

عودلاجان به مثابه مازاد بازار بررسی جامعه‌شناختی ساختار اقتصادی محله‌ی عودلاجان تهران

احمد رضایی^۱، توحید علیزاده^۲، نریمان محمدی^۳

چکیده:

در پژوهش حاضر به بررسی جامعه‌شناختی ساختار اقتصادی محله‌ی عودلاجان به عنوان یکی از محله‌های تاریخی و اولیه‌ی شهر تهران پرداخته شده است و با روشی کیفی و با استفاده از مورفولوژی دقیق شهری محله‌ی عودلاجان، ساختار اقتصادی آن بررسی شده است. در ابتدا محله‌ی عودلاجان به صورت میدانی مشاهده شد و تمام نقاط و گره‌های تعارضی و تعاملی موجود در محله مورد بررسی همزمان مصاحبه‌های مفصلی با افراد مختلف در محله‌ی عودلاجان صورت گرفت. (مجموع این مصاحبه‌ها، ۲۷ مورد و مدت زمان انجام مطالعه‌ی میدانی حاضر، ۵ ماه (از اردیبهشت ۱۳۹۴ تا شهریور ۱۳۹۴) بوده است.) یافته‌های پژوهش بیانگر این است که می‌توان محله‌ی عودلاجان را در سه لایه‌ی اصلی هسته‌ای، پیرامونی و نیمه‌پیرامونی تقسیم‌بندی نمود. در هسته‌ی میانی، کنش‌های سنتی حاکم است و بافت‌های مخروطی و بسیار فرسوده و انبارهای اصلی در این بخش قرار دارند؛ به گونه‌ای که می‌توان این بخش را به عنوان «مازاد» بازار به حساب آورد. در قسمت نیمه‌پیرامونی، کنش‌های اقتصادی به سمت عقلانی‌شدن و مدرن‌شدن پیش می‌روند و در نهایت چنین کنش‌هایی در فضای پیرامونی به کنش‌هایی عقلانی تبدیل می‌گردند. به طور کلی هرچه از سمت لایه‌ی میانی به سمت لایه‌ی پیرامونی حرکت

arezaiim@umz.ac.ir

Alizade.1982@yahoo.com

neriman.1984@gmail.com

تاریخ پذیرش: ۹۴/۹/۲۳

۱. دانشیار جامعه‌شناسی دانشگاه مازندران

۲. کارشناس ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه مازندران

۳. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه دانشگاه اصفهان

تاریخ وصول: ۹۴/۶/۱۵

می‌کنیم، کنش‌های اقتصادی عقلانی‌تر می‌شوند و از شدت مخروبه‌ها و انبارها و به طور کلی آسیب‌های اقتصادی و اجتماعی کاسته می‌شود.

واژگان کلیدی: ساختار اقتصادی، محله‌ی عودلاجان، بازار تهران، مورفولوژی شهری

مقدمه و طرح مسأله:

محله‌ی عودلاجان تهران با وسعت حدود ۱۵۰ هکتار و ۱۶۹۴۳ نفر جمعیت (سازمان آمار ایران، ۱۳۹۰)، یکی از پنج محله‌ی اصلی شکل‌دهنده‌ی تهران دوره‌ی صفوی است که به همراه محله‌های ارگ، سنگلج، بازار و چال‌میدان، محدوده‌ی باروی شاه طهماسبی را تشکیل می‌داده‌اند. این محله از سه بخش شرقی یا امامزاده یحیی با کارکرد مسکونی، بخش میانی یا پامنار با کارکرد تجاری، تولیدی و انبارداری و بخش غربی یا ناصرخسرو و کوچه مروی با کارکرد تجاری تشکیل شده است. محله‌ی عودلاجان در دوره‌ی قاجاریه با برخورداری از باغستان‌های شمال شرقی تهران و زمین‌های بایر آن توسعه پیدا کرد و به صورت یکی از پنج کلان محله‌ی مشهور تهران درآمد (تکمیل همایون، ۱۳۹۳: ۱۰). در دوره‌ی ناصرالدین‌شاه تحولات دیگری را تجربه نمود و محله‌ی عودلاجان اندک‌اندک به امارت‌ها و خانه‌های سیاسی - اجتماعی تبدیل گردید و از طرف دیگر برخی از زمین‌های بایر به اماکن عام‌المنفعه و مذهبی تبدیل شدند (تکمیل همایون، ۱۳۹۳: ۳۶).

محله‌ی عودلاجان دارای قدمت تاریخی زیادی است. این محله از مناطق اعیان‌نشین تهران در دوره‌ی قاجاری بوده است. از همان دوران، نوعی پیوند عمیق بین تاجران در محله و دیگر بافت‌های اجتماعی، مذهبی و... وجود داشته است. این پیوند هرچند در اثر تغییر و تحولات اقتصادی و اجتماعی در سال‌های بعد از انقلاب اسلامی تضعیف شده است اما هنوز هم می‌توان چنین پیوندی را در قالب‌هایی دیگر مشاهده نمود. بنابراین می‌توان گفت که بین تاریخ محله‌ی عودلاجان و کنش‌های اقتصادی موجود در آن، یک پیوند تاریخی عمیق وجود داشته است که این خود، زمینه و بستری را برای شکل‌بندی ساختار اقتصادی خاص محله‌ی عودلاجان فراهم نموده است. چنین پیوندی،

در اثر تحولات سیاسی و اقتصادی کلان دست خوش تغییراتی شده است، اما این تغییرات سبب از بین رفتن چنین بافت اقتصادی‌ای نگردیده است، بلکه بیشتر کنشگران اقتصادی و اجتماعی و سوژه‌های چنین ساختاری دچار تحول گردیده‌اند. میدان‌های اقتصادی موجود در محله‌ی عودلاجان در طی تاریخ محلی آن تا حدودی دگرگون شده‌اند و تغییر تفکیک کاربری‌ها را به دنبال داشته است. شهری‌شدن سرمایه و بازاری شدن کنش‌های اجتماعی در این محله، به گسترش این مسأله دامن زده است، به گونه‌ای که بافت میانی محله‌ی عودلاجان، هنوز در قالب اقتصادی کهن و نیمه مدرن باقی مانده است، درحالی که مراکز پیرامونی آن در اثر نزدیکی به بازار اصلی شهر تهران و خیابان‌های اغلب تجاری اطراف آن، حالتی مدرن و نو به خود گرفته است. همچنین در اثر تحولات فرهنگی و اجتماعی، بافت اعتماد اقتصادی بین فروشندگان و خریداران هم تا حدود زیادی متحول گردیده است.

با وجود تاریخ غنی و فرهنگی - اقتصادی، محله‌ی عودلاجان با مسائل و مشکلات بسیار جدی مواجه است. این محله به دلیل نزدیکی به بازار تهران، مورد هجوم منطق سرمایه‌ای و اقتصادی بازار تهران قرار گرفته است و کم‌کم چهره‌ی تاریخی خود را از دست داده و به مکانی و فضایی اقتصادی با ناهنجاری‌های بسیار زیاد تبدیل شده است. اتفاق نظر همگانی بر آن است که ساماندهی محله با اقدامات کالبدی به تنهایی میسر نمی‌شود، بلکه لازم است با ساماندهی و به‌سازی محله در امور اجتماعی، فرهنگی، رفاهی و اقتصادی ساکنان نیز همراه شود. ایجاد کاربری‌های خدماتی متناسب با نیاز جمعیت ساکن و بهره‌بردار در سطح محله و در عین حال با قابلیت جذب مخاطبان بیرونی، فرصت بازگشت حیات اجتماعی به محله‌ی عودلاجان و در نهایت بازگشت ساکنان قبلی را فراهم می‌کند. برای رسیدن به این هدف، اولین اقدام، شناخت وضعیت موجود محله‌ی عودلاجان است. لازم است ابتدا ساختارهای مختلف محله و وضعیت آن‌ها مورد شناسایی قرار گیرد و بر مبنای آن‌ها، اقدامات عملی برای بازسازی و ساماندهی محله صورت بگیرد. مطالعه‌ی حاضر نیز در همین راستا، ساختار اقتصادی

محله‌ی عودلاجان را بررسی نموده است. در پژوهش حاضر به بررسی مفصل ساختار اقتصادی محله‌ی عودلاجان در قالب فرآیند مورد بحث در سطور بالا پرداخته می‌شود و در نهایت با نگاهی آپاراتوسی^۱ بین این خرده‌ساختارها و بافت‌ها پیوندی کارکردی برای شناخت ساختار اقتصادی محله عودلاجان برقرار خواهد شد.

