



Clarifying the Place of Urban Public Space in Two Concepts of Cultural Consumption and Social Production of Space

Abolfazl Toghraei², Ehsan Ranjbar^{2*} and Abbas Varij Kazemi³

1. PhD Candidate, Department of Art and Architecture, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran

2. Assistant Professor, Department of Urban Planning and Design, Faculty of Art and Architecture, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran

3. Associate Professor, Department of Cultural Studies, Cultural and Social Studies Institute, Tehran, Iran

* Corresponding Author, e_ranjbar@modares.ac.ir

ARTICLE INFO ABSTRACT

UPK, 2022

VOL. 6, Issue 2, PP, 99-128

Received: 24 Oct 2021

Accepted: 22 Apr 2021

Theoretical Articles

KEYWORDS: Social production of space, Cultural consumption, Urban public space, Everyday life, Urban critical theory

Introduction: When linked to space, the critical attitude to capital hegemony on human relations in contemporary society enters into urban studies. From this perspective, in the urban study of space, as a problematic concept, two categories of literature of (social) production and (cultural) consumption of space can be distinguished, which seems to have been developed most of all under the two disciplines of cultural studies and political economy. Also, the public space, at the center of urban design studies, has been mixed with a critical understanding in recent years. Considering the conflict between the forces of power and the people and the interdisciplinary nature of urban design has forced it to pay attention to the literature on the production and consumption of space for a deeper understanding of the transformation of public spaces.

Methodology: This article aimed to develop a critical understanding of public space, especially under the knowledge of urban design, by combining the two theoretical concepts of social production and cultural consumption of space. So, to achieve such an objective, two steps were taken. In the first step, based on a documentary study, the two notions of production and consumption of space were categorized in two theoretical-disciplinary traditions of political (urban) economy and cultural (urban) studies, respectively. They were examined along with the latest critical literature about urban public space. In the second step, this theoretical essay tries to present a coherent picture of the position of urban public spaces in a theoretical frame that stems from examining a hierarchy from philosophical roots to tangible concepts derived from the above two concepts.

Results: The transformation of contemporary urban public space affected by economic, political, and social changes has caused the urban design to a need for a comprehensive study of these spaces beyond its classical approaches by borrowing perspectives and theories from the two disciplines of political economy and cultural studies. The findings show how the concepts are considered in the three categories of literature (social production of space, cultural consumption, and critical studies of urban design) at three levels of discussion (paradigmatic, theoretical and objective).

Discussion: On a paradigmatic level, it seems that the literature on the production of space, arising from dialectical materialism, tends to a holistic understanding and presents a kind of meta-narrative of the spatialization of capitalism in the context of society (and city). Perhaps this holistic approach has caused sociologists such as Thrift (2003) to criticize geographers of the production of space (such as Harvey and Clarke) to theorize minus empirical findings. However, Harvey (1985: 13-16) tries to provide an answer to this kind of ambiguity in his *Urban Experience*. By referring to someone who tries to read it as a text from the top of a tall tower, he introduces his epistemological logic as a kind of view from above, which instead of capturing by the city, captures the city in his mind. On the other hand, studies of cultural consumption seek to

Cite this article:

Toghraei, A., Ranjbar, E., Varij Kazemi, A. (2021). Considering Urban Public Space Based on Cultural Consumption and Social Production of Space. *Urban Planning Knowledge*, 6 (2), 101-130. Doi: <https://doi.org/10.22124/upk.2022.20824.1692>



understand and interpret the representation of capitalist culture in human relations. A matter that later, with new development, has reached a deconstructed understanding of the meaning of consumption as "production" (innovative consumption). From a theoretical point of view, the political economy of the production of space mainly focuses on criticizing capitalism and the system of capital accumulation under classical Marxist concepts such as class, work, surplus and production. On the other hand, consumption from the viewpoint of cultural studies can be understood mainly around the two theories of consumer society and consumer culture, which are critical characteristics of contemporary culture. Some other concepts, such as the society of the spectacle, popular culture, casual class, and symbolic capital, are pivotal. The objective part of the discussion revolves around the question that at the confluence of production and consumption, how can we look at urban public spaces as an objective level of space, which is most interesting in urban design studies? In this section, it is shown that "everyday life" is the key to understanding. At this level, the conceptual formulation of Carmona (2012) for the "homogenization" of public spaces can be understood in conjunction with it; which is presented by criticizing three contemporary processes that lead to consume, privatized, and invented urban public spaces, without having an apparent theoretical reference to everyday urban life.

Conclusion: The realm of everyday life can be understood as the confluence of the two concepts of cultural consumption and the social production of space; a visible part of it is occurring in public spaces as the field of action of urban design and the continuous crystallization of production and consumption flows. In this position, every day can be read through the concept of homogenization of space, where the upstream forces of abstract production in dialectics with downstream forces of objective consumption are evolving contemporary urban spaces. In terms of combining the two mentioned disciplines in the field of urban public spaces, the present article is a novel effort into urban design knowledge.

Highlights:

- The transformation of contemporary urban public spaces affected by economic, political, and social changes has caused the urban design to a need for a comprehensive study of these spaces beyond its classical approaches by borrowing perspectives and theories from the two disciplines of political economy and cultural studies. The present article in terms of combining these two disciplines in the field of urban public spaces is a novel effort in urban design knowledge.

تبیین جایگاه فضای عمومی شهری در دو انگاره مصرف فرهنگی و تولید اجتماعی فضا

ابوالفضل طغرابی^۱، احسان رنجبر^{۲*} و عباس کاظمی^۳

۱. پژوهشگر دکتری شهرسازی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

۲. استادیار گروه شهرسازی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

۳. دانشیار گروه مطالعات فرهنگی، مؤسسه مطالعات فرهنگی و اجتماعی وزارت علوم تحقیقات و فناوری، تهران، ایران

* نویسنده مسئول: e_ranjbar@modares.ac.ir

چکیده

اطلاعات مقاله

بیان مسئله: نگرش انتقادی به هژمونی سرمایه بر روابط انسانی در جامعه امروز آنگاه که با فضا پیوند می‌خورد، وارد محدوده مطالعات شهری شده و مورد توجه واقع می‌شود. از این منظر در مطالعه شهری فضا، به‌عنوان مفهومی مناقشه‌انگیز (پروپلماتیک)، دو دسته ادبیات تولید (اجتماعی) و مصرف (فرهنگی) فضا قابل تشخیص هستند که به‌نظر می‌رسد بیش از همه ذیل دو دیسپلین مطالعات فرهنگی و اقتصاد سیاسی مورد بسط قرار گرفته‌اند. همچنین فضای عمومی که در کانون مطالعات طراحی شهری قرار دارد، طی سال‌های اخیر با نوعی فهم انتقادی آمیخته شده است. اینجاست که ماهیت میان‌رشته‌ای طراحی شهری، آن را ناگزیر از توجه توأمان به ادبیات تولید و مصرف فضا برای فهم عمیق‌تر تحول فضاهای عمومی در میانه تنازع نیروهای قدرت و مردم نموده است.

هدف: پژوهش حاضر با هدف توسعه فهم انتقادی از فضای عمومی خصوصاً ذیل دانش طراحی شهری به کمک تطبیق ترکیبی دو انگاره نظری تولید اجتماعی و مصرف فرهنگی فضا برآمده است.

روش: این جستار نظری با بررسی سلسله‌مراتبی از ریشه‌های فلسفی تا برون‌دادهای ملموس حاصل از مفاهیم دو انگاره فوق‌الذکر، تلاش می‌کند تصویری خوانا از جایگاه فضاهای عمومی شهری در قالب یک منظومه نظری ارائه نماید.

یافته‌ها: یافته‌های مقاله چگونگی ارتباط مفاهیم مورد توجه سه دسته ادبیات تولید اجتماعی فضا، مصرف فرهنگی فضا و مطالعات انتقادی طراحی شهری را در سه سطح پارادایمی، نظری و عینی نشان می‌دهد.

نتیجه‌گیری: این پژوهش نشان می‌دهد عرصه زندگی روزمره کانون مفاهیم دو انگاره مصرف فرهنگی و تولید اجتماعی فضا است؛ عرصه‌ای که بخش‌نمایی از آن در فضاهای عمومی به‌عنوان میدان عمل طراحی شهری و میدان تبلور دائمی تولید و مصرف جاری است. بر این مبنا دانش طراحی شهری می‌تواند زندگی روزمره را از دریچه مفهوم همگن شدن فضا مورد خوانش قرار دهد؛ جایی که نیروهای بالادستی تولید انتزاعی در دیالکتیکی با نیروهای پایین‌دستی مصرف عینی، در حال تحول فضاهای شهری معاصر هستند.

دانش شهرسازی، ۱۴۰۱
دوره ۶، شماره ۲، صفحات ۱۰۱-۱۳۰
تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۸/۰۲
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۲/۰۲
مقاله نظری و بنیادی

کلید واژه‌ها: تولید اجتماعی فضا، مصرف فرهنگی، فضای عمومی شهری، زندگی روزمره، نظریه انتقادی شهری

نکات برجسته:

- توجه مقاله به لزوم مطالعه همه‌جانبه فضاهای عمومی شهری فراتر از رویکردهای کلاسیک طراحی شهری متأثر از تحولات کلان اقتصادی، سیاسی و اجتماعی در دنیا
- تلاش نوی مقاله برای بسط دانش طراحی شهری در راستای تبیین نوعی مفاهیم مرکب از دو حوزه اقتصاد سیاسی و مطالعات فرهنگی در ساحت فضاهای عمومی شهری

^۱ این مقاله برگرفته از رساله دکتری شهرسازی نویسنده اول به راهنمایی نویسنده دوم و مشاوره نویسنده سوم است که در دانشکده هنر و معماری دانشگاه تربیت مدرس انجام شده است.

ارجاع به این مقاله: طغرابی، ابوالفضل، رنجبر، احسان و کاظمی، عباس. (۱۴۰۱). تبیین جایگاه فضای عمومی شهری در دو انگاره مصرف فرهنگی و تولید اجتماعی فضا. *دانش شهرسازی*، ۶(۲).

Doi: <https://doi.org/10.22124/upk.2022.20824.1692>. ۱۳۰-۱۰۱

بیان مسئله

فضا، از موضوعات چالش‌برانگیز در مطالعات شهری است که مورد توجه نحله‌های فکری متنوع با خاستگاه‌هایی در جامعه‌شناسی، اقتصاد سیاسی، علوم سیاسی، مطالعات فرهنگی و حتی فلسفه است. حال اگر این مفهوم را نه به‌عنوان موضوعی ریخت‌شناسانه که به‌مثابه مابه‌ازای پیدای روابط پنهان نیروهای اثرگذار بر سازمان شهر و جامعه شهری فهم کنیم، نیازمند اتخاذ رویکردی چندوجهی در میان‌رشته مطالعات شهری خواهیم بود. یکی از اساسی‌ترین این نیروها، سرمایه‌داری است که فهم انتقادی تأثیر آن بر روابط انسانی در زمینه شهری، از زوایای اقتصادی-سیاسی و اجتماعی-فرهنگی مورد توجه صاحب‌نظران بوده است. در این میان به نظر می‌رسد دو دسته ادبیات یا انگاره نظری تولید اجتماعی فضا^۱ و مصرف فرهنگی^۲ آن قابل تشخیص هستند، که مروری ساده بر حجم پژوهش‌های صورت گرفته نشان‌دهنده اقبال زیاد پژوهشگران مطالعات شهری به گستره این ادبیات است. امروز، شاید مطالعه اندیشه‌های اقتصاد سیاسی شهری خصوصاً آرای هانری لوفور و دیوید هاروی در کنار جامعه‌شناسانی چون بودریار، دوسترو و فیسک، بعضاً داغ‌تر و پر ارجاع‌تر از زمان طرح آن‌ها در خاستگاه‌های نظری خود است. مثلاً نظریه تولید فضا در دو دهه پیش کاملاً غیرقابل قبول و پذیرش بود (اشمید و استانک^۳، ۲۰۱۴). در اینجا تولید و مصرف به معنای ایجاد و استفاده نیست، بلکه دارای ارجاع به گستره‌ای از ادبیات علمی در نسبتی روشن با شهر و فضا، با مفروضات نظری و دستگاه‌های فکری متفاوت است، که نوعی عینک انتقادی مهم‌ترین وجه تشابه آن‌هاست. همچنین به نظر می‌رسد هرکدام از دو دسته ادبیات تولید و مصرف فضا، فاقد ارجاع و توجه روشن به دیگری است. دلیل این امر را در زمینه‌های فکری-دیسپلینی متفاوت آن‌ها باید جست که به ترتیب اقتصاد سیاسی و مطالعات فرهنگی هستند.

اما مسئله دقیق‌تر از جایی آغاز می‌شود که ظهور رویکردهای انتقادی به فضای شهری در مطالعات متأخر (طراحی) شهری در ارتباط با مفاهیمی چون سرمایه، قدرت و مصرف خطوربط مشخصی با ادبیات تولید و مصرف فضا می‌یابد. مطالعاتی که اولاً حساسیتی بالا به فضا‌مندی شهر دارد و ثانیاً فهمی متفاوت از ماهیت فضای (عمومی) شهری را در مقایسه با اندیشمندان اقتصاد سیاسی و مطالعات فرهنگی شهری مراد می‌کند. طی حدود دو دهه گذشته، خصوصاً با ظهور گونه‌های جدید فضاهای عمومی، ابعاد سیاسی-اقتصادی فضای شهری بسیار بیشتر از گذشته مورد توجه طراحان شهری قرار گرفته و فهم کلاسیک از این مفهوم را به چالش کشیده و در معرض تکامل قرار داده است. پژوهش حاضر بر پایه این مسئله آغاز می‌شود و به دنبال پاسخ به این سؤال است که چگونه می‌توان دو انگاره نظری تولید اجتماعی فضا و مصرف فرهنگی را، که در بردارنده بخش مهمی از مطالعات انتقادی به فضاهای عمومی است، ذیل گفتمان انتقادی طراحی شهری امروز به‌صورت توأمان فهم کرد؟ تلاش شده تا پاسخ این سؤال، پس از مرور مبانی و بحث در سه سطح، نهایتاً در قالب یک منظومه نظری که در بردارنده ارتباط توأمان این اندیشه‌ها با تأکید بر فضای (عمومی) شهری است، ارائه گردد. این نوشتار می‌تواند به‌عنوان تلاشی نظری، یاری‌گر پژوهشگران فضای عمومی شهری در ایجاد درکی چندسطحی و چندرشته‌ای از دو انگاره تولید و مصرف فضا قلمداد شود. همچنین این نوشتار زمینه‌ساز فهمی میان‌رشته‌ای از طراحی شهری در تلاقی با دو حوزه اقتصاد سیاسی و مطالعات فرهنگی است.

مبانی نظری

تولید اجتماعی فضا به‌مثابه انگاره‌ای ذیل حوزه اقتصاد سیاسی شهری

اقتصاد سیاسی یک روش مطالعه علمی درباره پدیده‌های اجتماعی است. این رهیافت بر وجود ارتباط میان مؤلفه‌های سیاسی و اقتصادی در شکل‌دادن به پدیده‌های اجتماعی مبتنی است (درازن^۴، ۲۰۰۲). ویژگی مشترک اندیشه‌های اقتصاد سیاسی امروز، رویکرد انتقادی آن‌ها نسبت به هژمونی غالب در فضای اقتصاد جهانی یعنی سرمایه‌داری نئولیبرال^۵ است. مفاهیمی چون طبقه، قدرت و دولت، سرمایه، مازاد، عدالت و نظام تولید، عبارات کلیدی تحلیل‌های از این جنس هستند. این نظام تحلیلی-تفسیری،

¹ (Social) production of space

² Cultural consumption

³ Schmid & Stanek

⁴ Drazen

⁵ Neoliberal capitalism

هنگامی که به مقیاس شهری وارد می‌شود، به کلیدواژه مهم و مناقشه‌برانگیزی به نام «فضا» می‌رسد و در پی تبیین دلالت‌های فضایی سرمایه‌داری برمی‌آید.

اقتصاد سیاسی فضا، فضا را پدیده‌ای می‌داند که تولید می‌شود، سپس می‌کوشد تا الگوهای فضایی و نقش دولت، گروه‌ها و طبقات اجتماعی در شکل بخشی به این الگوها را کشف نماید. تولید فضا، چه مستقیم و چه غیرمستقیم، انعکاس روابط طبقاتی یا به بیان کلی‌تر بهره‌کشی است (پاپلی‌یزدی و رجبی، ۱۳۹۳). در این دیدگاه طبقه سرمایه‌دار مسلط از طریق محیط مصنوع به کل جامعه دست‌اندازی می‌کند و به اعمال کنترل می‌پردازد. پرویز پیران (۱۳۷۰) با تأکید بر ماهیت اقتصاد سیاسی فضا در یافتن دلالت‌های فضایی از یک‌سو و تلاش جدی آن در نقد روش‌شناسی اثبات‌گرایانه^۱ از سوی دیگر، عنوانی چون «اقتصاد سیاسی شهری»^۲، جامعه‌شناسی شهری سیاسی^۳ و جامعه‌شناسی شهری/انتقادی را مفاهیم مصطلح معرف این حوزه معرفی می‌کند و بیش از همه بر «اقتصاد سیاسی شهری به‌عنوان مفهومی که می‌تواند به‌طور عینی‌تری توضیح داده شود، تأکید می‌کند.

در این دیدگاه توسعه تاریخی فرم شهری ناشی از مناقشات صاحبان کار و طبقه کارگر و نیاز به ایجاد زمینه و شرایط لازم برای تولید و بازتولید سرمایه‌داری است که سیاست‌های شهری را در راستای منافع طبقه سرمایه‌دار شکل می‌دهد (کیوز^۴، ۲۰۰۵). البته تأکید بر شهر (و اساساً فضا) در محور اندیشه مارکس و مارکسیست‌های کلاسیک جایگاهی نداشت، اما «آفرینش مجدد شهر توسط سرمایه‌داری» مورد توجه شارحان شهری نوع اندیشه وی قرار گرفت؛ تا جایی که به نظر می‌رسد شهری شدن سرمایه^۵ امروز به یک مفاهمه مشهور در مطالعات شهری تبدیل شده است.

لوفور^۶ به‌صراحت درباره «نقشی که شهرنشینی و بخش مستغلات در جامعه سرمایه‌داری نوین بازی کرده است» می‌نویسد: «زمانی که گردش اصلی سرمایه (تولید صنعتی) کند می‌شود، سرمایه به بخش دوم یعنی مستغلات شهری منتقل می‌شود» (گونواردنا، کیفر، میلگرام و اشمید^۷، ۲۰۰۸)، لوفور (۱۹۹۱ الف) معتقد است که فضای سرمایه‌داری تولید می‌شود؛ این فضا یک شیء، و هم‌زمان یک فرایند و ابزاری است که روابط و تغییرات اجتماعی، از طریق آن و در آن می‌تواند رخ دهد. از نظر لوفور ضعف غالب نظریه‌های فضا در این است که فضا را به‌سان ظرف یا چارچوبی تصور می‌کنند که با محتویاتی پر می‌شود. هاروی نیز در این درک از فضا با لوفور مشترک است.

اهمیت نظرات هاروی^۸ (۱۹۸۹ و ۲۰۰۹) در بین متفکران اقتصاد سیاسی شهری، در نقش پررنگی است که او در شهری کردن نظریه^۹ مارکس از سرمایه‌داری داشته است. او می‌کوشد نشان دهد چگونه نیازها و اولویت‌های انباشت سرمایه در نهایت منجر به سرمایه‌گذاری در و ایجاد محیط فیزیکی و اجتماعی شهر می‌شود. او برای پرداختن به شهری شدن سرمایه (به‌عنوان چرخه دوم انباشت)، به تشریح ارتباط متعامل سه عنصر پول، زمان و فضا در شهر معاصر می‌پردازد. این چارچوب به دنبال تبیین انتقادی رابطه میان تولید محیط انسان‌ساخت به‌مثابه فضا و گردش سرمایه است (هاروی، ۱۹۸۵ ب). بدین معنی که نفس وجود پول در مقام میانجی مبادله کالایی، معانی فضا و زمان را در زندگی اجتماعی دگرگون و تثبیت، مرزهایی را تعریف و ضرورت‌هایی را بر شکل و فرم شهری شدن تحمیل می‌نماید.

