

بررسی عوامل مداخله نیروهای اجتماعی و سیاسی در توسعه مراکز

خرید چندمنظوره تهران با تأکید بر دهه هشتاد و نود شمسی

ثریا رستمی^۱، محمد صالح شکوهی بیدهندی^۲، عباس کاظمی^۳، مهنوش شاهین راد^۴

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۳/۲، تاریخ تأیید: ۱۴۰۳/۳/۲۸

چکیده

مراکز خرید چندمنظوره در تهران در دو دهه اخیر رشد قابل توجهی داشته‌اند. تولید این فضاها، بی‌تأثیر از مداخله نیروهای اجتماعی و سیاسی نبوده است. شرایط حاکم در هر برهه زمانی گاه باعث غلبه نیرویی بر نیروی دیگر در ساخت این مراکز شده است. اینکه چه نوع عواملی باعث مداخله نیروهای اجتماعی و سیاسی در شکل‌گیری مراکز خرید چندمنظوره تهران شده، هدف از این پژوهش است. روش پژوهش این نوشتار، از نوع کیفی و داده‌های آن از طریق مصاحبه با خبرگان شهری هم در حوزه آکادمی و هم در حوزه اجرایی با تخصص‌های شهرسازی و جامعه‌شناسی و اقتصاد سیاسی جمع‌آوری شده است که از تکنیک تحلیل مضمون به تحلیل شرایط حضور این نیروها پرداخته شده است. نتایج نشان می‌دهد که عواملی همچون بسترسازی و تسهیل‌گری دولت، بسترسازی و تسهیل‌گری مدیریت شهری (شهرداری و شورای اسلامی شهر)؛ کنشگران؛ بستر شهری در نوع مداخله این نیروها تأثیرگذار و تأثیر این عوامل، پیامدهایی نیز در پی داشته است.

واژه‌های کلیدی: نیروهای سیاسی و اجتماعی، مراکز خرید چندمنظوره تهران، بسترسازی و تسهیل‌گری دولت و مدیریت شهری، کنشگران، بستر شهری، پیامدها

این مقاله برگرفته از رساله دکتری نویسنده اول، با عنوان "واکاوی ارتباط فضاهای تجاری شهری و نیروهای اجتماعی-سیاسی با تمرکز بر مراکز خرید چندمنظوره تهران در دو دهه ۱۴۰۰-۱۳۸۰ است که با راهنمایی دکتر محمد صالح شکوهی بیدهندی^۱ و "عباس وریج کاظمی" و مشاوره دکتر "مهنوش شاهین راد" در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب انجام شده است.

^۱ پژوهشگر دوره دکتری شهرسازی، گروه شهرسازی، دانشکده شهرسازی و معماری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران جنوب، تهران، ایران. sorayyarostami2016@gmail.com

^۲ استادیار گروه شهرسازی، دانشکده شهرسازی و معماری، دانشگاه علم و صنعت، (نویسنده مسئول) shokouhi@iust.ac.ir

^۳ استادیار پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی، تهران، ایران kazemi@iscs.ac.ir

^۴ استادیار گروه شهرسازی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران. M.shahinrad@khu.ac.ir

مقدمه و بیان مسئله

گفتمان تولید فضای شهری طی دهه‌های اخیر در ادبیات شهری مورد توجه قرار گرفته است. تولید فضای شهری از مفاهیم چندبعدی است که پروسه‌ای از فرایندهایی است که تصمیم‌گیری، مدیریت و مالکیت در تولید فضای شهری را شامل می‌شود. در جریان تولید فضای شهری کنشگران و ذی‌نفعان متعددی با دسترسی متفاوت به منابع قدرت مختلف مشارکت دارند. احداث مراکز خرید چندمنظوره تهران از جمله فضاهای تجاری است که در دهه‌های اخیر سرعت قابل توجهی داشته است. نحوه تولید تأمل‌برانگیز این فضاها توسط نیروهای سیاسی و اجتماعی بی‌تأثیر از نوع رابطه و روابط قدرت آن‌ها نبوده است. تولید فضای شهری مجموعه‌ای دربرگیرنده از فرایندها و اقدامات فردی و گروهی نظیر تصمیم‌گیری، مشارکت و مالکیت شهری در تولید فضای فیزیکی است. در طی یکی و دو سده اخیر نظریه‌های مطرح‌شده از طرف متفکرین و اندیشمندان علوم شهری بیانگر این است که شهر و عناصر آن متأثر از قدرت و نیروهای سیاسی^۱ و اجتماعی است. رابطه این نیروها در جهت دستیابی به منابع قدرت در تولید نوع فضاهای شهری و یا بازتولید آن‌ها تأثیرگذار است. آنچه قابل‌توجه است تأثیرگذاری دوسویه اجتماع،

^۱ جامعه‌شناسان و اندیشمندان سیاسی در دوره‌های مختلف تاریخی تعاریف متفاوتی از واژه و اصطلاح نیروی سیاسی داشته‌اند. گئورگ زیمل، آنتونی گیدنز، امیل دورکیم، پیر بوردیو، جورج هربرت مید، مارسل موس، لویی آلتوسر، تونی بنت، مارکس وبر، توماس هابز، هربرت بلومر، ژاک دریدا، هانا آرنت، یورگن هابرماس، شانتال موفه، کارل اشمیت، میشل فوکو و حتی متفکرین دوره میانه اسلامی همچون سعدالدین وراوینی، خواجه نصیر، خواجه نظام و... نیروی سیاسی را با واژه‌هایی مانند نظام، سیستم، ساختار نام برده که به‌عنوان موجودیتی سیاسی و سازمان‌یافته یا دولت عنوان کرده‌اند. در قانون اساسی جمهوری ایران اما نیروی سیاسی یا دولت از اصلاحات چند مفهومی است. این واژه ۳۸ بار در ۳۳ اصل قانون اساسی بکار برده شده است. دولت در قانون اساسی ایران به پنج مفهوم بکار رفته است. در یک اصل از ۳۳ اصل قانون اساسی به معنای قوه قضائیه، در هفت اصل به مفهوم هیأت وزیران، در یازده اصل به معنای قوه مجریه و در سه اصل به مفهوم کشور و در ۱۸ اصل به معنای نهاد حاکمیت بکار رفته است. به تعبیری هر جا که بحث از حقوق ملت در برابر دولت و یا به‌عنوان نهاد قدرت از دولت نام برده شده است منظور معنای عام دولت یعنی نهاد حاکمیت بوده است. بنابراین شمار عده‌ای از نهادها و سازمان‌ها و بنیادهای تابعه اعم از وزارتخانه‌ها و شرکت‌های دولتی که از بودجه عمومی استفاده می‌کنند، در ذیل این تعریف قرار می‌گیرند. در این مقاله نیروهای سیاسی به معنای عام دولت یعنی نهاد حاکمیت در نظر گرفته شده است و شامل مجموعه نهادهایی است که برای ایجاد یک دستگاه تنظیم‌کننده امور که در رأس جامعه قرار دارد، قوام می‌پذیرد و نیروهای اجتماعی به معنی همه گروه‌ها و تشکلهای غیردولتی و همچنین بخش خصوصی است که در مقابل تشکلهای دولتی تعریف و سازمان‌دهی می‌شود.

سیاست و فضا بر هم است. از یک طرف نیروهای اجتماعی یا کنشگران جامعه‌اند که به شکل‌دهی به فضا بر اساس خواسته‌های خود پرداخته‌اند و از دیگر سو نیروهای سیاسی یا دولت در معنی عام یعنی حاکمیت‌اند که نوع و نحوه بهره‌برداری از فضا را تعیین کرده‌اند. به تعبیر هانری لوفور^۱ فضا در یک رابطه دیالکتیکی با کنشگران آن تولید می‌شود (لوفور، ۱۹۹۱). در ایران نیز تولید فضاهای شهری بی‌تأثیر از حضور و اثرات نیروهای سیاسی و اجتماعی نبوده است. در ایران بعد از انقلاب این تأثیرات شتاب بیشتری هم داشته و اولین نشانه‌های این رخداد در تهران ظهور یافت. از تهران دهه شصت که تولید فضاهای شهری به‌ویژه تجاری به علت شرایط جنگی کشور در رکود و رخوت بوده تا دهه هفتاد که دهه سازندگی نام گرفت و ایجاد فضاهای فراغتی و تفریحی ضروری شد تا دهه هشتاد که اولین نشانه‌های تولید فضاهای چندمنظوره ظهور یافت و در دهه نود که ساخت فضاهای مذکور در تهران اشباع و به بقیه شهرها تسری یافت، نیروهای اجتماعی و سیاسی خاصی در احداث فضاهای شهری به‌ویژه فضاهای تجاری مشارکت و مداخله داشته‌اند. هرچند که نسبت مداخله این نیروها در دوره‌های مختلف تاریخی بر اساس شرایط حاکم، متفاوت بوده است اما بی‌تردید شروع این تأثیرگذاری را می‌توان به نیمه دهه هفتاد شمسی اطلاق کرد که رفته‌رفته در دهه‌های بعد به‌ویژه در دهه هشتاد و مخصوصاً در دهه نود شمسی شدت این اثرگذاری بیشتر و ملموس‌تر شد. لذا هدف اصلی این مقاله شناسایی عوامل مداخله نیروهای اجتماعی و سیاسی در شکل‌گیری مراکز خرید چندمنظوره تهران بوده است. شناسایی عوامل مداخله نیروهای اجتماعی و سیاسی در شکل‌گیری و توسعه این مراکز از طریق بیان نقش این عوامل در توسعه مراکز مذکور، کمک به مدیران و تصمیم‌گیران جهت پیدا کردن بهترین راه‌حل برای توسعه این مراکز ضروری و دارای اهمیت است. این مقاله در پاسخ به این پرسش است که چه عواملی در ساختار مدیریت شهری و دولت باعث مداخله این نیروها در مراکز خرید چندمنظوره تجاری شده است.

پیشینه پژوهش

در خصوص مراکز خرید مدرن کتاب‌ها و مقالات و طرح‌های مطالعاتی و همچنین پایان‌نامه و رساله‌های چندی نگارش شده است. اغلب این مطالعات با رویکردی جامعه‌شناسانه به نقش بازارهای سنتی در ساخت قدرت سیاسی یعنی شکل‌گیری دولتی شدن بازار در ایران و از دست

¹ Henri Lefebvre

دادن قدرت در جامعه مدنی در دهه‌های بعد از انقلاب به‌ویژه دهه اول انجام گرفته‌اند. مطالعات حوزه شهرسازی نیز که اغلب به‌صورت رساله دکتری صورت گرفته به چگونگی سیاست‌های هدایت سرمایه در تولید فضاهای شهری و کالایی شدن آن پرداخته و به شناسایی عواملی که باعث مداخله نیروهای سیاسی و اجتماعی در مراکز خرید چندمنظوره شده‌اند که موضوع این پژوهش است، به‌صورت ویژه پرداخته‌اند.

جدول ۱- پیشینه مطالعات صورت گرفته

پژوهش‌های انجام‌شده	نویسنده/ سال انتشار / ناشر	توضیح پژوهش انجام‌شده	دستاوردها و یافته‌ها
کتاب «پرسه زنی و زندگی روزمره ایرانی؛ تأملی بر مصرف مراکز خرید»	عباس کاظمی/ ۱۳۹۲/ نشر فرهنگ جاوید	بررسی زندگی روزمره، برخاسته از نظریه‌هایی در چارچوب سنت مطالعات فرهنگی	مصرف مراکز خرید توسط پرسه زنان
کتاب «مگامال‌ها و مجتمع‌های بزرگ تجاری در تهران»	عباس کاظمی/ ۱۴۰۲/ چاپ مرکز مطالعات و برنامه‌ریزی شهر تهران	بررسی فرهنگ مصرف در تجربه شهر	تولید شبه فضاهای عمومی با مالکیت خصوصی و کنترل‌شده
کتاب «شهر در پرتو اندیشه‌های سیاسی و اجتماعی»	مصطفی خزائی/ ۱۴۰۱/ نشر جهاد دانشگاهی واحد شهید بهشتی	بررسی نقش نظام‌های فکری اندیشه‌های سیاسی و اجتماعی گوناگون در تولید فضاهای شهری	شباهت تولید فضا به تولید کالاهای دیگر
کتاب «تجاری‌سازی و مصرف‌گرایی»	میثم سفرچی/ ۱۴۰۰/ نشر نی	بررسی اثرات مال‌سازی بر ابعاد اجتماعی و فرهنگی شهرها	مال‌سازی ویرانگرترین پروژه‌های صنعت فرهنگ در سرتاسر جهان
کتاب «بازار و دولت در ایران: سیاست در بازار تهران»	آرنگ کشاورزیان/ ۱۳۹۸/ نشر دنیای اقتصاد	بررسی ابعاد اقتصادی و سیاسی بازار ایران در دو حکومت پهلوی و جمهوری اسلامی	تأثیرات مدرنیته بر بازار
مقاله «بازار سنتی، نهادهای وابسته و ساخت قدرت در جمهوری اسلامی ایران»	مسعود مطلبی/ ۱۳۹۵/ نشریه مطالعات سیاسی	بررسی بعد سیاسی بازار در دهه چهارم انقلاب	نقش ضعیف بازار در ساخت قدرت سیاسی در دهه چهارم
مقاله «مطالعه تحولات بازار در دهه اول انقلاب اسلامی»	مهدی حسن‌زاده فرمی و ضحی معتمدی/ ۱۳۹۰/ نشریه مطالعات اسلامی	بررسی دگرگونی رابطه بازار با دولت در دهه اول پس از انقلاب،	از دست دادن قدرت در جامعه مدنی به علت شکل‌گیری بخش دولتی بازار