مطالعات تجربی پیشین:

با وجود اهمیت زیادی که محله‌ی عودلاجان از نظر تاریخی، فرهنگی و اقتصادی شهر تهران داشته است، هنوز مطالعه‌ای جدی در مورد ساختار اقتصادی آن صورت نگرفته است. رضایی و حناچی (۱۳۹۴) در مطالعه‌ی خویش به این نتیجه رسیده‌اند که موانع موجود در سر راه باززنده‌سازی محله‌ی عودلاجان بیش از آنکه اقتصادی، تکنیکی و سیاسی باشند، فرهنگی و اجتماعی هستند. وضعیت کنونی عودلاجان نتیجه‌ی طرز تفکر و نوع نگاه جامعه به تاریخ و میراث فرهنگی است. فدایی‌نژاد و کرم‌پور (۱۳۸۵) معتقدند که عمده‌ی تحولات کالبدی محله‌ی عودلاجان هم بر کالبد بافت محله تأثیر گذاشته است و هم بر خود بافت محله‌ی عودلاجان. برای حفظ هویت تاریخی و فرهنگی محله، باید با استفاده از مشارکت مردمی و اجرای طرح‌های فرامحله‌ای و حتی فرامنطقه‌ای، زمینه را برای جذب گردشگران داخلی، خارجی و ... باز نمود. آنان در مطالعه‌ای دیگر (۱۳۸۵) بر این نکته تأکید دارند که مجموعه‌ی فرسودگی‌ها و نامناسب شدن شرایط زندگی در این محله، به همراه طبقاتی شدن بخش‌ها و نواحی مسکونی شهر تهران، نوعی مهاجرت درون‌شهری و اجباری را در آن به وجود آورده است که سبب مهاجرت افراد بومی و ساکن این محله به نواحی دیگر شهر گردیده است که به دنبال آن جمعیت غیربومی و مهاجری که هیچ‌گونه تعلق خاطری به محله و حفظ هویت تاریخی و

۱. آپاراتوس از نگاه آگامبن چیزی است که به نحوی واجد قابلیت ضبط کردن، جهت دهی، تعین بخشیدن، متوقف ساختن، شکل دادن، کنترل کردن و یا امنیت بخشیدن به ژست‌ها، رفتارها، عقاید و یا گفتارهای موجودات زنده است (آگامبن، ۱۳۸۹: ۲۶). در واقع، منظور از نگاه آپاراتوسی، نگاه شبکه‌ای و دستگاه‌مانند است که بر مبنای آن مقوله‌ها و مؤلفه‌های مختلف در یک شبکه‌ی زنجیرمانند از خرده‌گفتمان‌های مختلف به همدیگر متصل می‌شوند و یک گفتمان و عملکرد غالب مرتبط با مناسبات قدرت و معرفت را شکل می‌دهند.

فرهنگی آن نداشته‌اند، جایگزین ساکنان اصلی گردیده‌اند. یافته‌های پژوهش کلانتری خلیل‌آباد و درخشانی (۱۳۹۳) با عنوان «راهبردهای پایداری کالبدی - اجتماعی در محلات تاریخی؛ مطالعه‌ی موردی: محله‌ی عودلاجان تهران» آمده بیانگر آن است که تأثیر عوامل بیرونی در عدم پایداری محله‌ی عودلاجان بیشتر از عوامل درونی محله است.

ادبیات نظری پژوهش:

در پژوهش حاضر از دو رویکرد نظری استفاده شده است: رویکرد توسعه‌ی پایدار محله‌ای و نظریه‌ی میدان بوردیو.

الف: توسعه‌ی پایدار محله‌ای:

امروز توسعه‌ی پایدار از منظر تئوریک، به یکی از مهم‌ترین زمینه‌های مدیریت شهری و محله‌ای در راستای دستیابی به توسعه به منزله‌ی مقوله‌ای کلی تبدیل شده است. توجه به بعد بومی و محلی توسعه، می‌تواند یکی از پیش‌شرط‌های توسعه‌ی پایدار قلمداد شود. توسعه‌ی پایدار محله‌ای هم در این راستا می‌تواند مطرح باشد. توسعه‌ی محله‌ای شامل کلیه‌ی مسائل مرتبط با مسکن، توسعه‌ی اقتصادی، مشارکت شهروندان، رفاه اجتماعی، احساس امنیت، ارتقاء آموزش و مسائل زیست‌محیطی است که میان تمامی این عناصر نیز ارتباط متقابلی وجود دارد (قاسمی، ۱۳۸۵: ۶۰). در این راستا، توسعه‌ی محله‌ای بر پایه‌ی توسعه‌ی اجتماعات محله‌ای است که توان حل مشکلات را با اتکاء به هم‌افزایی مجموعه‌ی سرمایه‌های طبیعی، کالبدی و انسانی و اجتماعی به دست می‌آورد یعنی توسعه‌ی محله‌ای بر پایه‌ی توسعه‌ی اجتماعات محلی به بار می‌نشیند و پایداری شهر را شالوده‌ریزی می‌کند؛ به عبارت ساده‌تر موضوع اصلی در توسعه‌ی محله‌ای، اجتماعات محله‌ای هستند. توسعه‌ی اجتماع محله‌ای عبارت از پاسخگویی به نیازهای روزمره ساکنان یک محله‌ی شهر با حداکثر اتکا به منابع، توان، ارزش‌ها و مشارکت درونی آن‌ها است (صرافی، ۱۳۸۹).

اصول و معیارها در پایداری محله‌ای

در قالب نظریه‌ها و تجربیات موجود در مقیاس جهانی، اصول و معیارهای بسیاری را می‌توان برای توسعه‌ی پایدار در مقیاس شهر و محله مطرح نمود؛ از جمله‌ی این اصول و معیارها می‌توان به هویت و سرزندگی، پویایی و سازگاری، تنوع، دسترسی‌ها و ظرفیت قابل‌تحمل محیط اشاره نمود (عزیزی، ۱۳۸۵: ۳۸).

۱ - هویت و سرزندگی

وضوح در درک از محله و سهولت در شناخت و برقراری پیوند بین عناصر و اجزای آن با رویدادها و مکان‌ها را می‌توان در زمره‌ی هویت محله دانست. معنی محله با شکل فضایی و کیفیت آن در ارتباط مستقیم است، درحالی که وابستگی شدید به فرهنگ نیز دارد. محله‌ی با هویت، محله‌ای است که از سایر مکان‌ها و محله‌ها قابل تمیز باشد (لینچ، ۱۳۸۳: ۱۶۷). خوانایی محله از جمله معیارهای هویت و پایداری محله‌ها به شمار می‌رود. محله‌ها و فضاهای شهری می‌توانند از ساختاری قابل‌درک برخوردار باشند. «چپمن» محله خوب و پایدار را محله‌ای می‌داند که سلامت ساکنان در آن تأمین باشد (چپمن، ۱۳۸۴: ۱۵۸).

۲ - پویایی و سازگاری

همراه با زندگی انسان‌ها و زنده بودن طبیعت، محله‌های شهری نیز با حالت ارگانیک و پویا سیر تاریخی خود را سپری می‌کنند. محله‌ها مکان تلاقی تعاملات و عوامل اجتماعی، اقتصادی، کالبدی و زیست محیطی هستند. بارتون معتقد است همان‌گونه که تغییرات بالا گاه می‌توانند به عنوان یک تهدید باشند، تکامل محله نیز در قالب آن‌ها ادامه دارد (بارتون و همکاران، ۲۰۰۳: ۱۹۱).

۳ - تنوع

تنوع را می‌توان در قالب اصول و معیارهای کارایی، سرزندگی و پایداری محله‌ها در نظر گرفت. به اعتقاد ویلر، با رؤیت این اصل شرایط کالبدی محله به گونه‌ای خواهد بود که نیازهای متنوع را پاسخگو باشد (ویلر، ۲۰۰۳: ۱۹۹).

۴ - دسترسی

حرکت در محله می‌تواند در اهداف متنوع خود، ابعاد مختلفی را در بر بگیرد. عمده‌ترین تفاوت حرکت و دسترسی در مقیاس محله در مقایسه با واحدهای بزرگ‌تر از آن (نظیر شهر، منطقه و کشور) ارتباط محسوس و مستقیم آن با زندگی و خانوارهاست. دسترسی در محله تنها برای رفت و آمد نیست، بلکه می‌توان از آن فضایی با عملکردهای متنوع را نیز انتظار داشت. دسترسی‌ها می‌توانند فضایی برای لذت بردن از فرآیند حرکت باشند (عزیزی، ۱۳۸۵: ۳۹).

۵ - ظرفیت قابل تحمل محله

به گونه‌ای که برای بهبود کیفیت زندگی مردم باشد، به عنوان یک اصل در برنامه‌ریزی محله‌ای می‌تواند راهنمای تصمیم‌گیری در راستای توسعه‌ی پایدار باشد. بارتون ظرفیت قابل تحمل محله را در قالب ارزیابی مواردی چون توان محله در ارائه‌ی خدمات، ویژگی مخاطبان و میزان پاسخگویی و کفایت خدمات می‌داند (بارتون و همکاران، ۲۰۰۳: ۲۰۷).