بحث بالا را می‌توان ذیل این پرسش خلاصه کرد که «چگونه سرمایه‌داری فرایند شهری شدن را دستخوش تحول می‌کند؟» پاسخ مستقیم و غیرمستقیم هاروی، لوفور، دیبور، سوگا و گاندینر به این سؤال در این عبارت خلاصه می‌شود که: از طریق مداخله در «تولید فضا». اهمیت فضا از این زاویه ناشی از سیاسی بودن آن است. در واقع اگر بپذیریم فضا مفهومی اجتماعی است، لاجرم سیاسی بودن آن را نیز پذیرفته‌ایم. از منظر لوفور (۲۰۰۹)، فضا درگیر تخصیص مکانی به روابط اجتماعی بازتولید یعنی روابط

¹ Positivism

² Urban political economy

³ Political urban sociology

⁴ Caves

^۵ شاید این شهرت بیش از همه مرهون کتابی با همین عنوان از هاروی (۱۹۸۵ الف) باشد.

⁶ Lefebvre

⁷ Goonewardena, Kipfer, Milgram & Schmid

⁸ Harvey

^۹ هاروی (۱۹۸۵ ب و ۲۰۰۹) به کرات از کلمه «فرانظریه» برای ایده مارکس درباره سرمایه‌داری استفاده می‌کند.

بیوفیزبولوژیک بین جنس‌ها، سنین، سازمان خانواده، و نیز روابط تولید یعنی تقسیم‌کار و سازمان آن است؛ که بخش مهمی از آن در پیوند با شهر تعریف می‌شود (لوفور، ۲۰۰۹).



شکل ۱. دیالکتیک فضا و اجتماع
برگرفته از (گاتدینر^۱، ۱۹۹۳)

لوفور با بسط ساختار دوتایی دیالکتیک (تز و آنتی‌تز) نوعی ساختار دیالکتیک سه‌گانه را پیش می‌کشد. لوفور از دیالکتیک فضا-زمان سخن می‌گوید و مفهوم فضا را در کانون نظریه اجتماعی و سیاسی معاصر قرار می‌دهد (ستاری، ۱۳۹۴). سه وجه دیالکتیک تولید فضا را باید به‌سان وجوهی فهمید که اساساً ارزش همسانی دارند. فضا در آن واحد درک شده^۲، تصور شده^۳ و زیست شده^۴ است. فضا ناتمام است، زیرا پیوسته تولید می‌شود، و همواره به زمان وابسته است. این سه‌گانه بر آن است تا نشان دهد فضا ماهیتی پیچیده دارد و در تمام سطوح وارد روابط اجتماعی می‌شود. لوفور در راستای پرورش این رویکردِ تعمیم‌یافته به فضا حتی سه‌گانه موازی دیگری را معرفی می‌کند که سه‌گانه‌ی نخست را روشن‌تر می‌کند. فضا هم‌زمان رویه (پرکتیس) فضایی^۵ (محیط مادی عینی شده با بدن-مردم)، بازنمایی فضا^۶ (مدلی مفهومی که برای پرکتیس، مستقیم به کار گرفته می‌شود)، و فضای بازنمایی^۷ (رابطه‌ی اجتماعی زیست‌شده کاربران با محیط) است. این سری‌های موازی بر رویکردی دوگانه به فضا دلالت می‌کنند: رویکردی پدیدارشناسی و دیگری رویکردی زبان‌شناسانه یا نشانه‌شناسانه (کینکاید^۸، ۲۰۲۰) این سه‌تایی در آن واحد فردی و اجتماعی است و بدین ترتیب قابل توضیح مختصر هستند (گوناردنا و همکاران، ۲۰۰۸):

- **فضای درک‌شده:** فضا وجهی درک‌پذیر دارد که می‌توان آن را با حواس به چنگ آورد. این درک مؤلفه سازنده هر پرکتیس اجتماعی را تشکیل می‌دهد. این درک دربرگیرنده هر چیزی است که خودش را به حواس - نه فقط بینایی، بلکه شنوایی، بویایی، بساویایی و چشایی - عرضه می‌کند. این وجه از لحاظ حس درک‌شدنی فضا، مستقیماً به مادیت «مؤلفه‌های» سازنده «فضا» مربوط است.

- **فضای تصور شده:** فضا را نمی‌توان به‌خودی‌خود درک کرد، بی‌آنکه از پیش آن را در اندیشه تصور کرده باشیم. کنار هم قرار دادن مؤلفه‌ها (اجزاء) برای شکل دادن به یک «کل» که پس‌از آن به‌سان فضا در نظر گرفته می‌شود بر فضا دلالت می‌کند، نوعی کنش اندیشه‌ورزانه را فرض می‌گیرد که به معرفت (دانش) مربوط می‌شود.

- **فضای زیسته:** وجه سوم تولید فضا، تجربه زیسته فضا است. این وجه بر جهان دلالت می‌کند، آن‌طور که از سوی انسان‌ها در پرکتیس زندگی روزمره‌شان تجربه می‌شود. لوفور در این رابطه صریح است: تجربه واقعی زیسته را نمی‌توان

¹ Gottdiener

² Perceived

³ Conceived

⁴ Lived

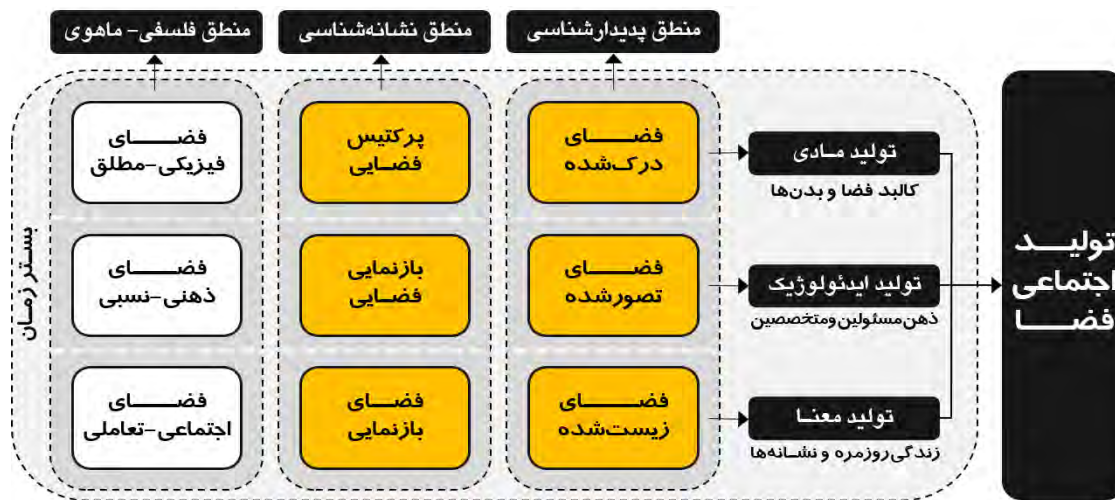
⁵ Spatial practices

⁶ Representations of space

⁷ Spaces of representation

⁸ Kinkaid

به واسطه تحلیل نظری به طور کامل مطالعه کرد. همواره مازادی، باقیمانده‌ای، چیزی ناگفتنی و تحلیل ناپذیر، باقی می ماند؛ ارزشمندترین باقیمانده‌ای که تنها با ابزارهای هنرمندانه می‌توان آن را بیان کرد.



شکل ۲. ابعاد گوناگون نظریه تولید فضا

در شکل شماره ۲ انگاره تولید اجتماعی فضا صورت‌بندی شده است. این شیوه درک فضا نوعی یکپارچگی بین فضای فیزیکی، ذهنی و اجتماعی را بیان می‌کند. «فضا انتزاعی است که در کنش اجتماعی واقعیت می‌یابد» (ترکمه، ۱۳۹۳). این امر که امروز در مطالعات فضای شهری، ماهیت اجتماعی-فضایی^۱ (مدنی‌پور^۲، ۱۹۹۶) به‌عنوان یک مبنا پذیرفته شده، شاید بیش از همه برآمده از چنین نگاهی به فضا باشد. لوفور از بعد زیسته^۳ فضا برای ایجاد وحدت بین دو بعد ذهنی و مادی آن کمک می‌گیرد، همین امر تولید فضا را برای او با مفهومی مناقشه‌برانگیز «زندگی روزمره» پیوند می‌دهد. مقوله‌ای که وی کارش درباره آن را مهم‌ترین توسعه خود بر اندیشه اجتماعی مارکسیستی می‌دانست (شیلدز^۴، ۲۰۰۵) و در اینجا زندگی روزمره محور تجربه زیسته مردم از فضای تحت انقیاد سرمایه‌داری است.

زندگی روزمره که بیان متأخری در ارتباط با مفاهیمی مثل فرهنگ توده (وار) و فرهنگ عامه (پسند) است (کاظمی، ۱۳۸۴)، بر مطالعه زندگی عادی افراد، یعنی چگونگی رفتار روزانه آن‌ها در چارچوب اموری تکراری، یکنواخت و مسلم تمرکز دارد (جین^۵، ۲۰۰۶). همین ویژگی زندگی روزمره است که آن را به امری پوپولماتیک تبدیل می‌کند. تجربه قرن بیستم، در ارتباط زندگی روزمره با پراکسیس/اجتماعی، حکایت از نوعی تغییر گفتمان در ادبیات زندگی روزمره می‌کند. تغییری از رویکردهای نخبه‌گرایانه‌ای که با درغلطیدن در نوعی زیبایی‌شناسی از عمل اجتماعی غافل ماندند، به سمت دیدگاه‌هایی که با فاصله گرفتن از اندیشه‌های انقلابی فهمی متفاوت از پراکسیس و امر روزمره را نه در فاعل انسانی (طبقه کارگر) رهایی‌بخش بلکه در کردارهای روزمره آدمیانی معمولی جستجو می‌کنند (اباذری، ۱۳۹۸).

اهمیت مبنایی زندگی روزمره از دو حیث فلسفی و تاریخی مورد توجه است. نخست اینکه به قول لاجوردی (۱۳۸۴) اگر وظیفه تفکر انتقادی دستیابی به امر انضمامی باشد، حرکت از سوژه‌گرایی دکارتی به زیست‌جهان^۶ ضرورت می‌یابد (لاجوردی، ۱۳۸۴). دوم، بروز جریانی که به «چرخش فرهنگی» معروف است سبب شد جغرافی‌دانان دغدغه‌مند شهر (مثل هاروی و سوجا)، به تدریج به اهمیت فرهنگ واقف شده و نوعی رویکرد تفسیری که معانی بین‌ذهنی و نمادگرایی شهر را افشا می‌کرد، مورد توجه قرار دهند. همچنین زندگی اجتماعی (و حتی بخش از زندگی فردی) مردمان در تجربه زیسته‌شان در بستر شهر جریان دارد. برخی کارهای

¹ Socio-spatial

² Madanipour

^۳ فضای زیسته لوفور برای سوجا (Soja, 1996) ذیل فضای سوم (Thirdspace) فهم می‌شود.

⁴ Shields

⁵ Jayne

⁶ Lifeworld

صاحب‌نظران مهم این حوزه، از بنیامین گرفته تا دوسترو و لوفور، مؤید این مطلب هستند. بنابراین زندگی روزمره هم امری است مناقشه‌برانگیز و هم صراحتاً نمود شهری دارد.

مشخصاً بار اصلی پرداختن به زندگی روزمره در تولید فضا بر عهده لوفور بوده است. به عقیده او هر نوع نظریه‌پردازی باید از زندگی روزمره کار خود را آغاز کند. نزد لوفور این مفهوم همان شأنی را دارد که «سوژه» نزد دکارت (لاجوردی، ۱۳۸۴). همچنین دیگرانی که ذیل ادبیات تولید فضا به آن‌ها پرداخته شد، یا متأثر از او بوده‌اند و یا تلاشی هم‌پیوند با کار لوفور داشته‌اند، هرچند که در مقام نظریه‌پردازی زندگی روزمره به‌مثابه یک کل، جامعیت او را نداشته‌اند. مثلاً هاروی، در حاشیه به زندگی روزمره نظر می‌کند و آن را به‌مثابه انباشتگاه فرایندهای کلان‌تر می‌بیند، نه چون عرصه‌ای نیمه‌مستقل از کل. او عملاً تولید مادی (محسوس) فضا را بر تولید ایدئولوژیک-نهادی (درک شده) و زیسته-نمادین (تجربه‌شده) آن برتری داد و فضای زیسته هیچ‌گاه در کار وی به مقوله ای محوری بدل نشد (گونواردا و همکاران، ۲۰۰۸). پروژه هاروی کاملاً ذیل مفهوم «اقتصاد سیاسی فضا» سطح‌بندی می‌شود، درحالی‌که مفهوم تولید فضای لوفور با پرداختن به نقد زندگی روزمره از اقتصاد سیاسی فراتر می‌رود.^۱ لوفور می‌گوید دقیقاً همان‌گونه که سرمایه‌داری زندگی روزمره را به اشغال خود درآورده، موقعیت^۲ آن (یعنی فضای اجتماعی) را نیز تصرف کرده است (الدن، ۲۰۰۷).

بنابراین فضا، زندگی روزمره و بازتولید روابط اجتماعی سرمایه‌داری در ارتباطی هم‌پیوند قرار می‌گیرند و شهر تبدیل به بستر فضایی بازتولید روابط تولید در تجربه روزمره مردم می‌شود. همچنین فضا در قالب محصولی اجتماعی و سیاسی به‌مثابه کالا و خدمات خریدوفروش می‌شود (لوفور، ۱۹۸۴). از این منظر زندگی روزمره، به‌مثابه یک کل، اهمیت دارد. لوفور معتقد است فهم جهان اجتماعی در کلیت آن ضروری است و مخرب‌ترین کار فرهنگ سرمایه‌داری از هم گسیختن همین کلیت است. بنابراین وظیفه مهم نظریه‌پردازی انتقادی در این راستا تعریف می‌شود (لاجوردی، ۱۳۸۴). این فهم از کلیت، در پیوند با هژمونی^۵ (سلطه) زندگی روزمره را، فراتر از فضای زیسته، و در ارتباط با هر سه بعد تولید فضا قرار می‌دهد. زندگی روزمره عرصه‌ای است که در آن، جنبه‌های تحت سلطه فضای زیسته در ریتم‌های خطی و تکراری دولت، کالا و دانش فن‌سالارانه به‌صورت یکپارچه درمی‌آید. در این میان فرایندهای تولید فضای شهری (که به‌وسیله متخصصان شهری شکل می‌گیرند) می‌تواند سلطه‌جویانه باشد، چون به دنبال گنجاندن فضای زیسته در فضای انتزاعی هستند. (گونواردا و همکاران، ۲۰۰۸). محصول این امر فضای شهری‌ای است که سرمایه‌داری با مداخله در زندگی روزمره بدان دست می‌یابد.

مصرف فرهنگی فضا به‌مثابه انگاره‌ای ذیل حوزه مطالعات فرهنگی شهری^۶

مصرف صرفاً فعالیتی اقتصادی برای رفع نیاز نیست. از نخستین کسانی که جنبه‌های اجتماعی مصرف و لزوم توجه به جامعه‌شناسی مصرف را نظریه‌پردازی نمود، می‌توان به وبلن^۷، ماوس^۸ و ساندرز^۹ اشاره نمود (ریتزر^{۱۰}، ۲۰۰۷؛ مایلز و مایلز^{۱۱}، ۲۰۰۴). مصرف همانند موضوعی کلیدی در مباحث اخیر علوم اجتماعی و علوم انسانی نمود عینی دارد. ماهیت جامعه کنونی، آکنده از اخلاق مصرف است (مایلز و مایلز، ۲۰۰۴)، بنابراین مصرف فرهنگی فعالیتی اجتماعی و کرداری روزمره است و اهمیت آن به حدی است که استوری^{۱۲} (۱۹۹۹) آن را مهم‌ترین مؤلفه جامعه مدرن می‌داند. اما به نظر می‌رسد امروز مصرف فرهنگی بیش از

^۱ با این حال شاید از این حیث لوفور مدیون هاروی باشد که هاروی توانست با پرداختن به تولید فضای لوفور در عرصه جغرافیای فرهنگی، خوانش بیشتر اندیشه فضایی لوفور را برای اصحاب مطالعات فرهنگی و جامعه‌شناسی فراهم آورد.

² Location

³ Elden

⁴ Lefebvre

^۵ لوفور به خوبی موفق شده مفهوم هژمونی گرامشی را شهری کند.

^۶ این مقاله ضمن آگاهی از مجادلات دیسیپلینی میان اصحاب مطالعات فرهنگی و جامعه‌شناسی، تلاش می‌کند بدون ورود به آن، مفاهیم برساختی این حوزه‌ها را بر اساس هدف پژوهش به نحوی انضمامی به کار گیرد.

⁷ Veblen

⁸ Mauss

⁹ Saunders

¹⁰ Ritzer

¹¹ Miles & Miles

¹² Storey

آنکه در مرکز تحلیل‌های دانشگاهی جامعه‌شناسی قرار داشته باشد، موردعلاقه حوزه‌های منعطف‌تری چون مطالعات فرهنگی قرار دارد. مطالعات فرهنگی تا حد زیادی معطوف به «فرهنگ عامه‌پسند»^۱ است (دیورینگ، ۲۰۰۷) که در جریان واقعی زندگی اجتماعی معاصر فهم می‌شود و یکی از زوایای مهم و نمایانش جامعه مصرفی است. بودریار^۲ (۱۹۹۸) برای عصری که در آن «منطق کالایی به همه شئون زندگی مثل فرهنگ، جنسیت و حتی رؤیایها و غرایز فردی تعمیم یافته است»، از خودبیگانگی و نمایش (جلوه) را دو ویژگی کلیدی می‌داند (بودریار، ۱۹۹۸). جامعه مصرفی در قرابت با فرهنگ مصرفی^۳ که به دنبال فهم انتخاب‌ها و رفتارهای مصرف از دیدگاه اجتماعی و فرهنگی، و نه اقتصادی و روان‌شناختی است (توماس^۴، ۲۰۰۵)، تعریف می‌شود. اگرچه در مطالعات فوق، فضا محور توجه نیست، اما فهم انتقادی از رابطه شهر و مصرف بر همین پایه استوار است. در شهر است که جامعه مصرفی تبلور می‌یابد؛ زندگی در این شهر بر شیوه‌ای متمرکز است که مصرف تعیین می‌کند. کلارک^۵ (۲۰۰۳)، متأثر از آرای بودریار و باومن، به تبیین دگرگونی تجربه انسان از فضا-زمان در شهر مصرفی معاصر می‌پردازد. او از دو مفهوم «فراواقعیت»^۶ و «جهانی-محلی شدن»^۷، استفاده می‌کند: «نتیجه کلی شهر امروز عبارت است از همان الگوی شناخته شده مراکز فرهنگی-هنری، مجتمع‌های خرید و سرگرمی و جاذبه‌های توریستی، که همگی بزرگ^۸، بی‌رقیب^۹ و بی‌همتا^{۱۰} هستند و هر شهری در جایگاه خود ادعا می‌کند در این زمینه‌ها منحصر به فرد^{۱۱} است. در نهایت، می‌توان گفت در شرایط پسامدرن، امر محلی خود یک پدیده کاملاً جهانی شده است» (کلارک، ۲۰۰۳). جدول شماره ۱ دسته‌بندی برخی مطالعات انتقادی مرتبط در سه سطح کلان (جامعه مصرفی)، میانه (شهر مصرفی) و خرد (فضاهای مصرفی) را ارائه می‌دهد.

