

## تحلیلی بر ماهیت فضای عمومی در پروژه‌های بزرگ‌مقیاس گردشگری شهری بر اساس نظریه «تولید اجتماعی فضا» (مطالعه موردی: شهر تهران)<sup>۱</sup>

احمد پوراحمد<sup>۲</sup> - استاد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه تهران، تهران، ایران

کرامت الله زیاری - استاد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه تهران، تهران، ایران

حسین حاتمی‌نژاد - دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه تهران، تهران، ایران

حسن رضایی‌نیا - دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه تهران، تهران، ایران

پذیرش مقاله: ۱۳۹۷/۰۴/۳۱

دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۱۲/۰۱

### چکیده

یکی از چالش‌های حاکم بر فضاهای عمومی معاصر که پیامدهای آن در سال‌های اخیر، گردشگری شهری را تحت تأثیر قرار داده است، خصوصی‌سازی فضای عمومی است که از بارزترین نمودهای آن، می‌توان به ظهور و توسعه پروژه‌های بزرگ‌مقیاس گردشگری شهری اشاره کرد. در این مقاله باهدف شناخت ویژگی‌های این نوع فضای عمومی و نحوه تولید آن، به مطالعه دو پروژه بزرگ‌مقیاس باغ کتاب تهران و بوستان ولایت پرداخته شد. در این راستا، نظریه تولید اجتماعی فضا به‌عنوان مدل نظری پشتیبان پژوهش، مورد آزمون تجربی قرار گرفت. گردآوری داده‌ها بر اساس روش اسنادی، مشاهده، گفتگو و پرسشگری انجام گردید. نمونه آماری تحقیق شامل اسناد، گزارش‌ها، سخنرانی‌ها و متون موجود در خصوص دو پروژه مذکور و همچنین ۱۰۰ نفر از کاربران فضای عمومی هر سایت بودند. برای تجزیه و تحلیل از روش‌های آماری و روش تحلیل محتوای کیفی بر مبنای نظریه داده بنیاد استفاده شد. نتایج نشان دادند که بازنمایی فضای عمومی در محیط فکری سازندگان پروژه باغ کتاب مبتنی بر سه گفتمان «فضای یاد دهنده»، «ماندگاری پروژه»، «مقیاس انسانی طراحی و معماری» و در پروژه بوستان ولایت شامل «توسعه جنوب شهر»، «کنترل فضای عمومی»، «تفریحی سازی فضای عمومی» و «توجه به ایدئولوژی اسلامی در طراحی فضای عمومی» می‌باشد. این گفتمان‌ها هر کدام به نحوی، منجر به شکل‌گیری، هدایت و کنترل کنش‌های فضایی در این دو پروژه شده‌اند. این کنش‌های فضایی به دلیل داشتن برخی ویژگی‌های منفی، موجب نارضایتی کاربران از تجربه حضور در این فضاها شده و نهایتاً به طرد کاربران و عدم استفاده دائمی و مستمر آن‌ها از فضای عمومی منجر شده‌اند.

**واژه‌های کلیدی:** پروژه بزرگ‌مقیاس، گردشگری شهری، کیفیت فضای عمومی، تولید اجتماعی فضا.

۱. این مقاله برگرفته از رساله دکتری حسن رضایی‌نیا در رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری به راهنمایی اساتید نویسنده اول و دوم و مشاوره نویسنده سوم در دانشکده جغرافیا دانشگاه تهران می‌باشد.

۲. نویسنده مسئول

## مقدمه

تاریخ شهر و ساختار شهری بدون فضای عمومی غیرقابل تصور است (Bagheri, 2013: 12). اکثر نظریه‌پردازان شهری بر این امر متفق‌القول‌اند که فضای عمومی، بُعد کلیدی زندگی شهری است (مدنی پور، ۱۳۸۷: ۱؛ گل، ۱۳۹۲: ۱۰؛ مارکوس و فرانسیس، ۱۳۹۴: ۳؛ پامیر، ۱۳۹۴: ۱). این فضاها فرصت‌هایی برای باهم بودن، اجتماع‌پذیری، تفریح، جشن‌ها و همچنین اعتراض‌ها و تظاهرات فراهم می‌کنند (Johnson & Glover, 2013: 191). از جمله مهم‌ترین کارکردهای فضای عمومی در شهرها، فراغت و تفریح است که موجب پیوند فضای عمومی با گردشگری شهری می‌گردد. اهمیت این کارکرد به حدی است که فضاهای عمومی شهری و کیفیت آن‌ها، از شاخص‌های مهم توسعه گردشگری شهری محسوب می‌شوند (محمدی زاده، ۱۳۹۵: ۹۴؛ ملکیان، ۱۳۹۲: ۵۶؛ Jin, 2011: 4; Johnson, & Glover, 2013: 190; Dahmann et.al, 2010: 431). یکی از چالش‌های حاکم بر فضاهای عمومی معاصر که پیامدهای آن در سال‌های اخیر، گردشگری شهری را نیز تحت تأثیر قرار داده است، خصوصی‌سازی فضای عمومی است که به معنی مالکیت، مدیریت، تأمین مالی و کنترل فضای عمومی توسط بخش خصوصی می‌باشد (Magalhaes & Trigo, 2017: 2; Langstraat & Van Melik, 2013: 429; Aulich & O'Flynn, 2007: 153). علاوه بر چگونگی مدیریت و نگهداری آن، مقررات مربوط به نحوه استفاده از این فضاها را نیز تعیین می‌کند. در واقع آنچه فضاهای عمومی واقعی (مانند خیابان) را از فضاهای عمومی خصوصی شده متمایز می‌کند، دارا بودن سه ویژگی مهم زیر است: (۱) رایگان بودن؛ (۲) نبود محدودیت زمانی در دسترسی به فضا؛ (۳) امکان استفاده تمام گروه‌های اجتماعی از فضا بدون در نظر گرفتن جنسیت، سن، نژاد و فاکتورهای دیگر (Magalhaes & Trigo, 2017: 6). وجود این سه ویژگی در فضاهای عمومی موجب افزایش تعامل اجتماعی بین مردم شده و به شکل‌گیری حیات مدنی و شهروندی منجر می‌شود. در مقابل، فضاهای عمومی خصوصی‌سازی شده اغلب به دلیل محدود کردن تعامل اجتماعی، محدود کردن آزادی‌های فردی و حذف جمعیت‌های نامطلوب که کاهش عمومیت فضای عمومی را در پی دارد، به شدت مورد انتقاد قرار گرفته‌اند (Nemeth, 2011: 5). در همین راستا به اعتقاد بایرز<sup>۱</sup>، اگر محیط فیزیکی یک شهر به گونه‌ای ساخته شود که مانع از تعامل اجتماعی گردد، در این صورت، آن شهر نمی‌تواند شهر سالمی باشد (Byers, 1998: 190). به همین دلیل، سورکین<sup>۲</sup> از خصوصی‌سازی فضای عمومی تحت عنوان «پایان فضای عمومی» نام می‌برد (Sorkin, 1992: 3). ظهور و توسعه پروژه‌های بزرگ‌مقیاس گردشگری شهری، از جمله نمودهای بارز خصوصی‌سازی فضای عمومی در شهرها هستند. این پروژه‌ها که در سال‌های اخیر رشد چشمگیری از نظر تعداد ساخت‌وساز و میزان جذب سرمایه در شهرهای مختلف دنیا داشته‌اند (Dogan & Stupar, 2017: 281; Jäger, 2016: 178; Warnaby & Medway, 2016: 2; Flyvbjerg, 2014: 6; Fainstein, 2008: 768)، طیف گسترده‌ای از کارکردهای اوقات فراغت را در قالب مجتمع‌های تفریحی چندمنظوره، پارک‌های موضوعی (تم پارک‌ها)، مگا مال‌ها و نمایشگاه‌های بین‌المللی ارائه می‌دهند. در شهر تهران نیز همانند سایر کلان‌شهرهای دنیا، این پروژه‌ها با اهداف مختلفی همچون برنامه‌ریزی جهت اوقات فراغت، کاهش تفاوت‌های فضایی شمال و جنوب شهر، ارتقای گردشگری شهری، نوسازی شهری و بازآفرینی بافت‌های فرسوده شهر اجرا شده‌اند. از زمان شکل‌گیری پروژه‌های بزرگ‌مقیاس گردشگری در شهرها، این مراکز همواره از جنبه‌های مختلف، از جمله ناکارآمدی آن‌ها به عنوان فضای عمومی (Ray & Singh, 2014: 1; Lehrer & Laidley, 2008: 786; Bornstein, 2006: 269; Voyce, 2006: 269)، تضاد با منافع عمومی شهروندان (سرخیلی و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۴۱؛ Jäger, 2016: 178; Warnaby & نوری و رفیعیان، ۱۳۹۵: ۱۰۵؛ پورجعفر و همکاران، ۱۳۹۵: ۱؛ رفیعیان و پهلوان، ۱۳۹۴: ۵۱؛

1. Byers  
2. Sorkin

اجتماعی (Wornaby & Medway, 2016: 2; Ozorhon & Ozorhon, 2014: 120; (حاجیان، ۱۳۹۵: ۱؛ Jäger, 2016: 178) و برون راندگی اجتماعی ساکنان محلی (رستگار حسینی، ۱۳۹۵: ۱)، موردنقد قرار گرفته‌اند. دیویس<sup>۱</sup> در تحقیقات خود به این نتیجه رسیده است که خصوصی‌سازی فضای عمومی در پروژه‌های گردشگری، موجب تبدیل گردشگری به یک محصول خصوصی شده است که در خدمت عموم مردم نیست (Davis, 2006: 208). ویس<sup>۲</sup> به مطالعه مراکز خرید بزرگ‌مقیاس سیدنی به‌عنوان فضای عمومی پرداخته است. وی استدلال می‌کند که توسعه مراکز خرید در سیدنی با یک فضای عمومی دموکراتیک همخوانی ندارد. بلکه آنچه توسعه یافته، فضای خصوصی است که تنوع اجتماعی را کاهش داده و هدف آن صرفاً مصرف‌گرایی است نه تعامل اجتماعی. این فضای جدید، با مؤلفه‌های پیشین فضای عمومی، که مبتنی بر برابری و دسترسی آزاد بود، تناقض‌گفتمانی ایجاد نموده و کارکردهای قدیمی فضای عمومی توسط سه گفتمان جدید زیر نابود شده‌اند: (۱) خصوصی‌سازی فضا بر اساس ایده مالکیت سنتی (۲) نئولیبرالیسم و استفاده سوداگرانه از فضا (۳) مصرفی‌سازی و امنیتی‌سازی فضاهای عمومی به این معنی که هر فعالیتی که برای مصرف ضرر دارد باید محدود شود (Voyce, 2006: 284). سیبریسکی<sup>۳</sup> بحث می‌کند که سه جریان عمده در فضای عمومی پروژه‌های بزرگ‌مقیاس و پروژه‌های توسعه مجدد در نیویورک و توکیو به چشم می‌خورد: (۱) افزایش خصوصی‌سازی فضاهای عمومی (۲) افزایش نظارت بر فضاهای عمومی و کنترل دسترسی به آن‌ها برای بهبود امنیت؛ و (۳) استفاده از تم‌های مصنوعی طراحی برای شبیه‌سازی تم پارک‌ها بدون در نظر گرفتن تاریخ و جغرافیای محلی شهرها (Cybriwsky, 1999: 223). آنچه دغدغه این پژوهش را در خصوص پروژه‌های بزرگ‌مقیاس گردشگری شهری شکل می‌دهد، در دو محور قابل تشریح است: نخست اینکه پروژه‌های بزرگ‌مقیاس گردشگری شهری برخلاف تفرجگاه‌های برون شهری که کارکرد صرفاً تفریحی دارند، به دلیل قرارگیری در بافت درونی شهر، به‌عنوان فضای عمومی شهری نیز ایفای نقش می‌کنند. اما در این پروژه‌ها نوعی فضای عمومی خصوصی‌سازی شده به کاربران عرضه می‌شود که ماهیت و ویژگی‌های این نوع فضای عمومی، چالش‌های مرتبط با آن و نحوه تعامل اجتماعی مردم در این فضاها تاکنون به‌خوبی بررسی نشده است. مسئله دوم این است که پروژه‌های بزرگ‌مقیاس گردشگری شهری مانند دیگر پروژه‌های بزرگ‌مقیاس، عمدتاً بر اساس توافق میان ذی‌نفعان کلیدی و سرمایه‌گذاران بزرگ و با همراهی نهادهای دولتی ساخته می‌شوند. بنابراین می‌توان گفت که فرایند تولید این پروژه‌ها به‌صورت یک‌باره، ضرب‌الاجلی، دستوری و از بالا به پایین بوده و بر طبق نتایج پژوهش‌های پیشین، مشارکت مردم در این پروژه‌ها نقش چندانی ندارد (Hall, 1980: 25; Bornstein, 2010: 200; Altshuler & Luberoff, 2003: 125; Flyvbjerg et al, 2003: 5). در واقع ظهور این پروژه‌ها به‌مثابه نوعی تولید فضای شهری، وابسته به قدرت سرمایه‌داری شهری است که هدف آن‌ها در کنار تمام کارکردهای تفریحی و اجتماعی پروژه، در نهایت دستیابی به حداکثر سود از فضا است. سؤالی که مطرح می‌شود این است که آیا فضای عمومی خصوصی‌سازی شده در بطن پروژه‌های بزرگ‌مقیاس گردشگری شهری، دارای پذیرش اجتماعی از طرف مردم هست یا خیر؟ و آیا کاربران از این فضاها رضایت دارند؟

در پاسخ به این دو مسئله، یکی از نظریه‌هایی که قدرت تبیین‌کنندگی بالایی دارد، نظریه تولید اجتماعی فضا است که توسط هانری لوفور<sup>۴</sup> فیلسوف فرانسوی ارائه شد. لوفور معتقد است که دانش اصیل در مورد فضا باید به چگونگی تولید آن بپردازد (ژیلنیتس، ۱۳۹۴: ۷۵). از نظر لوفور، هر فضا، نوعی تولید اجتماعی است. مفهوم واژه «اجتماعی» در این نظریه، نه تنها به روابط اجتماعی بین مردم اشاره دارد؛ بلکه به روابط متقابل بین نهادهای قدرت، مردم، ذی‌نفعان و کاربران فضا نیز دلالت می‌کند. در چهارچوب این نظریه، فضای عمومی نیز به‌مثابه نوعی فرایند و نوعی محصول، تولید

1. Davis  
2. Voyce  
3. Cybriwsky  
4. Henry Lefebvre

می‌شود و این مردم هستند که به فضای عمومی ساخته‌شده توسط برنامه‌ریزان و سرمایه‌گذاران، کارکرد اجتماعی داده و آن را مصرف می‌کنند. بنابراین، برای فهم یک فضای عمومی باید چگونگی تولید آن را بر اساس ارتباط بین ابعاد «فیزیکی»، «ذهنی» و «اجتماعی» آن مطالعه نمود. بدین منظور، لوفور سه مفهوم همبسته پیشنهاد کرده است که عبارت‌اند از: کنش فضایی<sup>۱</sup>، بازنمایی فضا<sup>۲</sup> و فضای بازنمایی<sup>۳</sup>. این ابعاد، به گونه‌ای دیالکتیکی به یکدیگر مرتبط‌اند. در مقاله حاضر، بر اساس این ایده که فضای عمومی نوعی تولید اجتماعی است، نحوه تولید و ویژگی‌های این فضای عمومی خصوصی شده در دو پروژه باغ کتاب تهران و بوستان ولایت به‌عنوان مطالعه موردی تحلیل می‌گردد. مسئله اصلی تحقیق بر اساس ابعاد سه‌گانه نظریه لوفور، به‌صورت سه سؤال مطرح‌شده است:

۱- کنش‌های فضایی موجود در فضای عمومی پروژه‌های مورد مطالعه، دارای چه ویژگی‌هایی است؟  
 ۲- ایده پردازی فضای عمومی در دیدگاه برنامه‌ریزان و سازندگان پروژه‌های مورد مطالعه، حاوی چه گفتمان‌ها و مفاهیمی است؟

۳- تجربه زیسته کاربران از فضاهای عمومی پروژه‌های مورد مطالعه، نشان‌دهنده چه مضامین و واقعیت‌هایی است؟  
 برای انتخاب پروژه‌های مورد مطالعه، از سه معیار مهم شامل موقعیت جغرافیایی پروژه (شمال شهری و جنوب شهری بودن)، مقیاس مکانی پروژه (منطقه‌ای و فرا منطقه‌ای بودن) و نوع کاربری پروژه‌ها (تفریحی چندمنظوره بودن) استفاده گردید.