پژوهش‌های انجام‌شده	نویسنده / سال انتشار / ناشر	توضیح پژوهش انجام‌شده	دستاوردها و یافته‌ها
مقاله «نقش بازار در انتخابات ریاست جمهوری سال 1384 با تأکید بر رهیافت نهادگرایی»	حمید ندرلو و گارینه کشیشیان سیرکی/۱۳۹۸/ فصلنامه مطالعات سیاسی	بررسی وابستگی رابطه میان جامعه و دولت	نقش طبقات اجتماعی در ساخت قدرت سیاسی و وابستگی رابطه میان جامعه و دولت
مقاله «اقتصاد سیاسی و فضای شهری»	حسین حاتمی نژاد و ناصح عبدی/۱۳۸۶/ نشریه اطلاعات سیاسی اقتصادی	بررسی آثار اقتصاد سیاسی بر فضای شهری	فضای شهری تولیدی اجتماعی - اقتصادی و بازتابی از اقتصاد سیاسی زمان و مکان خویش
مقاله «ارزیابی عمومیت مراکز خرید معاصر، مورد مطالعاتی: مجموعه سیتی سنتر اصفهان»	بهادر زمانی، محمود قلعه‌نویی و پریسا فاضلی/۱۳۹۷/ نشریه معماری و شهرسازی آرمانشهر	بررسی قدرت اقتصاد در تولید و طراحی فضاهای جدید در ساخت شهر	جایگزینی مراکز خرید معاصر با فضاهای عمومی شهرها و مراکز خرید سنتی (بازارها)
Urbanisation, Capital and Land-Use in Cities, In Eva Naripaea	Jauhiainen, Jussi, ۲۰۰۶/S	بررسی رویکرد اقتصاد سیاسی برای تبیین تحولات فضایی شهرها	تحولات فضایی شهرهای معاصر به‌عنوان فرایندهایی سیاسی
Producing and consuming China's new urban space: State, market and society	Shenjing He & George ۲۰۱۵CS Lin/	بررسی عملکرد سه‌گانه دولت - بازار - جامعه در تولید و مصرف فضاهای شهری در شهرسازی چین	تعامل بین دولت و بازار و نیروهای اجتماعی در تولید و مصرف فضاهای شهری در کشور چین
global conexions and local politics at the mega mall	Mateusz Laszczkowski/2011	بررسی تقابل دوتایی و تداوم جهانی و محلی در مرکز خرید آستانا در آلماتی قزاقستان	تأثیرات جهانی و اشکال جهانی در تولید سیاست‌های محلی و بومی بر شکل‌گیری این مرکز خرید
رساله دکتری «تبیین گفتمان سیاست‌های هدایت سرمایه در تولید فضاهای کلان‌شهری، مورد مطالعه: مجتمع‌های بزرگ شهر تهران»	حسن بهنام مرشدی/۱۴۰۱/ دانشکده علوم انسانی دانشگاه تربیت مدرس	تبیین تأثیر نئولیبرالیسم بر تولید فضاهای شهری و دلایل، چرایی، چپستی و چگونگی سیاست‌های هدایت سرمایه در تولید فضاهای شهری	تولید فضاهای تجاری بزرگ مقیاس شده عامل تغییر کاربری زمین‌های اطراف

پژوهش‌های انجام‌شده	نویسنده / سال انتشار / ناشر	توضیح پژوهش انجام‌شده	دستاوردها و یافته‌ها
رساله دکتری «تبیین گسترش مگامال‌ها و چالش‌های آن در پایداری اجتماعات محلی (مورد مطالعه: منطقه ۲۲ شهر تهران)»	آسیه نیک‌بین/۱۳۹۹/دانشکده معماری و شهرسازی دانشگاه شهید بهشتی	ریشه‌یابی علل گسترش مگامال‌ها با تمرکز به نقش قدرت	صورت گرفتن اعمال قدرت به واسطه برنامه‌ریزی شهری به‌ویژه در مرحله اجرای برنامه و بهره‌برداری
رساله دکتری «کالایی‌سازی فضای عمومی شهری از منظر منفعت عمومی (مطالعه موردی: مراکز خرید بزرگ مقیاس شهر تهران)»	محبوبه ایزدپناه /۱۴۰۰/دانشکده معماری و شهرسازی دانشگاه هنر تهران	واکاوی زمینه‌های پیدایش مراکز خرید بزرگ مقیاس و تحلیل تعارضات آن با معیارهای منفعت عمومی	کسب سود از فضا، انگیزه اصلی از تولید و توسعه این فضاها

مأخذ: نگارنده: ۱۴۰۱

روش تحقیق

بر اساس مدل پیاژ پژوهش سندرز، پارادایم یا فلسفه پژوهش بر مبنای هدف پژوهش که به بررسی نیروهای اجتماعی و سیاسی بر مراکز خرید چندمنظوره می‌پردازد، پارادایم تفسیری^۱ است. پارادایم مذکور بر این باور شکل گرفته است که واقعیت‌ها چنان درهم‌پیچیده و بافته شده‌اند که جدا کردن آن‌ها از هم به‌سختی امکان‌پذیر است. داده‌های مربوطه برای پاسخگویی به پرسش تحقیق از طریق مصاحبه با خبرگان شهری استخراج شده است. که افراد مورد مصاحبه از طریق تکنیک نمونه‌گیری هدفمند^۲ یا نظری انتخاب شدند. انتخاب خبرگان شهری در دو گروه آکادمی و اجرایی صورت گرفت. در گروه آکادمی داشتن سابقه مطالعاتی در قالب مقاله، راهنمایی رساله‌های دانشجویی در زمینه مورد پژوهش ملاک عمل بود و برای گروه اجرایی که اغلب کارشناسان و مدیران شهرداری تهران بودند، سابقه کار در سمت‌های معاونت شهرسازی و معماری یا ادارات ذی‌ربطی چون صدور پروانه ساختمانی و کمیسیون ماده ۵ و طرح‌های توسعه شهری همچون طرح جامع و تفصیلی مدنظر بوده است. حجم نمونه هم به اشباع نظری^۳ سؤالات مورد بررسی بستگی دارد. به‌این‌ترتیب که هرگاه پژوهشگر به این نتیجه برسد که پاسخ‌های داده شده و یا مصاحبه‌های انجام شده با افراد مطلع به‌اندازه‌ای به همدیگر شباهت دارند که منجر به تکراری

^۱ Interpretive Paradigm

^۲ purposive sampling technique

^۳ Theoretical saturation

شدن پاسخها و یا مصاحبه‌ها شده و داده‌های جدیدی در آن‌ها وجود ندارد، تعداد مصاحبه‌ها را کافی دانسته و دست از مصاحبه می‌کشد. برای تجزیه و تحلیل گفتگوهای حاصل از مصاحبه با دو دسته خبرگان حوزه شهرسازی و علوم انسانی از تکنیک تحلیل مضمون^۱ استفاده شده است. این تکنیک چون به روش‌های نظری و فنی خاصی (مانند تحلیل گفتمان) نیاز ندارد برای بیان واقعیت و همچنین برای تبیین، مقایسه و ترسیم شبکه مضامین استفاده شد. گام‌های کدگذاری توصیفی به این صورت بوده که طی آن رونوشت‌ها خوانده شده و موارد مرتبط مشخص و نکات خاص نوشته شده و بنابراین کدهای توصیفی ایجاد و تعریف شده‌اند. گام کدگذاری تفسیری شامل دسته‌بندی کدهای توصیفی بوده که هر کدام از این دسته‌ها در ارتباط با سؤال تحقیق تفسیر می‌شوند. گام مضامین فراگیر در نتیجه استنتاج مضامین اصلی برای مجموعه داده‌ها به عنوان یک کل و ترسیم نمودار برای ارائه روابط میان سطوح کدگذاری در تحلیل حاصل می‌شود. بعد از انجام مصاحبه با ۱۳ تن از خبرگان شهری و مدیران اجرایی صاحب‌نظر در مورد موضوع پژوهش، فایل‌های صوتی آن‌ها بر روی کاغذ پیاده شد. بعد از مصاحبه، رونوشت سازی صورت گرفت و دو بار برای جلوگیری از هرگونه اشتباهی این فرایند انجام شد. بعد از پیاده‌سازی، ابتدا متون آماده شده بدون هدف کدگذاری مورد مطالعه و بررسی قرار گرفته شد. برای هر مصاحبه مورد تحلیل جدولی شامل جدول ۳ ترسیم شده است. نشانگرهایی برای هر کد تنظیم تا در ادامه و تا انتهای پژوهش و در فرایند رفت و برگشتی که در تحلیل‌های کیفی صورت می‌گیرد، قابل بازیابی باشند. برای مصاحبه‌ها از حرف M استفاده شده است. عدد قبل از حرف M شماره هر کد و عدد بعد از آن شماره هر مصاحبه را نشان می‌دهند. بعد از این مرحله مضامین فرعی که قرابت بیشتری با یکدیگر داشتند، به یکدیگر پیوسته و مضامین اصلی را شکل دادند. به همین ترتیب در مرحله بعد مضامین اصلی، تشکیل مضامین فراگیر دادند. مضامین فراگیر، مفاهیم انتزاعی هستند که تمام مفاهیم زیرمجموعه خود را نمایندگی می‌کنند.

جدول ۲- معرفی مصاحبه‌شونده‌ها

حوزه معماری و شهرسازی		
ردیف	نام و نام خانوادگی	تخصص و سمت
۱	مصاحبه‌شونده ۱	معاون شهرسازی و معماری شهرداری تهران
۲	مصاحبه‌شونده ۲	عضو هیأت علمی گروه معماری منظر دانشگاه شهید بهشتی
۳	مصاحبه‌شونده ۳	عضو هیأت علمی گروه برنامه‌ریزی و طراحی شهری و منطقه‌ای دانشگاه شهید بهشتی
۴	مصاحبه‌شونده ۴	دکترای شهرسازی و مشاور شهردار منطقه در امور شهرسازی، رئیس طرح تفصیلی و

حوزه معماری و شهرسازی		
	بروکف شهرداری منطقه؛ جانشین معاون شهرسازی و نماینده جامعه ایمن شهرداری منطقه؛ رئیس صدور پروانه شهرداری منطقه	
۵	مصاحبه‌شونده ۵	دکترای شهرسازی و معاون هماهنگی امور مناطق شهرداری تهران، نماینده شهردار تهران در کمیسیون ماده ۵، قائم‌مقام معاونت شهرسازی و معماری شهرداری، مشاور شهردار در امور طرح‌های جامع و تفصیلی، معاون شهرسازی و معماری شهرداری
۶	مصاحبه‌شونده ۶	معاون شهرسازی و معماری شهرداری تهران و عضو هیأت علمی گروه شهرسازی دانشگاه تربیت مدرس
۷	مصاحبه‌شونده ۷	مسئول دبیرخانه کمیسیون ماده پنج شهرداری تهران - دکترای شهرسازی
۸	مصاحبه‌شونده ۸	دکترای شهرسازی و معاون شهرسازی مرکز مطالعات و برنامه‌ریزی شهرداری
حوزه علوم انسانی (جامعه‌شناسی / اقتصاد سیاسی / مدیریت و...)		
۱	مصاحبه‌شونده ۹	اقتصاددان و پژوهشگر اقتصاد توسعه
۲	مصاحبه‌شونده ۱۰	کارشناس و پژوهشگر اقتصاد سیاسی
۳	مصاحبه‌شونده ۱۱	دانش آموخته رشته جامعه‌شناسی و اقتصاد
۴	مصاحبه‌شونده ۱۲	دکترای جغرافیای سیاسی و مترجم و پژوهشگر شهری
۵	مصاحبه‌شونده ۱۳	عضو هیأت علمی گروه شهرسازی و طراحی شهری دانشگاه تربیت مدرس

مأخذ: نویسندگان ۱۴۰۱

جدول ۳- نمونه‌ای از کدگذاری توصیفی

مضمون فرعی (کد توصیفی)	نقل قول	کد مصاحبه‌شونده
درشت‌دانگی قطعات	ممکن است قطعات که درشت دانه‌تر هستند در این مناطق اثرگذار بوده باشد اما آن کسی که دارد یک سرمایه‌گذاری میلیارد دلاری دارد انجام می‌دهد روی این حوزه‌ها برایش خیلی کار سختی نیست که چندتا قطعه را توی مثلاً منطقه جنوب تهران را جمع کند و مال بسازد. فکر نمی‌کنم مساحت قطعات خیلی اثرگذار بوده باشد آن چیزی که اثرگذار است به نظرم همان دو تا عامل است. یک قیمت زمین و تولید رانت و ارزش‌افزوده‌ای که ناشی از ساخت‌وساز توی این مناطق است. دوم در واقع آن کسی که متقاضی خدمت شماس است که قشر برخوردار جامعه است.	۳M4
قیمت زمین		
ارزش‌افزوده بالا		
قشر برخوردار		

مأخذ: نگارنده: ۱۴۰۲

جدول ۴- چگونگی شکل‌گیری مضامین اصلی

مضمون فرعی	مضمون اصلی
درشت‌دانگی قطعات زمین	ویژگی کالبدی
ارزش‌افزوده بالا (تضمین و سرعت برگشت‌پذیری سرمایه)	ویژگی اقتصادی
قشر برخوردار درآمدزا و پر تقاضا	ویژگی فرهنگی- اجتماعی
سکونت طبقات فرادست و راجل سیاسی	

مأخذ: نگارنده: ۱۴۰۲

جدول ۵- چگونگی شکل‌گیری مضامین فراگیر

مضامین اصلی	مضامین فراگیر
ویژگی کالبدی	بستر شهری
ویژگی اقتصادی	
ویژگی فرهنگی- اجتماعی	

مأخذ: نگارنده: ۱۴۰۲

نتایج حاصل از تحلیل مضمون داده‌ها

متداول‌ترین روش برای تنظیم گزارش در مورد یافته‌های تحلیل مضمون، توصیف و بحث درباره هر کدام از مضامین فراگیر و اشاره به نمونه‌هایی از داده‌ها و استفاده از نقل‌قول‌های مستقیم برای کمک به توصیف مضمون‌ها برای خوانندگان است (Horrocks & King, ۲۰۱۰). در این پژوهش نیز از این روش برای بیان تحلیل‌ها و نتایج پژوهش استفاده شده است. مضمون فراگیر به‌دست‌آمده از تحلیل داده‌ها در جایگاه بسترسازی و تسهیل‌گری دولت؛ بسترسازی و تسهیل‌گری مدیریت شهری (شهرداری و شورای اسلامی شهر)؛ کنشگران؛ بستر شهری و پیامدها جای گرفتند تا اثرات عاملیت نیروهای سیاسی و اجتماعی در مراکز خرید چندمنظوره را تحلیل کند.