جدول ۱

سطح‌بندی برخی مطالعات انتقادی به جامعه و شهر مصرفی

سطح مطالعات	صاحب‌نظر	مفاهیم و حوزه مطالعاتی
کلان جامعه مصرفی و سبک زندگی	بودریو (۱۹۸۶) ^{۱۲}	سرمایه نمادین، سرمایه فرهنگی، نقش کنش‌های مصرفی در بازآفرینی تمایز اجتماعی
	ویلن (۱۹۹۴) ^{۱۳}	نظریه طبقه مرفه (تن‌آسا): نمایش ثروت برای کسب منزلت/تمایز اجتماعی شهروندان این طبقه
	داگلاس و ایشروود (۱۹۹۶) ^{۱۴}	مصرف فرهنگ به مثابه کالا به مثابه نشانه‌ای از تفاوت‌های اجتماعی
	بودریار (۱۹۹۸)	نظریه جامعه مصرفی: مصرف به مثابه باز نمود توهم فرهنگی استفاده از نشانه‌شناسی در تحلیل مصرف در جامعه شهری
	باومن ^{۱۵} (۲۰۰۰)	سندروم مصرف‌کننده: چرخش از میل به آرزو برای شهروند در جامعه پسامدرن
میانه شهر مصرفی	جین (۲۰۰۶)	بررسی انتقادی تحول مصرف در شهر مدرن تا پسامدرن
	کلارک (۲۰۰۳)	جامعه مصرفی و شهر پسا مدرن، شهری کردن اندیشه بودریار
	هانینگن ^{۱۶} (۱۹۹۹)	شهر فانتزی: تحلیل لذت‌گرایی در کلان‌شهر پسامدرن

¹ Popular culture

² Baudrillard

³ Consumer culture

⁴ Thomas

⁵ Clarke

⁶ Hyperreality

⁷ Glocalization

⁸ Major

⁹ Unrivalled

¹⁰ Unparalleled

¹¹ Unique

¹² Bourdieu

¹³ Veblen

¹⁴ Douglas & Isherwood

¹⁵ Bauman

¹⁶ Hannigan

زمان، فضا و مصرف در جامعه شهری پساوردی	اورى ^۱ (۲۰۰۲)
نقد مصرف انبوه در شهر و فضاهای مصرفی	مایلز و مایلز (۲۰۰۴)
تحلیل سبک زندگی مصرفی در فضاهای مصرفی	شیلدز (۲۰۰۴)

اگرچه مطالعاتی که با کلیدواژه مصرف به نقد زندگی جامعه شهری امروز تحت سیطره سرمایه‌داری پرداخته‌اند اهمیت دارد، اما همان‌طور که در بخش قبل انگاره تولید فضا چارچوب‌بندی شد، برای تبیین مصرف و فهم ابعاد فضایی آن نیز نیازمند یک چارچوب نظری هستیم. مطالعه ادبیات نظری نشان می‌دهد سه گونه، یا سه زاویه دید برای مصرف فرهنگی قابل تشخیص است. استوری (۱۹۹۹) «مصرف انفعالی»^۲ را از «مصرف ارتباطی»^۳ تمییز داده و نظریه‌های مختلف مصرف را ذیل این گونه‌ها تبیین کرده است. کاظمی (۱۳۹۶) بر اساس مطالعات دوسرتو^۴ (۲۰۰۲) و فیسک^۵ (۱۹۹۸) گونه سومی را با عنوان «مصرف ابداعی» بر آن افزوده است.

در سنت نخست پدیده «بت‌وارگی» مارکس^۶ و «شیء‌وارگی» لوکاچ مهم‌ترین مبناها هستند و به عبارتی مصرف‌گرایی در خدمت افزایش بیگانگی تلقی می‌شود. این امر را می‌توان در سنت مکتب فرانکفورت و در نظریه انتقادی آدورنو و مارکوزه با مفهوم «صنعت فرهنگ» نیز یافت. این دسته از نظریه‌ها مصرف‌کننده را موجودی منفعل فرض کرده و مصرف را نوعی دست‌کاری از جانب قدرت می‌پندارند (کاظمی، ۱۳۹۶). این‌گونه را مصرف انفعالی می‌توان نامید.

مصرف ارتباطی بر پایه آرای جامعه‌شناسانی چون بودریار (۲۰۱۲)، وبلن (۱۹۹۴)، داکلاس و ایشروود (۱۹۹۶) و بوردیو (۱۹۸۴) و (۱۹۸۶) تعریف می‌شود. گروه‌های مختلف مردم از طریق مصرف به زندگی‌شان معنا و هویت داده و خود را به گروه‌های فرادست نزدیک یا از گروه‌های فرودست دور می‌کنند. در اینجا مصرف نوعی ارتباط و خلق معناست و با نمایش و جلوه همراه است و کالا به‌عنوان ابزاری نمادین برای این مهم به کار گرفته می‌شود (کاظمی، ۱۳۹۴). این نوع مصرف را می‌توان با مفهوم مصرف خودنمایانه^۷ وبلن (۱۹۹۴) و نیز نظریه جامعه نمایش دیبور^۸ (۱۹۹۲) مرتبط تلقی کرد.

مصرف ابداعی عبارت است از مصرف به‌مثابه ابداع و خلاقیتی که مصرف‌کننده در برابر حصارهای تنگ کالاها و ابژه‌های سرمایه‌داری به کار می‌گیرد. مقاومتی که در نتیجه آن حتی مرزبندی‌های فرهنگی می‌توانند واژگون شوند. بنابراین مسئله این نیست که قدرتی وجود ندارد یا مصرف فاقد قابلیت نمایشی و مرزبندی است، بلکه مسئله این است که مصرف‌کننده فعالانه حضور دارد و این شیوه به‌کارگیری و استفاده او از کالاهاست که شکل مصرف را در جامعه معلوم می‌کند. اینجاست که به عقیده فیسک (۱۹۹۸) و دوسرتو (۲۰۰۲) مصرف خود نوعی تولید است. در واقع معنای مصرف و تولید تغییر یافته و در نفس کردار مصرفی، نوعی مقاومت و تولید دیده می‌شود (کاظمی، ۱۳۹۶)؛ این رویکرد بیش از همه مرهون دوسرتو (۲۰۰۲) است. او با طرح دوتایی‌های مصرف در برابر تولید، خواندن در برابر نوشتن، تاکتیک در برابر استراتژی، و فضا در برابر مکان، زاویه دید خود را شفاف‌تر می‌کند. از نظر او مصرف کردن یعنی «ساختن»^۹، و ساختن نیز خود نوعی تولید پنهان است (کاظمی، ۱۳۹۴؛ تانکیس، ۲۰۰۶). جدول شماره ۲ انواع زوایای مطالعاتی سه‌گونه مصرف را ارائه می‌دهد:

^۱ Urry

^۲ (Consumption as) manipulate

^۳ (Consumption as) communication

^۴ De Certeau

^۵ Fiske

^۶ مارکس می‌گوید تولید نه تنها کالاها را خلق می‌کند، بلکه افرادی را نیز برای مصرف کالاها می‌آفریند (کلارک، ۲۰۰۳).

^۷ Conspicuous Consumption

^۸ Debord

^۹ making

جدول ۲

زوایای مطالعاتی انواع مصرف فرهنگی، در جمع‌بندی و تکمیل

مصرف ابداعی	مصرف ارتباطی	مصرف انفعالی	رویکرد به مصرف
نوعی تولید ثانویه و پنهان تولیدکننده‌ای طفره‌رونده از قواعد مسلط بر فضا با استفاده از شیوه‌های خلاقانه	رسانه‌ای برای برقراری ارتباط و خلق معنا تولیدکننده معانی اجتماعی با هدف نمایش (تظاهر) و ایجاد تمایز	منفعل	نقش مصرف‌کننده
مقاومت و تولید، پرسه، استراتژی و تاکتیک، فضا و مکان	طبقه متوسط شهری، فراغت نمایشی، مصرف نمایشی، تمایز اجتماعی-فرهنگی	شیء (بت)‌وارگی، بیگانگی، از دست‌رفتن فعالیت خلاقانه	مؤلفه‌های تحلیلی
دوسرتو (۲۰۰۰ و ۲۰۰۲)، استوری (۱۹۹۸ و ۲۰۱۴)، فیسک (۱۹۹۸)	وبلن (۱۹۹۴)، داگلاس و ایشروود (۱۹۹۶)، بودریو (۱۹۸۴ و ۱۹۸۶)، بودریار (۱۹۹۸)	مکتب فرانکفورت، بارت (۱۹۵۷)، بودریار (۱۹۹۸)	صاحب‌نظران
مطالعه زندگی روزمره، زبان‌شناسی	مطالعه مصرف به‌مثابه زبان و رسانه‌ای غیرکلامی برای یافتن معنا	انتقادی کلاسیک (فرانکفورتی)، نشانه‌شناسانه، روان‌کاوانه	رویکرد تحلیلی
محل بروز تضاد میان استراتژی قدرت و تاکتیک‌های مصرف/ محل استتار فرودستان و سوءاستفاده از مفهوم عموم	زمینه خلق معنی و محل جولان طبقه فرادست و اقویا در نمایش	موقعیتی برای تقویت بیگانگی و حضور مصرف‌کننده منفعل	جایگاه قابل تفسیر برای فضاهای شهری

برگرفته از: (کاظمی، ۱۳۹۶)

جدول فوق از این حیث اهمیت دارد که اولاً نشان می‌دهد انواع مصرف فرهنگی می‌تواند به‌صورت هم‌زمان بروز یابد، پس واجد بررسی توأمان است. ثانیاً نقش فضا نه به‌مثابه بستر مصرف، بلکه به‌عنوان پدیده‌ای واجد ارزش مصرف باید در کنار سایر کارکردهای مصرف فرهنگی موردتوجه قرار گیرد. این دو مورد، که به نظر می‌رسد کمتر موردتوجه اصحاب مطالعات فرهنگی مصرف بوده، می‌تواند پنجره جدیدی پیش روی مطالعات مصرف معطوف به فضاهای عمومی شهری بگشاید. البته اصحاب مطالعات فرهنگی به‌طور مثال (دوسرتو، ۲۰۰۲؛ اوری^۱، ۲۰۰۰) بعضاً از واژه «مکان» برای آنچه با نام «فضا» در مطالعات فضای عمومی شهری مشهور استفاده می‌کنند؛ و فضا را به‌عنوان محل تصاحب‌شده توسط مردم قلمداد می‌کنند: «ضعفا (مردم) فضاهای خود را درون مکان‌های آنان می‌سازند» (نقل در کاظمی، ۱۳۹۶).

از سوی دیگر هر نوع مصرف فعالیتی روزمره است. به گفته پاترسون^۲ (۲۰۱۸) این نگاه محصول چرخش عظیمی در مطالعات فرهنگی و علوم اجتماعی است. آن بخش از ادبیات زندگی روزمره مورد نظر مقاله حاضر است که اولاً قرائتی نقادانه به‌مثابه امری پروبلماتیک (و نه پیش‌پافتاده) از آن ارائه دهد و ثانیاً مستقیم یا غیرمستقیم به ارجاعات فضایی و شهری آن بپردازد. جالب‌توجه اینکه استوری (۲۰۱۴) زندگی روزمره را همانند فضا مفهومی هم‌زمان سهل و پیچیده برمی‌شمرد و معتقد است علیرغم تمام تلاش‌ها، هنوز نمی‌توانیم مطمئن باشیم به تعریف شفاف‌تری از زندگی روزمره رسیده‌ایم. درباره ارتباط زندگی روزمره و مصرف، اکنون مشخص شده که شمار زیادی از فرایندهای آگاهانه و ناآگاهانه در چارچوب آنچه قبلاً فعالیت معمولی/پیش‌پافتاده پنداشته می‌شد، اتفاق می‌افتد؛ درحالی‌که این فعالیت‌ها و فرایندها نشان از وجود مبادلاتی پیچیده دارند که با هویت و نیازهای گروه‌های اجتماعی گره‌خورده است (پاترسون، ۲۰۱۸). هریک از سه‌گانه مصرف فرهنگی به سه گروه اجتماعی یا از سه زاویه خاص به گروه‌های اجتماعی نظر دارد و آن‌ها را به‌مثابه مصرف‌کنندگانی منفعل/ازخودبیگانه، جلوه‌گر و فعال/مزور در زندگی روزمره مورد خوانش قرار می‌دهد؛ لکن در همه آن‌ها، مستقیماً یا غیرمستقیم، منبای قرائت نقد سرمایه‌داری مصرفی است. این فهم هم‌زمان از سه گونه/قرائت از مصرف این حسن را برای پژوهشگر شهری دارد که از خوش‌بینی یا بدبینی مفرط نسبت به مصرف‌کننده جلوگیری

¹ Urry

² Paterson

می‌کند. اگر در قرائت ابداعی از مصرف،ضعفایی چون زنان و بازنشستگان و غیره در فضاهایی چون مراکز خرید به دنبال «خرده ساخت‌های کسب قدرت» هستند، هرگز به معنای رد این واقعیت باشد که مراکز خرید در مقام فضا انواع فانتزی‌ها و ایماژها را در خود پرورش می‌دهند؛ و مثلاً به نادیده‌انگاشتن گروه‌های چون زنان پاساژ رو که رفتارهایی کاملاً منطبق بر ایدئولوژی مصرف‌گرایی دارند انجامد. ضرورت این جامعیت در مطالعه مصرف موردتوجه پاترسون (۲۰۱۸) نیز بوده است.

در میان صاحب‌نظران مورد اشاره در بخش حاضر رویکرد دوسرتو (۲۰۰۲) به زندگی روزمره، به‌مثابه عرصه مصرف، بیش از دیگران فضایی و شهری است؛ جایی که اساساً شهر بستر بروز کردارهای زندگی روزمره است. در تحلیل او استفاده از فضا مرکزیت دارد. از منظر او قلمرو فرهنگی عرصه تضاد مستمر (البته خاموش و نامرئی) بین استراتژی قدرت و تاکتیک‌های مصرف است (فیسک، ۱۹۹۸). بنابراین می‌توان گفت برای او مصرف نوعی تاکتیک است. دوسرتو (۲۰۰۲) می‌گوید سرمایه‌داری مصرفی هرگز قادر نیست توان‌های خودانگیخته و ذهنی افراد را شکوفا یا تماماً سرکوب کند، درست به همین دلیل حتی در کنش مصرف همواره نوعی تولید فرهنگی وجود دارد، خصوصاً زمانی که مصرف توأم با خلاقیت باشد.

به نظر می‌رسد بین تلقی صاحب‌نظران تولید و مصرف فضا از زندگی روزمره تفاوت مهمی وجود دارد^۱. همان‌طور که قبلاً اشاره شد، از نظر لوفور که معتقد بود «مارکسیسم، به‌طورکلی، واقعاً دانش انتقادی زندگی روزمره است (نقل در گوناردنا و همکاران، ۲۰۰۸) اولاً زندگی روزمره به‌مثابه یک «تمامیت/کل» اهمیت دارد و ثانیاً پیش‌رانی برای «تغییر/انقلاب» است. در مقابل، در تلقی صاحب‌نظران مصرف انفعالی و ارتباطی، به نظر می‌رسد زندگی روزمره در روزمرگی در دنیای مدرن خلاصه می‌شود. اما در قرائت سوم از مصرف، خصوصاً توسط فیسک و دوسرتو، زندگی روزمره یک کلیدواژه مهم اما تهی از جوهره تمامیت‌خواهانه و ذهنیت انقلابی است. قهرمان مورد نظر دوسرتو که در شهر کنشی فعال دارد، دغدغه اندکی برای تغییر جهان دارد و بیشتر می‌خواهد مصرف‌کننده‌ای خلاق باشد. دوسرتو با بزرگ کردن مفهوم «مقاومت» روندی پسامدرنیستی را که کاملاً با اندیشه لوفور بیگانه است، در پیش گرفت. این مقاومت در کتاب *کریدار زندگی روزمره* در قالب رفتارهایی چون قدم‌زدن در خیابان و آرایش‌کردن، در عرصه مصرف رخ می‌دهد نه تولید (گوناردنا و همکاران، ۲۰۰۸). بنابراین دیدگاه او به زندگی روزمره متکی بر کردارهای مصرف‌کننده‌ای است که به دنبال تصاحب فضا به‌مثابه مقاومتی پنهان است و با نقد زندگی روزمره لوفور که به دنبال افشای چگونگی سیطره تدریجی سرمایه‌داری بر دنیای زیسته مردمان است، تفاوت ماهوی دارد. اگرچه مقوله استراتژی (قدرت) دوسرتو به نگرانی لوفور برای تسلط بازنمایی فضای ذهنی معماران و برنامه‌ریزان (بر اساس ارزش مبادله) بر فضای زیسته خودجوش، خلاق و پر از شور زندگی (بر اساس ارزش مصرف) می‌تواند شباهت داشته باشد^۲.

پیشینه پژوهش

ظهور رویکرد انتقادی در رویکردهای حاکم بر طبقه‌بندی فضاهای عمومی

در این مقاله، ضرورت دارد به جایگاه مفاهیم مورد اشاره در میانی نظری، در پژوهش‌های مشابه با محوریت فضای عمومی شهری پرداخته شود. مرور مطالعات پیشین نشان می‌دهد پژوهش مشابهی که مستقیماً سعی در فهم ارتباط توأمان مقوله‌های نظری تولید و مصرف فضا با تأکید بر فضاهای عمومی شهری داشته باشد، یافت نشد. بنابراین در این بخش تلاش شده با نگاهی تحلیلی ابعاد گونه‌های تولید و مصرف فضا در مطالعات مرتبط ردیابی گردد.

طراحی شهری، به‌عنوان یک دیسپلین مستقل که صراحتاً دغدغه‌مند کیفیت فضاهای عمومی شهری است، اساساً زاینده جریان واکنشی انتقادی به معماری و شهرسازی مدرنیستی در میانه قرن بیستم بود و متقدمی چون جیکوبز^۳ (۱۹۶۱) کتاب خود را

^۱ علاوه بر اینکه لوفور با سه کتاب خود درباره نقد زندگی روزمره از متقدمین طرح این مفهوم بود، اما کارهای او در دنیای مطالعات فرهنگی انگلیسی‌زبان با تاخیر و عموماً غیر همبسته با اندیشه فضایی او مورد خوانش قرار گرفت. پیچیدگی ذاتی زبان و تنوع موضوعات در سیر آثار او شاید بر این واقعیت اثرگذار بوده باشد. این بی‌توجهی به همبستگی زندگی روزمره و فضا سبب شده تا به طور مثال استوری به عنوان یکی از نظریه‌پردازان مطالعات فرهنگی مصرف که دو کتاب چشم‌گیر درباره زندگی روزمره (۱۹۹۹ و ۲۰۱۴) نگاشته، در اثر متأخر با نقد نگاه لوفور به زندگی روزمره به مثابه عرصه‌ای که او در آن به دنبال تغییر (Transform) است، هدف مطالعات فرهنگی را فهم (Understand) زندگی روزمره اعلام می‌نماید (Storey, 2014).

^۲ با این حال نادیده‌گرفتن موضع عمیقاً ضدمارکسیستی دوسرتو به زندگی روزمره سبب شده تا عده‌ای به اشتباه دیدگاه او را نزدیک به افرادی چون لوفور و دیور تلقی نمایند (گوناردنا و همکاران، ۲۰۰۸).

«یورشی بر جریان غالب برنامه‌ریزی شهری و معماری» آن دوره می‌داند و لزوم توجه به کیفیت‌های اجتماعی و انسانی فضاهای شهری را شرح می‌دهد. با این حال و به نحوی پارادوکسیکال، عمده مطالعات این حوزه تاکنون متوجه ابعاد ریخت‌شناسانه، ادراکی و زیست‌محیطی بوده و پرداختن به فضاهای عمومی به‌مثابه پدیده‌ای سیاسی-اقتصادی و از منظری انتقادی جایگاهی فرعی داشته است. به نظر می‌رسد طراحان شهری با محدود کردن فهم خود از فضای عمومی شهری (در کنار تقلیل جایگاه طراحی)، عملاً فضا را در معنایی تقریباً آیزوله از ابعاد مرتبط با ساختار قدرت سیاسی و اقتصادی فهم کرده‌اند.