همچنین ضرورت و اهمیت پژوهش حاضر را می‌توان در سه محور زیر خلاصه کرد:

- ازجمله روش‌های مؤثر بر موفقیت پروژه‌های گردشگری شهری، افزایش کارایی آن‌ها به‌عنوان مکان بروز تعاملات اجتماعی است. زیرا، خصوصی‌سازی فضای عمومی در این پروژه‌ها می‌تواند به افول کارکردهای اجتماعی آن‌ها منجر گردد.
- یکی از زمینه‌های پژوهشی که تاکنون در تحقیقات اوقات فراغت مغفول واقع شده است، توجه به فضاهای عمومی در چهارچوب گردشگری شهری است (Johnson & Glover, 2013: 190). زیرا این دو حوزه پژوهشی، همواره جدا از هم انگاشته شده‌اند. از طرفی، در خصوص پروژه‌های بزرگ‌مقیاس گردشگری شهری و چالش‌های مربوط به فضای عمومی و تعاملات اجتماعی در بطن این پروژه‌ها تاکنون مطالعات اندکی انجام شده است که خلاء مطالعاتی این حوزه به‌ویژه در داخل کشور کاملاً مشهود بوده و انجام تحقیقی با این موضوع را ضروری می‌سازد.
- علاوه بر این سعی شد تا مدل نظری لوفور به‌صورت تجربی آزموده شود. این مدل به دلیل ماهیت فلسفی آن و دشواری‌هایی که در شاخص‌سازی برای آن وجود دارد، تاکنون به‌طور مناسب از نظر تجربی سنجیده نشده بود که این کار جزو نوآوری‌های پژوهش حاضر محسوب می‌شود.

## مبانی نظری

### پروژه‌های بزرگ‌مقیاس

بر اساس تعریف صاحب‌نظران، پروژه‌های بزرگ‌مقیاس پروژه‌هایی هستند که دارای ارزش سرمایه‌گذاری بالای ۱ میلیون دلار بوده و فرایند ساخت آن‌ها چندین سال طول می‌کشد. علاوه بر این، ذی‌نفعان زیادی را در بخش دولتی و خصوصی درگیر خودکرده (Flyvbjerg, 2016: 3) و نیازمند مشارکت گسترده سازندگان آن از نظر منابع مالی، تخصص و

1. Spatial practice  
 2. Representation of space  
 3. Space of Representation

مهارت‌های مختلف هستند (Flyvbjerg, 2007: 579). به‌طور کلی پروژه‌های بزرگ‌مقیاس در چهار گروه دسته‌بندی می‌شوند (Erkul et al, 2016: 705): **پروژه‌های زیرساختی** (سدها، بندرها، راه‌آهن‌ها)، **پروژه‌های استخراج** (مواد معدنی، نفت، گاز)، **پروژه‌های تولیدی** (صنایع نظامی مانند ساخت هواپیماهای جنگی، طرح‌های پتروشیمی، پارک‌های صنعتی) و **پروژه‌های مصرفی** (پروژه‌های گردشگری، مگا مال‌ها و مراکز خرید بزرگ، پارک‌های تفریحی چندمنظوره). پروژه‌های بزرگ‌مقیاس شهری به‌مثابه بزرگ‌ترین طرح‌های توسعه شهری، شامل پروژه‌های منحصربه‌فرد در زمینه‌هایی مانند حمل‌ونقل، تأسیسات تصفیه آب و فاضلاب، نیروگاه‌ها، مراکز فرهنگی و ورزشی می‌باشند (Lehrer & Laidley, 2008:788; Fainstein, 2008:769). همچنین اقدامات گسترده برای بازسازی شهرهای بزرگ از طریق طرح‌های نوسازی شهری، توسعه مجدد مناطق فقیرنشین، احداث مجتمع‌های بزرگ مسکونی و برنامه‌ریزی برای توسعه زمین‌های قهوه‌ای را دربر می‌گیرند (Siemiatycki, 2013:161). این پروژه‌ها، مدلی از توسعه شهری را ارائه می‌دهند که مورد حمایت بسیاری از دولت‌هاست. زیرا با داشتن توان استراتژیک بالقوه، در جهت تحقق اهداف اقتصادی، جذب سرمایه خارجی و باز شکل‌دهی به محله یا شهر اجرا می‌شوند (UNCHS-Habitat, 2004). در واقع به اعتقاد برخی صاحب‌نظران، احداث پروژه‌های بزرگ‌مقیاس شهری، مهم‌ترین استراتژی کلیدی عصر حاضر برای ارتقای جایگاه شهرها در اقتصاد جهانی است (Bornstein, 2010:199). به‌ویژه پس از دهه ۱۹۹۰، با افزایش رقابت شدید در جریان جهانی‌شدن، این پروژه‌ها در بسیاری از کشورها، به‌عنوان ابزار مهمی برای ارتقای وضعیت نظام‌های سیاسی و اقتصادی جهانی به کار گرفته شدند (Jia et al, 2011:817).

پروژه‌های بزرگ‌مقیاس به‌سرعت چشم‌اندازهای جغرافیایی شهرها را تغییر داده و ساختار فضایی آن‌ها را دگرگون می‌کنند (Gellert & Lynch, 2003: 5). این پروژه‌ها را نمی‌توان پروژه‌های معمولی در نظر گرفت. زیرا طرح‌ها و اقدامات آن‌ها فراتر از تجربه و عملکرد قبلی سرمایه‌گذاری، استراتژی بازار و سیاست‌های دولتی بوده و تأثیر اقتصادی کوتاه‌مدت و بلندمدت بر شهر میزبان، جریان گردشگری، تصمیم‌سازان بخش خصوصی و سرمایه‌گذاران دارند (نوری و رفیعیان، ۱۳۹۵: ۱۱۰). آنچه بیش از هر چیز این پروژه‌ها را پیچیده می‌کند، مساحت پروژه و نیاز آن به پهنه‌های وسیعی از زمین است (Follmann, 2015:220). فلاپورگ (۲۰۱۴) پروژه‌های بزرگ‌مقیاس شهری را عمدتاً نتیجه خواست عوامل قدرت و سیاستمداران در عرصه شهری می‌داند. وی توضیح می‌دهد که جذابیت‌های پروژه‌های بزرگ‌مقیاس وابسته به چهار عامل زیر است:

- ۱- **بعد فنی و تکنولوژیکی:** برتری‌ها و جذابیت‌هایی که این پروژه‌ها برای مهندسان و سازندگان آن‌ها دارند و از این طریق دانش مهندسی هر جامعه‌ای محک زده می‌شود.
- ۲- **بعد سیاسی:** به معنای جذابیتی است که اجرای این پروژه‌ها برای سیاستمداران یک کشور دارد. زیرا نوعی مانور نمایش قدرت برای اقدامات ایشان محسوب می‌شود.
- ۳- **بعد اقتصادی:** جذابیت‌هایی است که به دلیل ایجاد فرصت‌های شغلی برای بخش تجاری و شهروندان عادی پدید می‌آید.
- ۴- **بعد زیبایی‌شناختی:** جذابیت‌های بصری غرورآمیزی است که به دلیل طراحی‌های منحصربه‌فرد این پروژه‌ها در نظر شهروندان و گردشگران ایجاد می‌شود (Flyvbjerg, 2014: 8).

### کیفیت فضای عمومی و معیارهای سنجش آن

کیفیت فضای عمومی شهری، چگونگی این فضا برحسب برجسته‌ترین نمودها و حالت‌های آن است که بر فرد و اجتماع

تأثیر می‌گذارد (رفعیان و همکاران، ۱۳۹۱: ۳۶). یک فضای عمومی باکیفیت فضایی است که واجد برخی خصوصیات و ویژگی‌های کالبدی، اجتماعی و معنایی باشد تا بتواند به‌مثابه یک برند تجاری برای بازدیدکنندگان مطرح شود. کیفیت یک فضا یا مکان شامل محیط اجتماعی آن، سنت‌های مدنی، امکانات فرهنگی و فرصت‌های تفریحی آن فضا است (Reilly & Renski, 2008: 13). زمانی می‌توان فضاهای عمومی شهری را باکیفیت ارزیابی کرد که کاربران آن، ادراک خوب و رضایت‌بخشی از آن فضا داشته و آن را متعلق به خود بدانند. تا جایی که از بودن در آن فضا احساس لذت و سرزندگی، امنیت و خودشکوفایی کنند. این کیفیت از طریق شاخص‌های کالبدی- فضایی، فعالیتی- اجتماعی و نمادین فضا حاصل می‌شود (Mehta, 2014: 58). بنابراین می‌توان گفت هر چه میزان کیفیت یک فضای عمومی بالاتر باشد به همان میزان موفق‌تر است.

تاکنون مدل‌های مختلفی برای سنجش کیفیت فضای عمومی ارائه شده است. در این خصوص یان گل<sup>۱</sup> بر فعالیت‌های انسانی تأکید می‌کند. وی انواع فعالیت‌های انسان در فضاهای عمومی را به سه گروه عمده تقسیم نموده و معتقد است که با سنجش این فعالیت‌ها، می‌توان در مورد موفقیت یک فضای عمومی قضاوت کرد (Gehl, 2011: 11). این سه دسته فعالیت عبارت‌اند از:

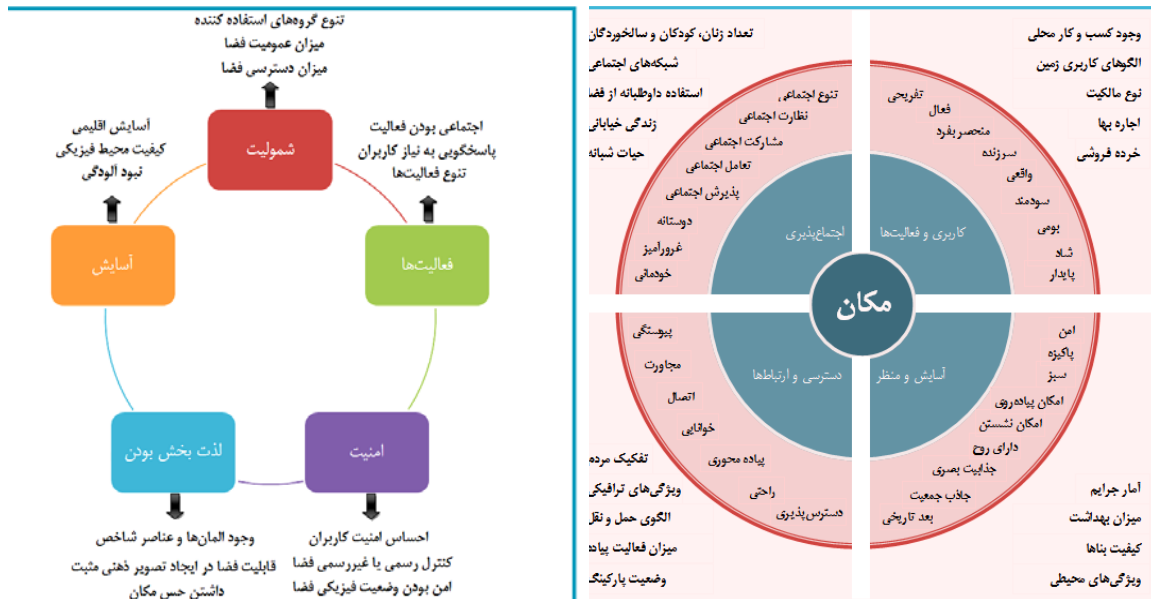
❖ **فعالیت‌های ضروری- کارکردی:** این فعالیت‌ها تحت هر شرایطی و بدون توجه به کیفیت‌های محیط کالبدی رخ می‌دهد، زیرا مردم ناچار به انجام آن‌ها هستند. مثل عبور از فضا، رفتن به مدرسه و محیط کار و...

❖ **فعالیت‌های اختیاری- گزینشی:** این فعالیت‌ها نسبت به کیفیت فضا حساس‌اند و تنها در صورت وجود جذابیت و دعوت‌کنندگی فضا رخ می‌دهند.

❖ **فعالیت‌های اجتماعی:** فعالیت‌هایی که در هنگام حضور مردم در فضا رخ می‌دهند. مثل: نگاه کردن، گوش دادن، مواجهه با دیگران و مشارکت فعال یا غیرفعال در محیط. در همین ارتباط مفهوم سرزندگی مطرح می‌گردد. فضای عمومی سرزنده فضایی است که در آن حضور تعداد قابل‌توجهی از افراد و تنوع آن‌ها (به لحاظ سن و جنس) در گستره زمانی وسیعی از روز که فعالیت‌هایشان عمدتاً به شکل انتخابی یا اجتماعی است به چشم می‌خورد.

