندمدت منجر به حذف یا تنزل مکان‌های عمومی در دست ضعیف و اقشار غیر برخوردار می‌گردد (Young, ۱۹۹۹) شهروندان مالکیت جمعی مجموعه منابعی را دارند که نباید در جهت نفع خصوصی مورد بهره برداری قرار گیرد. در اغلب کشورهای جهان سوم سیاست‌های برنامه‌ریزی همواره طبقات اول و متوسط جامعه به‌ویژه جامعه شهری را مورد حمایت قرار می‌دهد. دلیل روشن این گفته وجود فقر پایداری است که هنوز با اجرای دهها نوع برنامه‌ریزی چهره سیاسی خود را در همه زوایای جامعه جهان سوم گسترش داده است (شکویی، ۱۳۸۶) فضاهای عمومی شهری یکی از جلوه‌های برقراری عدالت شهری و نماد سطح کیفیت زندگی هستند. در حالی که شکوه و عظمت شهر در ظرفیت و توانایی اش در کنار هم آمدن اقشار مختلف در فضاهای باز عمومی و کنش متقابل آنهاست، در فضاهای عمومی ساخته شده در دهه اخیر متأسفانه اختلاط اجتماعی و تنوع لازم دیده نمی‌شود و حذف گروه‌های اجتماعی و ایجاد شکاف طبقاتی از پیامدهای منفی این فضاها است این در حالی است که



فضاهای عمومی در گذشته با ایجاد فضایی سرزنده و حضور همه اقشار اجتماعی، تعاملات شهری را امکان پذیر میکرده است. در بازارهای شهری گذشته بازار نه تنها محل داد و ستد، که مقر پرسه زنی، گپ زدن و فضایی برای گذران اوقات فراغت همه سنین واقشار بوده است. فضاهای صرفا تجاری امروزی به دلیل سازوکارهای خاص آن فقط پذیرای مشتریان خود هستند درحالی که فضای عمومی شهری فضایی همگانی است. این مسایل امروزه در اکثر شهرهای بزرگ ایران و به خصوص تهران موجب شکاف طبقاتی و نابرابری های اجتماعی شده است. با توجه به این نکته که هر توزیع فضایی باید عادلانه باشد مگر عدم تساوی به نفع ضعیف ترین افراد جامعه باشد. بررسی علت این تغییرات و تلاش در جهت رفع چنین مشکلاتی در جامعه امروزی امری الزامی است.

عدالت فضایی و تنوع

دو کتاب (پرسش شهری) مانویل کاستلز ۱۹۷۲ و (شهر و عدالت اجتماعی) دیوید هاروی ۱۹۷۳ از تأثیرگذارترین متون در حوزه عدالت شهری به شمار می روند. در کتاب شهر و عدالت اجتماعی، هاروی به ارائه تحلیل هایی مبتنی بر چگونگی ارتباط فضای شهری و وضعیت اجتماعی شهروندان پرداخته او چنین استدلال می کند که «فضا، عدالت اجتماعی و شهری شدن باید در ارتباط با یکدیگر درک و فهمیده شوند و این امر در متن شناخت شناسی مارکسیستی امکان پذیر است زیرا موجبات مصالحه موضوعات متضاد و مناقشه برانگیز را فراهم می کند» (p. ۱۷۱۹۷۳). مسئله بسیار مهم برای کاستلز و هاروی این است که چگونه روابط میان قدرت ها شامل تعامل میان قدرت دولتی، مالکیت اقتصادی و ساکنان شهر پیامدهای شهری را تحت تأثیر قرار می دهند یا به بیان دیگر روابط فضایی، بی عدالتی را تقویت می نماید. یکی از رویکردهای اصلی در بحث عدالت شهری تنوع است. شایع ترین انتقادات به رویکردهای لیبرال و مارکسیست از نظرگاه فمینیستی و فرهنگی، به بی اعتنایی آن ها نسبت به رسمیت شناختن «دیگران» برمی گردد (Fainstein ۲۰۱۰). مطابق با این تصور، بحث بر سر موضوع عدالت، از توزیع عادلانه به سمت پذیرش افتراق اجتماعی بدون استثنا کردن گروه ها، تغییر شکل می یابد. (Young ۱۹۹۰، p. ۲۳۸).