مرور مطالعات مربوط به سیر تطور رویکردهای نظری به طبقه‌بندی فضاهای عمومی نشان می‌دهد رویکردهای تک‌بعدی (با هسته ریخت‌شناسانه) به سمت تحلیل‌های چندوجهی از ماهیت فضا^۱ (در ساختار قدرت سیاسی-اقتصادی) در حال تغییر تکاملی هستند. عمده این مطالعات بدون اینکه وارد مقولات نظری برساختی حوزه‌های دیگر دانش نظیر اقتصاد سیاسی یا مطالعات فرهنگی شوند، با نگاهی عینی به فضاهای عمومی فرایندهای مؤثر بر تغییر این فضاها را به نقد می‌کشند. بنابراین اینجا محور توجه خود فضای عمومی است. به نظر می‌رسد دو عامل در بروز این تکامل مؤثر باشد:

- ظهور گونه‌های جدید فضاهای شهری شبه عمومی چند عملکردی که طبق رویکردهای کلاسیک قابل مطالعه دقیق نیستند، ولی امروز آن قدر در تعریف هویت شهرهای پسا صنعتی نقش یافته‌اند که طعنه به فضاهای عمومی کلاسیک می‌زنند.

- تحول فضاهای شهری موجود تحت تأثیر نیروهای انباشت سرمایه

مثلاً کاتبرت^۲ (۲۰۰۶) در کتاب *شکل شهرها: اقتصاد سیاسی و طراحی شهری* با ارجاع به لوفور می‌نویسد: «فضا توسط عناصر طبیعی و تاریخی شکل می‌یابد، اما فرایند شکل‌گیری کاملاً سیاسی است. فضا پدیده‌ای سیاسی و تولیدی محصور در معانی ایدئولوژیک است» (کاتبرت، ۲۰۰۶). میشل^۳ (۱۹۹۵) ماهیت فضای عمومی معاصر را مستقیماً تحت تأثیر یک بستر پیچیده اجتماعی-اقتصادی می‌داند، بستری که فضای عمومی در آن شکل می‌گیرد (میشل، ۱۹۹۵). داوی^۴ (۱۹۹۹ و ۲۰۱۰) با بررسی چگونگی مداخله قدرت در ایجاد فضاها و مناظر شهری معاصر از طریق دست‌کاری در افقی/عمودی، درون/بیرون، جهانی/محلی، مکان‌سازی را تمرین قدرت برای عینی‌کردن ایدئولوژی‌اش می‌داند. بنابراین فضای عمومی یک عرصه سیاسی است و در اکثر موارد محل منازعه و کشمکش گروه‌هایی بوده است که در مورد ماهیت و هدف فضای عمومی، چشم‌اندازهای ایدئولوژیکی متعارضی داشته‌اند. کارمونا^۵ فضای عمومی، آن‌گونه که امروز تجربه می‌شود، نتیجه موارد زیر می‌داند (کارمونا، ۲۰۱۰):

- گرایش‌ها و هنجارهای تاریخی که ریشه در دنیای کهن دارند.
- شیوه‌های مختلف حکمرانی، قانون‌گذاری، نظارت قانونی و سرمایه‌گذاری
- سنت‌های فرهنگی (که حتی در غرب هم متنوع هستند).
- اولویت‌های سیاسی و سبک‌های زندگی خاصی که مورد حمایت آن‌ها است.
- تعادل بین نیروهای سیاسی و نیروهای بازار، پیچیدگی فزاینده فضای عمومی و محدودیت‌های اعمال شده بر مهارت‌ها و مسئولیت‌های حرفه‌ای

در میان مطالعات متأخر فضای عمومی شهری، کتاب‌های فضای عمومی: بعد مدیریت^۶ (۲۰۰۸)، فضای عمومی و چالش دگرذیسی شهری در اروپا^۷ (۲۰۱۴)، فضاهای سرمایه: پیچیدگی مضاعف فضاهای عمومی در شهر جهانی^۸ (۲۰۱۲) و دو مقاله فضای عمومی معاصر: نقد و طبقه‌بندی^۹ (۲۰۱۰ الف و ب) از مهم‌ترین‌ها هستند. کارمونا (۲۰۰۸ و ۲۰۱۰ ب) سنت‌های مطالعاتی با رویکرد انتقادی به فضاهای عمومی شهری را در دو دسته اجتماعی-فرهنگی و سیاسی-اقتصادی تشخیص داده است. وی

^۱ و همچنین فرایند طراحی آن

^۲ Cuthbert

^۳ Mitchell

^۴ Dovey

^۵ Carmona

^۶ Public Space: The Management Dimension

^۷ Public Space and the Challenges of Urban Transformation in Europe

^۸ Capital Spaces, the Multiple Complex Spaces of a Global City

^۹ Contemporary Public Space: Critique and Classification, Part One: Critique, Part Two: Classification

رویکردهای ریخت‌شناسانه و کالبدی را به جهت ماهیت غیر انتقادی و درعین‌حال تنوع بالا در نظر نگرفته است. در جدول زیر تلاش شده تا اولاً این دسته‌بندی به صورت مدون ارائه شود و ثانیاً گونه‌های غالب تولید و مصرف فضا در هریک از آن‌ها شناسایی گردد:

جدول ۳

بررسی ارتباط رویکردهای نظری به طبقه‌بندی انتقادی فضاهای عمومی و نوع تولید و مصرف قابل‌فهم برای فضا در آن‌ها

رویکرد اصلی در طبقه‌بندی	صاحب‌نظر	انواع گونه‌های فضاهای عمومی	گونه غالب تولید فضا	گونه غالب مصرف فضا
جو فضا ناشی از غلبه غریبه‌ها یا فرهنگ جمعی	Wallin ^۱	- فضای دیستیمیک ^۲ : تحت تأثیر حضور غریبه‌ها - پروکسیمیک ^۳ : تحت تأثیر فرهنگ جامعه	تصور شده - درک شده درک شده - زیست شده	انفعالی - ارتباطی ابداعی
گروه‌های اجتماعی و ذی‌نفعان	Burgers ^۴	- فضای به پاخاسته ^۵ : تجاری و حکومتی - فضای پرزرق‌وبرق ^۶ : وسوسه و اغوا - فضای هیجان و لذت ^۷ : سرخوشی و هیجان - فضای عریان ^۸ : انعکاس و تحسین - فضای رنگین و ملون ^۹ : مهاجرین و اقلیت‌ها - فضای حاشیه‌ای ^{۱۰} : محرومیت و جدایی	تصور شده تصور شده - درک شده هر سه گونه تصور شده درک شده - زیست شده درک شده - زیست شده	انفعالی ارتباطی - انفعالی هر سه گونه انفعالی ابداعی ابداعی
نوع ادراک فضا و تعامل اجتماعی با آن	Dines & Cattell ^{۱۱}	- مکان‌های روزمره: تکراری و پر استفاده - مکان‌های واجد معنا: تداعی و خاطره - محیط‌های اجتماعی: تعاملات مردم - خلوتگاه‌ها ^{۱۲} : تنهایی یا روابط گروهی کوچک - فضاهای منفی: رفتارهای ضداجتماعی	درک شده - زیست شده درک شده - زیست شده تصور شده - درک شده تصور شده - درک شده درک شده - زیست شده	ابداعی ابداعی انفعالی انفعالی ابداعی
مالکیت	Gulick ^{۱۳}	- اراضی و مستغلات عمومی ^{۱۴} - فضای نمادین ^{۱۵} - قلمروی عمومی	تصور شده زیست شده درک شده - زیست شده	انفعالی ابداعی ابداعی
روابط قدرت	Kilian ^{۱۶}	- فضاهایی برای تماس و ارتباط - فضاهایی برای بازنمایی و سرگرمی	درک شده - زیست شده زیست شده	ابداعی ابداعی

اجتماعی-فرهنگی

1 Wallin
2 dystemic
3 proxemic
4 Burgers
5 erected
6 displayed
7 exalted
8 exposed
9 colored
10 marginalised
11 Dines & Cattell
12 retreat
13 Gulick
14 public property
15 semiotic
16 Kilian

کنترل و مدیریت	۲۰۰۷ ون‌مالیک و همکاران ^۱	- فضای حفاظت‌شده: کنترل غریبه‌ها و مجرمان - فضای موضوعی‌شده: پارک‌های موضوعی و غیره	تصورشده - درک‌شده تصورشده - درک‌شده	انفعالی انفعالی-ارتباطی
راهبردهای دفع اجتماعی و ایجاد انحصار	۱۹۹۷ فلستی ^۲ ، کلاسی ^۳	- فضای پنهان ^۴ - فضای دشوار ^۴ - فضای خشن ^۵ - فضای آزاردهنده ^۶ - فضاهای رعب‌انگیز ^۷	تصورشده - درک‌شده تصورشده - درک‌شده تصورشده - درک‌شده تصورشده - درک‌شده تصورشده - درک‌شده	انفعالی انفعالی انفعالی انفعالی انفعالی
همه‌شمولی و دربرگیرندگی فضا	۲۰۰۲ کون ^۸	- فضاهای عمومی باز: با مرزهای محو و محل تعامل - فضاهای عمومی بسته: با مرزهای مشخص: غریبه-خودی	درک‌شده - زیست‌شده تصورشده - درک‌شده	ابداعی-ارتباطی انفعالی
دگرپرسی اخیر فضاهای عمومی	۲۰۱۵ پوندز، پوندز ^۹	- فضای خصوصی‌شده - فضای تجاری‌سازی‌شده - فضای کنترل	تصورشده-درک‌شده تصورشده-درک‌شده تصورشده-درک‌شده	انفعالی انفعالی انفعالی

هیچ‌یک از انواع گونه‌های فضاهای عمومی در جدول بالا، الزاماً باهم متنافر نبوده و دارای همپوشانی هستند. اینکه یک فضا چگونه درک و استفاده شود، کاملاً بر نیازهای مدیریتی آن تأثیرگذار است. همچنین رویکردهای اقتصادی-سیاسی عموماً نشانگر مسائل مالکیتی و کنترلی به همراه تأثیرات عمیق آن‌ها بر چگونگی مدیریت فضاهای عمومی هستند. از سوی دیگر هر یک از این رویکردها را باید بر اساس مبانی فکری صاحبان آن‌ها مطالعه کرد، موضوعی که به نظر می‌رسد در مطالعه کارمونا به میزان کافی بدان پرداخته نشده است.

افول عمومیت یا همگن‌شدن فضای عمومی شهری؟

اشاره شد که امروز افول کیفیت اجتماعی فضاهای عمومی در سایه روابط سرمایه و تنازع سیاسی مؤثر بر فضاها از مهم‌ترین مسئله‌ها در مطالعات فضای شهری است. فهم طراحان شهری از ماهیت عمومی این فضاها به‌عنوان محملی برای تعاملات انسانی در کنار آزادی دسترسی و همه‌شمولی اجتماعی، با ظهور گونه‌های جدید فضاهای عمومی هم‌زمان با تحولات فضاهای موجود عمیقاً دچار تزلزل شده است. به نظر می‌رسد این افول کیفیت اجتماعی را پیش از همه باید از دریچه مفهوم عمومیت^۹ فضا مورد فهم قرار داد. دسترسی و مالکیت همگانی اساسی‌ترین بعد عمومیت هستند (مدنی‌پور، ۲۰۱۰؛ کوهن^{۱۰}، ۲۰۰۴). نقد خصوصی‌شدن فضاها از این حیث اعتبار می‌یابد. مدنی‌پور یادآوری می‌کند که خصوصی‌سازی در روندهای توسعه شهری نهادینه‌شده و این امر باعث ظهور گونه‌های جدید فضاهای شهری شده است (مدنی‌پور، ۲۰۰۳). الین^{۱۱} (۱۹۹۹) معتقد است خصوصی‌سازی هم سبب افول فضاهای عمومی شده، و هم نتیجه آن است؛ چون تمایل برای کنترل فضای خصوصی نیز افزایش یافته است (الین، ۱۹۹۹). بویر^{۱۲} (۱۹۹۳) با ابداع مفهوم شهر توهم^{۱۳} استدلال می‌کند که خوب نیست چیزی را که واقعاً عمومی نیست، فضای عمومی

¹ Van Melik, Van Aalst & Van Weesep

² Flusty

³ stealthy

⁴ slippery

⁵ crusty

⁶ prickly

⁷ jittery

⁸ Malone

⁹ publicness

¹⁰ Kohn

¹¹ Ellin

¹² Boyer

¹³ City of illusion

بنامیم. کارمونا (۲۰۱۰الف) فضاهای خصوصی شبه عمومی را به عنوان مجموعه‌ای از محیط‌های موضوعی شده طبقه‌بندی می‌کند که به مانند کالا بسته‌بندی و تبلیغ می‌شوند. فضاهایی که محتوای آن‌ها زندگی مصرفی است. برخی دیگر از تندترین نقدها به فضاهای عمومی معاصر، ناظر بر موضوعی شدن^۱ آن‌ها است که عموماً با مفاهیمی چون جذب گردشگر و سرگرمی آمیخته شده است. گاتدینر^۲ (۲۰۰۰) محیط‌های سرگرمی را از این زاویه که رفتار مردم تحت تأثیر مناظر و عملکردهای پرزرق و برق در چارچوبی که پول برای فضا تعریف می‌کند، به رفتارهایی پیش‌بینی شده و سطحی تبدیل می‌شود، تحلیل می‌کند (گاتدینر، ۲۰۰۰). الین (۱۹۹۹) با طرح عبارت «فرم از تخیل پیروی می‌کند»^۳ این بعد شهر پسامدرن را به نقد می‌کشد. ویلسون^۴ (۱۹۹۵) در مطالعه پاریس ذیل این مفهوم، می‌نویسد: «نه تنها ممکن است توریست‌ها مهم‌ترین نوع ساکنان شهر شده باشند، بلکه ما خودمان نیز در شهرهای خودمان به توریست تبدیل شده‌ایم.» (ویلسون، ۱۹۹۵). سورکین^۵ (۱۹۹۲) با تأکید بر فقدان اصالت در عموم این فضاها و تقلیدشان از یکدیگر، آن‌ها را فضاهای کاریکاتوری می‌خواند. دیزنی ورلد^۶ در امریکا و دیگر پارک‌های موضوعی عموماً نمونه‌هایی از محیط‌های به شدت ساخت‌یافته در نظر می‌آیند که در آن‌ها نرخ‌های مقرر برای تجارب مشخص در زمان معین مطالبه می‌شود. تمام این موارد نیز توسط سازمانی متمرکز کنترل می‌شود. کارمونا با پیشنهاد مفهوم فضاهای بیش مدیریت شده^۷ برای طیف وسیعی از دو گونه فضاهای مورد اشاره در بالا که عملاً مرتبط با مفهوم کالایی شدن^۸ می‌تواند تفسیر شود و پیش‌تر در جامعه‌شناسی انتقادی مفهوم‌سازی شده، سه گونه فضاهای عمومی در حال بروز را تشخیص داده است (کارمونا، ۲۰۱۰الف):

- **فضاهای خصوصی شده**^۹: اجازه دادن به اینکه فضای عمومی (یا بخشی از آن)، به بهانه ایجاد امنیت خصوصی شود، که تأثیر غیرمستقیمی بر فرایندهای سیاسی و محرومیت اجتماعی در فضا دارد.
- **فضاهای مصرفی**^{۱۰}: بی تفاوتی و عدم رسیدگی به کالایی شدن بی‌رحمانه فضاهای عمومی خطرآفرین است. فضاهایی فراگیر که حتی سورکین (۱۹۹۲) آن‌ها را زمینه‌ساز پایان عمر فضاهای عمومی سنتی دانسته‌اند. این فضاها به گونه‌ای شبیه‌سازی شده با پیوندهایی سطحی به تاریخ و گذشته ایجاد می‌شوند و عمومیت آن‌ها به نحوی کنترل می‌شود که به حداکثر مصرف بیانجامد.
- **فضای تصنعی**^{۱۱}: فضاهای تفریحی-توریستی که با طراحی افراطی^{۱۲} شان فاقد اصالت هستند و به رشد بی‌مکانی می‌انجامند؛ فضاهایی که بیشتر برای سرگرمی و توریسم طراحی شده‌اند تا زندگی اجتماعی، و عملاً در جهت اهداف سرمایه گذاران شان مورد کنترل و تغییر قرار می‌گیرند.

جمع‌بندی اینکه عموم مطالعات انتقادی متأخر طراحی شهری، بر ابعاد مشخصی از فضای عمومی متمرکز بوده و کمتر به سمت نظریه‌پردازی و مفهوم‌سازی برای کلیت تحول این فضاها در فرایندهای سیاسی-اقتصادی متمایل شده‌اند. در این بین، شاید بیش از همه، کارمونا توانسته باشد تلاش قابل ملاحظه‌ای را صورت‌بندی نماید. کارمونا (۲۰۱۰الف و ۲۰۱۲) بعد از بررسی مفصلی از تأثیر سرمایه بر فضاهای عمومی معاصر با نوعی جمع‌بندی محتاطانه می‌نویسد «اینکه زوالی همه‌جانبه را در کیفیت فضاهای عمومی مشاهده می‌کنیم یا خیر پرسشی است که نمی‌توان با قاطعیت بدان پاسخ گفت. هرچند مطمئناً فضای عمومی شهری در فرآیندی از سازش با موانع و فشارهای جهانی به پدیده‌ای در حال تغییر (چه افول یا تکامل) بدل شده است. وی برای مفهوم‌سازی تحول فضاهای عمومی معاصر و شکل‌گیری گونه‌های نوظهور آن، از عبارت همگن شدن^{۱۳} فضای عمومی استفاده می‌کند. او با ارجاع به

¹ Themed/themified

² Gottdiener

³ Form follows fiction

⁴ Wilson

⁵ Sorkin

⁶ Disney World

⁷ Over-management

⁸ Commodified public space

⁹ Privatised Space

¹⁰ Consumption Space

¹¹ Invented Space

¹² Over-design

¹³ Homogenization

لوکاتپو سیندریس^۱ (۱۹۹۶) و فاینشتاین^۲ (۲۰۰۱) توضیح می‌دهد که چگونه فضاهای عمومی معاصر شهری به‌طور فزاینده‌ای رقابتی و تکه‌تکه شده‌اند؛ زیرا آن‌ها برای اثبات هویت‌های مکانی خود در حال رقابتی مستمر هستند.

به نظر می‌رسد مفهوم همگن‌شدن فضاهای عمومی را باید در بستر شرایط شهری جامعه پسا مدرن امروز و در نسبت آن با رد کلان‌روایت‌ها و کثرت خردروایت‌ها تفسیر کرد. ادعای مذکور در پی این تبیین است که مؤلفه‌های اقتصادی، سیاسی و اجتماعی مؤثر بر تحول فضاها فرایندی را ایجاد کرده‌اند که طی آن‌ها کاربران تمایل دارند تا نسخه همگن‌سازی شده فضاهای شهری را بپذیرند که شاید نه مدنیت را تقویت می‌کند و نه حس باهم بودن اجتماعی را. «در چنین جامعه تقسیم‌شده‌ای دیگر یک عمومیت کلی وجود ندارد» (گوس^۳، ۱۹۹۶) که بتوان فضاهای شهری را مظهر آن دانست. یا به قول گل و گمزو^۴ (۲۰۰۱) «در جامعه‌ای که زندگی روزمره به‌طور فزاینده‌ای در قلمروها، رایانه‌ها، خانه‌ها و دفاتر کار شخصی و مراکز خرید به شدن کنترل و خصوصی‌شده در حال پراکنده شدن است، حتماً نقش فضاهای شهری به‌عنوان نماد عمومیت متحول شده و می‌شود». بنابراین به نظر می‌رسد این همگن‌شدن فضای عمومی که به عقیده کارمونا بیش از همه برآمده از گرایش‌های بیش‌مدیریت‌شده است، بر این واقعیت متکی است که فضاهای عمومی در فرایندی از «سازش» میان نیروهای جهانی و محلی شکل‌دهنده به فضا و مردم عادی استفاده‌کننده از آن در حال تحولی جدید است. تحولی که در متن زندگی روزمره جریان می‌یابد. جایی که مردم در مواجهه با فرایندهای مصرفی، خصوصی و تصنعی‌شدن فضاهای عمومی، نسخه همگن‌سازی‌شده خود را تولید و مصرف می‌کنند (کارمونا، ۲۰۱۰الف).