از نظر کار<sup>۲</sup> (۱۹۹۲) یک فضای عمومی موفق دارای سه ویژگی زیر است: (۱) پاسخگویی به نیازهای کاربران، (۲) دموکراتیک بودن (۳) مناسب بودن جهت انجام فعالیت‌های اجتماعی. موسسه PPS (پروژه فضاهای عمومی)<sup>۳</sup> با مطالعه ۱۰۰۰ فضای عمومی در شهرهای مختلف دنیا، مدلی با چهار مؤلفه کلیدی شامل: اجتماع‌پذیری، کاربری و فعالیت‌ها، دسترسی و ارتباط‌ها، آسایش و منظر ارائه داده است (PPS, 2009). مهتا<sup>۴</sup> (۲۰۱۴) نیز بر اساس مطالعات کار (۱۹۹۲) و یان گل (۱۹۸۷)، مدلی با پنج مؤلفه اصلی پیشنهاد کرده که عبارت‌اند از: شمولیت، فعالیت‌ها، آسایش، امنیت، و لذت‌بخش بودن (Mehta, 2014: 57). هر دو مدل علاوه بر همپوشانی با یکدیگر، دارای زیرمعیارهای مختلفی برحسب هر مؤلفه هستند که در شکل زیر مشاهده می‌شود:

1. Jan Gehl  
2. Car  
3. Project for Public Spaces  
4. Mehta



شکل شماره ۱. مدل ارزیابی کیفیت فضای عمومی بر اساس مطالعه

PPS

منبع: (PPS, 2009)؛ ترسیم از نگارندگان

مطالعه مهتا

شکل شماره ۲. مدل ارزیابی کیفیت فضای عمومی بر اساس

منبع: (Mehta, 2014: 57-61)؛ ترسیم از نگارندگان

## ابعاد سه‌گانه نظریه تولید اجتماعی فضا

۱- **کنش فضایی:** در نظریه تولید اجتماعی فضا، کنش‌های فضایی شامل ساختارهای مادی فضا و اعمال عادی زندگی روزمره هستند (Lefebvre, 1991: 38). مثال عینی آن، احداث جاده‌ای در یک شهر و عمل پیاده‌روی هرروزه افراد روی این جاده برای رفتن به سرکار می‌ماند (توانا و شفیعی، ۱۳۹۳: ۱۳۶). کنش فضایی از یک طرف ویژگی‌های کمی و کیفی فضای ساخته‌شده را در برمی‌گیرد (Prigge, 2008: 49) و از طرف دیگر، شامل کردارها و اعمالی است که استفاده‌کنندگان از فضا در آن فضا انجام می‌دهند (فکوهی، ۱۳۸۳: ۲۴۰). درواقع، کنش‌های فضایی علاوه بر ویژگی‌های کمی و کیفی فضا، درکی جمعی درباره نحوه استفاده از فضاهای گوناگون و رفتار مناسب را در هر فضا ایجاد می‌کنند. همچنین چگونگی مواجهه فرد با فضاهای گوناگون و با دیگران را در فضا در برمی‌گیرد (فکوهی، ۱۳۸۳: ۲۴۰). از نظر لری‌او‌هین<sup>۱</sup> (۲۰۱۶) کنش فضایی در نظریه لوفور، دارای سه عنصر اصلی است: (۱) فضای فیزیکی و مادی ساخته‌شده؛ (۲) نحوه بازسازی و توسعه مجدد شهری در چهارچوب ساختارهای سرمایه‌داری جدید و قدرت دولتی؛ (۳) روال زندگی روزمره که تابع گفتمان‌های رسمی در مورد استفاده از فضا است. این بعد از فضا به‌طور مستقیم از طریق حواس پنج‌گانه قابل‌درک بوده و به روش تجربی قابل‌اندازه‌گیری است. از این‌رو، فضای درک شده<sup>۲</sup> نامیده می‌شود (Leary-Owhin, 2016: 10). کنش‌های فضایی را در چهارچوب فضاهای عمومی گردشگری، می‌توان بدین‌صورت شناسایی کرد که موضوعات مربوط به اختصاص فضا درون یک فضای تفریحی، ویژگی‌ها و امکاناتی که فضای عمومی در اختیار فرد می‌گذارد، همچون وجود و یا عدم وجود دیوار و نرده، تعداد ورودی‌های فضا، فضاهای مخصوص برای خانواده‌ها، نحوه چینش عناصر فضا، انواع فعالیت‌ها و رفتارهایی که استفاده‌کنندگان در فضا انجام می‌دهند و درنهایت نحوه تعامل اجتماعی مردم با یکدیگر در آن فضا نشان‌دهنده کنش فضایی است.

۲- **بازنمایی فضا:** شامل مفاهیم عقلانی و رسمی از فضا است که برای اهداف مدیریتی، مالی و کنترل فضا استفاده

1. Leary-Ohin  
2. Perceived space

می‌شود (گونوردنا و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۱۳). این بعد از فضا توسط دولت، معماران، مهندسان، شهرسازان و برنامه‌ریزان تصور شده و در قالب ایده‌هایی عرضه می‌گردد. بنابراین، لوفور آن را فضای پنداشته شده<sup>۱</sup> می‌نامد (Leary-Owhin, 2016: 10). بازنمایی‌های فضا به دلیل ماهیت درونی‌شان در سطح گفتمان و کلام ظهور می‌کنند (Shields, 2000: 163). یعنی می‌توانند به شکل نوشتاری یا گفتاری ارائه شوند. در واقع بازنمایی‌های فضا، همان گفتمان‌های موجود برای تولید فضا هستند که در قالب اسناد، نقشه‌ها، اطلاعات تصویری، علامت‌ها، پلان‌های معماری، گزارش‌ها، سخنرانی‌ها، توصیف‌ها، تعریف‌ها و به‌ویژه نظریه‌های علمی فضا ارائه می‌شوند. برای لوفور، این وجه از فضا که بعد ذهنی آن است، غالب‌ترین بخش هر جامعه (یا هر شیوه تولیدی) بوده و نمایانگر قدرت، ایدئولوژی، تفکر و جریان‌های حاکم بر تولید فضاست (Soja, 1989: 81).

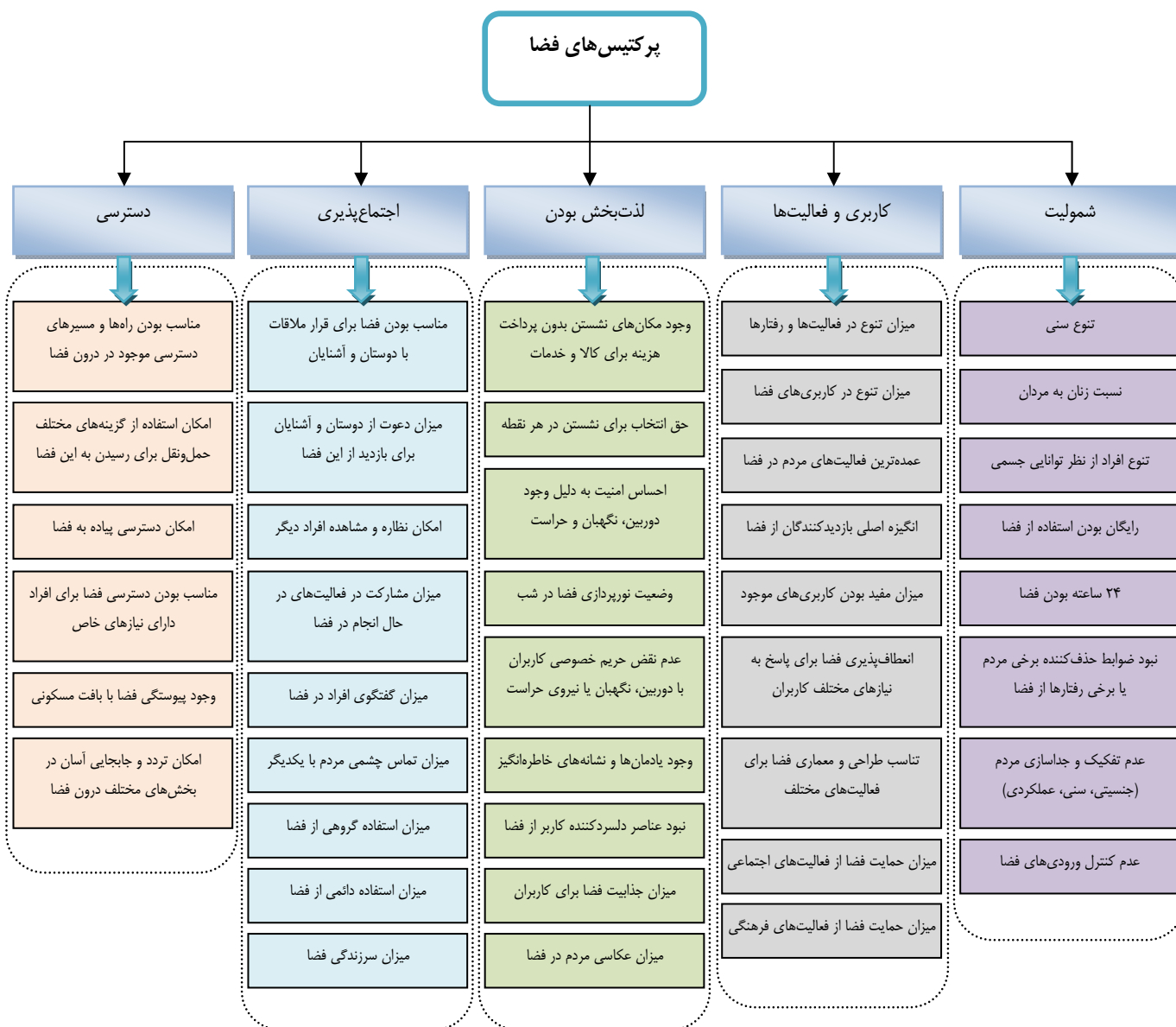
**۳- فضای بازنمایی:** فضاهایی هستند که به‌صورت مستقیم توسط افراد تجربه می‌شوند (گونوردنا و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۱۴). اما این تجربه اغلب به‌صورت منفعلانه بوده و تخیل به دنبال آن است تا آن را تغییر دهد و از آن خود کند. لوفور این فضا را فضای زیست‌شده<sup>۲</sup> می‌نامد. این فضا، فضای فیزیکی را تحت تأثیر قرار داده و سعی دارد آن را در مقابل بازنمایی‌های غالب فضا تغییر دهد (Leary-Owhin, 2016: 10). بنابراین، دارای پتانسیل مقاومت و به چالش کشیدن کنش‌ها و گفتمان‌های رسمی فضا است. فضاهای بازنمایی دارای دو عنصر اصلی هستند: (۱) فضای روزمره شهری که به‌طور مستقیم توسط ساکنان و کاربران آن فضا تجربه شده است. این تجربه نه به‌واسطه مفاهیم بازنمایی شده توسط گفتمان‌های رسمی متولیان فضا، بلکه توسط خاطرات و تصاویر ذهنی خود استفاده‌کنندگان و نمادهای فرهنگی جامعه انجام می‌شود؛ (۲) تفسیرهای احساسی و هنری از فضا توسط شاعران، نویسندگان، نقاشان و هنرمندان دیگر (Leary-Owhin, 2016: 10). این فضا حاوی مفاهیم دوبخشی ذهنی و اجتماعی است. مانند جذب/دفع، ترس/امیل، آشنایی/ناآشنایی، باز/بسته، عمومی/خصوصی، برخوردار/محروم، سنتی/مدرن، شمال/شهر/جنوب/شهر، اقویا/ضعفا. این فضا، بر فضای فیزیکی سنگینی کرده و از عناصر فضای فیزیکی استفاده‌ای نمادین می‌کند. از این‌رو، فضاهای بازنمایی به نظامی از نمادها و نشانه‌های غیرکلامی گرایش دارند (Lefebvre, 1991: 39).

بنابراین در این مدل نظری، فضا هم‌زمان پرکنیسی فضایی (محیط مادی ساخته‌شده)، بازنمایی فضا (مدلی مفهومی که برای هدایت پرکنیسی به کار گرفته می‌شود)، و فضای بازنمایی (رابطه اجتماعی زیست‌شده کاربران با محیط) است. از نظر لوفور عمده نظریه‌های علوم انسانی، تنها به یکی از ابعاد بالا توجه کرده‌اند و بعد سوم نیز اغلب مغفول مانده است. درحالی‌که برای تحلیل فضاهای شهری توجه به این سه بعد و تعامل سه‌تایی آن‌ها با یکدیگر اهمیت بالایی دارد. از این‌رو، مدل مفهومی پژوهش بر اساس این سه بعد شکل گرفته و برای مطالعه فضاهای عمومی در چهارچوب گردشگری شهری، بدین‌صورت تعریف می‌شود:

**بازنمایی‌های فضا:** شامل مفهوم‌پردازی‌های انجام‌شده برای «تولید، کاربرد و نحوه استفاده از فضای عمومی» توسط طراحان و برنامه‌ریزان پروژه‌های مورد مطالعه است. این بخش از مدل، به‌صورت اکتشافی سنجیده شده است.

**کنش‌های فضا:** شامل «ویژگی‌های کمی و کیفی فضای عمومی» و «رفتارها و فعالیت‌هایی که کاربران در این فضاها انجام می‌دهند» است. برای سنجش کنش‌های فضایی، از معیارهای کیفیت فضای عمومی استفاده شد. بدین‌صورت که با تلفیق دو مدل کیفیت فضای عمومی PPS (۲۰۰۹) و کیفیت فضای عمومی مهتا (۲۰۱۴)، سنجه‌های تجربی برای بخش دوم مدل نظری به دست آمد. این سنجه‌ها در قالب ۵ معیار شمولیت، کاربری و فعالیت، لذت‌بخش بودن، اجتماع‌پذیری، و دسترسی تعریف شد که در شکل زیر مشاهده می‌شوند:





شکل شماره ۳. معیارها و متغیرهای سنجش پرکتیس‌های فضای عمومی در مدل نظری لوفور

(منبع: یافته‌های تحقیق بر اساس تلفیق مدل PPS, 2009 – Mehta, 2014)

**فضاهای بازنمایی:** دربرگیرنده «تجارب زیسته کاربران از فضای عمومی» در پروژه‌های مورد مطالعه است. این بخش از مدل، حول تجارب شخصی هر کاربر شکل گرفته و به صورت اکتشافی سنجیده شده است.

### محدوده مورد مطالعه

محدوده مورد مطالعه این پژوهش، باغ کتاب تهران و بوستان ولایت است که به ترتیب در منطقه ۳ و ۱۹ تهران قرار دارند. پروژه باغ کتاب بخشی از کاربری فرهنگی اراضی عباس‌آباد است. این اراضی در سال‌های قبل از انقلاب، قرار بود میزبان پروژه‌ای با عنوان «شهرستان پهلوی» گردند که با پیروزی انقلاب اسلامی، منحل شد. پس از انقلاب، این اراضی به‌عنوان پهنه‌ای سبز با کاربری فرهنگی اجتماعی در طرح جامع اراضی عباس‌آباد تعریف گردید (شرکت نوسازی عباس‌آباد، ۱۳۸۷: ۲۳). در طرح مذکور، تپه‌های عباس‌آباد به تعدادی باغ علم و دانش و فرهنگ و تعداد زیادی بوستان و

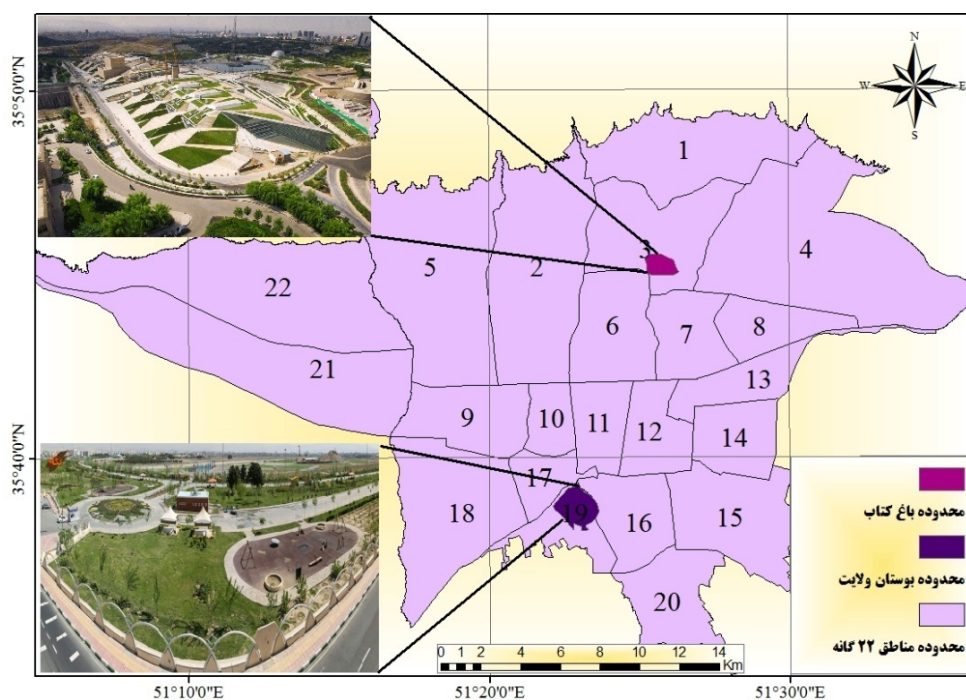
گلستان تقسیم شد که بوستان آب‌و‌آتش و بوستان نوروز از جمله آن‌هاست. باغ کتاب نیز بخشی از این پهنه محسوب می‌شود. از مجموع مساحت این پروژه، ۶٫۵ هکتار آن، ساختمان نمایشگاهی، تالارهای همایش و اداری است و مابقی آن را فضای سبز و یک دریاچه مصنوعی تشکیل می‌دهد.