۱. بسترسازی و تسهیل‌گری دولت

بسترسازی و تسهیل‌گری دولت شامل مجموعه قوانین دولتی است که بر عاملیت نیروهای سیاسی و اجتماعی بر مراکز خرید چندمنظوره اثرگذار بوده و حضور آن‌ها را در مالکیت این مراکز تسهیل و فراهم می‌کند. در نتیجه تحلیل داده‌ها، دو عامل اصلی «تبعات درونی» و «تبعات بیرونی»؛ در این زمینه شناسایی شدند که در جدول ۶ قابل‌مشاهده است.

۱-۱. تبعات درونی

تبعات درونی عواملی هستند که از طریق تصویب قوانین و دستورالعمل‌های دولتی بر مالکیت مراکز تجاری اثر می‌گذارند، مضمون اصلی تبعات درونی از مضامین فرعی چون «مستغلاتی شدن اقتصاد»، «خصوصیتی شدن رانت»، «دولتی و دستوری بودن اقتصاد»، «افزایش تمایل به تجارت بین‌الملل و مراودات اقتصادی با دنیای خارج» و «تحریم، برجام و پسابرجام» تشکیل شده است (جدول ۶).

۱-۱-۱. مستغلاتی شدن اقتصاد

مستغلاتی شدن اقتصاد به معنای تغییر اقتصاد از حالتی به حالت دیگر است. به‌نوعی تغییر از اقتصاد مبتنی بر کشاورزی و منابع طبیعی به یک اقتصاد صنعتی یا دانش‌بنیان است. این مفهوم ممکن است به تغییر روند تولید، مصرف یا سیاست‌های اقتصادی منتج شود. خبرگان شهری در مصاحبه صورت گرفته بارها به این موضوع اشاره می‌کنند.

«آنچه که گسترش این مال‌ها در نگاه اول به مخاطب نشان می‌دهد به نظر من این هست که ما روز به روز و دهه به دهه بیشتر رفتیم به سمت این که آن به اصطلاح مازاد اقتصادی که عملاً مبتنی بر درآمد از فروش نفت است به جای در واقع سرمایه‌گذاری در شکل مواد تولید حالا در حدی که امکانش هست ساده‌ترین و پرسودترین‌اش را انتخاب کرده‌ایم که همان سرازیر شدن به سمت مستغلات به‌طور کلی است. مستغلات احتمالاً یک بخشی‌اش پروژه‌های زیرساختی است که می‌دانیم چه کسی آن را به دست می‌گیرند باز همان سطوح نظامی و حاکمیتی است. یک بخش عمده‌اش همین مال‌ها هستند» (4M5).

جدول ۶- مضامین فرعی و اصلی بسترسازی و تسهیل‌گری دولتی مأخذ: نگارنده ۱۴۰۲

مضمون اصلی	مضمون فرعی
تبعات درونی	مستغلاتی شدن اقتصاد
	خصوصیتی کردن رانت
	دولتی و دستوری بودن اقتصاد
	افزایش تمایل به تجارت بین‌الملل و مراودات اقتصادی با دنیای خارج
تبعات بیرونی	تحریم، برجام و پسابرجام

مأخذ: نگارنده: ۱۴۰۲

برخی خبرگان شهری حتی نظام دانشگاهی را هم جزئی از مشکل موجود یعنی بخشی از همین اقتصاد سیاسی دانستند.

«یک نکته‌ای هست که اکثراً همین اساتید خودشان در پروژه مطالعاتی احتمالاً ساخت و ارزیابی این مال‌ها مشارکت داشتند. خیلی از این اساتید دانشگاه تهران به‌ویژه خوب کار می‌کردند و پولشان را هم می‌گرفتند و نهایتاً می‌گفتند ما نظر کارشناسی‌مان را داریم. یک‌جوری سلب مسئولیت می‌کردند از خودشان؛ یعنی وقتی ما می‌گوییم بحث تولید مال‌ها مسئله است خیلی این را شما توی مثلاً دانشگاهیان نمی‌بینید که بیايند روی‌شان مانور بدهند. نهایتاً دوتا مقاله منتشر می‌شود و ظاهراً نقدشان را آنجا می‌نویسند ولی خوب در عمل اکثرشان جزء آن شورا یا به‌اصطلاح مشاور آن تیم اجرایی هستند یا اساساً در کل فرایند دخیل بودند. شما توی هر جلسه‌ای که توی شهرداری یا کمیسیون‌های مربوطه بروید می‌بینید جامعه شناسان هم هستند. شهرسازان هستند، معماران که از قبل بودند.» (BM5).

۱-۲. خصولتی کردن رانت

خصولتی ترکیبی از کلمات خصوصی و دولتی است یعنی تسلط دولت یا سازمان‌ها و نهادهای وابسته به دولت یا حاکمیت بر مجموعه‌های اقتصادی که در ظاهر خصوصی هستند؛ اما همین ظاهر خصوصی این نوع از شرکت‌ها بستر ساز کاهش نظارت و باعث گسترش رانت و فساد می‌شود. خبرگان شهری معتقدند شکل‌گیری مجتمع‌های چندمنظوره در ایران برخلاف کشورهای دیگر که بر یک نیروی اقتصادی - سیاسی بوده و در پاسخ به‌نوعی از نیازها و نوعی از مصرفی شکل گرفته‌اند؛ در پاسخ به یک نیاز واقعی نبوده و به‌جای تبدیل به ارزش‌افزوده، به یک ارزش مبادله تبدیل شده‌اند.

«این را از این بابتی دارم می‌گوییم که مجتمع‌های تجاری چندمنظوره در تهران وقتی داریم ریشه هاشو بررسی می‌کنیم عملاً در دو دهه اخیر متأثر بوده از همین نیروهایی که یک وابستگی‌هایی داشتند به شهرداری یا بر اساس یک رانتی توانستند این‌ها را کسب کنند و اصلاً نیاز واقعاً فضا‌های شهری حداقل مرحله نیازسنجی انجام نشده است.» (2M12).

۱-۳. دولتی و دستوری بودن اقتصاد

اقتصاد دستوری یک جنبه‌ای از یک سیستم سیاسی است که در آن یک مقام دولتی مرکزی سطوح تولید مجاز و قیمت‌هایی که ممکن است برای کالاها و خدمات اعمال شود را دیکته

می‌کند و رقابت در بخش خصوصی را محدود یا ممنوع می‌کند. خبرگان شهری در این مورد چنین می‌گویند:

«اقتصادی که خواهان این است که بخش‌های دولتی ارزش‌افزوده ایجاد کنند. این سیاست خواه‌ناخواه به سمت فضایی می‌رود که نهادهایی که تخصصی در خصوص مال‌سازی ندارند وارد این موضوع شوند.» (4M2).

۱-۴. افزایش تمایل به تجارت بین‌الملل و مراودات اقتصادی با دنیای خارج

اقتصاد بین‌الملل در مورد وابستگی متقابل اقتصادی میان کشورها بحث می‌کند و به بررسی جریان کالاها و خدمات و پرداخت‌های یک کشور با سایر کشورهای جهان می‌پردازد. تمایل به تجارت بین‌المللی در برخی دولت‌های بعد از انقلاب مانند دولت آقای هاشمی و در ادامه آن دولت خاتمی دیده می‌شود. به نظر خبرگان شهری، انباشت سرمایه حاصل از این مراودات با دنیای خارج بعد از ریسک سرمایه‌گذاری در حوزه مسکن، عامل تجاری‌سازی شده است:

«کلاً از دهه ۷۰ گرایش به سیاست‌های اقتصادی بازار حالا با هر شکلی که تعریف کنیم می‌شود گفت بازار خوب زیاد می‌شود. تمایل به تجارت بین‌الملل زیاد می‌شود و مراودات اقتصادی با دنیای خارج بیشتر می‌شود و یک اتفاقی شکل می‌گیرد که سرمایه‌داری به شکل مستغلات خیلی تقویت می‌شود.» (6M13).

۱-۲. تبعات بیرونی

تبعات بیرونی شامل عواملی می‌شود که شرایط جهانی بر روابط داخلی و درونی کشوری اثرگذار است با علم به این‌که روابط بین‌المللی نیز تا حدی از تصمیمات کلان نظام نشأت می‌گیرد. مضمون اصلی تبعات بیرونی از مضامین فرعی چون «تحریم، برجام و پسابرجام»، تشکیل شده است.

۱-۲-۱. تحریم، برجام و پسابرجام

تحریم‌ها، برجام و پسابرجام به‌عنوان یک عامل تأثیرگذار از پیامدهای بیرونی بر تجاری‌سازی شهر توسط خبرگان شهری عنوان شده است.

«به نظرم پسابرجام بدتر شده برای این‌که برعلیه برجام می‌خواستند کار کنند و تضعیف‌اش کنند و نرفتن به سمت بخش خصوصی واقعی. رفتن اتفاقاً سمت نهادهای حاکمیتی برای این‌که یک ائتلافی شکل بدهند برای جریانی که در حال موج گرفتن و یا در حال قدرت گرفتن بود و

توانستند و موفق شدند. عملاً فضاها را در اختیار گرفتند. تفاهم‌نامه‌ها ظاهراً خیلی سوری است یعنی پشت‌اش یک نهادهای حاکمیتی متعددی وجود دارد. در دهه ۸۰ افراد بیشتر بوده بخش خصوصی واقعی بیشتر بوده - در دهه ۹۰ به مراتب کمتر شده از یک جایی به بعد دیگر علنی کار کردند در انتهای دهه ۹۰ رسیدیم به یک جایی که خیلی علنی وارد شدند.» (5M12).

خبرگان شهری معتقدند که نیروهای سیاسی در بعد از برجام از قدرت لازم برای ساخت مراکز خرید چندمنظوره برخوردار نبوده و تجاری‌سازی اتفاق افتاده در آن دوران حاصل سرمایه خصوصی است.

«یکی از دلایلی که در دوره پسابرجام هنوز می‌توان آنجا مال ساخت همین سرمایه خصوصی بوده است. اتفاقاً نیروی سیاسی که پول داشتند و در فاصله سال‌های ۹۰ تا ۹۶ پروژه‌ها می‌ساختند الآن دیگر نیستند و الآن مراکز خرید کوچکی در خیابان فرشته می‌سازند.» (3M1).

آن‌ها همچنین باور دارند که تحریم‌های وارده شده به ایران شرایط را برای نهادهای وابسته به حاکمیت جهت کسب سرمایه فراهم کرد.

«شاید نهادهایی که در تحریم‌ها مثلاً نقش ایفا می‌کردند در سال‌های اخیر این فرصت را پیدا کردند که منابع مالی که به دست آورده بودند، می‌آورند در یک فرایندی در واقع وارد کنند.» (2M8).

۲. بسترسازی و تسهیل‌گری مدیریت شهری (شهرداری و شورای اسلامی شهر تهران)

بسترسازی و تسهیل‌گری مدیریت شهری شامل مجموعه قوانین، دستورالعمل‌ها و بخشنامه‌هایی است که توسط مدیریت شهری یعنی شهرداری و شورای اسلامی شهر تصویب و قابلیت اجرایی دارد که بر عاملیت نیروهای سیاسی و اجتماعی بر مراکز خرید چندمنظوره اثرگذار بوده و حضور آن‌ها را در مالکیت این مراکز تسهیل و فراهم می‌کند. در نتیجه تحلیل داده‌ها، دو عامل اصلی «رویکرد ساختاری» و «رویکرد فردی»؛ در این زمینه شناسایی شدند که در جدول ۷ قابل مشاهده است.

جدول ۷- مضامین فرعی و اصلی بسترسازی و تسهیل‌گری مدیریت شهری

مضمون اصلی	مضمون فرعی
رویکرد ساختاری	بدهکاری شهرداری به نهادهای حاکمیتی
	سیاست خودکفایی شهرداری‌ها
	مجری یا سیاست‌گذار بودن شهرداری

مضمون اصلی	مضمون فرعی
	عدم سازوکار قانونی مناسب
	توافق با مشتری دارای قدرت (اقتصادی، سیاسی و...)
	پهنه‌بندی طرح تفصیلی توسط مشاور
رویکرد فردی	تمایل به احداث پروژه‌های بزرگ مقیاس شهری
	تعامل‌گرا بودن با نهادهای حاکمیتی و بانک‌ها

مأخذ: نگارنده: ۱۴۰۲

۲-۱- رویکرد ساختاری

منظور از رویکرد ساختاری، خط‌مشی کلی حاکم بر مدیریت شهری در مقیاس کلان که توسط قوانین و مصوبات تصویبی از طریق شورای شهر بر شهرداری حاکم می‌شود و شهرداری ملزم به اجرا و رعایت آن قوانین در تمام امور جاری شهر است. با فرض این‌که این رویکرد ساختاری بر شهر در مقیاسی فراتر متأثر از رویکرد نظام و دولت حاکم است. مضمون اصلی رویکرد ساختاری از مضامین فرعی چون «بدهکاری شهرداری به نهادهای حاکمیتی»، «سیاست خودکفایی شهرداری‌ها»، «مجری یا سیاست‌گذار بودن شهرداری»، «عدم سازوکار قانونی مناسب»، «تمایل به توافق با مشتری دارای قدرت» و «پهنه‌بندی طرح تفصیلی»، تشکیل شده است.