ب: نظریه‌ی میدان پی‌ر بوردیو

نظریه‌ی میدان بوردیو، از شرح انتقادی وی از عملکرد فرهنگ و قدرت در جوامع امروزی نشأت گرفته است. بنا به تعریف بوردیو، میدان عرصه‌ای اجتماعی است که مبارزه‌ها یا تکاپوها بر سر منابع و منافع معین و دسترسی به آن‌ها در آن صورت می‌پذیرد. میدان‌ها با اقلامی تعریف و مشخص می‌شوند که محل منازعه و مبارزه‌اند. هر میدان به دلیل محتوای تعریف‌کننده‌ی خود، منطق متفاوت و ساختار ضرورت و مناسبات بدیهی انگاشته‌ی متفاوتی دارد که هم محصول و هم تولیدکننده‌ی ریختاری است که مختص و درخور آن میدان است. مفهوم میدان قائم به قواعدی است که بر آن حاکمیت دارند و قلمرو آن را تعیین می‌کنند. همچنین همه‌ی کنشگرانی که در این قلمرو به فعالیت می‌پردازند به تبع باید این قواعد را رعایت نمایند. مکانیسم این تبعیت در جامعه‌پذیری کنشگران و درونی شدن قواعد در منش‌های آن‌ها نهفته است. از این جهت همه‌ی کنشگرانی که در ذیل یک میدان اجتماعی خاص فعالیت می‌کنند، دست کم از

نوعی منش مشترک، همانند هویت مشترک اعضای یک طبقه، برخوردارند اما باید آگاه بود که مبنای تمیز طبقه، نسبت اعضا با ابزار تولید است؛ به گونه‌ای که مالکان سرمایه و مالکان کار در قالب دو طبقه‌ی بزرگ قرار می‌گیرند. حال آنکه مرز میدان، وابسته به قلمرو اعمال قواعد آن است، چنانکه همه‌ی کنشگرانی که در ذیل یک میدان به فعالیت می‌پردازند، تابع قواعد یا قانون اساسی آن میدان به حساب می‌آیند. به عبارت دیگر، مالکیت سرمایه یا کار در این عرصه تعیین‌کننده نیست، بلکه همه‌ی کنشگرانی که در ذیل یک میدان فعالیت می‌کنند از نوعی سرمایه برخوردارند که بنا به مورد کمیت و کیفیت آن متفاوت است، اما آنچه که حق‌الورود میدان شمرده می‌شود، همانا پذیرش قواعد خاص آن میدان می‌باشد (بورديو، ۱۳۸۹: ۲۰۴).

به طور کلی، قوانین لایتغیر یا مکانیسم‌های عام حاکم بر میدان را می‌توان در اصول چهارگانه زیر خلاصه نمود:

۱. میدان‌ها قلمرو منازعه بر سر منابع ارزشمند یا همان سرمایه‌ها هستند.
۲. میدان‌ها فضا‌های ساختمان‌د ناظر بر موقعیت‌های مسلط و تحت سلطه، بر اساس مقدار و نوع سرمایه هستند.
۳. میدان‌ها به کنشگران خود اشکال خاص منازعه را تحمیل می‌کنند.
۴. میدان‌ها مکانیسم‌های داخلی خود را برای توسعه داشته و از استقلال نسبی در برابر محیط خارجی برخوردارند (شوارتز، ۱۹۹۷: ۱۲۶ به نقل از جمشیدیها و پرستش ۱۳۸۶: ۲۷).

روش شناسی:

روش پژوهش حاضر از نوع روش کیفی و به طور خاص مورفولوژی شهری است. مورفولوژی شهری بررسی نظام مند فرم، شکل، نقشه، ساختار و کارکردهای بافت مصنوع شهرها و منشأ و شیوه‌ی تکامل این بافت در طول زمان است (کلارک، ۱۹۸۵؛ اسمال و ویتریک، ۱۹۸۶؛ گودال ۱۹۸۷؛ به نقل از مدنی پور، ۱۳۷۹: ۷۷). مورفولوژی به معنای «طرح‌ها، ساختمان‌ها، کاربری، خیابان‌ها، نقشه‌ها، چشم‌اندازهای شهری» است. بر همین

مینا، مطالعه‌ی حاضر برای بررسی و شناخت ساختار اقتصادی محله‌ی عودلاجان، به مورفولوژی این محله پرداخته است. برای رسیدن به این هدف، چندین ابزار مختلف مورد استفاده قرار گرفته‌اند. در ابتدا به مشاهده‌ی میدانی محله‌ی عودلاجان پرداخته شده و تمام نقاط و گره‌های تعارضی و تعاملی موجود در محله مورد بررسی و مشاهده دقیق قرار گرفته است. همزمان با انجام مشاهده میدانی، مصاحبه‌های عمیق با افراد مختلف در محله‌ی عودلاجان (از ساکنان معدود محله گرفته تا کسبه و نهادهای دولتی و غیردولتی دخیل در مسائل محله) صورت گرفته است. مجموع این مصاحبه‌ها، ۲۷ مورد بوده است. لازم به ذکر است که برخی از این مصاحبه‌ها (۴ مورد) به صورت مصاحبه‌ی روایی صورت گرفته است که هدف از آن، شناسایی و بررسی روایت و سیر روایی شکل‌گیری مسأله‌ای به نام «محله‌ی عودلاجان» از درون روایت‌های زیسته‌ی ساکنان و کسبه‌ی محله بوده است. همچنین تعداد ۳ مورد مصاحبه‌ی گروهی هم صورت گرفته است که شامل مصاحبه با زنان ساکن محله، نیروهای انتظامی مشغول به فعالیت در محله و کسبه‌ی موجود در کوچه‌ی عودلاجان است. مدت زمان انجام مطالعه‌ی میدانی حاضر، ۵ ماه (از اردیبهشت ۱۳۹۴ تا شهریور ۱۳۹۴) بوده است.

تحلیل یافته‌ها:

ساختار اقتصادی به بررسی تلفیقی ماهیت دقیق دگرگونی و تحولات منسجم روابط اقتصادی در یک اجتماع مشخص و در بافتی تاریخی می‌پردازد. در این بخش، ابتدا به پیوند تاریخی کنش‌های اقتصادی با فضای محله‌ای عودلاجان پرداخته می‌شود، سپس گروه‌های شغلی موجود بررسی می‌شوند و در نهایت به تغییرات شغلی در محله‌ی عودلاجان و مبحث مصرف ذهنی فضای اقتصادی محله‌ی عودلاجان پرداخته می‌شود.

الف: پیوند تاریخی محله‌ی عودلاجان با بازار و کنش‌های تجاری

بدون تردید یکی از مهم‌ترین پدیده‌های رایج در محله‌ی عودلاجان که از گذشته به ارث رسیده است و کماکان با حفظ ساختار، به حیات خویش ادامه می‌دهد، مسأله‌ی کنش‌های تجاری در محله است. از منظر تاریخی تعاملات تجاری در محله در نگاه اول با در نظر

گرفتن تقسیم‌بندی جغرافیاییِ مشاغل قابل تفکیک است. این موضوع در بررسی‌های اولیه کاملاً مشهود است و به تناسب نزدیکی یا دوری از مرکز ثقل بازار، نوع مشاغل به حرفه‌های مختلف و متفاوتی تفکیک می‌گردد. در این میان، کنشگران منطقه‌ی پیرامونی محله‌ی عودلاجان و جداره‌های اطراف خیابان ۱۵ خرداد و خیابان مصطفی خمینی با حفظ ساختار اقتصادی سابق و با توجه به تغییرات ساختی اتفاق افتاده در منطقه، دچار تغییراتی گردیده‌اند. گذشته‌ی تاریخی محله جدا از پیوندی که با نهادهای رسمی و غیررسمی مانند مساجد، حسینیه‌ها، دولت و روحانیت، همسایگان و سایر میدان‌های اجتماعی دیگر دارد، دارای یک بافت اقتصادی تاریخی است که این بافت اقتصادی در طول زمان در پیوند با نهادهای ذکرشده‌ی بالا، ماهیت خودش را با وجود تغییرات غیرساختاری، حفظ نموده است. در ساختار اقتصادی منطقه و بویژه محله‌ی عودلاجان، بازار به صورت تاریخی نقش پراهمیتی داشته است. بازار تنها مختص به ساختار اقتصادی محض نبوده است، بلکه به نوعی پیونددهنده‌ی دیگر نهادهای رسمی و غیررسمی از جمله روحانیت و نخبگان سیاسی با ساخت اقتصادی بوده است که این موضوع نشانگر آن است که محله‌ی عودلاجان از منظر تاریخ اقتصادی در پیوندی گسست‌ناپذیر با واکنش‌های نخبگان سیاسی و روحانیت مبارز قبل از انقلاب قرار داشته است. چنین قاعده‌ای هنوز هم در بافت اقتصادی و سیاسی محله وجود دارد. علاوه بر این، ساختار اقتصادی محله‌ی عودلاجان، دارای یک قاعده‌ی درونی اقتصادمحور است که در درون خود «نظام بده‌بستان‌ها» را تولید و بازتولید می‌کند. چنین قاعده‌ای فراتر از محله و حتی منطقه عمل می‌کند؛ بدین معنا که محله‌ی عودلاجان به مرکزی اقتصادی برای جذب کنشگران اقتصادی از مناطق دیگر تهران و حتی فراتر از تهران به منظور تأمین نیازهای کلان اقتصادی خویش تبدیل گردیده است. از طرف دیگر، این محله همزمان که به جذب کنشگران اقتصادی می‌پردازد، نوعی دفع سرمایه‌ی اقتصادی را هم سبب شده است. ساختار اجتماعی و فرهنگی نامناسب محله‌ی عودلاجان سبب شده است که سرمایه‌های اقتصادی در این محله انباشته نشود و به مناطق دیگر سرازیر گردد.