بوستان ولایت نیز از جمله پروژه‌های نوسازی شهری است که در جنوب غربی تهران و در محل قبلی فرودگاه قلعه مرغی ساخته شده است. این بوستان دارای ۳۰۰ هکتار وسعت و امکاناتی از قبیل شهرسازی سقف‌دار، پیست دوچرخه‌سواری و موتورسواری می‌باشد. بخشی از فضای بوستان با عنوان شهربانو به صورت فضاهای ویژه زنان با ممنوعیت ورود مردان طراحی شده است. شهربانو شامل سالن آرایشگاه، باشگاه ورزشی، پیست دوچرخه‌سواری، کافی‌شاپ و کتابخانه نیز می‌باشد (دانشنامه آزاد ویکی‌پدیا، ۱۳۹۶). هم‌اکنون فاز اول این بوستان به وسعت ۶۰ هکتار به بهره‌برداری رسیده و سایر فازهای آن در حال تکمیل است. احداث شهربانو به وسعت ۱۶ هکتار، شهرسازی به وسعت ۷ هکتار و شهر ورزش به وسعت ۳۳ هکتار در فاز اول این پروژه پیش‌بینی شده بود که هم‌اکنون افتتاح شده است. جدول زیر خلاصه‌ای از مشخصات این دو پروژه را نشان می‌دهد.

جدول شماره ۱. مشخصات پروژه‌های مورد مطالعه

نام پروژه	وسعت	سال بهره‌برداری	نوع مالکیت	کاربری قبلی	کاربری فعلی	منابع سرمایه‌گذاری	هزینه ساخت
باغ کتاب	۱۱ هکتار	۱۳۹۶	خصوصی	بایر، فضای سبز	مرکز خرید و تفریحی	بخش خصوصی و دولتی	۲۸۰ میلیارد تومان (کل)
بوستان ولایت	۳۰۰ هکتار	۱۳۹۰	خصوصی	پادگان و فرودگاه	بوستان تفریحی	بخش دولتی	۱۰۰ میلیارد تومان (فاز ۱)

منبع: وبسایت سازمان بوستان‌ها و فضای سبز شهر تهران (<http://parks.tehran.ir>)؛ وبسایت باغ کتاب (<http://bg.tehran.ir>)



شکل شماره ۴. نقشه موقعیت مکانی پروژه‌های منتخب در شهر تهران

## روش پژوهش

این پژوهش از نوع تحقیقات ارزیابی بوده و رویکرد آن نسبت به مسئله مورد مطالعه، ترکیب رویکرد کمی و کیفی است. برای گردآوری داده‌ها از روش اسنادی و روش‌های پیمایشی شامل مشاهده، گفتگو و پرسشگری استفاده گردید. جامعه آماری پژوهش در دو سطح تعیین شد که سطح یک شامل کاربران فضاهای عمومی هر سایت و سطح دو شامل اسناد، گزارش‌ها، سخنرانی‌ها و متون موجود در خصوص دو پروژه مذکور بودند. برای نمونه‌گیری از گروه اول، ۱۰۰ نفر از کاربران هر سایت به شیوه نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شده و پرسشگری انجام گردید. اما در سطح دوم، فاقد نمونه‌گیری بودیم و تمامی مستندات به‌طور کامل بررسی شدند. از روش «مشاهده» برای سنجش برخی گویه‌های بخش اول و دوم مدل نظری و از روش «گفتگو با ۱۵ نفر از کاربران هر سایت»، جهت سنجش بخش سوم مدل استفاده گردید. روایی پرسشنامه به‌صورت صوری و محتوایی توسط ۵ نفر از اساتید حوزه فضای عمومی مورد تأیید قرار گرفت و پایایی آن بر اساس روش آلفای کرونباخ برابر با ۰.۸۱ تعیین شد که در سطح قابل قبولی بود. در مرحله تجزیه و تحلیل بنا بر ماهیت موضوع، از روش‌های «آمار توصیفی»، «آزمون تی» و «روش تحلیل محتوای کیفی بر اساس نظریه‌پردازی داده بنیاد<sup>۱</sup>» استفاده شد.

تئوری داده بنیاد یک روش‌شناسی «استقرایی» و «اکتشافی» است که به پژوهشگر امکان می‌دهد تا بجای اتکا به تئوری‌های موجود و از پیش تدوین شده، خود به تدوین تئوری و گزاره اقدام نماید. این تئوری‌ها و گزاره‌ها به شکلی نظام‌مند و بر اساس داده‌های واقعی تدوین می‌شوند. واژه گراند در این موضوع نشانگر آن است که هر تئوری و گزاره‌ای که بر اساس این روش تدوین می‌شود بر زمینه‌ای مستند از داده‌های واقعی بنیان نهاده شده است. در واقع گراند تئوری روشی است برای شناخت موضوع یا موضوعاتی که قبلاً در مورد آن‌ها تحقیق جامعی صورت نگرفته و دانش ما در آن زمینه محدود است (استراس و کوربین، ۱۳۹۳: ۱۵). استراس و کوربین برای پیاده‌سازی این روش کیفی، سه فن کدگذاری پیشنهاد داده‌اند که عبارت‌اند از: کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری نظری. در پژوهش حاضر، از روش کدگذاری باز و محوری استفاده شده است.

جدول شماره ۲. مشخصات روش‌شناسی پژوهش

عناصر مدل	منبع گردآوری داده‌ها	روش گردآوری داده‌ها	روش تجزیه و تحلیل
کنش‌های فضایی	✓ محیط فیزیکی پروژه‌ها	● مشاهده	● آمار توصیفی
	✓ ۱۰۰ نفر از کاربران فضاهای عمومی هر سایت	● پرسشنامه ساختارمند	● آمار توصیفی و آزمون تی
بازنمایی‌های فضا	✓ سخنرانی‌های انجام شده در مورد هر دو پروژه	● اسنادی	● تحلیل محتوای کیفی
	✓ مصاحبه‌های بارگذاری شده در فضای نت	● اسنادی	● تحلیل محتوای کیفی
	✓ گزارش‌ها، متون و اسناد موجود در خصوص پروژه‌ها	● اسنادی	● تحلیل محتوای کیفی
	✓ علائم، نمادها و نشانه‌های موجود در فضای پروژه	● مشاهده	● تحلیل محتوای کیفی
	✓ ۱۵ نفر از کاربران فضاهای عمومی هر سایت	● مصاحبه و گفتگو	● تحلیل محتوای کیفی

## بحث و یافته‌ها

### بازنمایی‌های فضا: تحلیل گزاره‌ها و مقوله‌های مفهومی فضای عمومی

نخستین سؤال پژوهش این است که: برنامه‌ریزان و سازندگان پروژه‌های مورد مطالعه، چه نوع فضای عمومی در این پروژه‌ها در نظر داشته‌اند؟ با توجه به اینکه بازنمایی‌های فضا به صورت گفتاری یا نوشتاری هستند، بنابراین از روش

تحلیل محتوای کیفی جهت شناسایی آن‌ها استفاده شد. در این بخش، ابتدا چگونگی شکل‌گیری هر پروژه از منظر ذهنی و عینی بر اساس مدارک و مستندات موجود روایت شده و سپس گزاره‌های مفهومی منتج از دیدگاه سازندگان آن، رمزگشایی و تفسیر می‌شوند. به‌طور خلاصه، فرایند مفهوم‌پردازی تولید فضا در پروژه باغ کتاب تهران را بر اساس بررسی اسناد، گزارش‌ها و به‌ویژه سخنرانی سازندگان آن در «نشست پروژه‌های بزرگ‌مقیاس<sup>۱</sup>» می‌توان بدین صورت روایت کرد: در تفکر سازندگان باغ کتاب، این پروژه به‌عنوان یک مرکز فرهنگی، در مقابل جریان سوداگری املاک و مستغلات که در پی تجاری‌سازی اوقات فراغت هستند، شکل گرفته است. نمود بارز جریان مذکور، ساخت‌وساز شتابان مگا مال‌ها و مراکز خرید در تهران است. این‌گونه استدلال شده است که تجاری‌سازی فضاهای عمومی روزبه‌روز در حال تشدید است و ارائه خدمات تفریحی در مگا مال‌ها به همراه ترویج مصرف‌گرایی و خرید صورت می‌گیرد. در واقع خانواده‌هایی که برای استفاده از امکانات تفریحی به مگا مال‌ها می‌آیند، به دلیل عرضه کالاهای لوکس و گران‌قیمت در ویتترین مغازه‌ها، تشویق به خرید می‌شوند که این مسئله به تدریج باعث حذف اقشار کم‌درآمد از فضاهای عمومی می‌گردد. از طرفی، توجه به تجارب شکست پروژه‌های قبلی در اراضی عباس‌آباد، باعث گردید تا برنامه‌ریزان پروژه باغ کتاب از همان ابتدا، نسبت به پذیرش اجتماعی آن حساس بوده و استراتژی‌های مختلفی را برای جمعیت‌پذیری پروژه به کارگیرند. زیرا سودآوری و صرفه اقتصادی پروژه، در گرو پذیرش اجتماعی آن از طرف مردم است. سازندگان این پروژه با آگاهی از اینکه مردم معمولاً در برابر پروژه‌های بزرگ‌مقیاس دولتی که با تصمیمات از بالا ساخته می‌شوند، مقاومت کرده و پروژه‌های پرهزینه را کم‌مشتري می‌کنند؛ سعی کردند توجه عموم مردم را به این پروژه جلب کنند. بنابراین لازم بود تا بفهمند مردم چه نوع فضایی را برای مصرف می‌خواهند و به چه چیزی نیاز دارند. پس از کش‌وقوس‌های فراوان، این نتیجه به دست آمد که دغدغه کنونی مردم، مسائل آموزشی و تربیتی کودکان و نوجوانانشان است (موسسه تهران، مطالعات کلان‌شهر، ۱۳۹۶). بدین ترتیب پروژه باغ کتاب به‌عنوان یک فضای عمومی با محوریت کتاب برای کودکان و نوجوانان بهره‌برداری شد.

فرایند شکل‌گیری بوستان ولایت نیز چنین بود که این پروژه، حاصل تغییر کاربری زمین فرودگاه قلعه مرغی بوده و به‌عنوان نوعی الگوی توسعه درونی قلمداد می‌شود. این فرودگاه از سال‌ها پیش به‌صورت بایر رها شده بود. به دلیل اثرات نامطلوبی که زمین‌های بیابانی فرودگاه بر ساکنان محله‌های مجاور داشت، بارها طرح تغییر کاربری فرودگاه مطرح شده بود اما به علت عدم توافق نهادهای ذی‌نفوذ در مورد کاربری آن، منتفی شده بود تا اینکه در تاریخ ۱۷ اسفند ۱۳۸۹ زمین این بوستان با فرمان مستقیم رهبری رسماً به تملک شهرداری درآمد و کار ساخت بوستان آغاز شد. فاز اول این بوستان در خردادماه ۱۳۹۰ افتتاح گردید.

مقایسه فرایند تولید فضای عمومی در این دو پروژه حاکی از آن است که برنامه‌ریزان و طراحان پروژه باغ کتاب، کم‌وبیش در مسیر نظریه لوفور حرکت کرده و معتقد بودند این مردم هستند که از نظر اجتماعی، یک فضا را تولید می‌کنند و بایستی طبق خواسته آن‌ها پیش رفت. اما در پروژه بوستان ولایت این دیدگاه کمتر مورد توجه برنامه‌ریزان پروژه بوده و فرض شده است که شهروندان حتماً از این پروژه استقبال خواهند کرد. زیرا گروه‌های هدف در این پروژه، مردم جنوب شهر هستند و با این تصور که مردم جنوب شهر تاکنون از هرگونه امکانات تفریحی محروم بوده‌اند، بنابراین ساخت بوستانی با این عظمت، قطعاً رضایت و استقبال آن‌ها را به همراه خواهد داشت. بنابراین فرایند تولید فضا در پروژه بوستان ولایت آمرانه‌تر و دستوری‌تر از باغ کتاب بود. تحلیل محتوای مستندات موجود در مورد این دو پروژه نیز مؤید ادعای فوق است که در ادامه مشاهده می‌شود:

۱. این سخنرانی در تاریخ ۱۳۹۶/۶/۱۲ توسط موسسه «تهران، مطالعات کلان‌شهر» برگزار شد و در تارنمای <http://www.caoi.ir> قابل‌دسترسی است

جدول شماره ۳. بازنمایی‌های فضای عمومی باغ کتاب تهران بر اساس روش کدگذاری باز

مقوله‌ها	گزاره‌های اصلی
ماندگاری فضا	• باغ کتاب پروژه‌ای برای تمام زمان‌ها است
تجربه‌های نو	• شعار کلیدی پروژه باغ کتاب «کشف کن، تجربه کن یاد بگیر» است
پروژه عظیم علمی فرهنگی	• اینجا بزرگ‌ترین کتابخانه جهان، بزرگ‌ترین پردیس علمی کودک و نوجوان و بزرگ‌ترین گالری هنری کشور است
فضای علمی - تفریحی	• در شهر تهران نوعی فضای عمومی مفرح و خاص می‌خواستیم که مردم در آنجا با کتاب معاشرت کنند
تفریح ارزان قیمت	• ارائه نوعی فضای عمومی فرهنگی - تفریحی خارج از مصرف و خرید مدنظر ما بوده است
محوریت کودک و نوجوان	• باغ کتاب یک فضای عمومی با محوریت کودک و نوجوان است
فضای تعامل اجتماعی	• یک فضای عمومی است که امکان تعامل و گفتگوی کتاب دوستان را فراهم کرده و پاتوق آن‌ها خواهد شد
خانواده محوری	• فضای باغ کتاب فضایی خانواده محور بوده و حضور کودکان به همراه خانواده‌هایشان در موفقیت پروژه مؤثر است
پذیرش اجتماعی	• پروژه‌های بزرگ‌مقیاس همانند مگا مال‌ها که با همراهی نهادهای دولتی ساخته می‌شوند، معمولاً مورد استقبال مردم قرار نمی‌گیرند. اما باغ کتاب یک پروژه فرهنگی است که می‌تواند در خدمت مصرف فرهنگی شهر قرار گیرد
کسب سود	• باغ کتاب، علی‌رغم اینکه یک پروژه فرهنگی است، اما باید از نظر اقتصادی نیز به‌صرفه باشد. اگر یک پروژه فرهنگی موفق به جذب جمعیت شود، ارزش اقتصادی نیز پیدا می‌کند
فضای چندمنظوره	• هویت کارکردی این پروژه رقیق است. بنابراین در صورت تغییر کاربری پروژه، برای کاربری‌های دیگر غیر از کاربری تفریحی و فرهنگی نیز مناسب خواهد بود.
فضای همگانی	• از کانسپت فضای همگانی برای طراحی فضاهای عمومی این مجموعه استفاده شده است
سرزندگی	• سعی کردیم تا یک فضای عمومی شاد، مثبت و دارای امنیت طراحی کنیم
فضاهای بزرگ‌مقیاس	• به طراحی فضاهای عمومی بزرگ‌مقیاس اولویت داده‌ایم. زیرا مردم از چنین فضاهایی بیشتر لذت می‌برند
چشم‌انداز بصری	• استتار و عدم خودنمایی پروژه به دلیل نمایش چشم‌انداز سبز طبیعی منطقه، از مهم‌ترین ویژگی‌های مثبت آن است
پیاده محوری	• کل منطقه پیاده محور است و اتومبیل نباید در آن تردد کند
پیوستگی فضا	• فضایی سیال و ممتد طراحی شده است که با هیچ دیواری محدود نشده باشد
سلسله‌مراتب طراحی فضا	• فرم و سلسله‌مراتب قرارگیری فضاهای عمومی شامل طیفی از فضاهای کاملاً باز تا فضاهای محصور می‌باشد
سهولت دسترسی درونی	• طراحی ساختمان‌ها به گونه‌ای صورت گرفته است که مردم آزادانه بتوانند به تمام اجزای آن دسترسی داشته باشند
الگوی باغ ایرانی	• از باغ‌های سنتی ایرانی در طراحی فضاهای عمومی پروژه الگوبرداری نموده‌ایم
تفکیک عملکردی و سنی	• فضاهای عمومی این مجموعه، برحسب فاکتورهای عملکردی و سنی جداسازی شده‌اند
نمادسازی علمی فرهنگی	• نصب تندیس دانشمندان و چهره‌های علمی و هنری ایران و جهان در محوطه نمایشگاهی به‌صورت شخصیت‌های کارتونی کمک می‌کند تا شناخت کودکان و نوجوانان از مشاهیر بیشتر شود