نظام سرمایه داری و اقتصاد سیاسی

اقتصاد سیاسی را مسامحتا آن بخش از علم اقتصاد دانسته اند که به تجمیم و توزیع سرمایه در جامعه و نقش دولت در این سازوکار می پردازد. (المن دینگر، ۲۰۰۲: ۶۸). اغلب محققین آدام اسمیت را به عنوان بنیان گذار مکتب لیبرالیسم اقتصادی یا سرمایه داری آزاد می شناسند. کارل پولانی نظام بازار را این گونه شرح می دهد: همه نهادها در فرایند تولید به شکل کالا درمی آیند و در بازارها خرید و فروش می شوند این نمادها کار و زمین (طبیعت و محیط زیست) هستند که اگرچه به شکل کالا درمی آیند اما مانند طبیعت تولید نمی شوند یا برای فروش در بازار نیستند مثل کار. او این کالاها را کالاهای موهوم می نامد (پولانی، ۱۹۹۴) نظام بازار پولانی همان نظام سرمایه داری مارکس است. در نظام سرمایه داری مهم ترین هدف بازگشت سرمایه و کالا به چرخه تولید است. هزینه های اجتماعی و زیست محیطی چنین نظامی بسیار زیاد است. پولانی پیامدهای نیولیبرالیسم جدید را افزایش نابرابری، اعلان علنی جنگ طبقاتی و انحطاط محیط زیست می داند. (همان منبع) شهر در تحلیل مارکسیستی، یک محل برای بازتولید نیروی کار یک بازار برای گردش کالاها و تحقق سود و یک مرکز کنترل برای این روابط پیچیده است شیوه سرمایه داری عامل اصلی فقر و جبروی های اجتماعی و در نهایت دو قطبی شدن جامعه هست. (بابک احمدی ۱۳۷۹) مارکس با دیدگاه «ماتریالیسم دیالکتیک» به نظام سرمایه داری نگاه می کند و اعلام می دارد که در این سیستم اقتصادی تغییر در روابط اجتماعی تابعی از تغییر در روابط اقتصادی و ماهیت مالکیت ابزار تولید است که پیوسته در حالت تکامل است. از آنجایی که همه چیز در این نظام تولید می شود هربرت مارکوزه در مورد جوامع سرمایه داری چنین داوری می کند: نظام سرمایه داری بر طرف کننده نیازهای اصیل و واقعی نیست بلکه نیازهای کاذبی را فراهم می کند که خود آفریده است او معتقد است مردم با مصرف گرایی فاسد، کور و برده می شوند اولین فرایند آگاهی کاذب (رسانه ها) را فرایند کودن سازی می نامد (شکویی ۱۳۸۶). دکتر حسین شکویی خصیصه های لیبرالیسم را (به منزله یک فلسفه سیاسی- اقتصادی) را دو مورد بیان می کند: فرد در کانون ارزش ها و آزادی موهبتی که از هر چیز دیگر خواستنی تر است. (فرد مهم تر از جامعه). او معتقد است که در اغلب کشورهای سرمایه داری جهان سوم اقتصاد رقابت آمیز نه تنها آزادی های سیاسی را به همراه نیاورده است بلکه همه آزادی های فردی، اجتماعی و آزادی های مدنی را نیز از مردم سلب کرده است. (شکویی ۱۳۸۶)



از نظر لویی التوسر تولید سه وجه دارد ایدئولوژی، سیاست(دولت) و اقتصاد. واپسین شرط تولید بازتولید شرایط تولید است. و در نظام سرمایه‌داری هر سه این‌ها در جهت بازگشت سرمایه عمل می‌کنند. در نظام سرمایه‌داری ساخت اجتماعی با هدف انباشت و گردش سرمایه در ساخت فضایی مؤثر است.