این امر سبب شده است که محله‌ی عودلاجان و نظام درونی آن، بیشتر به عنوان یک «پخش کننده‌ی» سرمایه‌ی اقتصادی عمل نماید و نه به عنوان مرکزی برای انباشت سرمایه‌ی اقتصادی.

محله‌ی عودلاجان با توجه به نزدیکی آن به بازار اصلی تهران، می‌تواند نقش پررنگی در ساختار اقتصادی کلان تر داشته باشد، اما به دلایل مختلف اجتماعی، سیاسی و فرهنگی نتوانسته است چنین نقشی را ایفا نماید و بیشتر به عنوان نوعی «مازاد» و «حاشیه‌ی» بازار نقش بازی کرده است؛ بدین معنا که کنش‌های اقتصادی و غیراقتصادی که در بازار اصلی تهران مجالی برای بروز نمی‌یابند و یا بر مبنای قاعده‌ی عرضه و تقاضای اقتصادی، معنادار نیستند، به این محله سرازیر می‌شوند و سبب تولید نوعی «حاشیه‌ی بازار» در این منطقه گردیده است، حاشیه‌ای که قاعده‌ی اصلی تجارت سنتی و عدم امکان استفاده از تکنولوژی برای بازی‌های اقتصادی است، مسأله‌ای که به ندرت می‌توان آن را در بازار اصلی تهران مشاهده نمود.

ب: گروه‌های شغلی ساختار اقتصادی محله‌ی عودلاجان

محله‌ی عودلاجان همچون محلات و مناطق دیگر شهری، ترکیبی از میدان‌های اقتصادی مختلف را در خود جای داده است. این میدان‌های اقتصادی بر مبنای مناطق جغرافیایی محله، از همدیگر تفکیک شده‌اند بنابراین، می‌توان گفت که نوعی تفکیک کاربری مشخص و واضحی از مشاغل اقتصادی رسمی و غیررسمی در محله‌ی عودلاجان وجود دارد.

۱ - گروه‌های شغلی رسمی

گروه‌های شغلی رسمی شامل باطری‌فروشی و لاستیک‌فروشی، کیف‌سازی و کیف‌فروشی، تراش‌کاری و یراق‌سازی، انبارداری و کارگاه‌های پخش و بسته‌بندی هستند. گروه شغلی لاستیک‌فروشی و باطری‌فروشی، توزیع‌کنندگان عمده و خرده‌ی انواع باطری‌های ماشین و همچنین تأمین‌کنندگان لاستیک اتومبیل‌های مختلف را در بر می‌گیرد. تراکم این میدان اقتصادی از طرف تقاطع خیابان امیرکبیر و مصطفی‌خیمینی و

تقاطع خیابان امیرکبیر و خیابان پامنار شروع شده و به طرف هسته‌ی میانی محله‌ی عودلاجان از تراکم آن‌ها کاسته می‌شود. بخش کثیری از لاستیک‌فروش‌ها تولیدات داخلی را در همان موقعیت مکانی به فروش می‌رسانند. این محصولات عمدتاً از طریق واسطه‌ها و بازاریاب‌های شرکت‌های تولیدی بزرگ که در خارج از شهر تهران قرار دارند (مانند لاستیک بارز، کویر و...) وارد محله شده و از همانجا در سطح شهر تهران و شهرهای دیگر کشور بازتوزیع می‌گردند. با توجه به موقعیت مکانی بنگاه‌های اقتصادی (بانک‌ها و مؤسسات مالی) و دسترسی و مجاورت آن‌ها با میدان اقتصادی لاستیک‌فروش‌ها و باطری‌فروش‌ها، فضای گردش مالی بین این دو نهاد نیز بارز است. گرچه برخی از تعاملات نیز در حوزه‌ی گردش مالی، نیم‌نگاهی هم به میدان اقتصادی در بازار دارد؛ بدین معنا که میزانی از سرمایه‌ی مالی این لاستیک‌فروش‌ها و باطری‌فروش‌ها به بازار تهران تزریق می‌شود، اما هیچ‌گونه سرمایه‌ی مالی و غیرمالی خاصی از بازار تهران وارد این میدان اقتصادی نمی‌شود. به طور مشخص اینکه دو نهاد اقتصادی بنگاه‌های مالی و مراکز توزیع و فروش لاستیک‌فروش‌ها و باطری‌فروش‌ها صرفاً از موقعیت اسمی و مکانی محله‌ی عودلاجان در راستای انباشت سرمایه بهره برده و اساساً هیچ چشم اندازی را برای محله در نظر نمی‌گیرند. بالاتر اینکه محله‌ی عودلاجان به عنوان یکی از مکان‌های اصلی انبار محصولات همین لاستیک‌فروش‌ها و باطری‌فروش‌ها قلمداد می‌شود. در واقع، سرمایه‌ی مالی و بهره‌ی مالی چندانی از تعاملات اقتصادی این کنشگران اقتصادی وارد محله‌ی عودلاجان نمی‌شود، بلکه تنها به مثابه‌ی انبار این محصولات نقش بازی می‌کند.

گروه شغلی کیف‌سازی و کیف‌فروشی، میدان اقتصادی عمده‌ی دیگر در ساختار اقتصادی محله‌ی عودلاجان است. این گروه شغلی، تولیدکنندگان عمده‌ی کیف‌های زنانه، مردانه، چمدان و... را در بر می‌گیرد. تراکم مکانی این گروه شغلی در بافت میانی کوچه‌ی برادران برهمه است و هر چه از این بافت میانی به طرف خیابان مصطفی خمینی و خیابان ۱۵ خرداد حرکت نماییم، از تراکم این میدان اقتصادی کمتر می‌شود. بازار تهران

محل اصلی تهیه‌ی مواد خام مانند پارچه و نخ ضخیم برای کیف‌سازها و کیف فروش‌های واقع در کوچه‌ی برادران بر همه در محله‌ی عودلاجان است. به غیر از مواد خام، مواد دیگری مانند گیره، زیپ و لوازم دیگر برای تکمیل کیف‌ها در سطح محله‌ی عودلاجان تأمین می‌گردد. در واقع، به کیف‌سازان شعاع ۱۰۰۰ متری، مواد اولیه را تهیه و پس از تولید کیف، آن‌ها را در چهار سطح محله‌ی عودلاجان، بازار تهران، سطح شهر تهران و سطح کشور توزیع می‌کنند. نکته‌ی مهم در این معادله، وجود انبارهای تولید، بسته‌بندی و توزیع در کوچه‌های وابسته به کوچه‌ی برادران بر همه است و اینکه مغازه‌های ابتدای کوچه‌ی برادران بر همه در حکم ویتترین برای انبارهای تولید، بسته‌بندی و توزیع هستند. در کل، ورودی مواد خام برای کیف‌سازان در مجاورت عودلاجان و خروجی آن علاوه بر سطح محله، کل کشور را در بر می‌گیرد. با توجه به ورود کنشگران اقتصادی از فرهنگ‌های مختلف و در معنای دقیق‌تر، کنشگران دارای خصلت‌های فرهنگی مختلف به میدان اقتصادی کیف‌سازان و کیف‌فروش‌ها، می‌توان استدلال نمود که نوع مناسبات اقتصادی میان کنشگران در میدان و نهاد اقتصادی حاکم در آنجا علاوه بر منطق محاسبات عقلانی، محصول خصلت‌های فرهنگ اقتصادی کنشگران خریدار نیز باشد. به طور مشخص، از آنجایی که خریداران عمده‌ی این محصولات از سراسر کشور و با دیدگاه‌های فرهنگ اقتصادی مختلف وارد میدان کیف‌سازان و کیف‌فروشان می‌شوند، این امر می‌تواند به عنوان تأثیر زمینه‌ای، میان تعاملات این دو گروه تأثیرگذار باشد.