۲-۱-۱. بدهکاری شهرداری به نهادهای حاکمیتی

شهرداری تهران یکی از متولیان اصلی صدور مجوزات ساخت‌وساز مراکز خرید چندمنظوره است که در زمان تصدی شهرداران مختلف، بر اساس رویکردهای ساختاری که اغلب بر اساس مصوبات شورای شهر به‌عنوان نهادی فرادست و یا رویکردهای فردی یعنی نگرش شهردار؛ در صدور مجوزات این مراکز تأثیرگذار بوده است. نمونه این تأثیرگذاری توافقات و تفاهم‌نامه‌هایی است که با تأیید شورای شهر زمینه را برای تعامل با نهادهای حاکمیتی فراهم می‌کرد. گروهی از مصاحبه‌شوندگان به این نقش اشاره داشتند.

«من به نظرم می‌رسد که مثلاً در زمان آقای قالیباف وقتی می‌آیند با قراردادی ۲۰ هزار، ۳۰ هزار، ۴۰ هزار میلیارد قرارداد می‌بندند، این در حقیقت یک‌جوری دارند خودشان را مدیون می‌کنند به در واقع یک نظام بدهکاری اقتصادی و بعد در مقابلش در خیلی از توافقات‌نامه‌هایی که در شهرداری شده ردپای سیاست‌گذاری بوده است.» (5M8).

۲-۱-۲. سیاست خودکفایی شهرداری‌ها

سیاست خودکفا شدن شهرداری‌ها با وجود نداشتن منابع درآمدی پایدار، به‌عنوان یکی از عوامل پیامدهای ساختاری در صدور مجوزات تجاری‌سازی شهر تأثیرگذار بوده است. «ما ۷۰ درصد منابع شهرداری‌ها مان ناپایدار است. چاره‌ای جز این ندارند، باید حقوق بدهند و غیر از این هیچ محل درآمدی ندارند. بعد همه این‌ها دست‌به‌دست هم بدهند که بروند تجاری‌سازی فضاهای شهری.» (M12).

۲-۱-۳. مجری و سیاست‌گذار بودن شهرداری

مجری و سیاست‌گذار بودن شهری یعنی شهرداری‌ها در تصویب و اجرای توافق‌نامه‌ها و تفاهم‌نامه‌ها و طرح‌ها و مصوبات از جمله مصوبات کمیسیون ماده ۵ هم سیاست‌گذار هستند و هم مجری مصوبات. نظر خبرگان درباره این قراردادها عبارتند از:

«من اعتقاد بر این است که آن چیزی که در شهرداری اتفاق افتاده هم لایه سیاست‌گذاری بوده و هم لایه مجری‌گری. نمونه‌اش قراردادهای زیادی است که در زمان برخی شهرداران بسته شده است و شهرداری در مقابل آن یک سری امتیازات واگذار کرده. پس بنابراین من نمی‌توانم بفهمم و تأیید کنم که شهرداری فقط نقش مجری‌گری داشته. به نظر من مقام سیاست‌گذاری انحرافی هم داشته است.» (5M8).

خبرگان شهری در خصوص کمیسیون ماده پنج نیز که شهرداری دارای یک رأی از جلسه این کمیسیون است، هم معتقدند که:

«به نظرم شهرداری تهران با تسلطی که روی کمیسیون ماده ۵ دارد از مجرای کمیسیون ماده ۵ می‌تواند نقش انگیزی خیلی مؤثری داشته باشد در رد یا تصویب. آن یک رأی کمیسیون ماده ۵ شهرداری رأی رئیس کمیسیون ماده ۵ است و بقیه اعضای که در ترکیب کمیسیون ماده ۵ هستند- غیر از شهردار تهران که رئیس است شورای شهر بدون حق رأی حضور دارد. از یک سو سازمان‌های بی‌ربط و اعضای دارد که خیلی هم ارتباطی با موضوع ندارند و معمولاً آن‌ها رأی‌شان یک رأی تبعی است و نگاه می‌کنند بیشتر رئیس جلسه که شهردار تهران است و یک اتوریت‌های دارد و فارغ از این که کی روی آن صندلی می‌نشیند احتمالاً ممکن است جهت‌گیری رأی‌ها هم متفاوت باشد.» (4M4).

«شما به کرات توی مصوبات کمیسیون ماده ۵ وقتی صورت جلسات را نگاه می‌کنید به این می‌رسید که مثلاً معاون شهرسازی مربوطه، معاون وزیر امضا نکرده و از آن جایی که آراء کمیسیون ماده ۵ با ۴ رأی لازم الاجراست خیلی نیازی هم به این آدم نبوده. رئیس در واقع رأی داده و آن ۳ و ۴ تا عضو فرعی هم که حق رأی دارند ولی آگاهی درستی نسبت به شهر و توسعه شهر ندارند، آن‌ها رأی دادند و مصوبه گرفته رفته اجرا شده. در عمل وقتی نگاه می‌کنید می‌بینید افزون بر این که شهرداری خیلی پایند و مقید به ضوابط طرح تفصیلی و طرح جامع که خودشان سرشار از مشکل‌اند، نیست. از مجاری که دارد مثل کمیسیون ماده ۵ یا نفوذی که در شورای عالی معماری و شهرسازی دارد، دائماً در حال تغییر و تعدیل در ضوابط است.» (6M4).

خبرگان شهری در خصوص نقش شهرداری در طرح‌های جامع و تفصیلی هم معتقدند که شهرداری در عمل از طریق نفوذ در مجاری قانونی مانند کمیسیون ماده ۵ یا شورای عالی معماری و شهرسازی قابلیت تغییر و تعدیل در ضوابط طرح‌های جامع و تفصیلی در راستای منفعت خود را داراست.

«شاید روی کاغذ به صورت کتابی بگویم مجری طرح تفصیلی است اما در واقع شهرداری تهران در طرح تفصیلی با ابلاغیه سال ۹۱ منبعث از طرح جامع را به کرات تا همین الان که دارم با شما صحبت می‌کنم ضوابطش را تغییر داده است و همین الان هم دارد این کار را می‌کند. توی دوره جدید هم دارد این کار را می‌کند. این تغییر دائم ضوابط به نظر من هدفی غیر از این که بتواند روند ساخت‌وساز را در چه مقیاسی خرد و کلان را در راستای منویات خودش پیش ببرد و چیزی هم غیر از کسب درآمد برای شهر تهران نیست.» (2M4)

۲-۱-۴. عدم سازوکار قانونی مناسب

سیستمی نبودن مراحل از صدور جواز تجاری‌سازی به‌ویژه کمیسیون ماده ۵ در شهرداری تهران عاملی است که حضور نهادهای حاکمیتی را در ساخت‌وساز مراکز خرید از طریق لابی‌گری هموار می‌کند. نهادهای مذکور با داشتن قدرت لابی در کمیسیون ماده ۵ از فرصت مذکور به نفع خود استفاده کرده و کسب جواز تغییر کاربری اراضی مشکل‌دار با عاملیت خود را فراهم می‌کنند. برخی خبرگان شهری به این موضوع پرداختند.

«مسیر تشکیل پرونده برای صدور پروانه ساخت مراکز تجاری چون سیستمی است برای نهادهای حاکمیتی و بخش خصوصی فرقی ندارد. اما سیستمی نبودن کمیسیون ماده ۵ باعث راحتی مسیر صدور مجوز برای نهادهای حاکمیتی است.» (3M7).

۲-۱-۵. توافق با مشتری دارای قدرت (اقتصادی، سیاسی و...)

داشتن قدرت اقتصادی یا سیاسی و حتی اجتماعی عامل تأثیرگذاری در اخذ مجوز تجاری سازی است. برخی خبرنگاران شهری به این عامل اشاره کردند.

«آن کسی که زور بیشتری دارد و قدرت نفوذ اجتماعی اش بیشتر است، قاعداً راحت تر می تواند مجوز را کسب کند دیگر، چون شما حساب کن بتوانی خیلی راحت تر مثلاً حالا شکلی از رشوه را پرداخت کنی یا نه به شکل گروهی یک جور کار تیمی راه بندازید که تقسیم به اصطلاح سود بعد از قضیه رخ دهد. شما اگر توان مالی بیشتری دارد قاعداً این مسیر برایتان آسان تر است.» (2M5).

«بانک ها و صاحبان نفوذ با شهرداری تفاهم می کنند. در سال ۸۰ و ۸۱ در زمان احمدی نژاد در منطقه ۲۲ تهران، ۲۲ قطعه زمین به ستاد اجرایی فرمان امام داده می شود که آن ها به فضای ورزشی تبدیل کند در عوض مجوز فضای تجاری به آن ها داده می شود. ذینفعان این تفاهم نامه ها باهم شبکه می سازند و حتی کسی که در مسئولیت شهرداری هست جزء این زنجیره می شود حتی وزارتخانه هم سهیم در این شبکه می شود. این ها نان به هم قرض می دهند. درحالی که اگر به عنوان شخص حقیقی برای پروانه اقدام کنی، فرایند اخذ آن یک سال طول می کشد. ولی کسانی که باهم مرتبط هستند یا بانک ها و حتی نهادها ممکن است اصلاً پروانه نگیرند یا اگر پروانه هم بگیرند، باز پروانه های سفارشی هستند و این ناعادلانه است.» (6M11).

«البته پای صحبت همه شهرسازان که بنشینید به نظرشان ساخت این تعداد مال مشکل دار است. همچنین دوستانی از مشاوران که برنامه های فیزیکی، طرح تفصیلی و جامع را تدوین می کنند، مقصران اصلی هستند. معاونت های شهرسازی و معماری شهرداری ها تلاش می کنند ولی آخر سر کسانی که پول دارند و قدرت دارند، حرف آخر را می زنند. به ویژه در ساخت مال های بزرگ که از یک مقیاسی به بعد با یک قدرت دیگری وارد عمل می شوند و ساخته می شوند. حالا ممکن است این قدرت سیاسی باشد یا اجتماعی و یا هر چیز دیگری چون یک نفر نمی تواند این را بسازد و کار یک نفر نیست ساخت پروژه های چند صدمیلیاردی.» (7M1).

۲-۱-۶. پهنه‌بندی طرح تفصیلی توسط مشاور

پهنه‌بندی جدید شهر تهران که در سال ۱۳۹۱ ابلاغ شد، باعث شده برخی از اراضی متعلق به نهادهای حاکمیتی که قبل از طرح تفصیلی جدید در محدوده شهری نبودند، به محدوده مذکور اضافه شوند. این عامل باعث شد برخی نهادهای دولتی مالک این اراضی از ارزش افزوده این اراضی به نفع خود استفاده کنند. برخی مصاحبه‌شوندگان این عامل را، مؤلفه‌ای کمکی که به تجاری‌سازی شهری توسط این نهادها شتاب داده، قلمداد کردند.

«من معتقدم یک نیروی بزرگتری در حقیقت در پشت این مال‌سازی‌ها هست و رانت اقتصادی ناشی از ضوابط پهنه‌بندی طرح تفصیلی که امکان ورود به بازارهای شاید جدید و بکر را می‌دهد بسیار مؤثرتر بوده.» (2M7).

«با فرض این‌که در حقیقت چنین اتفاقی افتاده باشد یعنی با تصویب طرح تفصیلی در سال ۹۱ حجم زمین‌های نهادهای حاکمیتی به محدوده اضافه شده و ضوابط پهنه‌بندی هم این اجازه را داده باشد من فکر می‌کنم یک عامل تشویق‌کننده قطعاً بوده ولی می‌گویم این عامل تشویق‌کننده است نه صرفاً عامل جامع و کامل.» (4M8)

«بحث راجع به طرح تفصیلی و آوردن زمین‌ها به داخل محدوده و غیره این‌ها عامل مشوق‌اند که گرایش آن بخش‌های حاکمیتی را به انتقال سرمایه‌شان به سمت مال‌سازی به خاطر سرعت بازگشت سرمایه‌اش و جذابیتی که بازار وارداتی ما و بعد رانت ناشی از مال‌سازی داشته جذاب کرده و می‌شود گفت حفره‌هایی که در سند طرح تفصیلی بوده این امکان را هم برایشان ایجاد کرده که به نوعی شاید حداکثر منفعت و سود را هم به دست بیاورند.» (M8).

۲-۲. رویکرد فردی

رویکرد فردی، گرایش‌ها و تمایلات شخصی شهردار است که بر روی تصمیمات شهری تأثیرگذار است. مضمون اصلی رویکرد فردی شامل مضامین فرعی «تمایل به احداث پروژه‌های بزرگ مقیاس شهری» و «تعامل گرا یا تقابل گرا بودن با نهادهای حاکمیتی و بانک‌ها» است.

۲-۲-۱. تمایل به احداث پروژه‌های بزرگ مقیاس شهری

گرایش به معنای میل و رغبت است و به معنی رویکرد انسان به باورها یا اعمال خاص. برخی خبرگان شهری، تمایلات شخصی شهردار را در انجام برخی پروژه‌های شهری تأثیرگذار دانستند. «تا اواسط دهه ۸۰ که آقای قالیباف شهردار تهران می‌شود. آقای قالیباف سابقه نظامی داشت و یک اتفاقی که توی آن دوره می‌افتد این است که آن محل اعتبار قبلی که در واقع

ساخت‌وسازهای مسکونی بوده آن قدر درآمدزا نبوده برای این که بتوانیم ما آن پروژه‌های بزرگ مدنظر شهردار وقت تهران بود را توی شهر تهران بتوانیم تأمین اعتبار کنیم باهاش.» (4M4).