تحلیل میشل فوکو از فضای دوران نوگرایی بر این امر تأکید دارد که چگونه فضاهای ویژه توسط فناوری‌ها اهداف عملکردی ویژه‌ای دارند. هدف کلی ایجاد مردمی فرمان‌بر (افراد یا تجمعی از افراد) بوده و هست. در تحلیل فوکو از توسعه جوامع نوگرا، قدرت، دانش و فضا در توسعه چشم‌اندازهای فیزیکی به هم پیوسته هستند. فعالیت‌های روزانه چه انفرادی و چه گروهی می‌تواند با ارزش‌ها، هنجارها و معانی «فضای زندگی شده» در تضاد و کشمکش باشد. (پولانی، ۱۹۹۴). سرمایه انحصاری این نظام علل وجودی فضا و شهرهای انحصاری امروزی است.

تغییر ماهیت مراکز خرید و خصوصی‌سازی

عصر طلایی مراکز خرید آمریکا در دهه ۵۰ بود. مراکز خرید به سرعت در همه‌جا ایجاد شدند و این مراکز بزرگ‌تر از قبل و مقیاس عملکردی آن منطقه‌ای بوده است؛ و این ساخت‌وسازها به دلیل حومه‌نشینی مردم و قدرت خرید بی‌سابقه‌ی آن‌ها همراه با مزایای مالیاتی فدرال در جهت تشویق سرمایه‌گذاری در ساخت‌وسازهای تجاری ناشی شده بود. در دهه‌ی ۱۹۷۰ مراکز خرید تا حدودی استاندارد شده بودند و بیشتر آن‌ها دارای دوطبقه، دارای طرح صلیبی و چندین فروشگاه بزرگ بودند. این تغییرات دلیلی بود که علیرغم رکود اقتصادی در این دوره، مالهای منطقه‌ای سرپوشیده رشد کردند. اکثر این مراکز خدمات ویژه‌ای مثل سوپرمارکت داشتند و سایر مغازه‌های خدماتی در محوطه‌ی پارکینگ وجود داشت. در حالیکه مراکز بزرگ و بزرگ‌تر می‌شدند، افراد تمایل داشتند فعالیت‌های مختلفی را به این مراکز اضافه کنند و اصطلاح توسعه مختلط ایجاد شد. این مراکز علاوه بر فروشگاه‌ها شامل اداره، مسکن و خرده‌فروشی بودند و هدفشان ایجاد مرکز خریدی مانند یک شهر کوچک بود، جایی که شما بتوانید در یک مکان زندگی کنید، بخرید و کار کنید. با این حال این ایده‌ها اغلب به اتمام نمی‌رسید. (Kuess, ۲۰۱۶) (در اواخر دهه ۱۹۷۰ و اوایل دهه ۱۹۸۰، حتی برخی از مراکز خرید حومه‌ای نیز به دردرس افتادند. سال‌های رکود، تغییرات جمعیتی و گرایش به سوی فروشگاه‌های بزرگ‌تر به‌ویژه در میان سوپرمارکت‌های زنجیره‌ای، مسائلی را برای مراکز خرید قدیمی‌تر واقع در حوزه‌های کم رونق تر و نیز برای آن دسته از مراکزی که قادر به بسط و گسترش خود نبودند، به وجود آورد بسیاری از مراکز بزرگ‌تر که در محلات بهتری قرار داشتند و درآمد بیشتری کسب می‌کردند. توانستند برخی از قسمت‌های مرکز را تخریب کنند. در دهه ۱۹۹۰، بسیاری از مردم تصور می‌کردند که مال سنتی منطقه‌ای در حال از بین رفتن است زیرا انواع دیگر مانند مراکز قدرت و مراکز آلت بزرگ و بزرگ‌تر شده بودند و بسیاری از مراکز سنتی توسط مراکز جدید و بزرگ‌تر جایگزین شدند. در سال‌های بعدی، عادت‌های خرید، از رفتن به فروشگاه برای خرید برخی از چیزها و بازگشت به خانه تغییر کردند تا ما بتوانیم یک روز کامل را در مرکز خرید بگذرانیم زیرا بسیاری از فروشگاه‌ها، انواع مختلف غذاها و سرگرمی‌ها مانند سینماها، تئاترهای نمایش‌های عمومی و... را دارند. به این قالب جدید، مراکز ترکیبی گفته می‌شود، زیرا ترکیبی از یک مرکز خرید و امکانات تفریحی است؛ بنابراین امروزه در آمریکا و در سراسر جهان، مردم در مراکز خریدی که مثل شهرها است و شهرهایی شبیه به مراکز خرید است خرید کنند. (Gwynn David, ۲۰۰۸).