## جدول شماره ۴. بازنمایی‌های فضای عمومی بوستان ولایت بر اساس روش کدگذاری باز

مقوله‌ها	گزاره‌های اصلی
بزرگ‌ترین بوستان تفریحی	• بوستان ولایت بزرگ‌ترین بوستان خاورمیانه و بزرگ‌ترین پارک تفریحی تهران است
کارکرد تفریحی فراغتی	• هویت این بوستان مجموعه‌ای از عملکردهای تفریحی، اوقات فراغت و تفرجگاهی است
عدالت اجتماعی	• شعار کلیدی بوستان ولایت «تحقق عدالت اجتماعی در جنوب شهر» است
ارتقای جایگاه جنوب شهر	• این بوستان مرکزی برای تولید معرفت، منزلت، ثروت و فرهنگ برای مردم جنوب شهر تهران است
عدالت فضایی	• احداث این بوستان موجب کاهش فاصله جنوب و شمال شهر خواهد شد
تقویت هویت محله‌ای	• احداث این مجموعه موجب افزایش علاقه‌مندی جوانان و ساکنین به محل زندگی خود می‌شود
شمولیت	• بوستانی برای تمام مردم تهران است و در طراحی و ساخت آن، به تمام اقشار مردمی توجه شده است
پاسخ به نیاز محلی ساکنان	• با احداث این بوستان با امکانات متنوع خود، دیگر نیازی نیست ساکنین جنوب تهران برای تفریح به شمال شهر بیایند
ارتقای کیفیت محیطی	• پهنه‌ای که همواره با دیوار بلند خود مسائل روحی و روانی بر ساکنان بافت‌های پیرامونی و کارهای قاچاق و سیاه را در برداشت، اکنون به نقطه‌ای برای حضور سرمایه‌گذاران و ارتقاء سطح کیفی سیمای شهری تبدیل شده است.
مقیاس فرا منطقه‌ای بوستان	• این مجموعه با امکانات تفریحی خود، می‌تواند گردشگران را از مناطق دیگر تهران و حتی خارج از کشور جذب کند
جذب گردشگر از نقاط دور	• احداث غرفه‌های گردشگری موجب علاقه‌مندی سایر اقوام ایرانی و حضور در این مجموعه می‌گردد
منطقه نمونه گردشگری	• با توجه به وسعت و شاخصه‌های عملکردی این بوستان، اولین منطقه نمونه گردشگری در کلان‌شهرها می‌باشد
حضور پذیری	• به جهت افزایش زمان‌های حضور مردم در این بوستان علاوه بر استقرار فضاهای سبز متنوع، مراکز فرهنگی، ورزشی، تفریحی و عرضه محصولات موردنیاز گردشگران نیز انجام می‌شود
المان‌های هویت‌بخش فضا	• میراث تاریخی فرودگاه قلعه مرغی شامل آشیانه‌های پرواز و ساختمان‌های قدیمی حفظ می‌شوند
اشتغال‌زایی محلی	• در این طرح تعداد کثیری از جوانان و بانوان ساکن در مناطق پیرامونی اشتغال خواهند داشت
الگوی توسعه درونی	• این بوستان علاوه بر بزرگی کالبدی و فیزیکی دارای بزرگ‌ترین تأثیرات اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی در سطح شهر خواهد بود و الگوی مناسبی جهت توسعه درونی سایر کلان‌شهرها خواهد شد
تأمین امنیت	• از اثرات منفی این مجموعه بر روی امنیت محله‌های پیرامونی و تبدیل بوستان به یک فضای بی‌دفاع شهری نگرانیم
تعیین ضوابط استفاده از فضای عمومی	• در این پروژه برای اولین بار ضوابط و مقررات اجتماعی و فرهنگی برای کاربری‌های داخل بوستان تهیه شده است تا حداکثر بهره‌وری برای تمامی گروه‌های جنسی، جسمی و سنی ایجاد گردد
تفکیک عملکردی فضا	• پهنه جداگانه‌ای برای هر یک از فضاها (شهربانو، شهربازی، شهر کودک، شهر ورزش) اختصاص داده شده است
تفکیک سنی فضا	• به جهت رعایت اصول اجتماعی و عدم تداخل فرهنگی، فضاهای بازی کودکان و نوجوانان در سایت با توجه به گروه‌های سنی در پهنه‌های مجزا استقرار یافته است
تفکیک جنسیتی فضا	• مجموعه شهربانو با دیوارهای بلند، از سایر قسمت‌های بوستان جدا شده تا بانوان بتوانند به راحتی در این مکان به انجام فعالیت‌های ویژه خود بپردازند
اثرات تفریحی مثبت طرح	• فضاهای شاخص طرح مانند شهربانو، شهر کودک، شهربازی، شهر ورزش و سایر فضاهای بازی و تفریحی مکان مناسبی برای تخلیه روحی و روانی و کاهش اثرات منفی فشار کار و فعالیت روزانه بر روی خانواده‌ها می‌باشد
امکانات تفریحی طرح	• لایه‌های طرح شامل رینگ تفرجگاهی و حرکت، رینگ تندرستی و رینگ آرامش و فراغت با طرح‌های متنوع است
فضای عمومی ایرانی اسلامی	• برای تعریف کاربری‌های داخلی بوستان، از ساختار شهرهای سنتی اسلامی (ارگ، بازار، مسجد) الهام گرفته شده است
فضای مذهبی	• قصد داریم در این بوستان فضایی برای گردآوری چندین هزار نفر با محوریت فضای مذهبی ایجاد کنیم
توجه به آموزه‌های اسلامی	• استفاده از اسامی و صفات خدا در فنس‌های بیرونی مجموعه، نحوه نام‌گذاری بوستان، طراحی شکل سردر ورودی
نمادسازی فرهنگی مذهبی	• با نصب تندیس‌هایی از بزرگان، مشاهیر، هنرمندان، مردان جنگ و مقاومت در محدوده بوستان، موجبات شناخت ارزش‌های بالای مردانگی و جوانمردی ساکنین محلات پیرامون مجموعه به گردشگران فراهم خواهد شد

پس از شناسایی گزاره‌ها و مقوله‌های اصلی، اقدام به دسته‌بندی آن‌ها بر اساس روش کدگذاری محوری گردید. در مجموع فرایند تولید فضای عمومی مبتنی بر ۳ گفتمان در باغ کتاب و ۴ گفتمان در بوستان ولایت بود که در جدول ۵ مشاهده می‌شود. سازندگان باغ کتاب، این پروژه را به صورت «یک فضای تفریحی آموزنده و یاد دهنده»، «فضایی که دارای ماندگاری در طول زمان است» و «فضایی که دارای مقیاس انسانی در طراحی و معماری است»، به تصویر کشیده‌اند. دو گفتمان نخست بیشتر توسط سرمایه‌گذاران و بهره‌برداران، و گفتمان سوم توسط معماران پروژه ارائه شده است. در مورد پروژه بوستان ولایت نیز مهم‌ترین گفتمان مورد تأکید سازندگان آن، «پیشرفت و توسعه جنوب شهر تهران» بود که

بیشترین گزاره‌های مفهومی را داشت. «کنترل فضای عمومی»، «تفریحی سازی فضای عمومی» و «توجه به ایدئولوژی اسلامی در طراحی فضای عمومی» نیز گفتمان‌های مهمی هستند که به بهترین وجهی ماهیت یک فضای عمومی خصوصی شده را در این پروژه نشان می‌دهند.

جدول شماره ۵. گفتمان‌های مهم تولید فضای عمومی در پروژه باغ کتاب و بوستان ولایت بر اساس روش کدگذاری محوری

گفتمان‌های کلیدی	مقوله‌ها
فضای تفریحی آموزنده	<ul style="list-style-type: none"> <li>تجربه‌های نو- پروژه عظیم علمی فرهنگی- فضای علمی تفریحی- تفریح ارزان‌قیمت- محوریت کودک و نوجوان- فضای تعامل اجتماعی- خانواده محوری</li> </ul>
ماندگاری در طول زمان	<ul style="list-style-type: none"> <li>ماندگاری فضا- پذیرش اجتماعی- کسب سود- فضای چندمنظوره</li> </ul>
مقیاس انسانی در طراحی و معماری فضای عمومی	<ul style="list-style-type: none"> <li>فضای همگانی- سرزندگی- فضاهای بزرگ‌مقیاس- چشم‌انداز بصری- پیاده محوری- پیوستگی فضا- سلسله‌مراتب طراحی فضا- سهولت دسترسی درونی- الگوی باغ ایرانی- تفکیک عملکردی و سنی- نمادسازی علمی فرهنگی</li> </ul>
پیشرفت و توسعه جنوب شهر تهران	<ul style="list-style-type: none"> <li>عدالت اجتماعی- عدالت فضایی- ارتقای جایگاه جنوب شهر- تقویت هویت محله‌ای- شمولیت- پاسخ به نیاز محلی- ارتقای کیفیت محیطی- مقیاس فرا منطقه‌ای بوستان- جذب گردشگر از نقاط دور- منطقه نمونه گردشگری- حضور پذیری- امان‌های هویت‌بخش فضا- اشتغال‌زایی محلی- الگوی توسعه درونی</li> </ul>
کنترل فضای عمومی	<ul style="list-style-type: none"> <li>تفکیک عملکردی فضا- تفکیک سنی فضا- تفکیک جنسیتی فضا- تعیین ضوابط استفاده از فضای عمومی- تأمین امنیت</li> </ul>
تفریحی سازی فضای عمومی	<ul style="list-style-type: none"> <li>بزرگ‌ترین بوستان تفریحی- کارکرد تفریحی فراغتی- اثرات تفریحی مثبت طرح- امکانات تفریحی طرح</li> </ul>
توجه به ایدئولوژی اسلامی	<ul style="list-style-type: none"> <li>فضای عمومی ایرانی اسلامی- فضای مذهبی- توجه به آموزه‌های اسلامی- نمادسازی فرهنگی مذهبی</li> </ul>

### کنش‌های فضایی: تحلیل ویژگی‌های فیزیکی، فعالیتی و رفتاری فضای عمومی

بخش دوم مدل نظری، مربوط به کنش‌های فضایی است. این کنش‌ها کیفیت و خصوصیات فضاهای عمومی از نظر فیزیکی، فعالیتی و رفتاری را نشان می‌دهند. کنش‌های فضایی در سطح مادی و فیزیکی هستند و می‌توان آن‌ها را در یک فضای عمومی مشاهده کرد و سنجید. بنابراین، از روش مشاهده مستقیم و پرسشگری از کاربران برای سنجش آن‌ها استفاده شد.

بر پایه اطلاعات پرسشنامه، ۴۲ درصد از پاسخگویان باغ کتاب مرد و ۵۸ درصد مابقی زن هستند. این ترکیب در بوستان ولایت به ترتیب ۵۵ و ۴۵ درصد است. بنابراین نسبت زنان به مردان در باغ کتاب رضایت‌بخش‌تر است. بیشتر کاربران باغ کتاب، گروه سنی زیر ۱۸ سال هستند (۲۴ درصد). گروه‌های سنی ۳۰-۱۸، ۵۰-۳۰، ۶۵-۵۰ و بالاتر از ۶۵ سال نیز به ترتیب ۲۳، ۲۰، ۲۲ و ۱۱ درصد می‌باشند. در مقابل، درصد فراوانی سنی کاربران بوستان ولایت به ترتیب برابر با ۲۲، ۳۵، ۱۹، ۱۴ و ۱۰ است. به این ترتیب گروه ۳۰-۱۸ یعنی جوانان، بیشترین فراوانی را دارند. ۶۳ درصد کاربران باغ کتاب برای اولین بار، ۲۶ درصد برای بار دوم و ۱۱ درصد نیز برای سومین بار است که به این مکان می‌آیند. در حالی که ۴۵ درصد از کاربران بوستان ولایت بیش از چهار بار از این فضا استفاده کرده‌اند که نشان‌دهنده استفاده دائمی و مستمر آن‌ها از فضا است. فراوانی دفعات بازدید اول تا سوم در این بوستان نیز به ترتیب برابر با ۲۹، ۱۴ و ۱۲ درصد است. دسترسی ۴۱ درصد از کاربران باغ کتاب با خودرو شخصی بوده، ۲۸ درصد با مترو، ۱۰ درصد اتوبوس، ۱۶ درصد تاکسی و ۵ درصد نیز پیاده است. بنابراین، اصلی‌ترین روش دسترسی به باغ کتاب، خودرو شخصی می‌باشد. اما کاربران بوستان ولایت از گزینه‌های دسترسی متنوع‌تری استفاده می‌کنند که ۲۵ درصد مترو، ۲۳ درصد خودرو شخصی، ۱۴

درصد اتوبوس، ۸ درصد تاکسی و ۳۰ درصد پیاده می‌باشد. در این میان دسترسی پیاده بیشترین فراوانی را دارد که نقطه قوتی برای این بوستان است. انگیزه بیشتر بازدیدکنندگان باغ کتاب، خرید (۳۸ درصد) و سرگرمی (۳۱ درصد) است. ۱۰ درصد به قصد انجام فعالیت‌های فرهنگی و ۱۵ درصد نیز تحت تأثیر تبلیغات گسترده پروژه و پاسخ به حس کنجکاوی خود به این مکان آمده‌اند. نکته مهم این است که مراجعه بانگیزه تعاملات اجتماعی کمترین فراوانی را دارد (۶ درصد). این وضعیت در مورد بوستان ولایت هم صدق می‌کند و تفریح و سرگرمی با ۵۵ درصد مهم‌ترین دلیل استفاده از این پارک است. اما تعاملات اجتماعی فراوانی بسیار کمتری دارند (۱۵ درصد) که البته این مسئله همسو با چشم‌انداز تعریف‌شده برای این پارک است. همچنین فراوانی فعالیت‌های فرهنگی، خرید و سایر موارد به ترتیب ۱۶، ۵ و ۹ درصد می‌باشد.