«خیلی فرق می‌کند که کی روی صندلی شهرداری تهران می‌نشیند و کی قرار است صحبت کند. قطعاً این که قالیباف باشد پشت میز شهرداری و یا حناچی، توی دوره آقای حناچی به دو علت می‌شود گفت یکی اساساً رویکرد آقای حناچی که دیگر به سمت پروژه‌های بزرگ مقیاس شهری نبود و رویکردش این بود که توسعه قلمروی عمومی را در شهر تهران داشته باشیم، اگر هم قرار بود بده بستانی با نهادهای حاکمیتی انجام بشود در این راستا بود.» (5M4).

«در سال‌های دهه ۹۰ شهرداری چون قصد احداث پروژه‌های بزرگ را داشت تمایل داشت به ساخت مال‌ها و مگامال‌ها.» (3M11).

۲-۲-۲. تعامل گرا بودن با نهادهای حاکمیتی و بانک‌ها

سابقه کاری شهردار بر نوع رابطه با نهادهای حاکمیتی و بخش خصوصی اثرگذار است. خبرگان شهری به این نکته اشاره کردند.

«شاید قالیباف از یک جهت جالب باشد که ارتباطش با سپاه است یعنی اگر یک نفر دیگر بود که مثلاً ارتباط مستقیمی با سپاه نداشت مثلاً گروه‌های دیگری هم وارد این عرصه می‌شدند و مثلاً فقط گروه‌های وابسته به سپاه و نظامیان نبودند شاید یک تفاوتی حاصل می‌شد.» (2M5).

۳. کنشگران

کنشگران شامل نیروهای سیاسی و اجتماعی هستند که مصوبات و قوانین مدیریت شهری یعنی شهرداری و شورای اسلامی شهر یا دولت، عاملیت آن‌ها را در مراکز خرید چندمنظوره تسهیل می‌کند در نتیجه تحلیل داده‌ها، عامل اصلی «قدرت اقتصادی» و «قدرت سیاسی»؛ در این زمینه شناسایی شدند (ر. ک به جدول ۸).

جدول ۸- مضامین فرعی و اصلی کنشگران

مضمون اصلی	مضمون فرعی
قدرت اقتصادی	انباشت سرمایه حاصل از فروش نفت
	رانت شویی اقتصادی
قدرت سیاسی	سهم خواهی از انقلاب

مأخذ: نگارنده: ۱۴۰۲

۳-۱. قدرت اقتصادی

قدرت اقتصادی حقیقی و حقوقی نوعی از قدرت است که توانایی شخص حقوقی یا حقیقی برای تصمیم‌گیری و انجام معاملات اقتصادی و تجاری به صورت مستقل تعریف می‌شود. قدرت اقتصادی حقوقی شامل حقوق و توانایی‌های اقتصادی که یک شخص حقوقی (مانند شرکت یا یک سازمان و نهاد) دارد، می‌شود. این شامل مواردی چون امتیازات قانونی برای انجام معاملات، حقوق مالکیت و تصمیم‌گیری در مورد منابع مالی و معاملات تجاری است. قدرت اقتصادی حقیقی به توانایی یک فرد برای تأمین نیازهای خود اشاره دارد. این شامل درآمد، منابع مالی، دارایی‌ها و توانایی انجام معاملات اقتصادی مانند خرید و سرمایه‌گذاری می‌شود. مضامین فرعی قدرت اقتصادی؛ «انباشت سرمایه حاصل از فروش نفت» و «رانت شویی اقتصادی» است.

۳-۱-۱. انباشت سرمایه حاصل از فروش نفت

انباشت سرمایه عاملی در تعیین عاملیت مراکز خرید چندمنظوره است. این که نهادهای حاکمیتی از طریق داشتن قدرت سیاسی، قدرت اقتصادی یعنی سرمایه حاصل از فروش نفت را در اختیار گیرند بر عاملیت آن‌ها در مراکز خرید تأثیرگذار بوده است. اغلب مصاحبه‌شوندگان بر این نکته تأکید داشتند.

«در ایران یک شکل خاص سرمایه‌داری داریم که با نهادهایی مثل خاتم‌الانبیاء و وجوه نظامی گسترده‌تری که در دل سیستم تعریف شده، خودشون شکلی از سرمایه‌داری را شکل داده‌اند بهش دیگه. می‌خواهم بگویم که وقتی از توسعه حرف می‌زنیم منظورم یک توسعه سرمایه‌دارانه است که مبتنی بر رشد یا مبتنی بر انباشت سرمایه یا مبتنی بر غارت است. ترکیبی از این‌ها احتمالاً آنچه که گسترش این مال‌ها در نگاه اول به مخاطب نشان می‌دهد به نظرم این هست که ما روزه‌روز و دهه به دهه بیشتر رفتیم به سمت این که آن به اصطلاح مازاد اقتصادی که عملاً مبتنی بر درآمد از فروش نفت است به جای در واقع سرمایه‌گذاری در شکل مواد تولید حالا در حدی که امکانش هست ساده‌ترین و پرسودترین‌اش را انتخاب کرده‌ایم که همان سرازیر شدن به سمت مستغلات به طور کلی است.» (2M5).

«به نظرم می‌رسد این دو دهه اخیر ما با انباشت سرمایه توسط عده بسیار محدودی مواجهه هستیم. پاسخ دادن به این بحران انباشت سرمایه بدون این که خودشان تصویری از این موضوع داشته باشند، رفتند به این سمت که ما باید فضاهای جدید در شهر با شکل جدیدی برای پاسخ

دادن به این بحران انباشت. شما فرض کنید در یک دوره وفور درآمدهای نفتی در دولت آقای احمدی‌نژاد دولت نهم و دهم شما نزدیک به ۱۳۰ میلیارد دلار پول سرازیر شده به کشور- در یک سال ۷۰۰ میلیارد دلار- خوب هشت سال بوده دورشان. به شکلی متمرکز در دست عده بسیار محدود بوده و باید پاسخ داده شود به این بحران انباشت سرمایه خوب مسکن دیگر آن جواب را نمی‌داده و بازدهی نداشته به همین خاطر رفتن به سمت فضاهای تجاری که به جای این‌که پاسخ به نیاز باشد، نیاز جدیدی را ایجاد کنند خودشان» (3M12).

«یعنی وقتی یک جمعیت ۹ میلیونی باشد تبادل کالا بین این جمعیت ۹ میلیونی یک دارایی است. حالا این دارایی در واقع سنتی و به‌صورت رشد گام‌به‌گام متوازن دست‌به‌دست می‌شود و تبادل اتفاق می‌افتد اما وقتی نیروهای خارج از این زنجیره تولید و توزیع می‌آیند جریان توزیع را دچار اختلال می‌کنند و جریانی که خودشان می‌خواهند را رواج می‌دهند این در واقع استفاده از دارایی‌های شهر به نفع یک عده‌ای خاص است. زمانی این اتفاق می‌افتد که قانون‌گذاران برای استفاده از این دارایی به نفع همه شهروندان، سازوکار منطقی و قانونی نچیده باشند. وقتی این سازوکار وجود ندارد آن ظرفیت هم وجود ندارد و یک انباشت ثروت در دست عده‌ای خاص می‌افتد که علاوه بر انباشت ثروت و سرمایه مالی، قدرت هم هست» (5M11).

۳-۱-۲. رانت شویی اقتصادی

رانت اقتصادی کسب مقدار پولی بسیار بیشتر از آن چیزی است که از نظر اقتصادی یا اجتماعی ضروری باشد. استفاده از رانت اقتصادی در طول زمان اغلب ممکن است منجر به فقدان رقابت و تثبیت روش‌های انجام کسب‌وکار شود. دیدگاه برخی خبرگان شهری عبارتند از: «مال‌ها در دهه نود در واقع جایی بودند برای رانت شویی اقتصادی تا سود حاصل را بتوانند به بدنه لشکری و امنیتی برسانند. برای این‌که این هزینه‌ها در بودجه رسمی نمی‌آید صندوق‌های اعتباری وابسته به خود تأسیس کردند» (6M3).

۳-۲. قدرت سیاسی

قدرت سیاسی از عوامل مداخله نیروهای سیاسی در تجاری‌سازی شهری است. مضمون اصلی قدرت سیاسی شامل تم فرعی «سهم خواهی از انقلاب» است.

۳-۲-۱. سهم خواهی از انقلاب

نیروهای سیاسی اغلب کسانی بودند که بعد از پیروزی انقلاب از طریق سهم خواهی از انقلاب به قدرت سیاسی رسیدند.

«از دل جنگ یک عده آمدند بیرون که حقوقی می‌خواستند و رانت خواه بودند. این‌ها اغلب قوای لشکری و کشوری بودند. این‌ها شروع کردند به جمع‌کردن ثروت از طریق زمین خریدن.» (4M3).

۴. بستر شهری

بستر شهری شامل مناطقی از شهر تهران است که ویژگی‌های آن‌ها باعث جذب و تمایل عاملیت مراکز خرید چندمنظوره توسط کنشگران شده است. در نتیجه تحلیل داده‌ها، تم اصلی «اقتصادی»، «فرهنگی - اجتماعی» و «کالبدی»؛ در این زمینه شناسایی شدند که در جدول ۹ قابل مشاهده است.

جدول ۹- مضامین فرعی و اصلی بستر شهری

تم اصلی	تم فرعی
ویژگی کالبدی	درشت‌دانگی و وسعت قطعات زمین
ویژگی اقتصادی	ارزش‌افزوده بالا
ویژگی فرهنگی - اجتماعی	درآمدزایی و تقاضامندی ساکنان مناطق شهری
	سکونت طبقات فرادست و راجل سیاسی

مأخذ: نگارنده: ۱۴۰۲

۴-۱. ویژگی کالبدی

مضمون اصلی ویژگی کالبدی شامل مشخصات کالبدی مناطقی از شهر است که عامل جذب و تمایل کنشگران یا نیروهای سیاسی و اجتماعی به عاملیت مراکز خرید چندمنظوره در آن مناطق شده است. «درشت‌دانگی و وسعت قطعات زمین» مضمون فرعی ویژگی کالبدی است.

۴-۱-۱. درشت‌دانگی و وسعت قطعات زمین

از خصوصیات مناطق شهری که بستر اکثریت ساخت‌وسازهای تجاری در شهر تهران است، درشت‌دانگی اراضی این مناطق است. برخی مصاحبه‌شوندگان به این موضوع اشاره کردند:

«عامل دیگر وسعت منطقه است که منطقه یک گستردگی/اش جوابگوی این پروژه‌ها هست. محله‌های چون ولنجک، تجریش، نیاوران و اندرزگو همه منطقه یک هستند.» (3M1).

«از نظر مطلوبیت زمین به‌ویژه دارا بودن قطعات بزرگ زمین ارجح است. میانگین قطعات زمین در شمال تهران خیلی بزرگ‌تر از جنوب تهران است. در جنوب تهران زمین ارزان‌تر ولی قطعات ریزدانه‌تر هستند. در شمال شهر بافت‌ها بزرگ و ارزش‌افزوده ساخت‌وساز بالاتر است به همین خاطر آنجا بیشتر استقبال می‌شود.» (2M2).

۴-۲. ویژگی اقتصادی

ویژگی‌های اقتصادی منطقه عامل مهمی در جذب و تمایل عاملیت مراکز خرید در این مناطق است. «ارزش‌افزوده بالای زمین» تم فرعی ویژگی اقتصادی است.

۴-۲-۱. ارزش‌افزوده بالای زمین

ارزش‌افزوده بالای اراضی این مناطق شهری عاملی در جذب و تمایل تجاری‌سازی است. اغلب مصاحبه‌شوندگان به این موضوع اشاره کردند.

«علت تمایل نیروهای سیاسی به منطقه یک، رانت است. احتمال قریب به یقین ارزش‌افزوده آنجا یا رانتی که از محل ساخت‌وساز توی منطقه یک یا سایر مناطق برخوردار شهر تهران مثلاً ۱ و ۲ و ۳ و ۵ به وجود می‌آید اصلاً قابل قیاس نیست با مناطق دیگر شهر تهران.» (3M4).

«گردش اقتصادی منطقه یک بسیار بالاتر است از سایر مناطق و در نتیجه خیلی طبیعی است یک سرمایه‌گذار بیاد مثلاً مال را آنجا بسازد که بتواند از طریق اجاره بیشتری که می‌دهد و تعداد واحدهایی که مثلاً در یک مال وجود دارد خوب قاعدتاً چرخش اقتصادی بیشتری برای خودش در واقع به دنبال دارد تا این‌که شما مثلاً بیایید در منطقه ۱۷ یک مال بزنید.» (M5).

«منطقه ۱، ۲، ۳، ۵، ۱۲ و ۲۲ تهران بیشترین ارزش‌افزوده را دارند. اینجا اقتصاد تعیین‌کننده است. مال‌سازی هزینه‌های سرسام‌آوری دارد. عوارض‌اش و همچنین ساختش نیز سنگین است. پس قاعدتاً کسی که سرمایه‌گذاری می‌کند اصولاً جایی سرمایه‌گذاری می‌کند که برگشت سرمایه‌اش تضمین شده باشد.» (2M6).

«در حقیقت علی‌رغم محدودیت‌ها به دلیل جذابیتی که این فضا ایجاد می‌کند برگشت‌پذیری سرمایه تضمین‌شده‌تر است در منطقه یک. یعنی من اگر سرمایه‌ام را در سایر مناطقی که سهولت سرمایه‌گذاری دارد، هزینه بکنم زمان بازگشت سرمایه‌ام نسبت به حجم سرمایه‌گذاری بسیار

زیادتر خواهد شد ولی قاعدتاً در منطقه یک سرعت برگشت پذیری خیلی افزایش پیدا خواهد کرد. منطق سرمایه در حقیقت پشت این کار است که دارد از این کار دفاع می‌کند.» (3M8).