از طریق خصوصی‌سازی فضای عمومی در مال‌ها تغییراتی رخ داده است، که ممکن است به‌عنوان گذار از «مکان» به «فضا شناخته شود. «مکان» محدودهای است که فرد می‌تواند به هویت خود از طریق رابطه با خصیصه‌های منحصر به فرد محیط و یا «از ملاقات رودر رو شکل دهد با حداقل تأثیرپذیری از مقامات محلی. چنین احساساتی بخشی از جهان بینی فرد و بخشی از هویت خود اوست. اما در مالها، گذار از مکان به فضا با اعمال قدرت که توأمان با تولید امنیت است، شکل گرفته است (کوهن ۲۰۰۴) اعتقاد دارد که ناپدید شدن فضای عمومی ناشی از خصوصی‌سازی آن است. خصوصی‌سازی در مقیاس خرد، فروش دارایی‌های دولتی به افراد یا شرکت‌های خصوصی تعریف می‌شود درحالی‌که فروش مستقیم فضای عمومی، نسبتاً غیرمعمول است. بنابراین این روند به شکل غیرمستقیم اتفاق می‌افتد. مالکیت خصوصی تحت عنوان فضای تجاری مانند مالها و تم مانک‌ها به تدریج جایگزین مکان‌های عمومی مانند میدان‌های شهر می‌شود برخی معتقدند که طراحی مال، مصرف‌کنندگان را جذب و جلب می‌کند، درحالی‌که دیگران ادعا می‌کنند که اختیارات مالها، گروه‌های آسیب‌پذیر را حذف می‌کند و مانع آزادی بیان می‌شود. برای توضیح بیشتر این موضوع می‌توان ادعان داشت که علی‌رغم اینکه برای بسیاری از مردم، مالها راهی را برای خالص شدن از خستگی از طریق سرگرمی و خرید مناسب را فراهم می‌کند، و یک فضای عمومی و اجتماعی امن و آزاد برای مالقات و تعامل با دیگران است (Ng Fan ۲۰۰۲)؛ این‌گونه فضاها اغلب برای کاهش عمومیت فضای عمومی از طریق محدود کردن تعامل اجتماعی، محدود کردن آزادی‌های فردی و حذف جمعیت‌های نامطلوب، موردانتقاد قرار می‌گیرند (Nemeth & Schmidt, ۲۰۱۱). اگرچه برای



توسعه‌دهندگان و مدیران مالها، این مراکز یک سرزمین رؤیایی است که هدف آن نجات شهروندان از مشکلات زندگی روزمره است، اما منتقدان اعتقاد دارند که ادعای توسعه‌دهندگان، چیزی جز یک پوشش ایدئولوژیکی برای تنها هدف واقعی مالها یعنی به دست آوردن منفعت نیست (Salcedo ۲۰۰۳). همچنین تجاری‌سازی و مال سازی فضای عمومی می‌تواند پیامدهای اجتناب‌ناپذیری بر حیات اجتماعی، دموکراسی و آزادی بیان داشته باشد.

روش تحقیق

پژوهش حاضر با هدف علل شکل‌گیری و تحلیل کیفیت فضاهای عمومی شهر تهران در دهه‌های اخیر شکل‌گرفته است به این منظور دو مرکز تجاری مهم گلستان شهرک غرب و پالادیوم که با اختلاف دو دهه شکل‌گرفته‌اند مورد ارزیابی و مقایسه قرار گرفته است. روش به کار گرفته شده در این تحقیق روش مقایسه‌ای با رویکرد توصیفی-تحلیلی است.