باید توجه کرد این تحول که با ظهور اشکال جدید فضاهای عمومی در ارتباط با سرمایه‌داری متأخر و مصرف انبوه همراه است، با فرایندهای گذشته در آغاز مدرنیسم، که عموماً حول جهانی‌سازی قابل‌فهم هستند، متفاوت است. این گونه‌های جدید فضا از نمادگرایی در طراحی، به‌عنوان بخش اصلی ارجاع پسا مدرنیسم به تاریخ و فرهنگ استفاده می‌کنند؛ این نمادگرایی وقتی با تفریح و سرگرمی ترکیب می‌شود، در دام مردم‌پسندی^۵ و نوعی سطحی‌گرایی درمی‌غلطند و لاجرم از کیفیت‌های عمیق اجتماعی و عمومیت مورد نظر طراحان شهری می‌کاهد.^۶ این جریان‌ها محیط انسان‌ساخت را پالایش می‌کند و شکل همگن‌سازی‌شده‌ای از شهری شدن را می‌پروراند که در همه جای دنیا می‌تواند تکرار شود (کارمونا، ۲۰۱۲). به بیان دیگر، اگر روزگاری پروژه جهانی‌سازی به دنبال یکسان‌سازی فضاهای عمومی شهری بود، امروز تحت ساختارهای سیاسی-اقتصادی و فرهنگی سرمایه‌داری متأخر، تنوع‌بخشی و موضوعی‌کردن فضاها خود به ورطه تکرار افتاده است.

البته لازم است در تحلیل این شرایط متوجه تنوع‌های مبتنی بر زمینه، خصوصاً در مقیاس ملی، بود. اغلب دیدگاه‌ها و نظریه‌هایی که در مبانی نظری و پیشینه پژوهش اشاره شد، برآمده از نقد چپ‌گرایانه شرایط شهری ذیل ساختارهای غربی سرمایه‌داری (نئولیبرال) است که در آن مناسبات تولید و مصرف فضا ذیل نظام‌های طبقاتی، نهادی و فرهنگی حاکم آن جوامع مورد فهم هستند. این نظام‌ها در جوامعی چون ایران حداقل از این حیث که در آن طبقه بورژوا و کارگر به شکل غربی آن، چه در عصر جامعه صنعتی و چه پسا صنعتی، وجود ندارد، واجد تفاوت‌های جدی است. با این حال از آنجایی که اولاً فضاهای عمومی شهری در تقاطع همه چیز هستند (پی پی اس^۷، ۲۰۱۶) و ثانیاً تجربه نشان داده روابط سرمایه‌داری به شیوه‌ای مزورانه و زمینه‌گرا با ساختارهای سیاسی-اقتصادی (حتی در کشورهای به‌ظاهر ضدسرمایه‌داری) پیوند می‌خورند (میرغلامی، طراحی و قضایی‌پور، ۱۳۹۶)، مفاهیم کلیدی مورد اشاره در این مقاله برای مطالعه تحول فضاهای عمومی در زمینه‌های متفاوتی چون ایران هم می‌تواند کمک‌کننده باشند؛ البته که لازم است در این راستا مورد جرح و تعدیل محققانه قرارگیرند. به قول رنجبر (۱۳۹۹) از خلل تحلیل تحولات فضاهای عمومی است که می‌توان به درک قابل‌توجهی از دگرگونی‌های اجتماعی-فرهنگی و اقتصاد-سیاسی در یک جامعه رسید، امری مهم که متخصصین علوم انسانی در ایران کمتر انجام داده‌اند.

¹ Loukaitou-Sideris

² Fairstein

³ Goss

⁴ Gehl & Gemozoe

⁵ Populism

^۶ البته به نظر می‌رسد جریان غالب نظام‌های حرفه‌ای طراحی شهری و معماری در این همگن‌شدن در مقیاس جهانی موثر و مقصر هستند.

⁷ PPS (Project for Public Spaces)

روش پژوهش

فهم غالب از روش‌شناسی تحقیق در مطالعات شهری، به دلیل ماهیت میان‌رشته‌ای آن، برخلاف بسیاری از شاخه‌های علوم، تا حدی منعطف و غیر یکپارچه است و عملاً هر موضوع پژوهشی بسته به سطح و پیشینه خود روش پژوهش خاص خود را ایجاد می‌نماید. این جستار نظری که به دنبال تقویت فهم انتقادی از فرایندهای تولید و مصرف در قالب فضای عمومی شهری است، بیش از همه بر پیوند پیشینه‌های نظری و روشی سه حوزه دیسیپلینی متمرکز است. همچنین از آنجایی که پژوهش حاضر به دنبال برقراری رابطه بین موضوعات و مفاهیم خاص در یک سازه نظام‌مند علمی است، اتکای آن بر استدلال منطقی ضرورت دارد. هرچند به قول میرجانی «اساساً استدلال منطقی، الگوی فراگیر درستی‌آزمایی علمی است و روح آن باید در اجزای تمامی اشکال پژوهش و نه فقط در نوعی از آن، حضور داشته باشد» (میرجانی، ۱۳۸۹). نکته حائز اهمیت اینکه مطابق دسته‌بندی‌های مرسوم روش‌شناسی تحقیق (بلیکی^۱، ۲۰۰۰؛ ساعی، ۱۳۹۲؛ فلیک^۲، ۱۹۹۸) پژوهش‌های نظری ذیل هیچ‌یک از سه‌گانه کمی، کیفی یا ترکیبی طبقه‌بندی نمی‌شوند. با این حال رویکرد وانگ و گروت^۳ (۲۰۰۲) به *استدلال منطقی* به‌عنوان روشی ورای دسته‌بندی سه‌تایی بالا، برای مکتوباتی که به دنبال ایجاد «نظمی منطقی در مفاهیم پراکنده قبلی»، «ارتباط میان اجزای دانش»، و «شفافیت نظری» هستند، می‌تواند به‌کار آید. از این منظر روش‌شناسانه مقاله حاضر ذیل آن قابل دسته‌بندی است.

به‌منظور پاسخ به پرسش اصلی پژوهش که در بیان مسئله بدان پرداخته شد، در گام نخست بر اساس مطالعه اسنادی دو انگاره تولید و مصرف فضا به ترتیب در دو سنت نظری-دیسیپلینی اقتصاد سیاسی (شهری) و مطالعات فرهنگی (شهری) دسته‌بندی شد و در کنار پیشینه مطالعات انتقادی متأخر فضای عمومی شهری مورد بررسی قرار گرفت. در گام دوم بر پایه منطق روش‌شناختی پژوهش تلاش شده، با بحث در سه سطح پارادایمی، نظری و روشی یک منظومه نظری برای فهم ارتباط توأمان مفاهیم تدوین گردد. طی هر دو گام اطلاعات به‌کارگرفته‌شده نظریات و مفاهیم ذیل تولید اجتماعی فضا و مصرف فرهنگی آن از شاخص‌ترین صاحب‌نظران مرتبط با مطالعات شهری است که کوشش شده در چارچوبی نوآورانه و اقناع‌کننده به کار گرفته شوند و در یک سلسله‌مراتب منطقی مورد مفاهمه قرار گیرند. بر این اساس اهمیت پژوهش حاضر در ارائه سنتزی است که می‌تواند در سازگاری با فهم میان‌رشته‌ای طراحی شهری از فضای عمومی قلمداد شود. این امر نهایتاً می‌تواند موجب افزایش شفافیت و یکپارچگی شناختی-تحلیلی موضوع، از طریق ارائه یک صورت‌بندی مفهومی شود و مورداستفاده پژوهشگران مطالعات انتقادی فضای عمومی شهری قرار گیرد.

یافته‌ها و بحث

آنچه گذشت تلاشی برای فهم دو انگاره تولید و مصرف فضا در زمینه‌های گفتمانی خود به همراه پیشینه مطالعات مرتبط در دانش طراحی شهری بود. در این بخش به کمک تعریف سه سطح پارادایمی، نظری و عینی بستری برای بحث و ارائه یک منظومه نظری فراهم می‌شود. البته ضروری است به این سطوح به‌صورت طیفی نگریسته شود، لکن برای شفافیت بحث علمی، از هم تفکیک شده‌اند.

سطح پارادایمی

منظور از *تولید (اجتماعی) فضا* در این نوشتار، تنها نظریه هانری لوفور (۱۹۹۱) با این عنوان نیست؛ بلکه حوزه نظری وسیع‌تری مورد نظر است که امروز بعد از دهه‌ها بحث و بسط به‌عنوان یک مفاهمه مشهور در ادبیات اقتصاد سیاسی شهری، جغرافیای انسانی و حتی جامعه‌شناسی شهری انتقادی^۴ درآمده و عملاً ذیل همین حوزه‌ها، بیش از همه توسط هاروی، برنر^۵، الدن^۶، کلارک، سوجا و

^۱ Blaikie

^۲ Flick

^۳ Groat & Wang

^۴ جامعه‌شناسی شهری سیاسی و جامعه‌شناسی شهری انتقادی دیگر عناوین معرف حوزه اقتصاد سیاسی شهری هستند (پیران، ۱۳۷۰).

^۵ Neil Brenner

^۶ Stuart Elden

گاتدینر بسط یافته است. تولید فضا اساساً ذیل گفتمان فکری (نئو)مارکسیست، با هسته نظری ماتریالیسم دیالکتیکی، که عملاً پشتوانه اندیشه چپ انتقادی است، انگاشته می‌شود؛ همان‌طور که اساساً مطالعات اقتصاد سیاسی، دارای جهت‌گیری چپ هستند.^۱ نظریه انتقادی در مرکز اندیشه مارکسیسم قرار دارد (اریک‌برونر،^۲ ۲۰۱۱). در ساحت معرفت‌شناسی^۳ لوفور با تلاشی نوآورانه دیالکتیک مارکس و هگل را به یک تریالکتیک بسط می‌دهد؛ و بر این پایه امر شهری را نه به‌سان واقعیتی تجربی یا انگاره‌ای ذهنی، بلکه به‌عنوان ابژه‌ای ممکن^۴ و فضا را نیز به‌سان یک امر کلی و رای تبیین‌های تخصصی علوم رشته‌رشته امروز معرفی می‌کند^۵ (لوفور، ۲۰۰۳). به عقیده گاتدینر (۱۹۹۷) مهم‌ترین دستاورد معرفتی-روشی لوفور کاربرد خرد مارکس و انگلس برای اندیشیدن درباره فضا است که موجب شد اقتصاد سیاسی فراتر از مرزهای پیشین بسط داده شود. این اندیشه فضایی هم‌زمان اقتصادی، سیاسی و نشانه‌شناسانه است. او این حوزه را اقتصاد سیاسی اجتماعی-فضایی^۶ می‌نامد. این بسط معرفت‌شناختی تا حد زیادی مدیون هاروی نیز هست، او باینکه صراحتاً بر فرا نظریه مارکس در نقد اقتصاد سیاسی اتکا دارد (هاروی، ۱۹۸۵، ب، ۱۶؛ هاروی، ۲۰۰۹)، با نقد ارجحیت زمان بر فضا در اندیشه مارکس تلاش می‌کند ماتریالیسم تاریخی او را به ماتریالیسم تاریخی-جغرافیایی^۷ ارتقا دهد (هاروی، ۱۹۸۵) و خلاً اندیشه فضایی را در آن پر کند.^۸ در این نگاه دیگر مبنای تغییر اجتماعی «طبقه» نیست و زین پس فضا و تعارض فضایی در مرکز آن قرار می‌گیرد.

در دیگر سو، اگرچه پدیده مصرف از دهه ۱۹۷۰ به یکی از موضوعات محوری در جامعه‌شناسی و مطالعات فرهنگی^۹ بدل شد، اما باید ریشه بحث را کمی پیش‌تر در سویه‌های انتقادی به‌مدربسته حول محور افول فرهنگ بر اثر گسترش بازار مصرف و فرایندهای توده‌ای شدن دانست (پاترسون، ۲۰۱۸).^{۱۰} بنابراین منظر، جهت‌گیری مطالعات فرهنگی مصرف رابطه ناگسستگی با نقد قدرت و نابرابری دارد. بنت^{۱۱} (۲۰۱۰) اساساً مطالعات فرهنگی را عرصه‌ای بین‌رشته‌ای برای فهم درگیرشدن فرهنگ در فرایندهای اعمال قدرت می‌داند. پس موضوع اصلی مصرف فرهنگی، پرداختن به مقوله فرهنگ تحت انقیاد سرمایه‌داری مصرفی است. دو مفهوم فرهنگ توده و فرهنگ عامه‌پسند مفاهیمی اساسی در این راستا هستند. مطالعات فرهنگی مصرف، به دنبال فهم «معنا» و «تجربه» مصرف فرهنگی است.^{۱۲} اینجاست که «فهم» تجربه‌های انسانی به‌عنوان واقعیتی زنده و گداخته، در مقابل «تبیین»های اثبات‌گرایانه‌ای که آن‌ها را به تجربه‌هایی سرد و منجمد تبدیل می‌کند و تجربه و معنا را به‌عنوان واقعیتی خارج از ما در حد معناداری آماری بین متغیرها تقلیل می‌دهد (کاظمی، ۱۳۸۴)، اهمیت می‌یابد.

فهم زنده‌بودن تجربه‌ها، ذیل سلطه سرمایه‌داری مصرفی، نیازمند نگرشی انتقادی است. این موضوع اگرچه نمایانگر وصلتی قدیمی میان اصحاب مطالعات فرهنگی و نظریه انتقادی است، اما مطالعات فرهنگی متأخر به‌نوعی سنت تفسیری-تأویلی گرایش

^۱ زیرا لیبرالیسم (راست) به دلیل تفکیکی که میان حوزه اقتصاد و سیاست (عدم مداخله دولت در بازار) قائل است، نوعاً اعتقادی به اقتصاد سیاسی ندارد.

^۲ Eric Bronner

^۳ Epistemology

^۴ Possible object

^۵ لوفور (۲۰۰۳) معتقد است فهم فضا به سان امر کلی از طریق علوم تخصصی به دست نخواهد آمد. این فهم بیش از آنکه نتیجه مطالعات «تجربی» باشد، حاصل درگیری عمیق تئوریک با موضوع است (نقل در واقفی، ۱۳۹۵).

^۶ Socio-spatial political economy

^۷ البته نمی‌توان از تاثیر اندیشه لوفور بر هاروی در این امر چشم‌پوشی کرد.

^۸ تاثیرپذیری آرای هاروی از لوفور با ارجاعات فراوان در آثارش عیان است، اما اینکه اندیشه فضایی او به کل متأثر از لوفور باشد، جای تردید دارد؛ زیرا هاروی به عنوان یک جغرافی‌دان مارکسیست نمی‌توانسته فضایی نیاندیشد.

^۹ به طور هم‌زمان دهه ۱۹۷۰ را نیز آغاز جریان موسوم به چرخش فرهنگی در جغرافیا می‌دانند (Claval, Pagnini & Scaini, 2003).

^{۱۰} مفهوم بت‌وارگی کالایی مارکس نقطه آغازی است که با آرای وبر، لوکاچ، زیمل، وبلن بسط می‌یابد و به صنعت فرهنگ و انسان‌تک‌ساختی مکتب فرانکفورت می‌رسد. این خط فکری که مصرف کالا را به عنوان یک موضوع فرهنگی می‌نگرد، هم مفهوم مصرف را توسعه بخشیده و هم مفهوم کالا را به آثار فرهنگی-هنری و حتی کلیت فرهنگ در جامعه مدرن بسط داده است. با اینکه درک مارکس از مصرف با تلقی امروزی از آن به عنوان پدیده‌ای با اشکال «فرهنگی» و نمادین تازه» متفاوت بود (پاترسون، ۲۰۱۸، ۳۷)، اما تمام نظریه‌پردازان فوق به همراه آنانی که بعد از دهه ۱۹۷۰ (همچون بودریار، جیمسون و بودریو) ذیل جامعه‌شناسی انتقادی و مطالعات فرهنگی به نقد فرهنگ مصرفی در شرایط پسامدرن پرداختند، تحت تاثیر اندیشه انتقادی مارکس به جامعه (سرمایه‌داری) هستند؛ با این تفاوت که نقد آنان بر شکل تازه سرمایه‌داری مصرفی، که در آن تاکید کمتری روی مفهوم «تولید» است، وارد می‌شود.

^{۱۱} Bennett

^{۱۲} که در پیوند با گستره وسیعی از مفاهیم جامعه‌شناختی نظیر هویت، تمایز، سبک زندگی و طبقه اجتماعی در جامعه مدرن قرار دارد.

بیشتری یافته است (کاظمی، ۱۳۸۴). در مقابل امر انتزاعی و کلی مورد علاقه نظریه انتقادی، توجه مطالعات فرهنگی امروز به امور واقعی و جزئی است. پرداختن به تجربه‌های واقعی به معنای خارج شدن از تأمل انتزاعی صرف و تأکید بر نفس این تجارب و کردارها است. همان انتزاعی که فرانکفورتی‌ها با درغلطیدن به آن به دنبال فهم کلیت بودند. «این کلیت زمانی میسر می‌شود... که محل بروز حقیقت، ذهن نویسنده و اثر او باشد نه زندگی واقعی» (اباذری ۱۳۹۸). در اینجا مطالعات فرهنگی به انسان‌شناسی بسیار نزدیک می‌شود و از اتنوگرافی بهره می‌برد (کاظمی، ۱۳۸۴).

بعلاوه مطالعات فرهنگی در گرایش‌های متأخر با پرداختن به مفهوم مقاومت، برآمده از ایده‌های پساساختارگرایانه افرادی چون دوسرتو، که وام‌دار فوکو است (هایمور^۱، ۲۰۰۲)، سعی در ارائه روایت‌های متنوع و خردی از به چالش کشیدن منافع جامعه سرمایه داری در کردارهای ظریف و مزورانه مردم دارد. در اینجا، به گفته کاظمی (۱۳۸۴)، فاصله دوسرتو از درک مارکسیستی مقاومت کاملاً مشهود است، چراکه مقاومت بیش از آنکه واژگونی قدرت باشد، عرصه تبیین متکثر و متفاوتی از قدرت‌ها است. نگاه به مصرف به مثابه ابداع، بیش از همه، در این چارچوب تعریف می‌شود. بنابراین مطالعات فرهنگی مصرف بیشتر تحت پارادایم فکری پسامدرن قابل فهم است، که شاید وام‌دار پسامدرنیسم جامعه‌شناختی لیوتار باشد. زیرا ذیل این رویکرد است که، به عقیده محمدپور (۱۳۸۷)، نقد به مثابه روش با نظریه انتقادی غیرپسامدرنیستی و اساساً سنت مارکسیستی که به دنبال ارائه فراروایت است، تفاوت جدی دارد و در پی فهم و ارائه خردروایت‌هایی از شیوه‌های مصرف فرهنگی است.

بنابراین به نظر می‌رسد ادبیات تولید فضا، برآمده از ماتریالیسم دیالکتیکی، تمایل به فهمی کل‌گرایانه و ارائه نوعی فراروایت از فضایی شدن سرمایه‌داری در متن اجتماع (و شهر) دارد. شاید همین رویکرد کل‌گراست که سبب شده تا جامعه‌شناسانی چون تریفت^۲ (۲۰۰۳) آرای جغرافی‌دانان تولید فضا (مثل هاروی و کلارک) را نظریه‌پردازی منهای یافته‌های تجربی بدانند. هرچند هاروی (۱۹۸۵ب) در تجربه شهری تلاش می‌کند پاسخی برای این نوع ابهام ارائه کند. وی با ارجاع به کسی که از فراز برجی بلند تلاش می‌کند آن را به مثابه یک متن بخواند، منطق معرفت‌شناختی خود را نوعی تحلیل از بالا معرفی می‌کند که به جای آنکه به تصرف شهر درآید، شهر را در ذهن خود به تصرف درمی‌آورد. از سوی دیگر اما مطالعات فرهنگی مصرف در پی فهم و تفسیری بازنمود فرهنگ سرمایه‌داری^۳ در روابط انسانی است. امری که بعدها با تکوینی جدید به فهمی واسازی شده از معنی مصرف به مثابه «تولید» رسیده است (مصرف ابداعی). جدول شماره ۴ دربردارنده جمع‌بندی و مقایسه دو انگاره تولید و مصرف از چهار زاویه پارادایمی-روش‌شناختی است.