۳-۴. ویژگی فرهنگی - اجتماعی

بافت فرهنگی و اجتماعی ساکنان و نوع طبقه حاکم در این مناطق از ویژگی‌های فرهنگی - اجتماعی ساکنان این مناطق است. «قشر برخوردار درآمدزا و پر تقاضا» و «سکونت طبقات فرادست و رجل سیاسی» مضامین فرعی مضمون اصلی ویژگی فرهنگی - اجتماعی هستند.

۴-۳-۱. درآمدزایی و تقاضامندی ساکنان مناطق شهری

ویژگی توانایی مالی و پرتقاضا بودن ساکنان مناطق شهری، عاملی در تمایل به ساخت‌وسازهای تجاری در آن مناطق است. دیدگاه خبرگان شهری در مصاحبه عبارتند از:

«این‌که شما آن جا با یک قشر برخوردار مواجه هستید و زمین آنجا هم ارزش‌دار است که در مقابل عرضه‌ای که شما دارید می‌دهید. عرضه شما را با یک تقاضای خیلی زیاد پاسخ می‌دهند آن قشر.» (5M4).

«منطقه یک به‌ویژه خیابان نیاوران و بعد از آن اندرزگو که خیابانی ساختمانی و حاصل تعریض و گشایش بوده به لحاظ بافت اجتماعی و نحوه زندگی شهری و کیفیت محیطی که دارد، پذیرش این پروژه‌ها را دارد. قدرت خرید مردم منطقه یک بیشتر است.» (3M1).

«در دوره قالیباف در زیرساخت‌های شهری مانند مترو، فضای سبز و ... تحول بزرگی رخ داد. این اتفاق بیشتر به خاطر این موضوع رخ داد که شهرداری آورده حاصل از مجوزات مال را در احداث مترو و فضای سبز و حتی مدیریت محله‌ها هزینه کرد. از طرفی بخش خصوصی به بخش‌ها و ساختارهای غیرانتفاعی ورود نمی‌کرد و این موضوع شهرداری را مجبور می‌کرد که در شمال تهران درآمد ایجاد کند با احداث مال و در جنوب شهر این درآمدها را هزینه کند. شهرداری مجبور بود چون جنوب شهر ظرفیت تولید درآمد نداشت و شمال تهران به خاطر بافت و قشر مرفه شهری ظرفیت تولید درآمد داشت.» (4M2)

۴-۳-۲. سکونت طبقات فرادست

سکونت طبقات اجتماعی همچون فرادستان و رجل سیاسی در برخی مناطق شهر، عامل گرایش به ساخت‌وسازهای تجاری در آن مناطق است. برخی مصاحبه‌شوندگان به این موضوع پرداختند:

«در دوره‌هایی چشم‌وچراغ طبقات فرادست غرب بود و فکر می‌کردند که الگوی موفق زندگی، الگوی زندگی غربی است. از مراسم‌هایشان گرفته تا مرگشان باید شکل و شمایل غربی داشته باشد. این نگرش به زندگی، کالای خودش را تولید می‌کند و کالای خودش را می‌خواهد. این‌ها نیازشان را دیگران برایشان تولید می‌کنند و دیگران به آن‌ها می‌گویند که به چی نیاز دارند. این‌ها اغلب در مناطق گران‌قیمت شهر زندگی می‌کنند. چون این مناطق محل تبادل این کالاهاست.» (M11).

«موضوع دیگر سکونت رجل سیاسی کشور در منطقه یک است که این هم در جذابیت این منطقه در ساخت مال مؤثر است. جدا از این موارد یک سری جذابیت‌های قدمت دار در منطقه یک هست که آن‌جا پذیرای این پروژه‌ها کرده است مثل تجریش یا محدوده فرشته که منطقه را زنده نگه می‌دارد. البته محله ولنجک هنوز آن‌قدر جذاب نیست برای سازندگان نسبت به بقیه منطقه یک. اندرزگو هم که الآن ظرفیتش تکمیل شده است. آدم تازه به دوران رسیده را در محله ولنجک می‌بینید در عوض در نیاوران اشخاص سیاسی و سرمایه‌داران قدیمی دیده می‌شوند.» (5M1).

۵. پیامدها

پیامدها شامل تبعات حاصل از ساخت‌وساز مراکز خرید چندمنظوره در شهر تهران است. در نتیجه تحلیل داده‌ها، عامل‌های اصلی «پیامد اجتماعی- فرهنگی»؛ «پیامد کالبدی- فضایی» و «پیامد اقتصادی» در این زمینه شناسایی شدند که در جدول ۱۰ قابل مشاهده است.

۵-۱. پیامدهای اجتماعی- فرهنگی

ساخت مراکز خرید چندمنظوره دارای تبعات اجتماعی- فرهنگی بر شهر است. تم اصلی پیامد اجتماعی- فرهنگی از مضامین فرعی چون «تقلید از الگوهای بیگانه»؛ «توزیع نامتوازن ثروت»؛ «مدگرایی»؛ «ایجاد شکاف طبقاتی» و «عدم توسعه فعالیت‌های فرهنگی» تشکیل شده است.

جدول ۱۰- مضامین فرعی و اصلی پیامدها

مضمون اصلی	مضمون فرعی
پیامد اجتماعی و فرهنگی	تقلید از الگوهای بیگانه
	توزیع نامتوازن ثروت
	مدگرایی

مضمون اصلی	مضمون فرعی
	ایجاد شکاف طبقاتی
	عدم توسعه فعالیت‌های فرهنگی
پیامد کالبدی- فضایی	جدایی گزینی فضایی
	افزایش ترافیک و تردد شهری
پیامد اقتصادی	سلب مالکیت از آحاد مردم
	کالایی شدن فضا

مأخذ: نگارنده: ۱۴۰۲

۵-۱. تقلید از الگوهای بیگانه

رواج الگوهای بیگانه از تبعات ساخت مراکز خرید چندمنظوره است. این موضوع هم اصل ساخت‌وساز این سازه شهری را شامل می‌شود و هم الگوی فرهنگی و مصرف بیگانه را رواج می‌دهد. خبرگان شهری به این نکته اشاره کردند:

«و این مراکز خرید اغلب برندفروش هستند و عمده خدمات ارائه شده در آن‌ها هم مربوط به فست‌فود هاست. در کل در کشور یک الگو از اقتصاد شهری را بدون این که مطالعه شود به همان اسم غربی وارد ایران شد. در حالی که نه با فرهنگ ایرانی‌ها جور درآمد و نه با شرایط اقتصادی کشورمان هماهنگ بود و کلی زمین و مصالح و امکانات را به این وسیله هدر دادیم و بهره‌برداری و بهینه‌سازی لازم را نداشتیم.» (3M2).

«به نظر می‌آید اگر در مرحله اول الگوی خاص کشور را مثل راسته‌های تجاری سنتی که داشتیم را تقویت می‌کردیم و یا تا حدی مدرن و امروزی می‌کردیم خیلی نتیجه بهتری می‌گرفتیم چراکه فضاهای تجاری سنتی، فضای پاسخ‌دهی بود و در ارتباط با مسجد و بافت مسکونی بود و هماهنگ با اقتصاد خرد محله بود.» (2M2).

«ببینند این الگوی مصرف با وضعیت فعلی مملکت جور درمی‌آید یا نه؟ و اصلاً چرا باید شهر را تبدیل به فضایی کنیم که مثلاً کالای خارجی بفروشد؟ و هیچ تولید فرهنگی، تولید محتوایی نباشد. با احداث این مال‌ها به نحوی تقابل ایجاد کردیم با بازار سنتی تهران و نه تنها تجارت پویای غرب را وارد کشور نکردیم بلکه بازارهای سنتی را هم کساد کردیم و آن‌ها را به مکان بی‌دفاع تبدیل کردیم.» (4M2).

«به نظر می‌رسد دانشگاه‌ها و مهندسين مشاور بايد اين الگوی مال سازی که از طرف غربی‌ها وارد شد را بايد نیازسنجی و امکان‌سنجی می‌کردند و لوکال و ایرانیزه‌اش می‌کردند تا کمترین آسیب را وارد کند.» (5M2).

«در دوره‌هایی چشم‌وچراغ طبقات فرادست غرب بود و فکر می‌کردند که الگوی موفق زندگی، الگوی زندگی غربی است. از مراسم‌هایشان گرفته تا مرگشان باید شکل و شمایل غربی داشته باشد. این نگرش به زندگی، کالای خودش را تولید می‌کند و کالای خودش را می‌خواهد. این‌ها نیازشان را دیگران برایشان تولید می‌کنند و دیگران به آن‌ها می‌گویند که به چی نیاز دارند.» (6M11).

«یک تفاوتی که وجود دارد در مورد مجتمع‌های چندمنظوره در ایران و سایر کشورهایی که ما از آن‌ها الگوبرداری کردیم اتفاقاً برمی‌گردد به ریشه‌های شکل‌گیری مجتمع‌های چندمنظوره.» (5M12).

۵-۱-۲. توزیع نامتوازن ثروت

دارایی‌ها، درآمد و رانت سه عامل اساسی است که توزیع ثروت را تحت‌الشعاع قرار می‌دهد. در اقتصاد شهر، رانت یکی از عوامل مهمی است که می‌تواند توزیع ثروت را مدیریت کند. نظر برخی از صاحب‌ه‌شوندگان که به این موضوع پرداخته‌اند:

«ممکن است طرف با مترو بتواند از جنوب شهر دسترسی داشته باشد ولی خوب بحث دسترسی صرفاً نیست. شما باید بتوانید فضای زیست آن طرف را بهبود ببخشید نه این‌که بگویید خوب مرکزیت در شمال است شما هم باید بروید آنجا، آنجا خودت را اجتماعی کنید. این نگاه به نظر من اولاً یک جورایی ضداجتماعی است. شما به جای این‌که بیایی تمرکز کنی بر توسعه به اصلاح متوازن؛ یک جوری این مرکزیت را گسترش بدهی و محدود نکنی به یک سری مناطق خاص؛ می‌آیی می‌گویی خوب حالا سرمایه اینجا جمع شده این‌جا مثلاً این را این‌جا می‌سازیم و دیگران با مترو به آن دسترسی داشته باشند.» (5M5).

«شهرها در واقع به دلیل ماهیت‌شان دارایی‌هایی دارند. این دارایی‌ها اگر در یک روال رشد منطقی و متوازن قرار بگیرند به نفع توسعه و آینده شهر است. یعنی تبدیل به ثروتی می‌شوند که برای همه شهروندان و کسانی که در خلق دارایی سهیم بودند می‌توان از آن استفاده کرد. اما اگر رشد متوازن نباشد و این دارایی، دارایی‌های کلان‌مقیاس باشد که امکان بهره‌برداری از آن توسط کسانی اتفاق افتد که نیروهای کلان‌تری هستند، رشد متوازن شهر به هم می‌خورد.» (6M11).

مدگرایی از تبعات تجاری شدن فضاهای شهری است. این نوع تبعیت برای بشر نوعی بردگی و توهین به تمام ویژگی‌های یک انسان عاقل و بالغ که داری قدرت و تفکر و تصمیم‌گیری است، می‌باشد. این نوع پیروی نشان می‌دهد فرد دارای قدرت تصمیم‌گیری نبوده و کاملاً نابالغ و زیر سلطه افراد سودجو است. در حقیقت مدگرایی زمانی آسیب‌زا می‌باشد که قدرت اختیار را از فرد سلب کند و فرد را تابع خود سازد و فرد بدون تبعیت از مد خود را بد و ناشایست بداند و سلیقه و علایق خود را زیر سؤال ببرد. نظر خبرگان شهری در این خصوص عبارتند از:

«ساخت مراکز خرید شاید منفی یا شاید مثبت مصرف‌نمایشی را خیلی زیاد کرده است. می‌شود با عینک مثبت به آن نگاه کرد که هم در واقع یک تحرک بخصوصی در نسل جوان که مدگرایی و توسعه مدها و تغییر لباس‌ها و... را زیاد کرده و هم منفی دید که خیلی قضاوت نمی‌توانم بکنم از لحاظ اجتماعی که تخصص بنده نیست.» (4M12).

«ترویج مصرف فرهنگی احتمالاً توی آن قشر برخوردار از جامعه به مراتب بیشتر و اثرگذارتر بوده تا مثلاً این که شما بیایید مالی را در محله نازی‌آباد و توی منطقه ۱۸ و ۱۹ تهران بسازید که سطح برخورداری از لحاظ اقتصادی خیلی پایین‌تر است و احتمالاً ممکن است که سرمایه‌گذاری شما آن بازده و راندمان مدنظر شماست، نداشته باشد.» (5M4)

۵-۱-۴. ایجاد شکاف طبقاتی

قطب‌بندی کردن شهر یا ایجاد شکاف طبقاتی از دیگر تبعات تجاری شدن فضاهای شهری است که خبرگان شهری به آن پرداختند.

«اگر طراحی و معماری مال درست انجام شود و احساس تسلط فضا بر شخص نباشد، این اتفاق ممکن است بیوفتد. از طرفی خطری که وجود دارد این است که فضاهای همگانی را پولی می‌کنید یا به نوعی فضای همگانی را در اختیار طبقه مرفه قرار می‌دهید یعنی طبقه فرودست جامعه نمی‌تواند از آن استفاده کند و شهر را برای سرمایه‌داران تجهیز کرده‌اید و این ستم بر شهروندان است.» (2M11).

«مثلاً آدمی که توی دولت‌آباد زندگی می‌کند یا نازی‌آباد، جوادی و بلند می‌شود با یک مترو می‌آید پالادیوم و آدم‌های اطراف تجریش را می‌بیند و سبک زندگی آن‌ها را می‌بیند داغان می‌شود چون نمی‌تواند در آن سبک زندگی کند و این وقتی که به زندگی خودش برمی‌گردد

دیگر زندگی خودش برایش قابل تحمل نیست و بهم می‌ریزد و نابود می‌شود و نمی‌تواند کسی این را قانع کند به سبک زندگی قبلی خودش.» (3M9).