تراش‌کاران و یراق‌سازان، گروه شغلی رسمی مهم دیگر در محله‌ی عودلاجان هستند. این گروه اقتصادی، تأمین‌کنندگان نیازهای کارگاه‌های فلزی مرتبط با کیف‌سازان و قطعه‌سازان فلزی را شامل می‌شوند. موقعیت مکانی و جغرافیایی این میدان اقتصادی از ابتدای سهره‌دانی شروع شده و تا انتهای کوچه‌ی نیک‌ضمیر در بافت میانی محله‌ی عودلاجان ادامه می‌یابد. اگرچه وسایل و تجهیزات صنعتی تراشکارها و یراق‌سازها نیمه مدرن محسوب می‌شوند، ولی بازار به عنوان تأمین‌کننده‌ی بخشی از نیازهای اولیه‌ی این میدان اقتصادی، قلمداد می‌شود. ضمن اینکه برخی از این تراشکارها ابزارآلاتی را که در

راستای لحیم‌کاری و امورات مربوط به پیچ و مهره برای کسبه‌ی محل انجام می‌دهند، از اطراف تهران (خیابان قزوین به عنوان نمونه) تهیه می‌کنند. سطح کارکردی تراشکاران و یراق‌سازان از دو بعد قابل بحث است: بعد اول استفاده و کارکرد آن‌ها برای مشاغل محله‌ی عودلاجان به شیوه‌های مختلف (طلق‌سازها، کیف‌سازها و...) است. بعد دوم، خدماتی است که تراشکارها برای ساکنان محل و یا ساکنان خارج از محل در رابطه با امورات جزئی خانگی و یا وسیله‌ی شخصی ارائه می‌دهند. این میدان اقتصادی، ابتدا با میدان اقتصادی کیف‌سازان و کیف‌فروش‌ها در تعامل و رقابت قرار می‌گیرد و دوم با کنشگرانی که در محدوده‌ی محل نسبت به رفع برخی از نیازهای خود به این میدان مراجعه می‌کنند. به نظر می‌رسد در تعامل اقتصادی میان دو میدان اقتصادی فوق‌الذکر، با اوج چالش در حاکم نمودن منطق عملکرد اقتصادی با چاشنی قدرت چانه‌زنی، فریبندگی و بهره‌وری بالا مواجه هستیم. این تعامل چالش‌برانگیز، در راستای دستیابی به نتیجه‌ی دلخواه از سوی دو خرده میدان، جزء اساسی‌ترین خصلت‌های مشترک در فضای تعاملات اقتصادی محله‌ی عودلاجان به حساب می‌آید. محصول چنین تعاملی بازتولید قدرت اقتصادی محاسبه‌اندیش و تقویت شیوه‌های دستیابی به نوعی رقابت موفقیت‌آمیز است. به طور مشخص در این رقابت، پیروزی از آن میدانی است که بتواند منطق عملکرد خود را در بافت میدان به شیوه‌ای اقناعی تحمیل نماید. ضمن اینکه، وزن تعامل میان میدان اقتصادی تراشکاران و یراق‌سازان با برخی کنشگران مصرف‌کننده‌ی جزء، به سمت صاحبان اصلی میدان سنگینی می‌کند. دو دلیل اصلی این رخداد را می‌توان در قدرت سرمایه‌ای و خصلت زمینه‌ای صاحبان اصلی میدان تلقی نمود.

انبارهای موجود در محله‌ی عودلاجان را می‌توان حلقه‌ی واسطی میان گروه‌های شغلی رسمیت‌یافته و گروه‌های شغلی غیررسمی قلمداد نمود. این انبارها هرچند به طور رسمی در اختیارهای گروه‌های شغلی رسمیت‌یافته‌ی فوق‌الذکر قرار دارند و به نوعی انبار کالاهای آن‌ها محسوب می‌شوند، اما به دلایل مختلفی از جمله عدم نظارت و مسائل اقتصادی دیگر از جمله فقر و مهاجرت کارگران به بازار تهران، خود، به مکانی برای

فعالیت گروه‌های اقتصادی غیررسمی از جمله موادفروش‌ها و سارقان تبدیل شده‌اند. برخی از مهم‌ترین مشاغل تولیدی و توزیعی در بازار، از انبارهای محله‌ی عودلاجان به مثابه‌ی یک سرمایه‌ی ذخیره که فاصله‌ی چندانی با مرکز بازار ندارند، استفاده می‌کنند بنابراین ورودی میدان اقتصادی انبارها را در مرحله‌ی اول کسبه‌ی بازار و در مرحله دوم، چهار گروه شغلی اصلی کیف‌سازها و کیف‌فروش‌ها، تراشکارها و یراق‌سازها، طلق‌فروش‌ها، باطری‌فروش‌ها و لاستیک‌فروش‌ها تشکیل می‌دهند. البته لازم به ذکر است که برخی از انبارهای مشاهده شده به هیچ‌کدام از مشاغل بالا وابسته نبوده و به عنوان محل استراحت و خواب کارگران مشغول به کار در انبارها یا بازار مورد استفاده قرار می‌گیرند. لازم به ذکر است که برخی از این انبارها به گونه‌ای به مخروبه‌هایی با کاربری پارکینگی متصلند تا رانندگانی که در طول شبانه‌روز برای حمل کالا از انبارها به نقاط مختلف کشور به آنجا مراجعت می‌کنند با مشکلی مواجه نشوند و این کار در راستای سهولت بده‌بستان در میدان اقتصادی محله‌ی عودلاجان است که کماکان هیچ بهره‌ی مفیدی برای ساختار اصلی محله ندارد. از آنجایی که بنگاه‌های مالی به طور مستقیم با انبارهای موجود در محله‌ی عودلاجان تعاملات مالی ندارند، بنابراین شناسایی روابط اقتصادی بین نهادها و بنگاه‌های مالی و انبارها متوجه چهار گروه بازاری‌ها، مهاجران محله‌ای، تولیدی‌ها و کارگران به عنوان واسطه‌های بین بنگاه‌های مالی و انبارها در یک رابطه‌ی پیچیده و خوش‌بینانه است. به عبارت دیگر، بازار تعامل دوجانبه‌ای با بنگاه مالی دارد ولی انبارها و کارگاه‌های موجود تعاملی یک طرفه با بازار دارند که به صورت غیرمستقیم بر رابطه بین انبارها و بنگاه‌های مالی تأثیر می‌گذارد. این موضوع برای افرادی که از انبارها در مقام فضای تولیدی استفاده می‌کنند نیز صادق است. نهایتاً اینکه در یک رابطه‌ی خوش‌بینانه می‌توان روابط اقتصادی بین برخی از مهاجران قدیمی و صاحبان انبارها را که اجاره‌بهای انبارها را از بازاریان و تولیدکنندگان دریافت می‌کنند، مدنظر قرار داد. ضمن اینکه کارگران فعال در بازار و یا کارگاه‌های تولیدی مستقر در محله‌ی عودلاجان از برخی از این انبارها به عنوان مکان استراحت و خواب استفاده می‌کنند.

۲- گروه‌های شغلی غیررسمی

گروه‌های شغلی غیررسمی هم شامل دست‌فروشی و میدان‌های اقتصادی پنهان (مواد فروشی، مال‌خری و سرقت) است. گروه شغل دست‌فروشی یکی از گروه‌های شغلی غیررسمی در محله‌ی عودلاجان است که افرادی را شامل می‌شود که به خرید و فروش کیف‌های دستی، یراق‌های کیف، پوشاک، کفش، چای و ... مشغول هستند و بیشتر به صورت سیار در اطراف محله‌ی عودلاجان فعال هستند. در روزهای غیر تعطیل، مرکز تجمع و تراکم این گروه در ورودی‌های اصلی بازار از سمت محله‌ی عودلاجان، خیابان ۱۵ خرداد و خیابان مصطفی خمینی است که معمولاً بین ساعت‌های ۱۰ صبح تا ۲۰ شب به فعالیت مشغول هستند. این گروه شغلی غیررسمی خرد در روزهای تعطیل، محل تمرکز و تجمع خودشان را به سه نقطه‌ی اصلی در محله‌ی عودلاجان هدایت می‌کنند: تقاطع خیابان مصطفی خمینی و خیابان ۱۵ خرداد، تقاطع مصطفی خمینی و خیابان امیرکبیر، کوچه‌ی سرپولک غفاری و کوچه‌ی حمام چال. البته ناگفته نماند که در روزهای تعطیل، میدان‌های نامشخص اقتصادی به عنوان نمونه‌ی دست‌فروشی‌هایی که به خرید و فروش لباس‌های کهنه و مندرس، تسبیح و لوازم به سرقت رفته همچون ضبط ماشین و... در این مکان‌ها به همراه دست‌فروش‌های فوق‌الذکر مشغول به فعالیت هستند. این گروه شغلی، کالاهای قابل فروش خودشان را از سه حوزه‌ی بازار (عمدتاً اجناس بنجل)، مغازه‌های خیابان‌ها و کوچه‌های عودلاجان (مانند کیف سازها و...) و اجناس و وسایل سرقتی (مانند ضبط صوت، ساعت و...) که ممکن است علاوه بر مکان فعلی، از جاهای دیگر نیز برای فروش به این محله‌ها وارد گردد، تأمین می‌کنند. به طور کلی، ورودی این کنشگران اقتصادی از این سه حوزه ممکن گردیده و در بهترین حالت در چهار مسیر مختلف کالاهای خود را برای عرضه به میدان اقتصادی فروش، در معرض عرضه می‌گذارند: اقبال کم درآمد (کارگران و...)، معتادان، کارتن‌خواب‌ها و دست‌فروش‌های دیگر که خریدار اجناس این دست‌فروشان به منظور فروش در مناطق دیگر شهر هستند. میدان اقتصادی دست‌فروش‌ها، زائیده‌ی میدان اقتصادی اصلی مجاور