جدول شماره ۶. نتایج ارزیابی کنش‌های فضای عمومی در دو پروژه مورد مطالعه

نتیجه	نتایج پرسشنامه*		نتایج مشاهده		گروه‌ها	معیارها
	باغ کتاب	بوستان ولایت	باغ کتاب	بوستان ولایت		
نیله‌ی باغ کتاب در این معیار وضعیت مطلوب‌تری دارد	✓	×	×	×	تنوع سنی	مجموعه: تنوع زنان به مردان تنوع افراد از نظر توانایی‌های جسمی عدم تفکیک و جداسازی (جنسیتی، سنی، عملکردی) عدم کنترل ورودی‌های فضا* نبود ضوابط حذف‌کننده برخی مردم یا برخی رفتارها از فضا* ۲۴ ساعته بودن فضا رایگان بودن استفاده از فضای عمومی
	×	✓	۴۵٪	۵۸٪		
	×	×	۳,۳۰	۲,۴۱		
	×	✓	۲,۳۷	۳,۶۵		
	×	✓	۲,۵۴	۳,۴۵		
	×	✓	۲,۶۴	۳,۲۸		
	✓	✓	-	-		
بوستان ولایت در این معیار وضعیت مطلوب‌تری دارد	✓	×	×	×	تنوع در فعالیت‌ها و رفتارها	گروه: تنوع در کاربری‌های فضا میزان مفید بودن کاربری‌های موجود در فضا انعطاف‌پذیری فضا برای پاسخ به نیازهای مختلف کاربران تناسب طراحی و معماری فضا برای فعالیت‌های مختلف میزان حمایت فضا از فعالیت‌های اجتماعی میزان حمایت فضا از فعالیت‌های فرهنگی
	✓	×	×	×		
	✓	×	۳,۶۶	۳,۲۵		
	✓	×	۲,۶۹	۲,۴۷		
	✓	✓	۳,۷۰	۳,۳۳		
	✓	✓	۳,۳۵	۳,۴۳		
باغ کتاب در این معیار وضعیت مطلوب‌تری دارد	✓	✓	۳,۹۲	۳,۲۵	وجود مکان‌های نشستن بدون پرداخت هزینه برای کالا و خدمات	گروه: داشتن حق انتخاب برای نشستن در هر نقطه احساس امنیت به دلیل وجود دوربین، نگهبان و حراست وضعیت نورپردازی فضا در شب عدم نقض حریم خصوصی کاربران با دوربین، نگهبان یا حراست* وجود یادمان‌ها و نشانه‌های خاطره‌انگیز نبود عناصر دلسردکننده کاربر از فضا* میزان جذابیت فضا برای کاربران میزان عکاسی مردم در فضا
	✓	✓	۳,۸۸	۳,۶۷		
	×	×	۳,۷۱	۳,۷۴		
	×	✓	×	×		
	×	×	۲,۳۰	۲,۷۸		
	✓	✓	۳,۶۷	۳,۳۳		
	×	×	۲,۶۵	۲,۳۷		
	×	✓	۲,۸۳	۳,۸۰		
بوستان ولایت در این معیار وضعیت مطلوب‌تری دارد	×	×	۲,۵۱	۳,۲۶	مناسب بودن فضا برای قرار ملاقات با دوستان و آشنایان	گروه: میزان دعوت از دوستان و آشنایان برای بازدید از این فضا امکان نظاره و مشاهده افراد دیگر میزان مشارکت در فعالیت‌های در حال انجام در فضا میزان گفتگوی افراد در فضا
	×	×	۲,۶۹	۲,۷۹		
	✓	✓	۳,۶۶	۳,۳۵		
	✓	×	۲,۷۳	۲,۵۳		
	✓	✓	۲,۷۵	۲,۷۱		



	✓	✓	۳,۵۴	۳,۴۱	میزان تماس چشمی مردم با یکدیگر	
	✓	×	۳,۴۷	۲,۵۹	میزان استفاده گروهی از فضا	
	-	-	۳,۶۶	۲,۵۴	میزان استفاده مستمر و دائمی از فضا	
	×	×	۲,۵۸	۲,۵۰	میزان سرزندگی فضا	
بوستان ولایت در این معیار وضعیت مطلوب‌تری دارد	✓	×	۳,۸۷	۲,۰۵	مناسب بودن راه‌ها و مسیرهای دسترسی موجود در درون فضا	شماره ۳
	✓	×	۳,۹۵	۲,۰۱	امکان استفاده از گزینه‌های مختلف حمل‌ونقل برای رسیدن به این فضا	
	✓	✓	۲,۷۹	۳,۳۳	امکان دسترسی پیاده به فضا	
	✓	×	۳,۷۵	۱,۹۹	مناسب بودن دسترسی فضا برای افراد دارای نیازهای خاص	
	✓	×	-	-	وجود پیوستگی فضا با بافت‌ها و محله‌های مسکونی	
	✓	✓	۲,۵۹	۲,۲۷	امکان تردد و جابجایی آسان در بخش‌های مختلف درون فضا	

\* به جهت هم مقیاس شدن صورت سؤال‌ها، گویه‌هایی که دارای بار معنایی منفی بودند، به صورت معکوس نوشته شدند

\*\* اعداد درج‌شده در ستون پرسشنامه، مربوط به میانگین پاسخ‌ها بوده که بر مبنای میانگین مقیاس ۳ در طیف ۵ درجه‌ای لیکرت اندازه‌گیری شده است

**شمولیت:** شمولیت به مفهوم دربرگیرندگی است. یعنی تمامی گروه‌های اجتماعی با ویژگی‌های متفاوت جسمی، جنسیتی، قومی، نژادی و فرهنگی بتوانند به‌طور یکسان، از فضای عمومی بهره‌مند شوند. مقایسه متغیرهای این معیار در دو فضای عمومی، نشان‌دهنده نکات قابل توجهی بود. بوستان ولایت در متغیرهای «تنوع سنی» و «تنوع کاربران در توانایی‌های جسمی» رضایت‌بخش‌تر از باغ کتاب ارزیابی گردید. اما «نسبت زنان به مردان» در باغ کتاب بالاتر بود. همان‌طور که واضح است، هرچه میزان زنان و کودکان در یک فضای عمومی بیشتر باشد، آن فضا سرزنده‌تر است. از سوی دیگر، کنترل سفت‌وسخت ورودی‌ها و مرزهای فضا، وجود تفکیک‌های جنسیتی، سنی و عملکردی و اعمال ضوابط حذف‌کننده در بوستان ولایت، شمولیت آن را به‌شدت کاهش داده و این مکان را تبدیل به پارکی برای استفاده‌های محلی و یا استفاده گروه‌های خاصی از شهروندان نموده است. علاوه بر این، هیچ‌یک از دو فضای مطالعه شده، دارای حیات ۲۴ ساعته نیستند و بنابراین، فاصله زیادی با فضاهای عمومی به مفهوم واقعی آن دارند. اما در مجموع، دایره شمولیت باغ کتاب بیشتر از بوستان ولایت است.

**کاربری و فعالیت:** بر طبق مشاهدات صورت گرفته، عمده‌ترین فعالیت مردم در بوستان ولایت، تفریح و سرگرمی و در باغ کتاب، بازدید از بخش‌های نمایشگاهی و خرید بود. با توجه به میانگین پاسخ‌ها، ملاحظه می‌شود که کاربران هر دو سایت، «میزان مفید بودن کاربری‌ها»، «تناسب طراحی و معماری فضا» و «میزان حمایت فضا از فعالیت‌های اجتماعی و فرهنگی» را بالاتر از متوسط و «انعطاف‌پذیری فضا» را کمتر از متوسط دانسته‌اند. در مجموع، میانگین پاسخ‌ها در هر دو سایت نزدیک به هم بود و نشان‌دهنده رضایت از کاربری‌ها و فعالیت‌های موجود است. با این حال نتایج مشاهده میدانی، حاکی از آن است که بوستان ولایت دارای کاربری‌های مفیدتر و فعالیت‌ها و رفتارهای بیشتر و متنوع‌تری است. به‌ویژه نبود امکانات رفاهی از جمله کافه، رستوران و فودکورت، یکی از مشکلات مهم باغ کتاب است که باعث کاهش میزان حضور پذیرایی آن می‌شود.

**لذت‌بخش بودن:** از مهم‌ترین فاکتورهای تضمین‌کننده موفقیت یک فضای عمومی، لذت‌بخش بودن آن برای کاربران است. این مؤلفه، دربرگیرنده معیارهای متنوعی همچون تصویر ذهنی از فضا، حس مکان، آسایش و راحتی، چشم‌انداز بصری و امنیت است. «وجود مکان نشستن بدون پرداخت هزینه»، «داشتن حق انتخاب برای نشستن»، «احساس امنیت» و «وجود یادمان‌های خاطره‌انگیز» مؤلفه‌هایی بودند که در هر دو سایت نمره بالای متوسط و وضعیت مشابه داشتند. نمادهای فضا در باغ کتاب شامل پل طبیعت، گنبد مینا، عناصر باغ‌موزه دفاع مقدس و چشم‌انداز سبز

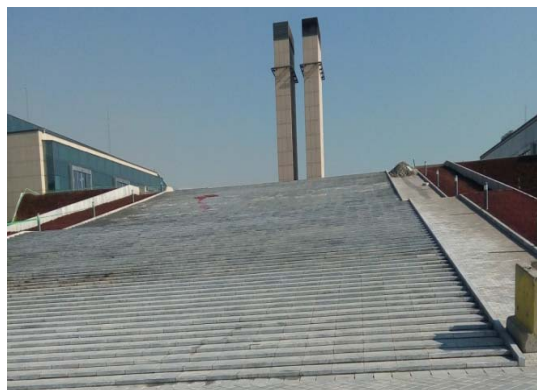
منطقه عباس آباد بوده و در بوستان ولایت شامل میراث فرودگاه قلعه مرغی مانند آشیانه‌های پرواز، ساختمان‌های نظامی و یک تپه مصنوعی است که کنجکاوای بازدیدکنندگان را برای پرسه‌زنی در فضا برمی‌انگیزاند. از جمله موارد منفی که به‌ویژه در بوستان ولایت بیشتر به چشم می‌خورد، «نقض حریم خصوصی کاربران با دوربین، نگهبان یا حراست» و «وجود عناصر دلسردکننده از فضا» است که مورد دوم بیشتر به طراحی و فرم فضاها مربوط می‌شود. هرچند که وجود دوربین و حراست در هر دو فضا موجب افزایش امنیت کاربران نیز شده است. در مجموع، باغ کتاب به علت هم‌جواری با کاربری‌های فرهنگی و گردشگری منطقه عباس آباد و داشتن چشم‌انداز بصری زیبا، لذت‌بخش‌تر از بوستان ولایت به نظر می‌رسد. به طوری که میزان عکاسی مردم در این فضا بیشتر بوده و کاربران نیز آن را جذاب‌تر دانسته‌اند.

**اجتماع‌پذیری:** اجتماع‌پذیری را می‌توان مهم‌ترین ویژگی یک فضای عمومی واقعی دانست. نتایج پرسشگری نشان داد که بوستان ولایت در متغیرهای «میزان استفاده دائمی» و «میزان استفاده گروهی» از فضا، بالاتر از متوسط و باغ کتاب پایین‌تر از متوسط بود. اما از نظر «مناسب بودن فضا برای قرار ملاقات با دوستان و آشنایان» باغ کتاب وضعیت بهتری داشت. در سایر متغیرها هر دو سایت وضعیت یکسانی دارند. یعنی «امکان مشاهده افراد دیگر» و «میزان تماس چشمی مردم» بالاتر از میانگین و «دعوت از دوستان و آشنایان»، «مشارکت در فعالیت‌های در حال انجام»، «میزان گفتگو در فضا» و «میزان سرزندگی فضا» پایین‌تر از میانگین بودند. با این حال، نتایج مشاهدات حاکی از آن بود که اعمال فضایی کاربران بسیار منفعلانه بوده و شامل تعامل اجتماعی بین غریبه‌ها نیست. در فضای عمومی هر دو سایت، به ندرت شاهد گفتگو و فعالیت‌های گروهی هستیم. علاوه بر این، هیچ‌یک از دو فضای مطالعه شده، دارای ویژگی‌های یک فضای سرزنده نیست. در مجموع، فضاهای عمومی این دو سایت گردشگری، اجتماع‌پذیر نیستند. اما در مقام مقایسه، بوستان ولایت دارای شرایط بهتری نسبت به باغ کتاب است.

**دسترسی:** با اتکا به نتایج مشاهده و پرسشگری، می‌توان چنین نتیجه گرفت که بوستان ولایت دارای فاکتورهای دسترسی بهتری نسبت به باغ کتاب است. چنانکه یکی از جدی‌ترین ضعف‌های پروژه باغ کتاب، دسترسی آن می‌باشد. علیرغم اینکه باغ کتاب برای مراجعه بدون خودروی شخصی طراحی شده است، اما کماکان دسترسی بدون خودرو به آن مشکل است. فاصله سایت از ایستگاه‌های مترو نیز نسبتاً زیاد بوده و نیاز به پیمودن مسیری ۲۰ دقیقه‌ای با پای پیاده دارد که به علت نامناسب بودن مسیرها، کاربر را خسته و سردرگم می‌کند. مسیرهای پیاده این سایت به هیچ‌وجه برای گروه‌های خاص مانند معلولان مناسب نیست. وجود پله‌های بسیار، ارتفاع و شیب نامناسب و ابهام در شناسایی مسیرهای منتهی به ورودی‌ها، همگی باعث شده‌اند که بازدید از این فضا بسیار دشوار و خسته‌کننده باشد و انگیزه مراجعه بعدی کاربران را کاهش دهد. در مورد بوستان ولایت هم می‌توان گفت هم‌جواری آن با بزرگراه‌های متعدد و وجود نرده و حفاظ‌های بیرونی مجموعه، دسترسی آسان به این فضا را برای کاربران پیاده مشکل کرده است. همچنین هر دو پروژه از نظر موقعیت مکانی، به صورت پهنه‌های ایزوله و جدا از بافت محلات مسکونی شهر واقع شده‌اند که این مسئله به‌ویژه در مورد باغ کتاب، دشواری دسترسی به این فضا را دوچندان می‌کند.



شکل شماره ۶. هم‌جواری با بزرگراه و وجود حفاظ‌های محدوده‌کننده دسترسی آزاد به بوستان ولایت



شکل شماره ۵. مسیر منتهی به ورودی اصلی باغ کتاب با پله‌های نامناسب و دسترسی دشوار برای افراد کم‌توان

بر اساس نتیجه آزمون تی، از میان ۵ مؤلفه بررسی‌شده، سه مؤلفه شمولیت، کاربری و فعالیت و لذت‌بخش بودن در باغ کتاب بالاتر از مقدار متوسط بود. اما شاخص‌های دسترسی و اجتماع‌پذیری، وضعیت نامطلوبی داشتند. در مقابل بوستان ولایت، به‌استثنای مؤلفه شمولیت، در بقیه معیارها دارای نمره بالاتر از متوسط بود. در مجموع، چنین به نظر می‌رسد که فضای عمومی بوستان ولایت دارای کیفیت بهتر و کنش‌های فضایی مؤثرتری نسبت به باغ کتاب است که از مهم‌ترین دلایل آن، موقعیت مکانی مناسب بوستان و دسترسی نسبتاً آسان است که سایر فاکتورها مانند اجتماع‌پذیری را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد.