«از طرفی خطری که وجود دارد این است که فضاهای همگانی را پولی می‌کنید یا به‌نوعی فضای همگانی را در اختیار طبقه مرفه قرار می‌دهید. یعنی طبقه فرودست جامعه نمی‌تواند از آن استفاده کند و شهر را برای سرمایه‌داران تجهیز کرده‌اید و این ستم بر شهروندان است.» (5M11).

۵-۱-۵. عدم توسعه فعالیت‌های فرهنگی

فعالیت‌های فرهنگی شامل کاربری‌های چون کتاب‌فروشی، گالری‌های نقاشی و موسیقی و ... است که جنبه فرهنگی آن‌ها بیش از جنبه تجاری‌شان دارای ارزش است. خبرگان شهری معتقدند سینما از بین کاربری‌های فرهنگی بیش از دیگر فعالیت‌ها در مراکز خرید چندمنظوره آن‌هم به خاطر جنبه تجاری بودنش بوده است.

«از لحاظ اجتماعی یک موضوع دیگر این است که یک بالندگی در فضای شهری فکر می‌کنم این‌که بتواند اقتصاد فرهنگ‌ها را توسعه بدهد یعنی فعالیت‌های فرهنگی. این مجتمع‌ها هرگز چنین نقشی نتوانستند پیدا کنند به دلیل گرانی و شاید به دلیل همان فرهنگ مصرفی که توسعه می‌دادند و مبتنی بر نظام سرمایه‌داری پیش‌پاافتاده. این‌ها در واقع نتوانستند که مأمین یک سری فعالیت‌های فرهنگی باشند. کاربری فرهنگی به آن شکل در مجتمع‌های تجاری ندیدم. مثلاً پاتوقی باشد برای اهل موسیقی، نقاشی، کتاب.» (6M13).

«عمده خدمات ارائه شده در مراکز خرید مربوط به فست‌فودهاست.» (7M2).

۵-۲. پیامدهای کالبدی- فضایی

پیامدهای کالبدی شامل تبعات مراکز خرید چندمنظوره بر ساختار فضایی و مکانی شهر است. مضامین فرعی چون «جدایی گزینی فضایی» و «افزایش ترافیک و تردد شهری»؛ زیرمجموعه مضمون اصلی پیامدهای کالبدی است.

۵-۲-۱. جدایی گزینی فضایی

نابرابری فضایی از دیگر تبعات تجاری شدن فضای شهری که خشم شهری را در پی دارد. نظر برخی خبرگان شهری عبارتند از:

«شما اگر پراکنش مال‌ها را هم در نظر بگیرید این‌که در کدام نقاط بیشتر ساخته شده‌اند، خودشان به نظرم یکی از نمادهای جدایی‌گزینی فضایی و اجتماعی هستند و تشدید می‌کنند نابرابری‌های فضایی را.» (3M5).

«می‌آیی می‌گویید خوب حالا سرمایه اینجا جمع شده. این‌جا مثلاً این را این‌جا می‌سازیم و دیگران با مترو به آن دسترسی داشته باشند. این به نظرم خیلی دور است از واقعیت و ما می‌دانیم که این اتفاقاً این تقابل باعث می‌شود آن تفاوت بیشتر به چشم بیاید و خوب ساکنان مناطق دیگری که از این به اصطلاح شکل‌های توسعه محروم هستند قاعداً به‌مرور متوجه می‌شوند چه تفاوت‌هایی هست و چه نابرابری‌هایی هست. خود این منجر به افزایش خشم اجتماعی می‌شود.» (2M5).

«توسعه شهری که متأثر بوده از شکل‌گیری فضاهای تجاری بوده این‌ها هرچند که نظام توسعه شهری را بسیار متأثر کرده و مختل کرده و مبتنی بر طرح‌های جامع و تفصیلی نبودند، برخلاف قوانین و مقررات هم شکل گرفتند. همه این‌ها متأثر می‌کند توسعه شهری را ولی از آن‌طرف ناخواسته فضاهای جدید شهری عمومی در اختیار یک نسلی گذاشتند که به‌قصد خرید وارد آن فضا نمی‌شوند.» (6M12).

۵-۲-۲. افزایش ترافیک و تردد شهری

افزایش ترافیک و تردد شهری حاصل از تجاری‌سازی شهری از دیگر تبعات دیگر مراکز خرید چندمنظوره است که به علت جانمایی نادرست به وجود می‌آید.

«مکان‌یابی بسیار بد که باعث ایجاد ترافیک می‌شود و کل بافت یک منطقه را دگرگون کند و شاید دچار نابهنجاری می‌کند صرف‌نظر از این‌که خود آن عنصر هست عنصر مناسب باشد منتها برای یک جای دیگر. ولی مثلاً اطلس مال و حتی خود پلاادیوم از لحاظ مکانی بسیار نامناسب ترافیک ایجاد می‌کند و مشکلات عدیده شهری ایجاد می‌کند.» (8M12)

«به‌هر حال ما هرجایی که مال ساختیم این مال‌ها در پیرامون خودش باعث یک سری توسعه‌هایی شد. ظرفیت جمعیت‌پذیری را افزایش داد متناسب با افزایش جمعیت‌پذیری، افزایش ترافیک و تردد شهری را داشتیم. افزایش در واقع سرسام‌آور قیمت زمین را داشتیم.» (M4)

«ماله‌ای امروزی به‌صورت هسته‌هایی هستند که در کوتاه‌مدت یا در میان‌مدت جذب جمعیت می‌کنند ولی دارای معضلاتی نظیر معضلات ترافیکی نیز هستند.» (5M1).

«از طرفی ساعت‌های بهره‌برداری از این فضاها در پیک‌های ترافیک است و از نظر اشتغال نیز خیلی اشتغال‌زا نیستند.» (7M2).

«ماله‌ای امروز اکثراً ایجاد عارضه کرده‌اند. نه فضای معماری قشنگی و نه فضای شهری مطلوبی دارند و نه فضای زاینده تولید و اشتغال ایجاد کرده‌اند. به مرکزی در شهر تبدیل شده‌اند که به ایجاد ترافیک کمک می‌کنند.» (4M2).

«یک عقب‌نشینی فضاهاى شهری به نفع فضاهاى تجارى بوده و این باعث اتفاقات وحشتناكى شده یعنی بر این‌که به لحاظ ترافیکی و آسایش محلات و ساکنین که خیلی نکته مهمی است و اجتماعات محلی آنجا دارد از بین می‌رود.» (5M12).

۳-۵. پیامدهای اقتصادی

پیامدهای اقتصادی شامل تبعات اقتصادی مراکز خرید چندمنظوره است. مضامین فرعی چون «سلب مالکیت از آحاد مردم»؛ «کالایی شدن فضا» از تم‌های فرعی این مضمون اصلی است.

۳-۵-۱. سلب مالکیت از آحاد مردم

افزایش قیمت زمین اطراف مراکز خرید چندمنظوره باعث سلب مالکیت از مردم می‌شود. نکته‌ای که خبرگان شهری بارها به آن تأکید کردند.

«افزایش شدید قیمت زمین در اطراف ساخت‌وسازهای تجاری که به این شکل دارد اتفاق می‌افتد و عملاً قدرت خرید مسکن دوباره دارد سلب می‌کند.» (3M2).

«انباشت سرمایه‌ای که از ساخت‌وساز تجاری دارد اتفاق می‌افتد به لحاظ ترافیکی و آسایش محلات و ساکنین مشکل‌زا شده‌اند. همچنین باعث افزایش قیمت زمین در اطراف خودشان شده‌اند.» (6M3).

«از زاویه کلی اگر بخواهیم نگاه کنیم یک شهری بالندگی دارد و فعالیت پذیری‌اش زیاد می‌شود که بتواند انباشت مداوم سرمایه کند. این انباشت در کسب‌وکار صورت گیرد نه در ساختمان. تأثیری که این مجتمع‌ها از این زاویه داشتند اولاً یک بخش زیادی از سرمایه‌ای که می‌توانست وارد کسب‌وکار شود وارد ساختمان‌های این‌جور مجتمع‌ها شد.» (3M12).

کالایی شدن فضا یعنی فضا مانند ابزار تولید برای به دست آوردن سود اقتصادی و همچنین فروش در بازار، تولید و بازتولید شود. این امر بورس‌بازی زمین، خصوصی شدن فضاهای عمومی و تورم در بخش مستغلات رخ می‌دهد. خبرگان شهری بارها در مصاحبه به این نکته اشاره کردند.

«به نظر من یکی از ناکارآمدترین و یکی از بدترین اتفاقاتی است که در شهر تهران افتاده یعنی در واقع کالایی کردن فضا و بهم زدن آن نظام اجتماعی- مکانی که باید در سطح شهر تهران داشتیم به دلیل سیاست رانت‌جویانه اقتصادی ناشی از مگامال‌ها ایجاد شده.» (6M8).

«تحول شکل اقتصادی خیلی تأثیر گذاشته به‌ویژه در دو دهه اخیر. قبل از آن مثلاً در دهه ۷۰ من فکر می‌کنم این جریان یافتن ثروت یا رانت نفتی به سمت مستغلات به‌طور کلی شروع شده بود ولی در دهه‌های ۸۰ و ۹۰ قطعاً اوج گرفته و گسترش یافته است.» (3M5).

«به تدریج از اواخر دهه ۷۰ یک جریانی شکل بگیرد تحت عنوان ساخت شاپینگ مال‌ها و عمدتاً هم آن قسمت انحصاری‌اش و سرمایه‌داری مستغلاتی‌اش نه به دست بخش خصوصی بلکه به دست بخش خصولتی صورت می‌گیرد.» (4M13).

«در تغییرات اقتصادی جامعه ما در دهه ۹۰ بخش‌های خصوصی قدرت لازم را برای رقابت پیدا نکردند و بخش‌های حاکمیتی آن تمول مالی و توان مالی‌شان افزایش پیدا کرد یعنی هم قدرت نهادهای حاکمیتی برای ورود به بخش‌های اقتصادی و تجاری زیادتر شده و هم دیدند بازار جذاب‌تری هست.» (3M8).

«من فکر می‌کنم وقتی شما مدام اقتصاد را از آن بالا به سمت مستغلات سوق بدهی خواه‌ناخواه مدام داری بیشتر بازاری‌اش می‌کنید. کالایی‌اش می‌کنید و بیشتر مبتنی بر سازوکارهای سودمندتری می‌کنی. خودبه‌خود اثر در واقع دومینو دارد و مدام خودش را توی یک سطح جدیدی بازتولید می‌کند.» (4M5).

«به نظرم این هست که ما روزه‌روز و دهه به دهه بیشتر رفتیم به سمت این که آن به اصطلاح مازاد اقتصادی که عملاً مبتنی بر درآمد از فروش نفت است به جای در واقع سرمایه‌گذاری در شکل مواد تولید حالا در حدی که امکان‌ش هست ساده‌ترین و پرسودترین‌اش را انتخاب کرده‌ایم که همان سرازیر شدن به سمت مستغلات به‌طور کلی است.» (5M5).

بحث و نتیجه‌گیری

تولید مراکز خرید چندمنظوره تهران در دهه‌های هشتاد و نود شمسی رشد قابل توجهی داشته است. رشد مذکور بی‌تأثیر از مداخله نیروهای سیاسی و اجتماعی نبوده است. از تحلیل مضمون مصاحبه خبرگان شهری صورت گرفته در این پژوهش عوامل زمینه‌ساز مداخله این نیروها در سطح کلان دولت و در سطح میانی مدیریت شهری یعنی شورای اسلامی و شهرداری تهران بوده است. بسترسازی و تسهیل گری دولت از طریق مستغلاتی شدن اقتصاد، خصوصی کردن رانت، دولتی و دستوری کردن اقتصاد که متأثر از سیاست‌گذاری‌های درون نظام و همین‌طور تحریم، برجام و پس‌برجام در دهه‌های مذکور که تحت تأثیر سیاست‌های بین‌المللی بوده زمینه‌ساز دخالت کنشگران سیاسی و اجتماعی در تولید فضاهای تجاری شده است. در سطح میانی اما مدیریت شهری به علت بدهکاری شهرداری به نهادهای حاکمیتی، سیاست خودکفایی شهرداری‌ها و همچنین مجری و سیاست‌گذار بودن شهرداری، عدم سازوکار قانونی مناسب در شهرداری، تمایل به توافق با مشتری صاحب قدرت سیاسی و اقتصادی و پهنه‌بندی طرح تفصیلی که بیشتر متأثر از رویکرد ساختاری این نهاد بوده، از عوامل تمایل ورود نیروهای سیاسی به توسعه مراکز تجاری بوده است. همچنین رویکردهای فردی شهرداران وقت در دو دهه هشتاد و نود یعنی تمایلات فردی به احداث پروژه‌های بزرگ‌مقیاس و تعامل‌گرا بودن با نهادهای حاکمیتی و بانک‌ها گرایش کنشگران سیاسی و اجتماعی را به توسعه این مراکز تجاری تسریع کرده است. از طرفی شرایط موجود حاکم بر دهه‌های مذکور باعث افزایش قدرت سیاسی و اقتصادی به علت انباشت سرمایه حاصل از فروش نفت و رانت جوئی اقتصادی و سهم خواهی از انقلاب کنشگران سیاسی شده که عامل حضور و مداخله آن‌ها در تولید فضاهای تجاری چندمنظوره شده است. عامل دیگری که شرایط مداخله را تسهیل و تسریع می‌کرد ویژگی‌های کالبدی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی بستر شهری تهران بود. خصوصیات چون درشت‌دانگی و وسعت قطعات زمین، ارزش‌افزوده بالای زمین، درآمدزایی و تقاضامندی ساکنان مناطق شهری و همین‌طور سکونت طبقات فرادست و راجل سیاسی در برخی از مناطق شهر تهران ورود به این عرصه اقتصادی را در این مناطق تسریع و هموار نمود. مجموعه این عوامل که توسعه مراکز چندمنظوره تجاری را در این دو دهه توسط نیروهای مذکور فراهم کرد، باعث ظهور تبعات و پیامدهای اجتماعی- فرهنگی، کالبدی- فضایی و اقتصادی شد. پیامدهایی چون تقلید از الگوهای بیگانه، توزیع نامتوازن ثروت، مدگرایی، ایجاد شکاف طبقاتی، جدایی‌گزینی فضایی، افزایش ترافیک و