آن است. این میدان از آنجایی که در طول زمان همواره بازتولید شده و قواعد تکرار شده‌ای به خود گرفته است، دارای ساخت است. با این حال، کنشگران این میدان را می‌توان عاملانی در نظر گرفت که به علت عدم توانایی مالی از قدرت تعامل با میدان اقتصادی اصلی بازمانده و به این میدان مراجعه می‌کنند. شاخصه‌ی اصلی میدان اقتصادی دست‌فروشان با کنشگران این میدان، ضعف اقتصادی حاکم بر فضای مبادله است: کالاهای ارزان برای کنشگران ارزان؛ میدان ارزان برای خریداران ارزان. گرچه ممکن است تفاوت‌هایی را در دسته‌بندی این میدان نیز مشاهده نمود؛ به عنوان نمونه، دست‌فروشان وسایل سرقتی، منتظر تعامل با کنشگران خاصی در این میدان هستند. در واقع، برخی از کنشگران این میدان پاسخ نیازهای خود را از این طریق برآورده می‌کنند؛ به عنوان نمونه کنشگری که دارای اتومبیلی بسیار قدیمی با ارزش اقتصادی بسیار پایین است، برای تهیه‌ی ضبط‌صوت ماشین خود، با مراجعه به میدان اقتصادی دست‌فروش‌ها، خرید ضبط‌صوت را با قیمت ارزان در یک محاسبه‌ی عقلانی با حداقل چالش برای خویش از منظر اقتصادی ارزشمند تلقی می‌کند. صاحبان میدان دست‌فروشی نیز از خصیصه‌های ذهنی و عینی مشتریان خود از پیش آگاه هستند.

گروه شغلی و اقتصادی غیرقانونی و غیررسمی دیگر در محله‌ی عودلاجان، موادفروشی است. عودلاجان یکی از مناطق مرکزی در حوزه‌ی بسته‌بندی، توزیع و مصرف مواد مخدر در تهران است. واسطه‌های فروش مواد مخدر به گونه‌های مختلف فضا و موقعیت را در محله‌ی عودلاجان برای فعالیت اقتصادی مناسب دیده‌اند و یکی از کنشگران فعال در این زمینه در محله‌ی عودلاجان و اطراف آن هستند و در یک نظام بده‌بستانی با موادفروش‌های مستقر در محل در ارتباط هستند. نظام خروجی برای موادفروش‌ها را در یک نگاه کلی می‌توان به معتادان محلی اعم از کارگران مهاجر، کارتن‌خواب‌ها و برخی مصرف‌کنندگان ساکن در محل و واسطه‌های دیگری که خود، مواد را از فروشنده‌ها خریداری کرده و در یک زنجیره‌ی دیگری به توزیع و فروش آن در نقاط مختلف شهر تهران اقدام می‌کنند. گردش مالی میدان موادفروش‌ها در محله‌ی عودلاجان در سه رابطه

به صورت برد - برد و تعاملی است: کارگاه‌های کوچک تولیدی با موادفروش‌ها، کارگاه‌های بسته‌بندی مواد با مواد فروش‌ها و واسطه‌های فروش با موادفروش‌ها. در این میان مصرف‌کنندگان به عنوان بازندگان اصلی این فرآیند اقتصادی رابطه‌ی برد - باخت را موادفروش‌ها و واسطه‌های فروش برقرار می‌کنند. به عبارت ساده‌تر، در تعامل اقتصادی بین موادفروش‌ها و واسطه‌های فروش با مصرف‌کنندگان، میدان اول برندگان و میدان دوم، بازندگان این تعامل اقتصادی هستند. عادت به تکرار رفتار در حوزه‌ی مصرف و عادت به دریافت سود هنگفت از فروش مواد مخدر، از اغواکننده‌ترین عوامل ممکن درباره‌ی تعیین ساختار ذهنی و ویژگی‌های عینی کنشگران میدان مواد فروش‌ها به حساب می‌آید. این کنشگران در یک چارچوب اقتصادی معطوف به لذت به دنبال تعیین فعالیت‌ها و کنش‌های خویش هستند. طبیعی است که با توجه به بافت اسمی محله‌ی عودلاجان در رابطه با وجود مکان‌هایی امن برای فعالیت‌های چنین کنشگرانی، با ورود سیل عظیمی از چنین کنشگرانی از مناطق مختلف تهران یا حتی شهرستان‌های دیگر به این منطقه مواجه هستیم؛ بنابراین می‌توان بازتولید چنین کنشگرانی را در محله‌ی عودلاجان نه بر حسب شیوه‌ها و عادات فکری خود، بلکه بر مبنای رابطه‌ی عینی‌ای که در محله‌ی عودلاجان برای فروشندگان و مصرف‌کنندگان مواد مخدر وجود دارد، دانست. البته لازم به ذکر است که قدرت اقتصادی در این میدان کماکان در اختیار باندهایی است که علاوه بر تصاحب میدان‌های اقتصادی، کنشگرانی را نیز برای این امر اجیر کرده‌اند و به نوعی چنین فرآیندی را می‌توان در نهایت در دو حالت تصور کرد: حالت اول منطق اقتصادی و محاسبه‌ی عقلانی است که صاحبان میدان اقتصادی مواد فروشان در آن تصمیم ساز هستند، حالت دوم بازتولید عادت به مصرف مواد مخدر در محله‌ی عودلاجان از سوی اقشار مختلف و به ویژه کنشگران آگاه در این زمینه در محله است.

محله‌ی عودلاجان به دلیل موقعیت مکانی و اقتصادی آن، یکی از مکان‌های اصلی برای فعالیت مال‌خرها است. مال‌خرها که بیشتر به خرید و فروش اجناس و کالاهای مسروقه

می پردازند، در تقاطع خیابان مصطفی خمینی و خیابان ۱۵ خرداد، کوچه‌ی سرپولک و اطراف کوچه‌ی عودلاجان به فعالیت مشغول هستند. نظام بده‌بستان اقتصادی مال خرها، از دو مسیر تقریباً مشابه شکل می‌گیرد: خرید اموال و اجناس مسروقه که از نقاط مختلف تهران به این محله به منظور فروش آورده می‌شوند و فروش همین اجناس به کسانی که یا به این اجناس نیاز دارند و یا آن‌ها را برای فروش در مناطق دیگر تهران خریداری می‌کنند. گردش مالی میدان مال‌خرها در محله‌ی عودلاجان را می‌توان نوعی اقتصاد مالی پنهان قلمداد نمود؛ بدین معنا که بده‌بستان‌های مالی این گروه اقتصادی، در چرخه‌ی رسمی اقتصادی وارد نمی‌شود، بلکه به صورت غیررسمی، فرآیند مالی مختص به خودش را شکل می‌دهد. در این فرآیند، بنگاه‌های مالی کمترین نقش ممکن را دارند. به طور کلی، چهار گروه در نظام گردش مالی میدان مال‌خری نقش ایفا می‌کنند. از یک طرف، رابطه‌ی مالی بین سارقان جزء و کلان با مال‌خرها برجسته است؛ از طرف دیگر، واسطه‌های خرید مطرح هستند که اجناس سرقت شده را از سارقان می‌خرند و خود، به مال‌خرها می‌فروشند و در این میان به سود مالی دست پیدا می‌کنند. علاوه بر این دو گروه، خریدارانی هم وجود دارند که عموماً از اقشار کم درآمد و فقیر محله‌ی عودلاجان و مناطق اطراف آن بوده و اجناس سرقت شده را از مال‌خرها می‌خرند. همچنین واسطه‌های فروش بین مال‌خرها و خریداران هم وجود دارند که نقشی مهم در گردش مالی سرمایه در این میدان بازی می‌کنند.

ج: تغییرات شغلی و نمود آن در ساختار اقتصادی عودلاجان

همان‌طور که گفتیم قواعد ساختار اقتصادی محله‌ی عودلاجان را باید در یک روایت تاریخی بررسی کرد که بر مبنای آن، ماهیت مشاغل مختلف، دچار تغییراتی شده‌اند. در یک چشم‌انداز کلی می‌توان دو میدان شغلی مختلف و البته متفاوت را در محله‌ی عودلاجان برشمرد: مشاغل سنتی و مشاغل نو. منظور از مشاغل سنتی، آن دسته از شغل‌هایی است که ماهیت و بافت بنیادی و اولیه‌ی تولید و تجارت خودشان را حفظ نموده و در اثر تحولات اقتصادی کلان، دست‌خوش تغییر نگردیده‌اند: عطاری‌ها،

الک‌سازان، بیل‌سازان، چای‌فروش‌ها، ادویه‌فروش‌ها و...؛ میدان دوم را مشاغلی تشکیل می‌دهند که نوع تولید و فروش خودشان را در راستای تغییر و تحولات صورت گرفته در سبک زندگی و مصرف خریداران، شکل می‌دهند. قواعد مشخصی را می‌توان برای چنین ساختار اقتصادی‌ای ارائه نمود:

۱ - قاعده‌ی تنظیم کارکردی

بر مبنای این قاعده، تغییرات و تحولات صورت گرفته در ماهیت و بافت مشاغل (از سنتی به نو) بر مبنای تغییرات و تحولات اجتماعی صورت گرفته در محله‌ی عودلاجان خود را تنظیم نموده است؛ بدین معنا که خریداران کالاهای تولیدی در این محله، به گونه‌ای نبودگی یا قدیمی ماندن مشاغل اقتصادی را تعیین نموده‌اند. به هر حال، بخشی از این منطق، یک روند گریزناپذیر است؛ بدین معنا که منطق سود و تجارت و بهره‌وری و نیاز به این‌ها، سبب گریزناپذیری تنظیم کارکردی بین ماهیت مشاغل و تحولات اجتماعی می‌شود. مبنای دیگر این قاعده، رقابت‌پذیری و قدرت ماندگاری در بازار اقتصادی است؛ بدین معنا که قواعد نوین اقتصادی و شغلی، زیربنایی رقابت‌محور دارند که به نوعی لازمه‌ی ماندگاری در چرخه‌ی اقتصادی بازار است.