جدول شماره ۷. مقایسه مؤلفه‌های کنش فضایی در سایت‌های مورد مطالعه بر اساس نتایج آزمون تی

بوستان ولایت				باغ کتاب				مؤلفه
Sig	T	Test value	Mean	Sig	T	Test value	Mean	
۰,۰۰	-۴,۲۹	۱۲	۱۰,۸۵	۰,۰۰	۳,۳۰	۱۲	۱۲,۷۹	شمولیت
۰,۰۰	۹,۵۴	۱۵	۱۷,۱۶	۰,۰۰	۵,۶۲	۱۵	۱۶,۳۷	کاربری و فعالیت
۰,۰۰	۴,۸۲	۲۴	۲۵,۴۶	۰,۰۰	۷,۸۵	۲۴	۲۶,۶۱	لذت‌بخش بودن
۰,۰۳	۱,۵۸	۲۷	۲۷,۵۹	۰,۰۰	-۳,۱۹	۲۷	۲۵,۷۸	اجتماع‌پذیری
۰,۰۰	۸۱۹	۱۵	۱۶,۹۵	۰,۰۰	-۱۳,۹۵	۱۵	۱۱,۶۵	دسترسی

### فضاهای بازنمایی: تحلیل تجارب شخصی کاربران از حضور در فضای عمومی

بخش سوم مدل نظری لوفور، حاوی تجارب شخصی افراد از حضور در فضاهای عمومی است. همان‌گونه که لوفور می‌گوید، فضاهای بازنمایی، فضای استفاده‌کنندگان و کاربران بوده و وجه ایده‌آلیستی هر فضا است. یعنی آن طوری که باید باشد. همچنین جنبه‌های نمادین و احساسی از فضا را شامل می‌شود. حسی که هر کاربر از حضور در یک فضا تجربه می‌کند، خاص خود او بوده و ممکن است متفاوت از دیگری باشد. اما با کنار هم قرار دادن مفاهیم حسی ارائه‌شده توسط تمام استفاده‌کنندگان، می‌توان به درکی کلی از ماهیت فضای عمومی دست یافت. بنابراین برای تحلیل این بخش، با ۱۵ نفر از کاربران هر سایت که در مرحله پرسشگری مشارکت داشتند و مایل به ارائه اطلاعاتی در این خصوص بودند گفتگو شد. از کاربران خواسته شد تا از تجارب حضور خودشان در این فضا سخن بگویند و اینکه چه احساسی نسبت به این فضا دارند؟ پس از گردآوری پاسخ‌ها و حذف پاسخ‌های تکراری، گزاره‌های مناسب بر اساس روش کدگذاری باز استخراج گردید که در جدول زیر مشاهده می‌شود:

## جدول شماره ۸. فضای بازنمایی شده از نظر کاربران باغ کتاب و بوستان ولایت

مقوله‌ها	مفاهیم	
عدم سرزندگی	اینجا فقط از نظر معماری زیباست. اما خلوت بودن فضا، حس سردی و رخوت به انسان منتقل می‌کند	بصری
دوگانه عظمت/ناتوانی	انسان وقتی وارد این فضا می‌شود احساس کوچکی و ناتوانی در مقابل عظمت معماری فضا می‌کند	
دوگانه طبیعی/مصنوعی	حس می‌کنم معمار این پروژه قصد داشته نوعی شکوه و عظمت مصنوعی از معماری را به فضا تحمیل کند	
فضای طرد	فضای سرد و بی‌روحي است. نمی‌توانم با این فضا ارتباط برقرار کنم	
فضای دفع	دسترسی به این فضا بسیار سخت است. فکر نمی‌کنم دیگر قدم به این فضا بگذارم	
عجیب و منحصر به فرد	مناظر و چشم‌اندازهای محوطه بیرونی فضا، بسیار عجیب و خاص است	
فضای جذاب	دیدن این فضا مرا تشویق کرد تا جاهای تفریحی دیگر در عباس‌آباد مانند پل طبیعت را هم ببینم	
سردرگمی	مسیرهای داخل فضا انسان را سردرگم می‌کند. آدم به راحتی در این فضا گم می‌شود	
فضای فانتری	فضایی بسیار جذاب، اما لوکس و فانتری است. فکر نمی‌کنم بتوانم جمعیت را به طور مستمر جذب کند	
دسترسی نامناسب	فضای مفرح و شادی است. ولی دسترسی‌هایش بد است. کاش این مرکز را اینجا نمی‌ساختند	
نمادسازی مصنوعی	این فضا تماماً نمادسازی‌های مصنوعی است و واقعاً چیزی ندارد.	بصری و حسی
طراحی نامناسب	امکانات فضا این قدر بد جانمایی شده است که کسی نمی‌تواند از آن‌ها استفاده کند.	
اتلاف فضا	من فکر می‌کنم این همه فضا را دارند اینجا تلف می‌کنند. پروژه‌های عباس‌آباد، به مفهوم واقعی هدر دادن فضا است	
دوگانه شمال/ جنوب	کاش این پارک با این وسعت و امکانات در شمال شهر بود. فضاهای عمومی شمال شهر بسیار بهتر هستند	
حس نوستالژیک	فضای بوستان ولایت برای من تداعی‌کننده فرودگاه قلعه مرغی است	
دوگانه امنیت/ناامنی	حس می‌کنم اینجا به شدت توسط حراست و دوربین کنترل می‌شود. به همین دلیل باید مراقب رفتارهایمان باشیم	
حس کنجکاوی	قدم زدن در پارکی که قبلاً فرودگاه و مقر نظامی بوده، مرا کنجکاو می‌کند که در مورد تاریخ این پارک بیشتر بدانم	
دسترسی آزاد	من دوست داشتم اینجا مثل پارک‌های دیگر تهران بود. اگر گیت و نرده و حصار نداشت بهتر بود.	
دوگانه دینی/ غیردینی	این پارک با اندیشه دینی و مذهبی بنا شده است. من با چنین فضاهایی نمی‌توانم ارتباط خوبی برقرار کنم	
فعالیت‌های اجباری	مردم جنوب شهر ناچار از این پارک استفاده می‌کنند. چون پارک دیگری در این منطقه وجود ندارد	
فقدان روح اجتماعی	اینجا فقط در ظاهر شبیه پارک است. بیشتر یک شهر بازی بزرگ است که روح اجتماعی ندارد	
دوگانه زن/ مرد	مخالف تفکیک جنسیتی انجام شده در این پارک هستم. مکان‌هایی مثل شهربانو، زنان را از بدنه جامعه جدا می‌کند	
دوگانه طبیعی/ مصنوعی	اینجا به اندازه کافی سرزنده نیست. چون به صورت مصنوعی تبدیل به پارک شده است	
حس زیبایی‌شناسی	کاش در طراحی فضاهای داخلی و استفاده از گونه‌های فضای سبز سلیقه بیشتری به خرج می‌دادند	
حس مکان	کاش در این پارک، ساختمان‌های قدیمی فرودگاه، برج مراقبت و آشیانه‌های هواپیماها حفظ شوند	

بر اساس نتایج به دست آمده از مصاحبه‌ها، مقوله‌های بازنمایی شده از فضای عمومی در باغ کتاب، آن را فضایی معرفی می‌کند که علیرغم جذابیت بصری و داشتن معماری منحصر به فرد، از طراحی و نمادسازی‌های مصنوعی، دسترسی نامناسب، رخوت و عدم سرزندگی رنج می‌برد. این ویژگی‌ها در نهایت موجب طرد و دفع کاربران از فضا می‌شود و یا لاقابل باعث می‌شود که استفاده مستمر و دائمی از آن صورت نگیرد. در واقع مهم‌ترین چیزی که یک فضای عمومی را زنده و پویا می‌کند، استفاده‌های دائمی از آن است. یعنی باید بتواند در متن زندگی روزمره افراد قرار گیرد و به طور مرتب مصرف شود.

فضاهای بازنمایی شده در بوستان ولایت نیز بیشتر حاوی گزاره‌های دلبخشی مانند شمال شهر/جنوب شهر، مذهبی/غیرمذهبی، ترس/امیل، امنیت/ناامنی، و فضا سازی طبیعی/مصنوعی بود. هرچه این دوگانگی‌ها بیشتر باشد، حاکی از شکاف بین بازنمایی‌های فضا و فضاهای بازنمایی و بیان گر ناراضیتهای کاربران از وضع موجود فضای عمومی است.

به‌طور کلی می‌توان گفت که تجربه کاربران از حضور در فضای این بوستان، تجربه چندان خوشایندی نبوده است. گزاره‌هایی که مؤید این ادعاست عبارت‌اند از:

۱- اجتماع‌پذیری ضعیف: همان‌طور که یان گل می‌گوید انواع فعالیت‌ها در فضا به سه دسته اجباری، اختیاری و اجتماعی تقسیم می‌شوند (Gehl, 2011). فعالیت‌های اجباری به دلیل ضرورت آن و به‌ناچار صورت می‌گیرند. اما فعالیت‌های اجتماعی تنها در صورت وجود دعوت‌کنندگی فضا و حضور واقعی مردم انجام می‌شوند که در خصوص این بوستان، سه گزاره دلالت بر عدم استفاده داوطلبانه از فضا و اجتماع‌پذیری ضعیف آن دارند (فعالیت‌های اجباری، فقدان روح اجتماعی، فضاسازی مصنوعی).

۲- کنترل فضا: کنترل ورودی‌ها، کنترل مرزهای فضا و وجود دوربین و نیروی حراست در داخل فضا علی‌رغم اینکه امنیت بالایی را بر فضای عمومی حاکم می‌کند، اما موجب نقض حریم خصوصی افراد نیز می‌شود (Mehta, 2014). در واقع امنیت پارک در اینجا با ناامنی حریم خصوصی کاربران پیوند خورده است (عدم دسترسی آزاد، دوگانه امنیت/ناامنی).

۳- تفکیک جنسیتی: این بوستان دارای فضایی تفکیک جنسیتی شده است. شهربانو در بخش شمالی بوستان، پهنه‌ای جدا از فضای پارک است که مختص بانوان بوده و هیچ مردی حق ورود به آنجا را ندارد. تفکیک جنسیتی موجب کاهش سرزندگی فضا می‌شود (Mehta, 2014; Gehl, 2011; PPS, 2009).

۴- بار ایدئولوژیک: بوستان ولایت فضایی با بار معنایی ارزشی و ایدئولوژیک متأثر از آموزه‌های اسلامی است. در مواردی که این معانی با شاکله اندیشه‌ها و عقاید برخی کاربران ناهمخوان بوده، منجر به طرد کاربر از فضا شده است.

## نتیجه‌گیری

در سال‌های اخیر نگاه سودمحور به شهر، نهادهای مدیریت شهری را بر آن داشته است تا احداث فضاهای عمومی را در قالب فضاهای عمومی خصوصی شده موردتوجه قرار دهند. بخش عمده‌ای از این فضاها در بطن پروژه‌های بزرگ‌مقیاس گردشگری تولید می‌شوند. بر این اساس، هدف اصلی پژوهش حاضر شناخت ویژگی‌های این نوع فضای عمومی از خلال مطالعه فرایند تولید آن بود. بدین منظور نظریه تولید فضای لوفور به‌عنوان مدل نظری پشتیبان، استفاده گردید. این مدل، از طریق پیوند سه بعد کلیدی یک فضا یعنی بازنمایی‌های فضا، کنش‌های فضایی و فضاهای بازنمایی امکان شناخت جامع آن را فراهم می‌سازد.

این مقاله در بخش بازنمایی‌های فضا، به تحلیل مفهوم‌پردازی‌های مؤثر بر تولید فضای عمومی پرداخت. نتایج نشان داد که فرایند تولید فضای عمومی در پروژه باغ کتاب، متأثر از سه گفتمان کلیدی بود که عبارت‌اند از: «فضای تفریحی آموزنده»، «توجه به ماندگاری پروژه در طول زمان» و «توجه به مقیاس انسانی در طراحی و معماری فضای عمومی». در پروژه بوستان ولایت نیز چهار گفتمان «پیشرفت و توسعه جنوب شهر تهران»، «کنترل فضای عمومی» «تفریحی سازی فضای عمومی» و «توجه به ایدئولوژی اسلامی در طراحی و ساخت بوستان» بر فضای ذهنی سازندگان آن حاکم بود. این گفتمان‌ها هر کدام به نحوی، منجر به شکل‌گیری، هدایت و کنترل کنش‌های فضایی در این دو پروژه شده‌اند.

در این خصوص نتایج بخش دوم مدل، نشان داد که کنش‌های فضایی در پروژه باغ کتاب دارای ویژگی‌های مثبتی همچون بالا بودن نسبت زنان به مردان، چشم‌انداز بصری زیبا، لذت‌بخش بودن، پیاده‌محوری و حمایت بالای فضا از فعالیت‌های اجتماعی و فرهنگی بود. در مقابل می‌توان به ویژگی‌های منفی مانند عدم تنوع گروه‌های اجتماعی، عدم تنوع در کاربری و فعالیت‌ها، انعطاف‌پذیری پایین فضا، وجود عناصر دلسردکننده، عدم استفاده مستمر و گروهی از فضا، دسترسی‌های ضعیف و فقدان حیات ۲۴ ساعته اشاره کرد. کنش‌های فضایی مشاهده‌شده در بوستان ولایت نیز در

زمینه‌هایی مانند تنوع سنی، تنوع کاربری و فعالیت‌ها، مفید بودن کاربری‌ها و دسترسی پیاده‌آرزیابی شد. اما وجود تفکیک‌های جنسیتی، سنی و عملکردی، نقض حریم خصوصی کاربران توسط دوربین و حراست، عدم جذابیت فضا، کنترل بالای فضا و اعمال ضوابط سخت‌گیرانه برای استفاده از فضای عمومی از جمله موارد منفی این پروژه بودند. با این حال بوسان ولایت به دلیل دسترسی مناسب‌تر و قرارگیری در جوار محله‌های مسکونی و همچنین موقعیت جنوب شهری آن با توجه به نیاز مبرمی که به تفریح و اوقات فراغت از طرف ساکنان وجود دارد، به‌طور نسبی موفق‌تر از پروژه باغ کتاب ارزیابی شد.