مرکز خرید گلستان شهرک غرب

یکی از قدیمی‌ترین مراکز تجاری غرب تهران که باگذشت سال‌ها هنوز اصالت خود را حفظ کرده است این مرکز در سال ۱۳۷۵ با معماری سنتی (استفاده از اجر در نما و داخل مجموعه) بنا شده است. این مرکز خرید دارای دو حیاط غربی و شرقی است که تبدیل به پاتوق بسیاری از جوان‌ها و میان‌سال‌ها شده و در اکثر ساعات روز شلوغ است. در حیاط این مجموعه دکه‌های غذایی متعددی میزبان مشتریان است که می‌توانند برای رفع خستگی سری به آن‌ها بزنند. سرزندگی و اختلاط اجتماعی از ویژگی‌های منحصر به فرد این مجموعه به شمار می‌رود. که حضور همه اقشار را نه فقط برای خرید که برای گذران اوقات فراغت امکان‌پذیر می‌سازد. خرده‌فروشی‌های ارزان در حیاط مجموعه در کنار مغازه‌ها و کافه‌های لوکس این مجموعه، حضور و تعاملات اقشار مختلف اجتماعی و اقتصادی را امکان‌پذیر کرده است. از دیگر ویژگی‌های این مرکز نزدیکی آن به میدان صنعت و تنوع دسترسی به آن با وسایل حمل‌ونقل عمومی و خصوصی است.





مرکز تجاری پالادیوم

نام پالادیوم برگرفته از یکی از عناصر شیمیایی جدول تناوبی و نام فلزی کمیاب و گرانبه است این مرکز در سال ۹۱ در محله زعفرانیه تهران و در بافت مسکونی آن ساخته شد و از همان ابتدا عنوان مدرن ترین و لوکس ترین مرکز تجاری تهران را از آن خود کرد. به طوری که با معماری آیونیک خود درهائش فقط به سوی مشتریان خاص باز شد. بر اساس تحقیقات انجام شده ۵۰ درصد از مشتریان پالادیوم ساکن منطقه یک، ۲۸ درصد آن ها ساکن منطقه دو و سه، ۱۳ درصد آن ها در سایر مناطق تهران و ۹ درصد آن ها خارج از شهر تهران هستند. نکته ای حائز اهمیت این است که مراجعه کنندگان فاصله زمانی محل سکونت تا پالادیوم را با وسیله نقلیه شخصی سنجیده اند. بررسی پاسخها از مجموع ۸۲ نفر مراجعه کننده نشان دهنده آن است که ۵۰ نفر (۶۱٪) فاصله زمانی محل سکونت خود تا پالادیوم را ۲۰ دقیقه اعلام کرده اند. همچنین ۶۶ درصد مراجعین از وسیله نقلیه شخصی استفاده می کنند... فقدان فضاهایی جهت نشستن و گپ زدن از پرسه زنی افراد با اهداف غیر خرید جلوگیری می کند. اختصاص دادن همه مغازه ها به نامناهمای معروف امکان خرید را از بسیاری از اقشار اجتماعی گرفته است. دوری از مراکز حمل و نقل عمومی دسترسی آن را برای شهروندان بدون وسیله نقلیه دشوار کرده است.



مقایسه دو مرکز خرید پالادیوم و گلستان

با توجه به زمان ساخت این دو مرکز به فاصله تقریباً دو دهه و شرایط حاکم بر ساخت آن ها به مقایسه آن ها در قالب جدول زیر می پردازیم.



جدول ۱: مقایسه مرکز خرید پالادیوم و گلستان (نگارنده)

مرکز خرید گلستان	مرکز خرید پالادیوم	
منفعت و برابری همه اقشار اجتماعی	پذیرفتن اختلاف طبقاتی به عنوان یک امر عادی و پذیرفته شده - مصرف گرایی	ایدئولوژی حاکم
دخالت دولت و برنامه ریزی برای ایجاد فضایی چند کارکردی	روابط قدرت - حذف گروه های ضعیف اجتماعی	سیاسی - حقوقی
تولید کالا و خدمات مورد نیاز جامعه حمایت از خرده فروشی ها ایجاد حیات عمومی	بازگشت سرمایه بازتولید شرایط تولید حذف خرده فروشی ها عدم تعبیه فضاهای مجانی	اقتصادی
معماری سستی	معماری برندینگ	معماری
فضای سرزنده عمومی	فضای اشتراکی	فضای ایجاد شده
غالباً ساکنین مناطق ۱ و ۲	از تمام محلات واقشار	تنوع کاربران