جدول ۴

زوایای پارادایمی-روشی دو انگاره تولید و مصرف فضا

تولید فضا	مصرف فضا
سرمایه (داری) طبقه بدن زمان فضا (به مثابه دیالکتیک سه‌وجهی)	فرهنگ عامه (توده‌ای) کالایی‌شدن فرهنگ تجربه و معنا مصرف به مثابه تجربه فرهنگی
نظریه انتقادی پدیدارشناسی نشانه‌شناسی	پساساختارگرایی (پسامدرنیسم) نشانه‌شناسی اتنوگرافی ^۴

سطح نظری

^۱ Highmore

^۲ Thrift

^۳ که بخشی از این بازنمود مستقیماً در بستر فضاهای سرمایه‌دارانه‌ای چون مراکز خرید، پارک‌های موضوعی و فضاهای مشابه رخ می‌دهد.

^۴ مردم‌نگاری

از حیث نظری، عمدتاً تمرکز اقتصاد سیاسی تولید فضا بر نقد سرمایه‌داری و نظام انباشت سرمایه تحت مفاهیم کلاسیک مارکسیستی مثل طبقه، کار، مازاد و تولید است. از سوی دیگر جامعه‌شناسی و مطالعات فرهنگی مصرف، بیشتر حول دو نظریه جامعه مصرفی و فرهنگ مصرفی، که از مشخصه‌های کلیدی فرهنگ معاصر هستند؛ و مفاهیمی چون جامعه نمایش، فرهنگ عامه، طبقه تن‌آسا و سرمایه نمادین می‌تواند فهم شود.

در انگاره تولید فضا، ذیل تلقی مارکس از چرخه اول انباشت، سرمایه (داری) به‌مثابه فرایندی تعریف می‌شود که برای حفظ بقای خود سعی در فتح عرصه‌های تازه و طی چرخه‌هایی متناوب دارد. از این‌رو ساختارهای نهادی و سیاسی می‌توانند به‌عنوان عوامل میانجی مابین این چرخه‌ها عمل کنند. این نقش امروز بر عهده نئولیبرالیسم به‌عنوان پروژه اقتصادی-سیاسی سرمایه‌داری متأخر^۱ قرار دارد، که به‌گونه‌ای منعطف و زمینه‌محور چرخه‌های انباشت سرمایه را در نظامی از تخریب‌های خلاق^۲ در مسیر «شهری شدن» به‌پیش می‌راند و بر آنچه هاروی (۲۰۰۱ و ۱۹۸۲) به‌عنوان تناقض درونی سرمایه می‌نامد غلبه می‌دهد. از سوی دیگر وامدار بودن نظریه تولید فضای لوفور از اندیشه مارکس، افرادی چون هاروی و اسمیت را به این خطا کشانده که از «عدم موفقیت او در ارائه نظریه‌ای به‌طور کامل ساخته‌وپرداخته در اقتصاد سیاسی فضا» انتقاد کنند (گوانواردا و همکاران، ۲۰۰۸)؛ حال آنکه لوفور (۱۹۸۴) با نقد اساسی به رشته‌ای شدن علوم مشخصاً تلاش کرده خود را از بیرق علوم دانشگاهی برهاند.^۳ با همه این‌ها به نظر می‌رسد وجه اشتراک اصحاب تولید فضا، یکی اندیشه (نئو)مارکسیستی و دیگری شهرگرا بودنشان باشد. در اینجا به قول الدن (۲۰۰۹) شهر به‌مثابه فضا سازنده اصلی دیالکتیک فرایندهای اجتماعی، نه به شیوه‌ای تعیین‌گرا، بلکه در فرایندی مداوم از ساخته‌شدن، بازساخته‌شدن و در حال ساخته‌شدن فهم می‌شود.

در دیگر سوی سطح نظری، مصرف در بستر جامعه و فرهنگ مصرفی معاصر و به شیوه‌ای که در شهر فضایی می‌شود، مورد توجه این مقاله است. مفهوم سرمایه نمادین با نگاه به کلیت جامعه نشان می‌دهد که قلمرو مصرف، عرصه معناداری از تنازع در بین طبقات و درون آن‌هاست (بورديو، ۱۹۸۴)؛ در بستری محدودتر از جامعه، نظریه طبقه تن‌آسا کارکرد و اهمیت مصرف را در ایجاد تمایزات اجتماعی عیان می‌سازد (الدن، ۲۰۰۹). اگرچه ساندرز^۴ (۱۹۸۱) معتقد است فرصت‌های مصرف در شهرها برای تعیین روابط اجتماعی، مؤلفه بنیادی‌تری نسبت به طبقه به شمار می‌رود، اما در حال شهر مصرفی عرصه تضاد میان طبقات است.

این تمایزات اجتماعی بحث را به بعد تصویرسازانه مصرف در جامعه (پسامدرن پیوند می‌زند، که مفهوم جامعه نمایش از زاویه‌ای به آن پرداخته است. نمایش «سرمایه» در قالب انباشت تصاویر، کارکرد از خودی‌یگانه‌سازی را بر عهده می‌گیرد. بنابراین، «نمایش صرفاً مجموعه‌ای از تصاویر نیست، بلکه خود روابط اجتماعی است که به‌واسطه تصاویر، رسانه‌ای شده است» (دبور، ۱۹۹۲). این مفهوم با توصیف‌های بودریار از وانمایی و شبیه‌سازی در جامعه مصرفی شباهت دارد. امروز مصرف تصویر کالاها در ذهن مهم‌تر از تولید کالاها شده؛ در این جامعه روابط اقتصادی، جای خود را به یک نظام نشانه‌ای داده است. این نظام با تأکید پسامدرنیسم بر تصویر به‌جای واقعیت، پیوند وثیق دارد. جیمسون^۵ (۱۹۹۱) دوره سرمایه‌داری متأخر را با دوران پسامدرن منطبق می‌داند و صراحتاً پسامدرنیسم را وجه غالب فرهنگی در منطق سرمایه‌داری متأخر می‌داند. دیدگاه او با رویکرد هاروی (۱۹۸۹ب) در تحلیل پسامدرنیسم به‌عنوان دوره انباشت منعطف سرمایه شباهت دارد.^۶ برایمن^۷ (۲۰۰۴) این جامعه را مفهوم دیزیزه‌شدن^۸ جامعه به‌خوبی کارکرد فرهنگی فوق را توصیف می‌کند.

^۱ بر اساس نظر مندل (۱۹۷۵) و جیمسون (۱۹۹۱) سرمایه‌داری متأخر به دوره بعد از جنگ جهانی دوم و خصوصاً دهه ۷۰ تاکنون ارجاع دارد که دارای ویژگی‌های کلیدی‌ای چون شرکت‌های چندملیتی، بازارهای جهانی، مصرف انبوه، فضای جریان‌های سیال سرمایه و سلطه رسانه‌ها در سطح بین‌المللی است.

^۲ Creative destruction

^۳ باید توجه داشت رویکرد اجتماعی لوفور (خصوصاً به تولید فضا و زندگی روزمره) تا سالها توسط جامعه‌شناسان آمریکایی نادیده گرفته شده بود، در حالیکه کارهایش به‌طور گسترده توسط جغرافی‌دانان خوانده شده بود (Gottdiener, 2018).

^۴ Urbanist

^۵ Saunders

^۶ Jameson

^۷ باید توجه کرد که پسامدرنیسم به مثابه یک شرایط تاریخی، نباید با پارادایم فکری پسامدرن خلط شود.

^۸ Bryman

^۹ Disneyzation: این عبارت مترادف Disneyfication استفاده می‌شود.

بستر مهم فرایندهای بالا شهر مصرفی امروز است. پدیده‌ای که حتی عبارت شهر مصرف‌شده^۱ را برخی (مایلز و مایلز، ۲۰۰۴، ۱۷۱) برای آن به کار می‌برند. اینجاست که مشروعیت‌بخشی به جامعه مصرفی در سطح شهری عینیت می‌یابد. شهر بستر عینی شدن انواع سه‌گانه گونه‌های مصرف است. مفهوم مالی شدن شهر^۲ که توسط برخی (کاظمی، ۱۳۹۶؛ رینگمار^۳، ۲۰۰۵) طرح شده، در همین راستا قابل فهم است. البته باینکه به نظر می‌رسد عمده مقصودها از شهر مصرفی معطوف به نوع مصرف انفعالی و ارتباطی (نمایشی) با تأکید بر طبقه متوسط است، اما عده‌ای همچون جین (۲۰۰۶) متأثر از دوسرتو و لوفور به گونه‌های عادی و غیرمظاهرانه مصرف در شهر نیز پرداخته‌اند. او با طرح مفهوم شهر دسته‌دوم^۴، فضاهایی چون بازارچه‌های دسته‌دوم و غذاخوری‌های عادی را که توسط طبقات غیربرخوردار مورد مصرف عادی روزمره قرار می‌گیرند، موردتوجه قرار داده است.

سطح عینی

بر اساس بحث در دو سطح بالا می‌توان گفت در انگاره تولید فضا، بیشتر کلیت شهر (با تأکید بر مستغلات شهری) به‌مثابه فضا فهمیده شده است. در دیگر سو، اگرچه جامعه‌شناسی و مطالعات فرهنگی مصرف، منکر اهمیت فضا در تحلیل اجتماعی نیست (یو^۵، ۲۰۱۷)، اما عموماً فاقد تأکید بر ابعاد فضایی است. از همین روست که به نظر می‌رسد این مطالعات بیشتر مصرف فرهنگی «در» فضا را شامل می‌شوند، تا مصرف فرهنگی فضا. خیابان و پاساژ و مراکز خرید شهری گونه‌های فضایی‌ای هستند که از قرن نوزدهم تا امروز موردتوجه این مطالعات بوده‌اند^۶. بنابراین پرسش کلیدی این است که در مفاهیم تولید و مصرف، چگونه می‌توان به فضاهای عمومی شهری به‌عنوان سطحی عینی از فضا، که مورد علاقه مطالعات طراحی شهری است، نگریست؟ در این بخش نشان داده می‌شود که کلید بحث در پرداختن به «زندگی روزمره» به‌عنوان عرصه مفاهیم است.

پیرو آنچه در مبانی نظری آمد، دو انگاره تولید فضا و مصرف فضا در ملموس‌ترین سطح تحلیل به زندگی روزمره منتهی می‌شوند و این عرصه را به‌مثابه نوعی پروبلماتیک مورد فهم قرار می‌دهند. لوفور با تعریف زندگی روزمره به‌مثابه خردترین و بلاواسطه‌ترین سطح^۷ برای واقعیت اجتماعی (بعد از دو سطح جهانی و شهری) نشان می‌دهد که فضا نقش محوری (و به‌طور بالقوه انقلابی) برای ساختن زندگی روزمره ایفا می‌کند (نقل در گونواردا، ۲۰۱۹). به‌علاوه در این سطح، مطالعات فرهنگی مصرف به تجلیات و کنش‌های متقابل در موقعیت‌های ملموس (واقعیات) زندگی روزمره و نمود فرهنگ عامه در بستر فضاهایی چون مراکز خرید و تفریح، به‌جای پرداختن به ساختارهای کلان و نظام‌های هنجاری، می‌پردازد. بنابراین در این مقیاس است که دو انگاره مذکور، علیرغم تفاوت‌های رویکردی به زندگی روزمره، در مطالعات فضای عمومی شهری اهمیت و محل اعراب می‌یابند. عمده این تفاوت‌ها در این قالب خلاصه می‌شود که گروه اول به زندگی روزمره شهری نگاهی انقلابی دارد ولی گروه دوم زندگی روزمره را عرصه مردمی از خودبیگانه، یا تکتیری از نفس افتاده می‌بینند که با به چالش کشیدن استراتژی، تاکتیکی محدود در مکان و زمان را اتخاذ می‌کنند.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

¹ Consumed city

² (Shopping)-mallization

³ Ringmar

⁴ The second-hand city

⁵ Yu

⁶ تفاوت مهم مراکز خرید امروز با نمونه‌های قرن نوزدهمی آنها، در حضور بیشتر زنان و گروه‌های دیگر از دارا و ندار تا پیرو جوان است که این فضاها را تا

حدی دموکراتیک‌تر نموده است (پاترسون، ۲۰۱۸)

⁷ Level



شکل ۳. سه سطح واقعیت اجتماعی
برگرفته از: (لوفور، ۱۹۹۱ب)

در این مفاهیم، توجه به جهت‌گیری بالا به پایین یا بالعکس آن‌ها نسبت به عینیت (فضای عمومی و زندگی روزمره) اهمیت دارد. به نظر می‌رسد هر دوی این رویکردها، ضمن برخی زوایای هم‌پوشان، می‌توانند در سطح عینی مورد فهم طراحان شهری مکمل یکدیگر باشند. انگاره تولید فضا (خصوصاً با تأکید بر نشانه‌شناسی) چارچوب نظری منسجمی برای فهم انقلابی ساخت و تجربه زندگی شهری ارائه می‌دهد. با این حال با نوعی نخبه‌گرایی زاویه دید خود تحلیل‌گر را مرکز خوانش نشانه‌ها و مناسبات اجتماعی در نظر می‌گیرد و نمی‌تواند در فهم دنیای ذهنی و ارزش‌های مصرف‌کنندگان به‌طور کامل تجربه واقعی آن‌ها را عیان سازد. این همان خلأ روش‌شناختی‌ای است که با سوق یافتن مطالعات تولید فضا به سمت مطالعات مصرف (خصوصاً ابداعی) می‌تواند پر شود. از سوی دیگر در مطالعات مصرف، تأکید بر فهم عمیق کنش اجتماعی و معانی جاری، پرداختن به پیچیدگی فرایندهای کلان مؤثر بر فضا را با نوعی تقلیل‌گرایی همراه ساخته است. حال آنکه به نظر می‌رسد برای پژوهشگر میان‌رشته‌ای فضای عمومی شهری اتخاذ توأمان این جهت‌گیری بالا به پایین و پایین به بالا در مواجهه با فضا ضرورت دارد.

جدول ۵

تطبیق دو انگاره تولید و مصرف بر مقیاس فضای شهری

مصرف فضا	تولید فضا
<p>خیابان‌های تجاری مراکز خرید و مال‌ها محیط‌های فرهنگی (موزه‌ها، سینماها و غیره) پارک‌های موضوعی و مکان‌های توریستی</p>	<p>کلیت شهر به‌مثابه فضا املاک و مستغلات شهری فضای بدن/ بدن در فضا</p>
<p>فهم زندگی روزمره گروه‌های اجتماعی</p>	<p>نقد سرمایه‌داری از خلال زندگی روزمره عرصه‌ای برای تغییر انقلابی-اتوپایی</p>
	<p>مصادیق فضای مورد فهم در شهر</p>
	<p>رویکرد به زندگی روزمره شهری</p>

در این مقیاس فضایی، صورت‌بندی کارمونا (۲۰۱۲) برای «همگن‌شدن» فضاهای عمومی که با نقد سه فرایند مصرفی‌شدن، خصوصی‌شدن و تصنعی‌شدن فضاهای شهری امروز ارائه شده، بدون اینکه ارجاع تئوریک بارزی به زندگی روزمره شهری داشته باشد، می‌تواند هم‌پیوند با آن فهم شود. این چارچوب نظری به برآیند و خروجی عینی مواجهه مردم عادی، طی زیست عادی‌شان، با فضاهای شهری مصرفی، خصوصی و تصنعی شده می‌پردازد. «زمینه شهری دیگر قلمروی باز مدنی، آن‌طور که شهرهای سنتی بود^۱ نیست، بلکه قلمروی فرهنگی طبقه متوسط است که با تحرک فزاینده، مصرف و سرگرمی بسیار همراه است» (هاجر و رینجدرپ^۲، ۲۰۰۱). دیگر نباید فضای عمومی را صرفاً محدود به خیابان و میدانی هسته تاریخی شهر دانست، بلکه در عوض باید شبکه جدید مکان‌های پراکنده شهر را نیز پذیرا شد. «استفاده‌کنندگان فضا نه از ناهمگنی، که از همگنی پشتیبانی می‌کنند. همچنین هرچه بیشتر شهرها با فضاهای

^۱ یا حداقل آن‌طور که شهرسازان و معماران تصور می‌کنند.

^۲ Hager & Reijndorp

عمومی و رویدادهایشان شبیه هم می‌گردند، بیشتر تشنه یک هویت بی‌مانند می‌شوند» (مایلز و مایلز، ۲۰۰۴). این مفهوم را می‌توان در ارتباط با دو انگاره تولید و مصرف فضا، بدون ورود به مجادلات تئوریک هریک، مورد فهم قرار داد. همگن شدن فضاهای عمومی شهری نه مانند تولید و مصرف فضا، نظریه‌ای «بر» طراحی شهری است، بلکه چارچوبی نظری «در» مطالعات طراحی شهری ارائه می‌کند. سه محوری که این مفهوم بر آن‌ها سوار است همگی بر خود فضای شهری ارجاع دارند، نه مفاهیم برساختی اقتصاد سیاسی و مطالعات فرهنگی؛ که به ترتیب عبارت‌اند از پیچیدگی‌های فرایند انباشت در شهر، و رفتار و جهان ذهنی شخص یا جامعه شهری مصرف‌کننده. با این حال همگن شدن فضا تفسیری کاملاً سازگار با مضامین ذیل تولید و مصرف از فضای شهری ارائه می‌دهد. مصرفی‌شدن، خصوصی‌شدن و تصنعی‌شدن فرایندهایی هستند که هریک پیوندی مستقیم یا غیرمستقیم با سه‌گانه تولید فضا و سه‌گانه مصرف فضا دارند.