همچنین با انطباق گفتمان‌های کلیدی بازنمایی فضا و کنش‌های فضایی با بخش سوم مدل یعنی فضاهای بازنمایی، این نتیجه به دست آمد که کاربران در مجموع، از فضای عمومی تولیدشده در این دو پروژه ناراضی‌اند که این نارضایتی شامل مقوله‌هایی مانند اجتماع‌پذیری ضعیف فضا، عدم برقراری ارتباط با فضا، عدم سرزندگی فضا، نارضایتی از کنترل فضا، نارضایتی از تفکیک جنسیتی فضا و عدم سازگاری فضا با عقاید و اندیشه‌های برخی کاربران می‌باشد. در واقع فضاهای بازنمایی نشان‌دهنده گزاره‌هایی بود که موجب دلسردی کاربران از فضا و در نهایت طرد آن‌ها و بی‌میلی به استفاده دائمی از فضای عمومی می‌شود. بنابراین، هر دو فضا، فاصله زیادی تا رسیدن به فضاهای عمومی واقعی دارند. در نهایت بایستی اذعان کرد که پدیده خصوصی‌سازی فضای عمومی، ویژگی‌هایی را در فضا شکل می‌دهد که این ویژگی‌ها موجب از بین رفتن قلمرو عمومی در شهرها می‌گردند. در واقع، فضاهای کاملاً عمومی، کیفیت‌هایی دارند که فضاهای خصوصی شده فاقد آن‌ها هستند. زیرا این‌گونه فضاها در راستای اهداف سرمایه‌گذاران و سازندگان طراحی می‌شوند و با اصول اصلی فضای عمومی به‌عنوان بستری برای شکل‌گیری حیات مدنی با حضور تمامی گروه‌های سنی و جنسی در تضاد هستند.

## منابع

- ۱) استراس، آنسلم و کوربین، جولیت (۱۳۹۳) اصول روش تحقیق کیفی: نظریه مبنایی، رویه‌ها و شیوه‌ها، ترجمه بیوک محمدی، چاپ نخست، تهران: انتشارات پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- ۲) پامیر، سای (۱۳۹۴) آفرینش مرکز شهری سرزنده: اصول طراحی شهری و بازآفرینی، ترجمه مصطفی بهزادفر و امیر شکیبامنش، چاپ چهارم، تهران: انتشارات دانشگاه علم و صنعت ایران.
- ۳) پورجعفر، محمدرضا؛ ناصر مستوفی، انوشیروان؛ نوروزی، فریبا (۱۳۹۵) اثرات ترافیکی مجتمع‌های تجاری بزرگ‌مقیاس (مگا مال‌ها)، اولین همایش بین‌المللی اقتصاد شهری، ۲۹ اردیبهشت‌ماه ۱۳۹۵، انجمن علمی اقتصاد شهری ایران، صص. ۱۷-۱.
- ۴) توانا، سهیل و شفیعی، معصومه (۱۳۹۳) تولید اجتماعی فضا از منظر هانری لوفور، فصلنامه جامعه، فرهنگ و رسانه، بهار ۱۳۹۳، سال ۳، شماره ۱۰، صص. ۱۴۰-۱۳۱.
- ۵) حاجیانی، مهسا (۱۳۹۵) ارزیابی تأثیرات مجموعه‌های بزرگ تجاری بر هویت محله‌ای با رویکرد آینده‌پژوهی (مطالعه موردی: اطلس مال نیاوران)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد شهرسازی، به راهنمایی اسماعیل شیعه، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه علم و صنعت تهران.
- ۶) رستگار حسینی، مسعود (۱۳۹۵) تأثیر پروژه‌های بزرگ‌مقیاس تجاری شهری بر تمایل به برون‌راندگی فضایی-اجتماعی ساکنین پیرامونی (نمونه موردی پروژه مجد مشهد)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد شهرسازی، به راهنمایی مجتبی رفیعیان، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه تربیت مدرس تهران.
- ۷) رفیعیان، مجتبی و پهلوان، سمیه (۱۳۹۴) سنجش و ارزیابی تأثیرات ایجاد ابر پروژه شهری الماس شرق مشهد از دیدگاه نواحی سکونت‌ی پیرامون با مدل Electre، نشریه علمی پژوهشی انجمن علمی معماری و شهرسازی ایران، پاییز و زمستان ۱۳۹۴، سال ۶، شماره ۹، صص. ۶۳-۵۱.

- ۸) رفیعیان، مجتبی؛ تقوایی، علی‌اکبر؛ خادمی، مسعود؛ علی‌پور، روجا (۱۳۹۱) بررسی تطبیقی رویکردهای سنجش کیفیت در طراحی فضاهای عمومی شهری. نشریه علمی- پژوهشی انجمن علمی معماری و شهرسازی ایران، پاییز و زمستان ۱۳۹۱، سال ۳، شماره ۴، صص. ۳۵-۴۳.
- ۹) ژیلنیتس، آندزی (۱۳۹۴) فضا و نظریه اجتماعی، ترجمه محمود شورچه، چاپ نخست، تهران: انتشارات پرهام نقش.
- ۱۰) سرخیلی، الناز؛ رفیعیان، مجتبی؛ تقوایی، علی‌اکبر (۱۳۹۵) بررسی الگوی مدیریت تعارض ذی‌نفعان و ذی‌نفعان در ابر پروژه‌های شهر مشهد. فصلنامه جغرافیا و توسعه، زمستان ۱۳۹۵، سال ۱۴، شماره ۴۵، صص. ۱۴۱-۱۵۸.
- ۱۱) شرکت نوسازی عباس‌آباد (۱۳۸۷) برنامه عملیاتی پنج‌ساله. معاونت هماهنگی و برنامه‌ریزی، سازمان نوسازی شهر تهران.
- ۱۲) فکوهی، ناصر (۱۳۸۳) انسان‌شناسی شهری، چاپ نخست، تهران: نشر نی.
- ۱۳) گل، یان (۱۳۹۲) شهر انسانی، ترجمه علی غفاری و لیلا غفاری، چاپ نخست، تهران: موسسه علم معمار.
- ۱۴) گوناردنا، کانیشکا؛ کیفر، استفان؛ میلگرام، ریچارد؛ اشمید، کریستین (۱۳۹۳) فضا، تفاوت، زندگی روزمره. خوانش هانری لوفور. ترجمه افشین خاکباز و محمد فاضلی، چاپ نخست، تهران: انتشارات تیسرا.
- ۱۵) مارکوس، کلر کوپر و فرانسیس، کارولین (۱۳۹۴) مکان‌های مردمی: راهنمای طراحی فضاهای باز عمومی، ترجمه نغمه مفیدی نژاد، چاپ نخست، مشهد: کتابکده کسری.
- ۱۶) محمدی زاده، نسرين (۱۳۹۵) ارزیابی نقش مؤلفه کیفیت فضای شهری در مطلوبیت محورهای پیاده گردشگری (مطالعه موردی: محور ورودی بازار شهر کرمان)، فصلنامه مطالعات نواحی شهری، تابستان ۱۳۹۵، سال ۳، شماره ۲، صص. ۹۳-۱۱۱.
- ۱۷) مدنی پور، علی (۱۳۸۷) فضاهای عمومی و خصوصی شهر، ترجمه فرشاد نوریان، چاپ نخست، تهران: پردازش و برنامه‌ریزی شهری
- ۱۸) ملکیان، محمود (۱۳۹۲) تبیین نقش فضاهای همگانی در توسعه گردشگری شهری، فصلنامه مطالعات محیطی هفت حصار، پاییز ۱۳۹۲، سال ۲، شماره ۵، صص. ۵۵-۶۳.
- ۱۹) مؤسسه تهران، مطالعات کلان‌شهر (۱۳۹۶) نشست سخنرانی پروژه‌های بزرگ‌مقیاس: باغ کتاب تهران. قابل دسترسی از طریق سایت: <http://www.caoi.ir/en/categories/79-media/events-and-conversation/144>
- ۲۰) نوری، شیوا و رفیعیان، مجتبی (۱۳۹۵) سنجش اثرات کیفی ناشی از اجرای مگا پروژه‌های شهری بر ارتقای اقتصاد محلی (مورد پژوهی: دریاچه شهدای خلیج فارس واقع در منطقه ۲۲ شهر تهران)، صفا، تابستان ۱۳۹۵، سال ۲۶، شماره ۲، صص. ۱۰۵-۱۲۲.
- 21) Altshuler, Alan A. & Luberoff, David. (2003) Mega-projects: The changing politics of urban public investment, New York: Brookings Institution Press.
- 22) Aulich, Chris. & O'Flynn, Janine. (2007) From Public to Private: The Australian Experience of Privatisation, Asia Pacific Journal of Public Administration, Vol.29, No.2, pp. 153-171
- 23) Bagheri, Nazgol. (2013) Modernizing the Public Space: Gender Identity, Multiple Modernity and Space Politics in Tehran, PhD. Dissertation; Kansas City: University of Missouri.
- 24) Bornstein, Lisa. (2010) Mega-projects, city-building and community benefits, City, Culture and Society, Vol.1, No.4, pp. 199-206
- 25) Byers, Jack. (1998) The privatization of downtown public space: The emerging grade-separated city in North America. Journal of Planning Education and Research, Vol.17, No.3, pp.189-205.
- 26) Cybriwsky, Roman. (1999) Changing patterns of urban public: Observations and assessments from the Tokyo and New York metropolitan areas, Cities, Vol.16, No.4, pp. 223-231.
- 27) Dahmanna, Nicholas. & Wolch, Jennifer. & Joassart-Marcelli, Pascale. & Reynolds, Kim. & Jerrett, Michael. (2010) The active city? Disparities in provision of urban public recreation resources, Health & Place, Vol.16, No.3, pp. 431-445
- 28) Dogan, Evinc. & Stupar, Aleksandra. (2017) The limits of growth: A case study of three mega-projects in Istanbul, Cities, Vol.60, No.1, pp. 281-288.
- 29) Doucet, Brian. (2009) Global flagships, local impacts, Proceedings of the Institution of Civil Engineers, Urban Design and Planning, Vol.162, No.3, pp. 101-107.

- 30) Erkula, Mehmet. & Yitmena, Ibrahim. & Çelikb, Tahir. (2016) Stakeholder Engagement in Mega Transport Infrastructure Projects, *Procedia Engineering*, No.161, pp. 704–710.
- 31) Fainstein, Susan. (2008) Mega-Projects in New York, London and Amsterdam, *International Journal of Urban and Regional Research*, Vol.32, No.4, pp.768–785.
- 32) Flyvbjerg, Bent. & Bruzelius, Nils. & Rothengatter, Werner. (2003) *Mega-projects and risk: an anatomy of ambitions*, Cambridge: Cambridge University Press.
- 33) Flyvbjerg, Bent. (2007) Policy and planning for large infrastructure projects: problems, causes, cures, *Environment and Planning B: Planning and Design*, Vol.34, No.34, pp. 578–597.
- 34) Flyvbjerg, Bent. (2014) What you should know about megaprojects and why: An overview, *Project Management Journal*, Vol.45, No.2, pp. 6–19.
- 35) Flyvbjerg, Bent. (2016) Introduction: The Iron Law of Megaproject Management, *The Oxford Handbook of Megaproject management*, Oxford: Oxford press.
- 36) Follmann, Alexander. (2015) Urban mega-projects for a ‘world-class’ riverfront- The interplay of informality, flexibility and exceptionality along the Yamuna in Delhi, India, *Habitat International*, Vol.45, No.3, pp. 213–222.
- 37) Gehl, Jan. (2011) *Life between Buildings: Using Public Space*, London: Island Press.
- 38) Gellert, Paul.K. & Lynch, Barbara.D. (2003) Mega-projects as displacements, *International Social Science Journal*, Vol.55, No.175, pp. 15–25
- 39) Hall, Peter. (1980) *Great planning disasters*, London: Weidenfeld and Nicolson Press.
- 40) <http://dx.doi.org/10.1080/10253866.2016.1231749>
- 41) <https://www.researchgate.net/publication/280726840>
- 42) Jäger, Philipp. Frank. (2016) Where the whole city meets: youth, gender and consumerism in the social space of the MEGA shopping mall in Aktobe, western Kazakhstan, *Journal of Central Asian Survey*, Vol.32, No.2, pp.178–194.
- 43) Jia, Guangshe. & Yang, Fangjun. & Wang, Guangbin. & Hong, Baonan. & You, Rui. (2011) A study of mega project from a perspective of social conflict theory, *International Journal of Project Management*, Vol.29, No.3, pp. 817–827.
- 44) Jin, Xiuming. (2011) *Gender Roles in the Public Sphere: A Study on Chinese Women's Leisure Spaces in Beijing*, Master of Arts thesis, University of Ohio.
- 45) Johnson, Amanda.J. & Glover, Troy.D. (2013) Understanding Urban Public Space in a Leisure Context, *Leisure Sciences: An Interdisciplinary Journal*, Vol.35, No.2, pp.190–197.
- 46) Langstraat, Florian. & Van Melik, Rianne. (2013) Challenging the ‘End of Public Space’: A Comparative Analysis of Publicness in British and Dutch Urban Spaces, *Journal of Urban Design*, Vol.18, No.3, pp.429–448.
- 47) Leary-Owhin, Michael.Edema. (2016) *Exploring the production of urban space: Differential space in three post-industrial cities*, London: Policy Press.
- 48) Lefebvre, Henry. (1991) *The Production of Space*, Oxford: Oxford press.
- 49) Lehrer, Ute. & Laidley, Jennefer. (2008) Old Mega-Projects Newly Packaged? Waterfront Redevelopment in Toronto, *International Journal of Urban and Regional Research*, Vol.32, No.4, pp.786–803.
- 50) Magalhaes, Claudio. & Trigo, Sonia. (2017) Contracting out publicness: The private management of the urban public realm and its implications, *Progress in Planning*, Vol.115, No.1, pp. 1–28
- 51) Mehta, Vikas. (2014) Evaluating Public Space, *Journal of Urban Design*, Vol.19, No.1, pp.53–88.
- 52) Nemeth, Jeremy. & Schmidt, Stephen. (2011) The privatization of public space: modeling and measuring publicness, *Environment and Planning B: Planning and Design*, Vol.38, No.1, pp. 5–23.
- 53) Ozorhon, Guliz. & Ilker, Fatih. Ozorhon. (2014) Investigation of the change of the shopping mall’s space organization in Istanbul, *Journal of Architecture and Urbanism*, Vol.38, No.2, pp. 120–129
- 54) PPS Organization. (2009) What Makes a Successful Place? Online (accessed 12th November 2017), Available at: <https://www.pps.org/reference/grplacefeat/>
- 55) Prigge, Walter. (2008) Reading the Urban Revolution: Space and representation, in: *Space, Difference, Everyday Life*, London: Routledge Press.
- 56) Ray, Raktim. & Singh, Rhiya. (2014) Mega Projects and Deterritorialization of Public Spaces: Case of Musi Riverfront Development, Hyderabad, India, *Nordic Conference of Development Research*, and Available at:
- 57) Reilly, Catherine. J. & Renski, Henry. (2008) *Place and Prosperity: Quality of Place as an Economic*



- Driver, Maine Policy Review, Vol.17, No.1, pp. 11–25.
- 58) Shields, Rob. (1999) Lefebvre, Love and Struggle; Spatial dialectics, London: Rutledge Press.
- 59) Siemiatycki, Matti. (2013) Riding the wave: explaining cycles in urban mega-project development, Journal of Economic Policy Reform, Vol.16, No.2, pp.160–178.
- 60) Soja, Edward. (1989) Postmodern Geographies: The Reassertion of Space in Critical Social Theory. London; New York: Verso Press.
- 61) Sorkin, Michael. (1992) Variations on a theme park: The new American city and the end of public space, New York: Hill and Wang Press.
- 62) UNCHS-HABITAT. (2004) Globalization and urban culture, the state of the world's cities, Oxford: Oxford University Press.
- 63) Voyce, Malcolm. (2006) Shopping malls in Australia: The end of public space and the rise of consumerist citizenship? Journal of Sociology, Vol.42, No.3, pp. 269–286.
- 64) Warnaby, Gary. & Dominic, Medway. (2016) Marketplace icons: shopping malls, Journal of Consumption Markets & Culture (In press).