جمع بندی

گرانی قیمت زمین در زعفرانیه و نگاه سرمایه داری حاکم در دوران ساخت آن در مقایسه با شرایط حاکم در دهه ۷۰ از جمله مهم ترین عوامل تفاوت این دو مجموعه به شمار می رود. تغییر ماهیت فضاهای شهری نتیجه تغییرات اجتماعی و سیاسی است. همان طور که بیان شد پیامدهای نظام سرمایه داری شکاف طبقاتی و دور شدن از مفهوم عدالت فضایی را به دنبال دارد. در جهت رسیدن به عدالت شهری و در راستای نیل به فضاهایی سرزنده و دارای اختلاط اجتماعی موارد زیر پیشنهاد می شود:

- دخالت دولت در برنامه ریزی و تغییر سیاست ها به نفع گروه های کم درآمد شهری
- حمایت از خرده فروشی ها در مراکز خرید
- ایجاد طیف وسیعی از کاربری ها به منظور حضور همه افراد
- ایجاد فضاهای مجانی جهت نشستن و پرسه زدن
- مکان بابتی فضاهای عمومی در نزدیکی وسایل حمل و نقل عمومی

فهرست مراجع

۱. حسین شکویی : فلسفه های محیطی و مکتب های جغرافیایی، جلد دوم نشر موسسه جغرافیایی و کارتوگرافی گیتاشناسی، چاپ چهارم ۱۳۸۶
۲. منوچهری میاندواب (۱۳۹۸).، رهنمایی : تحلیلی بر فرایند تولید فضای سرمایه داری دولتی در ایران، برنامه ریزی و آمایش فضا، دوره ۲۳، شماره ۱
۳. الکساندر کاتبرت، طراحی شهری و اقتصاد سیاسی فضا ، ترجمه رضا بصیری مژدهی، ناشر تخصصی معماری و شهرسازی، طحان ۱۳۹۴
4. Polanyi,k: The Great Transformation: The Political and Economic Origins of Our Time, United States ۱۹۹۴
5. Harvey,d : Social Justice and the City, University of Georgia Press ۱۹۷۳
6. Alexander R. Cuthbert : THE FORM OF CITIES, Political Economy and Urban Design, blackwell publishing, ۲۰۰۶
7. Fainstein,s : The Just City, International journal of urban sciences, ۲۰۱۴.No.۱
8. Margaret kohn, political theory and Urban design , in "Companion to Urban Design", Edited by Tridib Banerjee & Anastasia Loukaitou-Sideris (pp. ۱۸۶-197), Routledge (۲۰۱۱)



9. Alexander, E. R. The Public Interest in Planning: from legitimation to substantive plan
10. evaluation. London: Thousand Oaks, CA and New Delhi, ۱(۳), ۲۲۶-۲۴۹, ۲۰۰۲.
11. Duckett, Dominic George, McKee, Annie J., Sutherland, Lee-Ann, Kyle, Carol, Boden,
12. Lisa A. Scenario planning as communicative action: Lessons from participatory exercises
13. conducted for the Scottish livestock industry, Technological Forecasting & Social Change ۱۱۴, ۱۳۸-۱۵۱, ۲۰۱۷.
14. Parhizgar, A; klantar ,S; Eftekhari , R; Mousavi, A; Jahromi, Y (۲۰۱۰). The share
15. of cyberspace from Tehran's urban services space and the impact of citizens'
16. characteristics on the use of cyberspace services (Case study: Tehran
17. Municipality's Sixth District), Quarterly Journal of Spatial Planning, Vol. ۱۴, No. ۳, Pp: ۳۶-21.
18. Meshkini, A; Rahimi, H (۲۰۱۴) Analysis of the concepts of space and government in the theory of state and urbanization in Iran, Quarterly Journal of Spatial Planning, Volume ۱۷, Issue ۴, Pp: ۱۱۰-87.
19. Roberts, J. M. (۲۰۰۱). "Realistic spatial abstraction? Marxist observations of a claim within critical realist
20. geography." Progress in Human Geography, ۲۵(4), 545-567