البته ذکر این نکته ضرورت دارد که طی سال‌های اخیر توجه به امر روزمره در حیطه مطالعات (طراحی) شهری با واژگانی چون «شهرسازی روزمره^۱» (چیس، کرافورد و کلیسی^۲، ۲۰۰۸)، «شهرسازی گوریلا^۳» (هو^۴، ۲۰۲۰)، «شهرسازی تاکتیکی^۵» و «شهرسازی D.I.Y^۶» (لایدون و گارسیا^۷، ۲۰۱۵) کمابیش موردتوجه قرار گرفته است که بر اهمیت تجربه زیسته مردم در مطالعه شهر از یک سو و قابلیت اقدامات انعطاف‌پذیر و خرد مردمی برای بهبود محلات مسکونی از سوی دیگر تأکید دارند. اما این مطالعات عموماً بیش از آنکه تلاش‌هایی برای بسط و تعمیق نظری دانش طراحی شهری باشند، مطالعاتی کاربردی و بر مبنای نمونه‌های موردی خرد هستند. بنابراین برای پژوهش حاضر که بر نظریه‌های (انتقادی) مرتبط با تولید و مصرف فضای عمومی شهری تأکید دارد، چندان کمک‌کننده نیستند و نهایتاً می‌توانند مرتبط با مصرف ابداعی و تقویت کنشگری استفاده‌کنندگان از فضا قلمداد شوند. پرسش بعدی از چگونگی فهم ارتباط سه‌تایی‌های تولید و مصرف با زندگی روزمره در فضاهای عمومی همگن‌سازی‌شده معاصر است. پرکتیس‌های فضایی^۸ اقدامات هرروزه‌ای هستند که امر روزمره را تشکیل می‌دهند؛ به‌ندرت آگاهانه هستند و اغلب به‌صورت بداهه انجام می‌شوند (هوبارد^۹، ۲۰۰۶). در اینجا روزمرگی مرز ظریفی با زندگی روزمره می‌یابد. همیشه این ترس وجود داشته که برنامه‌ریزی فن‌سالارانه شهری با بازنمایی‌های انتزاعی فضا که توسط شهرسازان و معماران انجام می‌شود، بر پرکتیس‌های فضایی مسلط شود و با تحمیل نظم کارکردی بر فضای شهری از شور زندگی و گرمای کنش‌های فضایی بکاهد. در چنین شرایطی مکانیزم‌های تولید فضا، عملاً از عمومیت فضاهای شهری، که طراحان شهری آن را با معیارهایی چون مالکیت، کنترل، مدنیت، پیکره‌بندی فضایی، و پویایی می‌شناسند^{۱۰}، به نفع بسط ایدئولوژی سرمایه‌داری سوءاستفاده می‌کنند. بدین معنی که با استخدام نمادها و حتی ابزارهای رسانه‌ای سعی در ارائه تصویری سرزنده، هویت‌مند و مدنی از فضاهایی که از اساس عمومی نیستند، دارند. در اینجا این دغدغه اصحاب تولید فضا با کلیدواژه هژمونی، با مقوله /ستر/ثری اصحاب مصرف (ابداعی) قرابت دارد. دوسرتو (۲۰۰۲) می‌گوید این مسئله در گرایش معماران و برنامه‌ریزان در نامرئی ساختن چیزهایی از زندگی روزمره مردم جلوه‌گر است که از دیدگاه عقلانی آن‌ها وصله‌ای ناجور به شهر است. مصرف انفعالی و ارتباطی شهری نوعی تجلی این تسلط روابط سرمایه‌دارانه بر زندگی روزمره بخشی از جامعه به کمک بازنمایی فضایی شهری است؛ که مطابق با نحوه زیستی که طراحان و سازندگان برای فضا در سر دارند، پیش می‌رود. علاوه بر فضاهای مصرفی‌ای چون مراکز خرید و پارک‌های موضوعی، فضاهای گردشگری شکل پیچیده‌ای از مصرف را در خود دارند که شامل شیوه خاصی از دیدن می‌شود، همان چیزی که اوری (۲۰۰۲) اسمش را «نگاه خیره

^۱ Evereyday Urbanism

^۲ Chase, Crawford & Kaliski

^۳ Guerrilla Urbanism

^۴ Hou

^۵ Tactical Urbanism

^۶ Do It Yourself Urbanism

^۷ Lydon & Garcia

^۸ نگارندگان مقاله با مریفیلد (۲۰۰۰) اتفاق نظر دارند که لوفور در تبیین ماهیت دقیق نقش پرکتیس‌های فضایی در نسبت با دو لحظه دیگر تولید فضا نظریه‌پردازی دقیقی نکرده است (Merrifield, 2000).

^۹ Hubbard

^{۱۰} معیارها برگرفته از وارنا و تیسدل (۲۰۱۰) هستند (Varna & Tiesdell, 2010).

گردشگر^۱ می‌گذارد. به قول پاترسون (۲۰۱۸) گردشگری در درجه اول مصرف ایماژها، بازنمایی‌ها و به‌ویژه تجربه‌های دیداری است. هرچقدر این نگاه خیره جنبه جمعی‌تری پیدا کند و مردمی همسان‌شده را روانه آن‌ها کند، موفقیت این فضاهای مصرف‌دوچندان می‌شود. فضاهای تصنعی‌شده این گونه‌ها را شامل می‌شوند که گاهی حتی طبیعت را شبیه‌سازی می‌کنند. تولید فضای بازنمایی (زیسته) اشتراک و نزدیکی مهمی با مصرف ابداعی در فضای شهری دارد؛ آنجایی که مردم به شیوه‌ای پنهان، گذرا و خفیف و در یک کلام روزمره فضایی را خلق می‌کنند که بازنمایی مسلط را به چالش می‌کشد. فضای عمومی، از این حیث، عرصه هم‌زمانی کنترل و آزادی است. در اینجا مصرف خود تولیدی تازه است. پرسه نوجوانان و جوانان جنوب شهری در مراکز خرید شهری لوکس، اسکیت‌بازی در فضاهای شهری رسمی، حضور زنانه در کنجی از فضاهای مردسالار، تقابل نام‌گذاری‌های رسمی و ارتجاعی فضاهای شهری و غیره مثال‌هایی از این دست هستند. زندگی روزمره در اینجا به عقیده هایمور اقدامات به‌ظاهر پیش‌پاافتاده‌ای است که می‌تواند پایگاه مقاومت، انقلاب و دگرگونی بی‌پایان باشد (هایمور، ۲۰۰۲). به قول دوسرتو (۲۰۰۰) ابرارن شهر را بی‌آنکه بخوانند، می‌نویسند. فایده این نوع نگاه، برای پژوهشگران و طراحان فضای عمومی شهری، پرداختن به فضا به‌عنوان عرصه‌ای مادی و زیست‌شده، نه فقط تصور شده و بازنمایی شده است. مهمی که هسته نظریه غیربازنمودی^۲ پیشنهادی توسط تریفت (۱۹۹۷) است که بر لزوم چرخش از نظریه به عمل اصرار دارد. از این زاویه مطالعات مصرف انفعالی و ارتباطی، چارچوبی بازنمودی، و مصرف ابداعی، نظریه‌ای غیربازنمودی برای تحلیل فضای عمومی شهری می‌تواند ارائه نمایند. درحالی‌که انگاره تولید فضا چارچوبی یکپارچه‌تر، ولو ترکیبی به نظر می‌رسد که در سطح کلان بازنمودی و در سطح خردتر غیربازنمودی است.

پس از تلاش برای فهم توأمان سه‌گانه‌های ذیل تولید و مصرف در مقیاس فضاهای عمومی شهری، این ادعا مستدل می‌شود که مفهوم فضای عمومی همگن‌سازی‌شده چارچوب نظری سازگار برای فهم توأمان این دو انگاره با محوریت فضاهای عمومی شهری به نظر می‌رسد. این مهم برآمده از نوعی پراگماتیسم انتقادی^۳ است که از نظر ما می‌تواند به‌عنوان پارادایم حاکم بر مطالعات انتقادی فضای عمومی ذیل دیسیپلین طراحی شهری قلمداد شود. علیرغم تلقی کلاسیک طراحان شهری از فضای عمومی، باید پذیرفت که امروز نیروهای اقتصادی و سیاسی جهانی شکلی از فرایندهای مصرفی، خصوصی و تصنعی شدن را به بسیاری از فضاهای عمومی معاصر تحمیل نموده است. این سه‌گانه عملاً محصول هژمونی سرمایه به‌عنوان استراتژی قدرت است که ماهیت فضا را در شهرهای امروز متحول کرده است. با این حال و علیرغم تمام انتقادات، بسیاری از فضاهای عمومی یا شبه عمومی ذیل این سه‌گونه کیفیت‌های کالبدی و عملکردی متفاوتی را مثل آراستگی و تمیزی، تنوع، جذابیت بصری، آسایش حرارتی، اجتماع‌پذیری و امثالهم را یکجا فراهم آورده‌اند. اقبال مردم به این فضاها در متن زندگی روزمره‌شان مؤید نقش روزافزون این فضاها در مقابل فضاهای عمومی کلاسیک است. این فضاها تولیدی بازنمایانه از مجرای برنامه‌ریزی و طراحی شهری و معماری است.

به نظر می‌رسد فرایندهای فوق، مطابق مطالعات متعدد ذکر شده در پیشینه پژوهش، موجب افول کیفیت فضاهای عمومی شهری گردیده و از عمومیت و قوام اجتماعی آن‌ها به طرز بی‌سابقه‌ای کاسته است و تصویری شفاف پیش چشم آن دسته نظریه‌پردازانی که با ساده‌انگاری همچنان اصرار به مطالعه فضای عمومی به‌گونه‌ای منفک از فرایندهای بالادستی تولید فضا دارند، قرار داده است. با این حال به نظر می‌رسد برآیند استفاده‌کنندگان فضاها، در مقام تاکتیک/تجربه‌زیسته توانسته‌اند تا حدی این استراتژی/هژمونی را به چالش بکشند و به‌نوعی تعادل برسانند. بدین صورت که با تعریف هویت جدیدی برای فضاهای عمومی بر مبنای تکثر نوعی همگن‌سازی را برای فضاها ایجاد کرده‌اند. همگن‌شدن فضا بر این گزاره تأکید دارد که ماهیت فضای عمومی توسط افرادی که آن را اشغال می‌کنند تعیین می‌شود و جامعه مدت‌هاست که با جداسازی مکانی به گروه‌های مختلفی تجزیه شده است. این مفهوم

^۱ The tourist gaze

^۲ Non-representational theory

^۳ Critical pragmatism: فهمی متاخر از پارادایم انتقادی که در همگرایی با پراگماتیسم، بر مطالعه انتقادی فرایندها همزمان با برون‌دادها تأکید دارد (Frega, 2014). ویژگی متمایز این رویکرد نسبت به عملگرایی کلاسیک در توجه آن به روابط قدرت است که نتیجه تجهیز این اندیشه به عینک انتقادی است (Forester, 2013). به نظر می‌رسد تبیین کارکردهای این پارادایم در مطالعات حوزه‌های میان‌رشته‌ای و خصوصاً مطالعات فضاهای عمومی می‌تواند کمک موثری به افزایش شفافیت و تقویت موضع روش‌شناسانه پژوهش‌های (طراحی) شهری داشته باشد.

می‌تواند تا حدودی در ارتباط با فضای تفاوت^۱ لوفور (۱۹۹۱ الف) و فضای امید^۲ هاروی (۲۰۰۰) تفسیر شود. لوفور پس از نقد زندگی روزمره تحت سرمایه‌داری که در آن تفاوت سرکوب می‌شود، با نوعی امیدواری انقلابی-آرمانشهری می‌گوید فضای افتراقی جدیدی، از دل فضای انتزاعی سرمایه‌داری ظهور خواهد یافت که از تفاوت استقبال و آن را تقویت می‌کند. بنابراین نسخه، فهم از فضای عمومی امروز به مثابه پدیده‌ای همگن‌سازی‌شده، می‌تواند تلقی‌ای یکپارچه‌تر، میان‌رشته‌ای‌تر و به‌مقیاس‌تری را از انواع گونه‌های تولید و گونه‌های مصرف، ذیل فرایندهای بالا به پایین و پایین به بالای اثرگذار بر کیفیت فضاهای عمومی شهری معاصر ارائه نماید. مقوله‌ای که در آن تفاوت‌ها در فضاهایی به نسبت دموکراتیک همگن‌شده است. همچنین عرصه «شدن» این همگن‌سازی ساحت زندگی روزمره شهری در سیری از زمان است. این نگاه به‌خوبی می‌تواند با فهم پژوهشگران شهری از پویایی دائم شهر و عرصه عمومی سازگار باشد.

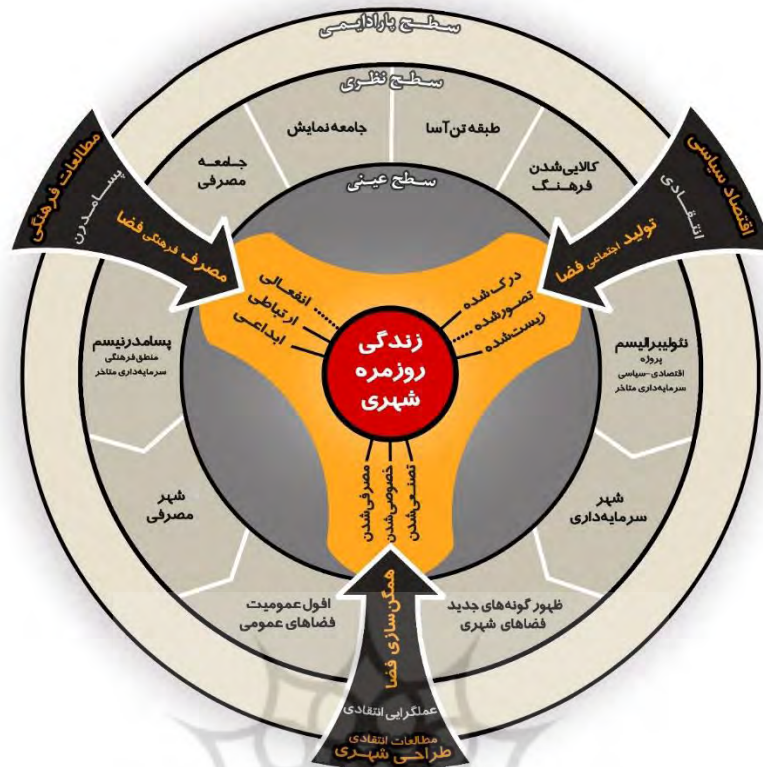
در شکل شماره ۴ خلاصه بحث را در قالب یک منظومه نظری تصویر شده است. این منظومه نشان می‌دهد فهم متعامل دو انگاره تولید اجتماعی فضا و مصرف فرهنگی فضا، نیازمند پرداختن به زندگی روزمره به‌عنوان کلید بحث است. عرصه‌ای که تنها در آن است که درک ما از فضای عمومی به مثابه پدیده‌ای همگن‌سازی‌شده محل اعراب می‌یابد. همچنین همگن‌شدن فضا می‌تواند به‌عنوان واسطی برای مفاهمه دو رویکرد تولید و مصرف در مقیاس عینی فضای عمومی شهری قلمداد شود. این فهم برآمده از ماهیت میان‌رشته‌ای و منطقی عمل‌گرای طراحی شهری در برخورد با فضای عمومی به مثابه پدیده‌ای به‌واقع موجود^۳ است. طبعاً باید به سه سطح پارادایمی، نظری و عینی بحث مذکور به مثابه یک طیف نگریست، که در اینجا برای فهم خواناتر تفکیک شده‌اند. همچنین برای کاهش پیچیدگی نظری، گریزی از تقلیل مفاهیم به موقعیت‌هایی در سطوح نمودار نبوده است؛ مفاهیمی که هر یک دارای ارجاعات زمینه‌ای و تاریخی خاص خود هستند و از این رو ممکن است غیرهمسنگ تلقی شوند، اما در دو وجه جهت‌گیری انتقادی به سرمایه‌داری و پرداختن به شهر و فضاهای عمومی مشترک هستند. در نهایت این نمودار بر ضرورت و چگونگی فهم متعامل دو انگاره تولید اجتماعی و مصرف فرهنگی به مثابه دو انگاره مکمل در مطالعه تحول فضاهای عمومی شهری امروز برای طراحان شهری تأکید می‌کند.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

^۱ Differential space

^۲ Spaces of Hope: هاروی معتقد است لوفور درباره اینکه چگونه می‌توان جلوه‌های فیزیکی فضای تفاوت را پیکربندی کرد، چیزی نگفته است.

^۳ Actual existing



شکل ۴. منظومه نظری: جایگاه فضای عمومی شهری در دو انگاره تولید و مصرف و فضا

نتیجه‌گیری

ماهیت میان‌رشته‌ای طراحی شهری و رویکرد عینیت‌گرای آن به شهر، توسعه ادبیات و نظریه‌های علمی از سایر رشته‌های مرتبط با شهر را به قلمرو مطالعات (طراحی) شهری ضروری نموده‌است. از سوی دیگر تحول فضاهای عمومی شهری متأثر از نیروهای اقتصادی و سیاسی فرادست، پاسخ‌گویی رویکردهای کلاسیک مطالعه این فضاها در دانش طراحی شهری را با چالش مواجه ساخته و نگاه عموماً طراحانه و تخصص‌محور طراحان شهری به فضاهای شهری را به ابعادی چون روابط قدرت، مصرفی‌شدن و مرزهای نامرئی ناشی از نظام طبقاتی جامعه در فهم این فضاها جلب نموده و نتیجتاً اتخاذ نوعی رویکرد علمی انتقادی و مسئله‌محور را اجتناب‌ناپذیر کرده‌است. این پژوهش برآمده از دو ضرورت فوق نشان داد که کلید مفاهیم دو دسته ادبیات نظری حول تولید اجتماعی فضا و مصرف فرهنگی در فضا، پروبلماتیک زندگی روزمره شهری است. این مفهوم، که بخش مهمی از آن در بستر فضاهای شهری جریان دارد، توسط ادبیات فوق از زوایای متفاوت و مشابهی نگریسته شده است. همچنین زندگی روزمره را می‌توان از دریچه مفهوم همگن‌شدن فضا در سطح عینی فضاهای عمومی شهری مورد خوانش قرار داد؛ جایی که نیروهای بالادستی تولید انتزاعی در دیالکتیکی با نیروهای پایین‌دستی مصرف عینی، در حال تحول فضاهای شهری امروز هستند.

منظومه نظری ارائه‌شده چگونگی ارتباط مفاهیم موردتوجه سه دسته ادبیات تولید اجتماعی فضا، مصرف فرهنگی فضا و مطالعات انتقادی طراحی شهری را در سه سطح پارادایمی، نظری و عینی در بردارد که اهمیت زندگی روزمره شهری را در مرکز بحث نشان می‌دهد. یافته‌های این مقاله در قیاس با نظریات صاحب‌نظران اقتصاد سیاسی و مطالعات فرهنگی شهری، که از عینک دیسیپلینی-روشی متداول خود به شهر و زندگی روزمره می‌نگرند، ارائه‌دهنده فهم یکپارچه‌تری از ابعاد و روندهای عینی‌تر حاکم بر و جاری در فضای عمومی شهری معاصر و همچنین نوع دیگری از خوانش زندگی روزمره است. از سوی دیگر برای طراحان شهری که اگرچه در مطالعه انتقادی فضای عمومی و امدار دو حوزه دانشی فوق‌اند، اما عموماً درگیر فهمی جزیره‌ای و تجمیع‌نشده از رویکردهای مطالعاتی ارائه‌دهنده توسط آن‌ها هستند، ارائه‌دهنده اشراف نظری و روشی جامع‌تر بر مفاهیم مرتبط با تحول فضاهای عمومی شهری، و در رأس آن‌ها زندگی روزمره، می‌تواند تلقی شود. بنابراین این مقاله برای هر سه حوزه فوق می‌تواند زمینه‌ساز خوانشی

میان‌رشته‌ای را فراهم آورد. از آنجایی که میدان عمل طراحی شهری عرصه‌ای سیاسی و در میانه تنازع منافع نیروهای قدرت و مردم است، تبیین بیشتر دو مفهوم زندگی روزمره شهری و همگن شدن فضا بر اساس زمینه‌های محلی خصوصاً در ایران می‌تواند محورهای پژوهش‌های آتی مرتبط باشد. توجه به زمینه‌هایی چون ایران از این حیث هم اهمیت دارد که شاید تطبیق عین‌به‌عین نظریه‌های غربی را به چالش بکشد. همچنین منظومه نظری ارائه‌شده در این مقاله می‌تواند زمینه‌ساز طرح دیدگاه‌های نو در روش شناسی در طراحی شهری باشد.