۲ - قاعده‌ی تفکیک کنش اقتصادی

بر مبنای این قاعده، محله‌ی عودلاجان به دو بخش میانی و پیرامونی تقسیم‌پذیر می‌شود. در مناطق پیرامونی که نزدیک بازار اصلی تهران و خیابان‌های عموماً تجارت‌محور اطراف محله هستند، کنش اقتصادی ساکنان و شهروندان به طرف نوعی کنش عقلانی معطوف به هدف حرکت کرده است که بیشتر سودمحور است. این امر سبب شده است که بیشتر مشاغلی که در بخش پیرامونی محله‌ی عودلاجان وجود دارند، حالت نو و نیمه‌مدرن به خود بگیرند و بالطبع، در یک چرخش رفتاری، نوشدن این مشاغل هم بر رفتار اقتصادی عقلانیت محور این میدان تأثیر گذاشته است. بر خلاف مناطق پیرامونی محله‌ی عودلاجان، مناطق میانی و مرکزی محله‌ی عودلاجان بیشتر توسط افرادی که دارای بافت فرهنگی سنتی و کنش سنتی اقتصادی هستند، اشغال شده است. کنش سنتی که به

رفتارهای هنجاری غیراقتصادی معطوف است، سبب شده است که تغییرات شغلی در این بخش به سختی اتفاق بیفتد و در همان حالت سنتی و ابتدایی خویش باقی بماند. باقی ماندن مشاغل در حالت سنتی، خود سبب تقویت کنش‌های سنتی غیراقتصادی در این بخش از محله‌ی عودلاجان گردیده است. به طور کلی، ترکیب کنش عقلانی با نزدیکی به بازار و خیابان‌های تجارت‌محور، سبب نشدن مشاغل در بخش پیرامونی و ترکیب کنش‌های سنتی با دور بودن از بازار اصلی و خیابان‌های تجارت‌محور سبب قدیمی ماندن مشاغل در بخش میانی محله‌ی عودلاجان شده است.

د: بازتولید تاریخی فضای اقتصادی

ساختار اقتصادی محله‌ی عودلاجان را باید در ارتباط تنگاتنگ با کنشگر اقتصادی موجود در فرآیند تاریخی تحلیل نمود. ساختار اقتصادی محله‌ی عودلاجان در طول روند تاریخی خویش با وجود تغییرات رخ داده در قواعد اقتصادی و کنشگران اقتصادی، تغییر چندانی نکرده است. این در حالی است که بسیاری از قواعد اقتصادی همین ساختار اقتصادی دچار تحولات چشمگیری شده‌اند. این تحولات در هسته‌ی پیرامونی محله‌ی عودلاجان که نزدیکی بیشتری به مرکز اقتصادی و بازار تهران دارد، قابل توجه‌تر از هسته‌ی میانی محله‌ی عودلاجان بوده است. همان‌طور که ذکر گردید، کنش‌های سنتی در بافت میانی محله‌ی عودلاجان، سبب شده است که تحولات ساختار اقتصادی دارای روند بسیار کندی باشد. همین امر باعث شده است که این محدوده، هم از لحاظ مدرنیزاسیون اقتصادی و هم از لحاظ مدرنیته اقتصادی در حالتی عقب مانده باقی بماند؛ به عبارت دیگر در این هسته‌ی میانی نه می‌توان مدرن شدن و نو شدن بافت مشاغل اقتصادی را مشاهده نمود و نه می‌توان تفکر نوبودگی اقتصادی و سودمحور را مشاهده نمود. به طور کلی، چنین عوامل و ابزارهایی در قدم اول سبب تداوم قواعد کهن اقتصادی در هسته‌ی میانی محله‌ی عودلاجان شده که در نهایت به تداوم ساختار اقتصادی کهن انجامیده است.

از طرف دیگر، هسته‌ی پیرامونی محله‌ی عودلاجان، همان‌طور که قبلاً هم ذکر گردید،

دارای بافت اقتصادی نوین‌تری است که کنشگران اقتصادی در چنین بافتی بر مبنای قواعد جدید اقتصادی که اغلب عقلانیت‌محور هستند، سعی در تغییر ساختار اقتصادی داشته‌اند. مؤلفه‌های چنین تلاشی را می‌توان در تجاری‌شدن و سرمایه‌ای‌شدن فضای این بخش از محله‌ی عودلاجان جستجو نمود. نمودهای چنین تلاشی در نو شدن فضای مشاغل، افزایش رفتارهای اقتصادی عقلانی و کنش عقلانی معطوف به هدف، جوان‌تر شدن جمعیت شاغل در این محدوده (بر مبنای مشاهدات تیم پژوهشی در این محدوده) و به طور کلی تلاش در مسیر مدرنیزاسیون فضا و نو شدن تفکر اقتصادی خود را نشان می‌دهد.

با این وجود، عوامل مختلفی سبب شده است که در این محدوده هم تنها شاهد تغییر رفتارهای اقتصادی و نو شدن فضای زیست اقتصادی باشیم و ساختار اقتصادی کهن، چندان تغییر بارز و مشخصی را تجربه ننماید. یکی از این عوامل را می‌توان در نزدیک بودن به بازار تهران جستجو نمود. این نقش، همانطور که توانسته است به نوشدن و مدرن تر شدن فضای زیست اقتصادی و تفکر و کنش اقتصادی کنشگران اقتصادی کمک نماید، سبب تولید نوعی از «حاشیه‌ی» اقتصادی در این محدوده شده است. چنین حاشیه‌ای معمولاً نقش «مازاد» ساختار اقتصادی بازار تهران را بازی می‌کند؛ بدین معنا که تنها پس‌مانده‌های چنین ساختاری به این محدوده وارد می‌شوند و این محدوده به جای اینکه نقش انباشت سرمایه‌ی اقتصادی را بازی نماید، به نوعی نقش انتقال‌دهنده‌ی ارزش سرمایه‌ی اقتصادی بازار به مناطق دیگر را بر عهده داشته است. چنین عواملی سبب شده‌اند که تغییرات کنشگران اقتصادی، معطوف به هدف شدن کنش‌های آن‌ها، تغییر نسبی قواعد اقتصادی و تجاری، نو شدن فضای زیست اقتصادی و جوان شدن جمعیت شاغل در محدوده‌ی پیرامونی محله‌ی عودلاجان قدرت تغییر و تحول ساختار اقتصادی محله‌ی عودلاجان را نداشته باشد. هرچند تغییرات نسبی اندکی در این زمینه اتفاق افتاده است، اما این تغییرات با تغییر و تحول ساختار اقتصادی فاصله‌ی بسیار دارد.

ه: اعتماد اقتصادی

اعتماد اقتصادی در حالتی اتفاق می‌افتد که خریداران و فروشندگان بر اساس یک مبنای سنتی و یا عقلانی، به ماهیت و منطق کنش‌های اقتصادی یکدیگر باور داشته باشند. در محله‌ی عودلاجان می‌توان دو نوع از اعتماد اقتصادی را در یک روند تاریخی مشاهده نمود. در محدوده‌ی میانی محله‌ی عودلاجان، کنش سنتی که بر مبنای عرف و مذهب و آیین شکل گرفته است، در روند تاریخی خویش، سبب شکل‌گیری نوعی اعتماد اقتصادی قابل توجه بین خریداران و فروشندگان اقتصادی در این محله گردیده بود. البته این امر در سال‌های اخیر دچار تغییرات قابل توجهی شده است و چنین منطقی از اعتماد اقتصادی را تا حدود زیادی زیر سؤال برده است. در واقع، در این بخش از محله‌ی عودلاجان (نه لزوماً در سال‌های اخیر) شاهد شکل‌گیری نوعی از «نهاد قابل اعتماد اقتصادی» بوده‌ایم. این نهاد از منطقی پیروی می‌کند که مبنای آن رابطه‌ی منسجم تاریخی بین نهادهای مختلف اقتصادی و غیراقتصادی در این محله بوده است. مهم‌ترین و اصلی‌ترین نهاد اقتصادی، بازار بوده است. نهادهای غیراقتصادی مختلفی از جمله مساجد، حسینیه‌ها، همسایگی، روحانیت، شورایی‌ها و... در ارتباط معنایی با بازار سبب افزایش سرمایه‌ی اجتماعی محله‌ی ای بین خریداران و فروشندگان و دیگر ذی‌نفعان اقتصادی گردیده است که همین مسأله سبب بازتولید اعتماد اقتصادی شکل گرفته، می‌گردد.