تردد شهری، سلب مالکیت از آحاد مردم و سرانجام کالایی شدن فضا را در پی داشت. در مجموع از نتایج حاصل از تحلیل مضمون داده‌ها، پنج مضمون فراگیر کنشگران (نیروهای سیاسی و اجتماعی)؛ بسترسازی و تسهیل‌گری دولت؛ بسترسازی و تسهیل‌گری مدیریت شهری؛ بستر شهری و پیامدها را استخراج و تأثیرگذاری آن‌ها را بر همدیگر شناسایی شد. بررسی ارتباط این عوامل (تصویر ۱) نشان می‌دهد مداخلات نیروهای سیاسی و اجتماعی در گسترش فضاهای تجاری شهری متأثر از تصمیمات کلان دولت و در مقیاسی پایین‌تر یعنی شهرداری‌ها، صورت گرفته است. به نوعی می‌توان گفت اثر تصمیمات کلان دولت و مدیریت شهری باعث حضور و مداخله نیروهای سیاسی خاص وابسته به نهاد قدرت (بانک‌ها، تعاونی‌ها و شرکت‌های وابسته به دولت) در ساخت‌وساز مراکز خرید چندمنظوره شده است. مقیاس این پیامدها نیز در قالب تبعات کالبدی، اجتماعی، فرهنگی؛ ساخت اجتماعی و کالبدی شهر را تحت تأثیر قرار داده است.



تصویر ۱- ارتباط مضامین فراگیر

ماخذ: نگارنده ۱۴۰۲

منابع

- احمدی، معصومه؛ کاظمی، عباس؛ ریاضی، ابوالحسن (۱۴۰۱). پیامدهای ساخت مال‌ها و مراکز خرید در تهران. فصلنامه علمی جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر، شماره دوم، صص ۱۶۷-۱۴۷.
- ایزدپناه، محبوبه. (۱۳۹۷). «کالایی سازی فضای عمومی شهری از منظر منفعت عمومی (مطالعه موردی: مراکز خرید بزرگ مقیاس شهر تهران)»، رساله دکتری رشته شهرسازی، دانشکده معماری و شهرسازی دانشگاه هنر تهران.
- حاتمی نژاد، حسین؛ عبدی، ناصح (۱۳۸۷)؛ اقتصاد سیاسی و فضای شهری، نشریه سیاسی و اقتصادی، شماره ۲۳۸-۲۳۷.
- خزائی، مصطفی. (۱۴۰۱). شهر در پرتو اندیشه‌های سیاسی و اجتماعی. جهاد دانشگاهی واحد شهید بهشتی.
- زمانی، بهادر؛ قلعه‌نویی، محمود؛ فاضلی، پریسا. (۱۳۹۷). ارزیابی عمومیت مراکز خرید معاصر، مورد مطالعاتی: مجموعه سیتی سنتر اصفهان. معماری و شهرسازی آمارن‌شهر، شماره ۲۳، صص ۱۹۶-۱۸۵.
- سفرچی تیل، زین‌العابدین (میشم) (۱۴۰۱)؛ تجاری‌سازی و مصرف‌گرایی، تحول فضا و فرهنگ شهری در ایران، نشر نی، چاپ دوم.
- فارابی اصل، نیر؛ رفیعیان، مجتبی؛ خطیبی، سیدمحمد رضا. (۱۴۰۰). تبیین روابط قدرت کنشگران در تولید و بازتولید فضاهای شهری در اراضی عباس‌آباد شهر تهران. مطالعات محیطی هفت حصار، شماره ۳۷، سال دهم، ۹۹-۱۲۰.
- کاظمی، عباس؛ امیرابراهیمی، مسرت (۱۴۰۲). مگامال‌ها و مجتمع‌های بزرگ تجاری در تهران. مرکز مطالعات و برنامه‌ریزی شهر تهران.
- کاظمی، عباس؛ امیرابراهیمی، مسرت (۱۳۹۸). گونه‌شناسی مجتمع‌های تجاری در شهر تهران. فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، سال پانزدهم، شماره ۵۶.
- کشاوریان، آرنگ. (۱۳۹۸). بازار و دولت در ایران: سیاست در بازار تهران. دنیای اقتصاد (وابسته به شرکت دنیای اقتصاد ایران).
- لشگری تفرشی، احسان؛ رضایی، محمدرضا و کاویان‌پور، گلشن (۱۳۹۶)؛ تبیین نظری کارکردهای قدرت سیاسی در فضای شهری، فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، سال ۳۲، شماره دوم، شماره پیاپی ۱۲۵، تابستان.

مطلبی، مسعود. (۱۳۹۵). بازار سنتی، نهادهای وابسته و ساختار قدرت در جمهوری اسلامی ایران. **مطالعات سیاسی**، دوره ۹، شماره ۳۴، صص ۹۵-۱۳۰.

موثقی، سید احمد (۱۳۸۵)؛ اقتصاد سیاسی ایران در دوره جمهوری اسلامی، **مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی**، شماره ۷۱، بهار ۸۵.

ندرلو، حمید؛ کشیشیان سیرکی، گارینه. (۱۳۹۸). نقش بازار در انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۸۴ با تأکید بر رهیافت نهادگرایی. **مطالعات سیاسی**، دوره ۱۱، شماره ۴۳، صص ۱۰۳-۱۲۳.

نژادبهرام. ز، جلیلی، م. (۱۳۹۹). تبیین مفهوم قدرت شهر و اثرات آن در فرایند توسعه شهر تهران، **نشریه معماری و شهرسازی آرمان شهر**. ۳۳(۴): ۲۶۷-۲۷۸.

نیک‌بین، آسیه. (۱۳۹۹). تبیین گسترش مگامال‌ها و چالش‌های آن در پایداری اجتماعات محلی (مورد مطالعه: منطقه ۲۲ شهر تهران). رساله دکتری رشته شهرسازی. دانشکده معماری و شهرسازی دانشگاه شهید بهشتی.

هاروی، دیوید (۱۳۹۲)؛ شهری شدن سرمایه؛ چرخه دوم انباشت سرمایه در تولید محیط مصنوع، ترجمه: عارف اقوامی مقدم، تهران: نشر دات.

هیلیر، ج. (۱۳۸۸). سایه‌های قدرت (حکایت دوراندیشی در برنامه‌ریزی کاربری اراضی)، ترجمه کمال پولادی، ناشر: جامعه مهندسان مشاور ایران.

Afegbua, S.I.; Adejuwon, K.D.(2012). The Challenges of Leadership and Governance in Africa. *Int. J. Acad. Res. Bus. Soc. Sci.*, 2, 141.

Ahmadi, Masoumeh; Kazemi, Abbas; Riazi, Abolhasan (2022). **Consequences of Building Malls and Shopping Centers in Tehran**. *Quarterly Journal of Sociology of Culture and Art*, Issue 2, pp. 147-167. (In Persian)

Braun Virginia and Clarke Victoria(2021), *Thematic analysis: A practical guide*, SAGE Publications,. ISBN 978-1-4739-5323-9.

Farabi Asl, Niyar; Rafieian, Mojtaba; Khatibi, Seyed Mohammad Reza (2021). **Explaining Power Relations Among Actors in the Production and Reproduction of Urban Spaces in Abbasabad Lands, Tehran**. *Environmental Studies of Haft Hesar Journal*, Issue 37, Year 10, pp. 99-120. (In Persian)

Harvey, David (2013). **The Urbanization of Capital: The Second Cycle of Capital Accumulation in the Production of the Built Environment**. Translated by: Aref Aghvami Moghadam, Tehran: Dot Publications. (In Persian)

Hataminejad, Hossein; Abdi, Naseh (2008). **Political Economy and Urban Space**. *Political and Economic Journal*, Issue 237-238. (In Persian)

Henderson- Smith, B(2002), From booth to shop to shopping mall: Continuities in consumer spaces from 1650 2000, A thesis for the degree of Doctor of Philosophy(PhD), Griffith University, Australia. 262P.

Hillier, J. (2009). **Shadows of Power (Tales of Foresight in Land Use Planning)**. Translated by Kamal Pouladi, Publisher: Iranian Society of Consulting Engineers.(In Persian)

- Izadpanah, Mahboubeh (2018). **Commodification of Urban Public Space from the Perspective of Public Interest (Case Study: Large-Scale Shopping Centers in Tehran)**. PhD Dissertation in Urban Planning, Faculty of Architecture and Urban Planning, Tehran University of Art. (In Persian)
- Kazemi, Abbas; Amir Ebrahimi, Mosarat (2019). **Typology of Commercial Complexes in Tehran**. *Quarterly Journal of Iranian Association for Cultural and Communication Studies*, Year 15, Issue 56. (In Persian)
- Kazemi, Abbas; Amir Ebrahimi, Mosarat (2023). **Megamalls and Large Commercial Complexes in Tehran**. Tehran Urban Planning and Research Center. (In Persian)
- Kazemian, G.R (2004), Defining the Urban Governance and Power Structure with Spatial Organization (Case:Tehran Metropolitan Area), Ph.D. Thesis in Gheography and Urban Planning, Tarbiat Modares University.
- Keshavarian, Arang(2007), *Bazaar and state in Iran: The politics of the Tehran, Marketplace*, Cambridge: Cambridge university press.
- Keshavarzian, Arang (2019). **Market and State in Iran: Politics in Tehran's Bazaar**. Donya-e Eqtasad Publications. (In Persian)
- Khazaei, Mostafa (2022). **The City in the Light of Political and Social Thought**. Shahid Beheshti University, Jihad Daneshgahi Publications. (In Persian)
- King, N. and Horrocks, C. (2010). *Interviews in qualitative research*. Sage, London.
- Lashgari Tafreshi, Ehsan; Rezaei, Mohammad Reza; Kaviyanpour, Golshan (2017). **Theoretical Explanation of the Functions of Political Power in Urban Space**. *Geographical Research Quarterly*, Year 32, Issue 2, Serial No. 125, Summer. (In Persian)
- Laszczkowski, Mateusz(2011). Superplace: Global Connections and Local Politics at the Mega Mall, Astana. *Etnofoor. Architecture*, volume 23,issu1.pp.85-104
- Lefebvre, H. (2000). *The right to the city*. New York Rizzoli: Architecture Culture.
- Lefebvre, Henri(1991), *The Production of Space*, Translated by Donald NicholsonSmith, Massachusetts: Blackwell.
- Madanipour, A.(2003). *Public and Private Spaces of the City*. London:Routledge.
- Mitchell, D.(2017). People s’ park again, in the end and ends of the public space. *Environment and planning A, economy and space*, 49(3),503-518.
- Motalebi, Masoud (2016). **Traditional Bazaar, Dependent Institutions, and Power Structure in the Islamic Republic of Iran**. *Political Studies Journal*, Volume 9, Issue 34, pp. 95-130. (In Persian)
- Movahedi, Seyed Ahmad (2006). **Political Economy of Iran During the Islamic Republic Era**. *Journal of the Faculty of Law and Political Science*, Issue 71, Spring 2006. (In Persian)
- Naderloo, Hamid; Keshishian Sarki, Garineh (2019). **The Role of the Bazaar in the 2005 Presidential Election with an Emphasis on Institutional Approach**. *Political Studies Journal*, Volume 11, Issue 43, pp. 103-123. (In Persian)
- Nejad Bahram, Z.; Jalili, M. (2020). **Explaining the Concept of Urban Power and Its Effects on the Development Process of Tehran**. *Armanshahr Architecture and Urbanism Journal*, 33(4): 267-278. (In Persian)
- Nikbin, Aysa (2020). **Explaining the Expansion of Megamalls and Its Challenges in the Sustainability of Local Communities (Case Study: District 22 of Tehran)**. PhD Dissertation in Urban Planning, Faculty of Architecture and Urban Planning, Shahid Beheshti University. (In Persian)

- Safarchi Til, Zainolabedin (Meysam) (2022). **Commercialization and Consumerism: Transformation of Urban Space and Culture in Iran**. Nashr-e Nay, Second Edition. (In Persian)
- Saunders, Mark; Lewis, Philip; Thornhill, Adrian (2009). Research methods for business students. Fifth edition. Harlow: Pearson Education
- Shenjing He, George CS Lin(2015). Producing and consuming China's new urban space: State, market and society. Urban Studies. Vol. 52(15) 2757–2773
- Udessa, Fraol; Adugna, Dagnachew; Workalemahu, Liku.(2023). Challenges to the Practice of Good Governance in Urban Land Use Planning: The Case of Two Selected Ethiopian Towns. Sustainability, 15, 7248.
- Weber, M.(2010). The Distribution of Power within the community: Classes,Standes, Parties, Translated by Dagmar Waters, Tony Waters, Elisabeth Hahnke, Maren Lippke.
- Zamani, Bahador; Ghalenoei, Mahmoud; Fazeli, Parisa (2018). **Evaluation of the Publicness of Contemporary Shopping Centers: Case Study: Isfahan City Center Complex**. *Armanshahr Architecture and Urbanism Journal*, Issue 23, pp. 185-196. (In Persian)