منابع

- اباذری، یوسف. (۱۳۹۸). *خرد جامعه‌شناسی*. تهران: طرح نو.
- اریک‌برونز، استیون. (۲۰۱۱). *نظریه انتقادی*. ترجمه پرویز علوی. (۱۳۹۳). تهران: نی.
- بارت، رولان. (۱۹۵۷). *اسطوره در زمانه حاضر*. ترجمه یوسف اباذری. *فصلنامه ارغنون*، ۱۸، ۸۵-۱۳۶.
- بلیکی، نورمن. (۲۰۰۰). *طراحی پژوهش‌های اجتماعی*. ترجمه حسن چاوشیان. (۱۳۹۸). تهران: نی.
- پاپلی یزدی، محمدحسین و رجبی، حسین. (۱۳۹۳). *نظریه‌های شهر و پیرامون*. تهران: سمت.
- پاترسون، مارک. (۲۰۱۸). *مصرف و زندگی روزمره*. ترجمه جمال محمدی و نرگس ایمانی مرنی. (۱۳۹۸). تهران: نی.
- پیران، پرویز. (۱۳۷۰). *دیدگاه‌های نظری در جامعه‌شناسی شهر و شهرنشینی (۷- مکتب اقتصاد سیاسی فضا)*. *اطلاعات سیاسی-اقتصادی*، (۵۱-۵۲)، ۷۵-۸۱.
- ترکمه، آیدین. (۱۳۹۳). *درآمدی بر تولید فضای هانری لوفور*. تهران: تیسرا.
- تانکیس، فرن. (۲۰۰۶). *فضا، شهر و نظریه اجتماعی*. ترجمه حمیدرضا پارسا و آرزو افلاطونی. (۱۳۹۴). تهران: دانشگاه تهران.
- دیور، گی. (۱۹۹۲). *جامعه نمایش*. ترجمه بهروز صفدری. (۱۳۹۳). تهران: آگه.
- دیورینگ، سایمون (ویراستار). (۲۰۰۷). *مطالعات فرهنگی، مجموعه مقالات*. ترجمه نیما ملک‌محمدی و شهریار وقفی‌پور. تهران: علمی و فرهنگی.
- رنجبر، احسان. (۱۳۹۹). *از قهوه خانه قنبر تا شربت خانه ایران مال: داستان دگرگونی فضاهای عمومی شهری در تهران*. *کوچه باغ هنر و اندیشه*، ۲، ۲۱-۱۶.
- ساعی، علی. (۱۳۹۲). *روش تحقیق در علوم اجتماعی با رهیافت عقلانیت انتقادی*. تهران: سمت.
- ستاری، سهند. (۱۳۹۴). *دیالکتیک سه‌گانه تولید فضای هانری لوفور*. *جستارهای فلسفی*، ۲۸، ۸۵-۱۱۴.
- کازمی، عباس. (۱۳۸۴). *پروبلماتیک زندگی روزمره در مطالعات فرهنگی و نسبت آن با جامعه ایرانی*. *مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، ۱(۴)، ۹۷-۱۲۲.
- کازمی، عباس. (۱۳۹۴). *مالی شدن شهر؛ از بقالی‌ها تا مگامال‌ها*. *اندیشه پویا*، ۲۸، ۸۵-۸۸.
- کازمی، عباس. (۱۳۹۶). *پرسه‌زنی و زندگی روزمره ایرانی*. تهران: فرهنگ جاوید.
- گونواردنا، کانیشکا؛ کیفر، استفان؛ میلگرام، ریچارد؛ اشمید، کریستین (ویراستار). (۲۰۰۸). *فضا، تفاوت، زندگی روزمره، خوانش هانری لوفور*. ترجمه افشین خاکباز و محمد فاضلی. (۱۳۹۳). تهران: تیسرا.
- فلیک، اووه. (۱۹۹۸). *درآمدی بر تحقیق کیفی*. ترجمه هادی جلیلی. (۱۳۹۷). تهران: نی.
- لاجوردی، هاله. (۱۳۸۴). *نظریه‌های زندگی روزمره*. *نامه علوم اجتماعی*، ۲۶، ۱۲۳-۱۴۰.
- میرجانی، حمید. (۱۳۸۹). *استدلال منطقی به‌مثابه روش پژوهش*. *صفه*، ۲۰(۱-۲)، ۳۵-۵۰.
- میرغلامی، مرتضی؛ طغرای، ابوالفضل و قاضی پور، سیامک. (۱۳۹۶). *تدوین مدلی نظری از فرایند نئولیبرالیزه‌شدن شهر معاصر جهان*. *نقش جهان*، ۷(۳)، ۳۵-۴۷.
- واقفی، ایمان. (۱۳۹۵). *روش‌شناسی انتقادی در مطالعات شهر*. *فضا و دیالکتیک*. بازیابی شده در ۱۲ فروردین ۱۴۰۰ از <http://dialectalspace.com/critical-methodology-urban-study>
- وانگ، دیوید و گروت، لیندا. (۲۰۰۲). *روش‌های تحقیق در معماری*. ترجمه علیرضا عینی‌فر. (۱۳۹۷). تهران: دانشگاه تهران.
- هاروی، دیوید. (۱۹۸۵). *تجربه شهری*. ترجمه عارف اقوامی مقدم. (۱۳۹۶). تهران: پژوهش.
- هوبارد، فیل. (۲۰۰۶). *شهر*. ترجمه افشین خاکباز. (۱۳۹۶). تهران: علمی و فرهنگی.

References

- Abazari, Y. (2019). *Ration of Sociology*. Tehran: Tarh-e-No. (in Persian)
- Barthes, R. (1957). Myth Today (Y. Abazari, Trans.). *Arghanoon*, 18, 85-136. (in Persian)
- Baudrillard, J. (1998). *The Consumer Society: Myths and Structures*. London: Sage.
- Bauman, Z. (2000). *Liquid Modernity*. Cambridge, UK: Polity.
- Bennett, T. (2010). Culture, Knowledge, Power: Between Foucault and Bourdieu. In E. Silva & A. Warde (eds.), *Cultural Analysis: The Legacy of Bourdieu* (pp. 102-116). London & New York: Routledge.
- Blaikie, N. (2000). *Designing social research: the logic of anticipation* (H. Chavoshian, Trans.). Tehran: Ney. (in Persian)
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste* (R. Nice, Trans.). Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Bourdieu, P. (1986). The Forms of Capital. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (pp. 241-258). New York: Greenwood.
- Boyer, M. (1993). The city of illusion: New York's public places. In P. Knox (Ed.), *The Restless Urban Landscape*. New Jersey: Prentice Hall.
- Bryman, A. (2004). *The Disneyization of Society*. London: Sage Publications.
- Burgers, J. (1999). De Uistad: Over Stedelijk Vermaak. *Utrecht, Van Arkel*.
- Carmona, M. (2010a). Contemporary public space: critique and classification (part 1: critique). *Journal of Urban Design*, 15(1), 123-148.
- Carmona, M. (2010b). Contemporary public space (part 2: classification). *Journal of Urban Design*, 15(2), 157-173.
- Carmona, M., & Wunderlich, F. (2012). *Capital spaces, the multiple complex spaces of a global city*.
- Carmona, M., De Magalhaes, C., & Hammond, L. (2008). *Public space: the management dimension*. London: Routledge.
- Caves, R. (2005). *Encyclopedia of the City*. New York: Routledge.
- Chase, J., Crawford, M., Kaliski, J. (2008). *Everyday Urbanism*. New York: The Monacelli Press.
- Clarke, D. (2003). *The Consumer Society and the Postmodern city*. London: Routledge.
- Claval, P., Pagnini, M., & Scaini, M. (2003, September). The Cultural Turn in Human Geography, In P. Claval, M. P. Pagnini Alberti & M. Scaini (Eds), *Cultural Turn in Geography: proceedings of the conference* (PP. 9-12). Gorizia: Gorizia Campus.
- Cuthbert, A. (2006). *The Form of Cities: Political Economy and Urban Design*. Oxford: Blackwell.
- De Certeau, M. (2000). Walking in the city. In G. Ward (ed.), *The De Certeau Reader*. London: Blackwell.
- De Certeau, M. (2002). *The Practice of Everyday Life* (S. Rendall, Trans.). Berkeley: University of California Press.
- Debord, G. (1992). *Society of Spectacle* (B. Safdari, Trans.). (in Persian)
- Dines, N., & Cattell, V. (2006). *Public Spaces, Social Relations and Well-being in East London*. Bristol: The Policy Press.
- Douglas, M., & Isherwood, B. (1996). *The World of Goods*. London: Routledge.
- Dovey, K. (1999). *Framing Places: Mediating power in built form*. London: Routledge.
- Dovey, K. (2010). *Becoming Places: Urbanism, Architecture, Identity and Power*. London: Routledge.
- Drazen, A. (2002). *Political Economy in Macroeconomics*. Princeton: Princeton University Press.
- During, S. (Ed.). (2007). *The Cultural Studies Reader* (N. Malek Mohammadi & S. Vaghfipour, Trans.). Tehran: Elmi-va-Farhangi. (in Persian)
- Elden, S. (2007). There is a Politics of Space because Space is Political: Henri Lefebvre and the Production of Space. *Radical Philosophy Review*, 10, 101-116.
- Elden, S. (2009). Space. In R. Kitchin & N. Thrift (Ed.), *International Encyclopedia of Human Geography*. New York: Elsevier Science.
- Ellin, N. (1999). *Postmodern Urbanism*. New York: Princeton Architectural Press.
- Eric Bronner, S. (2011). *Critical Theory: A Very Short Introduction* (P. Alavi, Trans.). Tehran: Ofogh. (in Persian)

- Fainstein, S. (2001). *The City Builders: Property Development in New York and London, 1980-2000* (2nd ed.). Lawrence: University Press of Kansas.
- Fiske, J. (1998). *Understanding Popular Culture*. London: Routledge.
- Flick, U. (1998). An introduction to qualitative, research (H. Jalili, Trans.). Tehran: Ney. (in Persian)
- Flusty, S. (1997). Building paranoia. In N. Ellin (Ed.), *Architecture of Fear* (pp. 47-59). New York: Princeton Architectural Press.
- Forester, J. (2013). On the theory and practice of critical pragmatism: Deliberative practice and creative negotiations. *Planning Theory*, 12(1), 5-22.
- Frega, R. (2014). Between Pragmatism and Critical Theory: Social Philosophy Today. *Human Studies*, 37, 57-82.
- Gehl, J., & Gemozoe, L. (2001). *New City Spaces*. Copenhagen: The Danish Architectural Press.
- Goonewardena, K. (2019). Production of Space/Lefebvre. In A. M. Orum (Ed.), *The Wiley Blackwell Encyclopedia of Urban and Regional Studies*.
- Goonewardena, K., Kipfer, S., Milgrom, R., & Schmid, C. (2008). *Space, Difference, Everyday Life: Reading Henri Lefebvre* (A. Khakbaz & M. Fazeli, Trans.). Tehran: Tissa. (in Persian)
- Goss, J. (1996). Disquiet on the Waterfront: Reflections on Nostalgia and Utopia in the Urban Archetypes of Festival Marketplaces. *Urban Geography*, 17(3), 221-247.
- Gottdiener, M. (1993). A Marx for our time: Henri Lefebvre and the production of space. *Sociological Theory*, 11(1), 129-134.
- Gottdiener, M. (1997). *The Theming of America: Dreams, Visions and Commercial Spaces*. Boulder: Westview Press Inc.
- Gottdiener, M. (2000). The consumption of space and the spaces of consumption. In M. Gottdiener (ed.), *New Forms of Consumption: Consumers, Culture and Commodification* (pp. 264-285). Oxford: Rowman & Littlefield.
- Groat, L. N., & Wang, D. (2002). *Architectural research methods* (A. Aeinifar, Trans.). Tehran: University of Tehran. (in Persian)
- Gulick, J. (1998). The disappearance of public space: an ecological Marxist and Lefebvrian approach. In A. Light & J. Smith (Eds.), *The Production of Public Space*. Oxford: Rowan and Littlefield.
- Hajer, M., & Reijndorp, A. (2001). *In Search of New Public Domain*. Rotterdam: NAI Publishers.
- Hannigan, J. (1999). *Fantasy City: Pleasure and Profit in the Postmodern Metropolis*. London & New York: Rautledge.
- Harvey, D. (1982). *The Limits of Capital*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Harvey, D. (1985a). *The Urbanization of Capital: Studies in the History and Theory of Capitalist Urbanization*. Charles Village: The Johns Hopkins University Press.
- Harvey, D. (1985b). *The Urban Experience* (A. Aghvami-Moghadam, Trans.). Tehran: Pejvak. (in Persian)
- Harvey, D. (1989). *The Condition of Postmodernity: An enquiry into the Origins of Cultural Change*. Massachusetts: blackwell.
- Harvey, D. (2001). *Spaces of Capital: Towards a Critical Geography*. London: Taylor and Francis.
- Harvey, D. (2009). *Social Justice and the City*. Athens: The University of Georgia Press.
- Highmore, B. (2002). *Everyday Life and Cultural Theory*. London: Routledge.
- Hou, J. (2020). Guerrilla urbanism: urban design and the practices of resistance. *Urban Design International*, 25(2), 117-125.
- Hubbard, P. (2006). *City* (A. Khakbaz, Trans.). Tehran: Elmi-va-Farhangi. (in Persian)
- Jacobs, J. (1961). *The Death and Life of Great American Cities*. New York: Random House.
- Jameson, F. (1991). *Postmodernism, or, the Cultural Logic of Late Capitalism*. Durham: Duke UP.
- Jayne, M. (2006). *Cities and Consumption*. London: Routledge.
- Kazemi, A. (2005). Everyday Life Problematic in Cultural Studies and its Relation to Iranian Society. *Cultural and Communication Studies*, 1(4), 97-122. (in Persian)
- Kazemi, A. (2015). Mallization of City; From Grocery to MegaMalls. *Andishe-ye-Pouya*, 28, 85-88. (in Persian)
- Kazemi, A. (2017). *Wandering and Iranian Everyday Life*. Farhang Javid. (in Persian)
- Kilian, T. (1998). Public and private power and space. In A. Light & J. M. Smith (Eds.), *Philosophy and Geography II: The Production of Public Space*. Lanham, MD: Rowman and Littlefield.

- Kinkaaid, E. (2020). Re-encountering Lefebvre: Toward a critical phenomenology of social space. *Environment and Planning D: Society and Space*, 38(1), 167-186.
- Kohn, M. (2004). *Brave New Neighborhoods, The Privatization of Public Space*. New York: Routledge.
- Lajevardi, H. (2005). Theories of Everyday Life. *Journal of Social Sciences Letter*, 26, 123-140. (in Persian)
- Lefebvre, H. (1984). *Everyday Life In The Modern World*. New York: Routledge.
- Lefebvre, H. (1991a). *The Production of Space* (D. Nicholson-Smith, Trans.). Oxford: Blackwell.
- Lefebvre, H. (1991b). *Critique of Everyday Life, Vol. 1* (J. Moore, Trans.). London: Verso.
- Lefebvre, H. (2003). *The Urban Revolution* (R. Bononno, Trans.). Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Lefebvre, H. (2009). *State, Space, World, Selected Essays* (G. Moore, N. Brenner & E. Stuart, Trans.). London: University of Minnesota Press.
- London: Routledge.
- Loukaitou-Sideris, A. (1996). Cracks in the city: addressing the constraints and potentials of urban design. *Journal of Urban Design*, 1(1), 91-103.
- Lydon, M., & Garcia, A. (2015). *Tactical Urbanism*. Washington: Island Press.
- Madanipour, A. (1996). *Design of urban space: an inquiry into a socio-spatial process*. New York: Wiley.
- Madanipour, A. (2003). *Public and Private Space of the City*. London: Routledge.
- Madanipour, A. (2010). *Whose Public Space? International Case Studies in Urban Design and Development*. London: Routledge.
- Malone, K. (2002). Street life: youth, culture and competing uses of public space. *Environment and Urbanization*, 14(2), 157-168.
- Merrifield, A. (2000). The Dialectics of Dystopia: Disorder and Zero Tolerance in The City. *International Journal of Urban and Regional Research*, 24, 473-489.
- Miles, S., & Miles, M. (2004). *Consuming Cities*. Palgrave: Basingstoke.
- Mirgholami, M., Toghraei, A., & Ghazipour, S. (2017). Neoliberalization Process in Contemporary City: A Theoretical Model. *Naqshejahan*, 7(3), 35-47. (in Persian)
- Mirjani, H. (2010). Logical Argumentation as a Research Method. *Soffeh*, 20(1-2), 35-50. (in Persian)
- Mitchell, D. (1995). The End of Public Space? People's Park, Definitions of the Public, and Democracy. *Annals of the Association of American Geographers*, 85, 108-133.
- Papoli Yazdi, M., & Rajabi, H. (2014). *Theories of City and Surrounding*. Tehran: SAMT. (in Persian)
- Papoli Yazdi, M.H., & Rajabi Sanajerdi, H. (2014). *The theory of urban and surrounding*. Tehran: SAMT. (in Persian)
- Paterson, M. (2018). *Consumption and Everyday Life* (J. Mohammadi & N. Imani, Trans.). Tehran: Ney. (in Persian)
- Piran, P. (1991). Theoretical Perspectives on the City and Urban Sociology (7- Political economy school of space). *Political & Economic Ettelaat Journal*, (51-52), 75-81. (in Persian)
- PPS (Project for Public Spaces). (2016). *Public Space at the Crossroads of Everything*. Retrieved 2021, Sep., from <https://www.pps.org/article/public-space-at-the-crossroads-of-everything>
- Ranjbar, E. (2020). From Qanbar Coffee House to Iran Mall Pantry: The story of the transformation of urban public spaces in Tehran. *Art and Thought Garden Alley*, 2, 16-21. (in Persian)
- Ringmar, E. (2005). *Surviving Capitalism: How We Learned to Live with the Market and Remained Almost Human*. Anthem Press.
- Ritzer, G. (2007). *The Blackwell encyclopedia of sociology*. Malden: Blackwell.
- Saai, A. (2013). *Social science research method (through critical reason approach)*. Tehran: SAMT. (in Persian)
- Sattari, S. (2016). Henri Lefebvre's Three-Dimensional Dialectic of Production of Space. *Philosophical Investigations*, 11(28), 85-114. (in Persian)
- Saunders, P. (1981). *Social Theory and the Urban Question*. London: Hutchinson.
- Schmid, C., & Stanek, L. (2014). *Urban Revolution Now: Henri Lefebvre in Social Research and Architecture*. London: Routledge.

- Shields, R. (2004). *Lifestyle Shopping: The Subject of Consumption*. London: Routledge.
- Shields, R. (2005). *Lefebvre, Love and Struggle: Spatial Dialectics*. London: Routledge.
- Soja, E. (1996). *Thirdspace: Journeys to Los Angeles and Other Real-and-Imagined Places*. New York: Wiley-Blackwell.
- Sorkin, M. (Ed.). (1992). *Variations on a Theme Park: The New American City and the End of Public Space*. New York: Hill & Wang.
- Storey, J. (1999). *Cultural consumption and everyday life*. London: Arnold.
- Storey, J. (2014). *From Popular Culture to Everyday Life*. London: Routledge.
- Thomas, M. (2005). Girls, Consumption space and the contradictions of hanging out in the city. *Social & Cultural Geography*, 6(4), 587-605.
- Thrift, N. (2003). Space: The Fundamental Stuff of Human Geography. In G. Valentine, N. Clifford & S. Rice (Eds.), *Key Concepts in Geography* (pp. 85-96). London: Sage.
- Thrift, N. J. (1997). Cities without modernity, cities with magic. *Scottish Geographical Magazine*, 113(3), 138-149.
- Tonkiss, F. (2006). *Space City and Social Theory* (H. Parsi & A. Aflatouni, Trans.). Tehran: Tehran University. (in Persian)
- Torkameh, A. (2014). *Introduction to Henri Lefebvre's Production of Space*. Tehran: Tissa. (in Persian)
- Urry, J. (2000). *Consuming Places*. London: Routledge.
- Urry, J. (2002). *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*. London: Sage.
- Vaghefi, I. (2016). Critical Methodology in City Studies. *Dialectical Space*. Retrieved 2020, Mar. 25, From <http://dialecticalspace.com/critical-methodology-urban-study> (in Persian)
- Van Melik, R., Van Aalst, I., & Van Weesep, J. (2007). Fear and fantasy in the public domain: the development of secured and themed urban space. *Journal of Urban Design*, 12(1), 25-42.
- Varna, G., & Tiesdell, S. (2010). Assessing the Publicness of Public Space: The Star Model of Publicness. *Journal of Urban Design*, 15, 575-598.
- Veblen, T. (1994). *The Theory of the Leisure Class*. New York: Penguin Books.
- Wallin, L. (1998). Stranger on the green. In A. Light & J. M. Smith (Eds.), *Philosophy and Geography II: The Production of Public Space* (pp. 99-113). Lanham: Rowman & Littlefield.
- Wilson, E. (1995) *The Rhetoric of Urban Space*. *New Left Review*, 146-160.
- Yu, H. (2017). The publicness of an urban space for cultural consumption: The case of Pingjiang Road in Suzhou. *Communication and the Public*, 2(1), 84-101.