در هسته‌ی پیرامونی محله‌ی عودلاجان، بر خلاف هسته‌ی میانی آن، مبنای شکل‌گیری اعتماد اقتصادی، کنش سنتی نیست، بلکه نوعی کنش عقلانی سودمحور است که مبنای اعتماد اقتصادی را می‌تواند شکل بدهد. در جوامع و مناطق مدرن شهری، تقویت قانون مالکیت، تقسیم کار اقتصادی و اجتماعی و به طور کلی مدرن شدن میناها و قواعد اقتصادی، مبنایی برای شکل‌گیری نوعی اعتماد اقتصادی مبتنی بر کنش عقلانی است. اما عوامل مختلفی که در بخش «بازتولید تاریخی فضای اقتصادی» به آن‌ها اشاره شد، سبب عدم شکل‌گیری ساختار اقتصادی مدرن و عقلانیت‌محور گردیده است که همین مسأله

خود باعث کاهش و حتی فقر اعتماد اقتصادی در این محدوده گردیده است. این مسأله در سال‌های دورتر خیلی قابل تأمل نبوده است و همان منطق کنشی موجود در هسته‌ی میانی محله‌ی عودلاجان در هسته پیرامونی هم حاکم بوده است، هرچند تفاوت‌های بارزی هم نسبت به آن داشته است. روند بالا در سال‌های اخیر حتی وضوح بیشتری پیدا کرده است و سرگشتگی هویتی اقتصادی همراه با کژبودگی قواعد اقتصادی مدرن، فقر شدید اقتصادی در هسته‌ی پیرامونی محله‌ی عودلاجان را سبب شده است.

در سال‌های اخیر، اعتماد اقتصادی در هسته‌ی میانی محله‌ی عودلاجان هم تغییرات منفی بسیار قابل توجهی را تجربه نموده است. مباحث اجتماعی، اقتصادی و آیینی‌ای که در سال‌های گذشته سبب ایجاد اعتماد اقتصادی در هسته‌ی میانی محله‌ی عودلاجان شده بود، در اثر تغییر و تحولات شدید اجتماعی و فرهنگی در این محله، از بین رفته و یا تضعیف شده‌اند. تضعیف روابط همسایگی، مشارکت محله‌ای و... در قالب کاهش و فرسایش سرمایه‌ی اجتماعی محله‌ای، باعث تضعیف رابطه‌ی نهادی غیررسمی بین نهاد بازار و نهادهای مسجد، حسینیه، روحانیت، همسایگی و... گردیده است که این خود، فرسایش و تضعیف «ظرفیت اعتماد نهادی» را به دنبال داشته است. عوامل متعددی در بروز این پدیده نقش داشته‌اند. ترک محله توسط ساکنان قدیمی محله‌ی عودلاجان از یک طرف باعث از هم پاشیده شدن روابط همسایگی و در نتیجه تضعیف مشارکت محله‌ای گردیده است و از طرف دیگر، جایگزینی مهاجرین و کارگرانی که از قومیت‌ها و خرده‌فرهنگ‌های گوناگونی هستند، با ساکنان قبلی، باعث از بین رفتن یک‌دستی فرهنگی هسته‌ی میانی محله‌ی عودلاجان گردیده است. چنین جایگزینی‌ای باعث شده است که خریداران و فروشندگان در این محدوده، به همدیگر اعتماد نمایند؛ چون شناخت چندانی از همدیگر ندارند و عامل و فاکتوری برای پیوند اجتماعی بین آن‌ها شکل نگرفته است. این امر در نهایت سبب تقویت بی‌اعتمادی اقتصادی بین خریداران و فروشندگان و به طور کلی بده‌بستان‌های اقتصادی در هسته‌ی میانی محله‌ی عودلاجان گردیده است. پس در نهایت می‌توان گفت که در یک روند تاریخی، در هسته‌ی میانی

محلّه‌ی عودلاجان، اعتماد اقتصادی در سطح بالایی بوده است، درحالی که در هسته‌ی پیرامونی محلّه‌ی عودلاجان، اعتماد اقتصادی در سطحی پایین‌تر قرار داشته است. در سال‌های اخیر، به دلایل گفته شده، نوعی بی‌اعتمادی شدید اقتصادی در هسته‌ی میانی محلّه‌ی عودلاجان جایگزین اعتماد اقتصادی گردیده است. هسته‌ی پیرامونی هم در سال‌های اخیر، افزایش بی‌اعتمادی اقتصادی و حتی فقر شدید آن را تجربه نموده است.

و: مصرف ذهنی فضا

یکی دیگر از قاعده‌های اقتصادی موجود در ساختار اقتصادی محلّه‌ی عودلاجان که ارتباط مستقیمی با مصرف عینی ندارد، مصرف ذهنی فضای اجتماعی و فرهنگی محلّه‌ی عودلاجان است. منظور از مصرف ذهنی، هرگونه استفاده‌ای از فضای شهری و اجتماعی است که در راستای برآورده کردن نیازهای درونی، ذهنی و اجتماعی کنشگران شهری صورت می‌گیرد. محلّه‌ی عودلاجان و خیابان‌های اطراف آن به سبب بافت تاریخی و فرهنگی خاصی که دارند، کنشگران مختلفی را از مناطق مختلف شهر تهران به خود جذب می‌کند. این کنشگران بیشتر از اینکه برای تولید و یا مصرف کالاهای عینی اقتصادی به این محلّه بیایند، به منظور برآورده کردن نیازهای درونی و حتی گذران زمان و فراغت خویش به این محلّه می‌آیند و از فضای آن استفاده می‌کنند. پرسه‌زن‌ها یکی از مهم‌ترین این کنشگران هستند. این افراد تنها به قدم زدن در فضای محلّه مشغول هستند و هدف اقتصادی خاصی در پشت کنش آن‌ها وجود ندارد، بلکه تنها به مصرف ذهنی فضای محلّه‌ی عودلاجان می‌پردازند.

محلّه‌ی عودلاجان به سبب نزدیکی به بازار تهران، خاصیت و امکان پرسه‌زنی بدون خرید را فراهم نموده است. بسیاری از این افراد، بدون اقدام به خرید و فروش کالای خاصی به این محلّه می‌آیند و یا اگر هم چنین هدفی داشته باشند، مصرف و خرید عینی خودشان را در بازار تهران انجام می‌دهند و برای گذران لحظه‌ای فراغت و تفریح، به این محلّه هم می‌آیند. وجود بناهای تاریخی بسیار زیاد در این محلّه از جمله تیمچه‌ی اکبریان، سبب جذب تعدادی توریست (هرچند محدود) در این محلّه گردیده است. این

افراد هم استفاده‌ی عینی مشخصی از فضای اقتصادی محله نمی‌کنند، بلکه به مصرف وجهه‌ی توریستی محله‌ی عودلاجان می‌پردازند و به نوعی از فضای آن در راستای برآورده کردن نیازهای توریستی و تفریحی خودشان استفاده می‌کنند. البته این امر می‌تواند پیامدهای اقتصادی هم داشته باشد، اما نفس کنش آن‌ها، عینیت مصرف اقتصادی را در خودش ندارد.

پرسه‌گردی، مصرف توریستی، مصرف فراغتی فضا و... هرچند مستقیماً به مصرف و تولید عینی اقتصادی ارتباط ندارند، اما باعث برساخت قاعده‌ای اقتصادی گردیده‌اند که در درون خودش می‌تواند نوعی مقاومت هویتی در برابر هجوم سرمایه‌ای شدن فضای عودلاجان را به دنبال داشته باشد. این کنشگران در این قالب، نه تنها خرید و تجارت خاصی را انجام نمی‌دهند، بلکه به مقاومت هویتی در برابر جاذبه‌های مصرفی عینی می‌پردازند و هویت خودشان را در دل مصرف ذهنی و درونی فضای تاریخی، فرهنگی و آیینی محله‌ی عودلاجان جستجو می‌کنند.

نتیجه‌گیری:

به عنوان نتیجه‌گیری کلی می‌توان محله‌ی عودلاجان را در سه لایه‌ی اصلی هسته‌ای، پیرامونی و نیمه‌پیرامونی تقسیم‌بندی نمود. در هسته‌ی میانی، کنش‌های سنتی حاکم است، بافت‌های مخروبه و فرسوده به شدت وجود دارند و انبارهای اصلی در این بخش قرار دارند به گونه‌ای که می‌توان این بخش را به عنوان «مازاد» بازار به حساب آورد. در قسمت نیمه‌پیرامونی، کنش‌های اقتصادی به سمت عقلانی شدن و مدرن شدن پیش می‌روند و نهایتاً چنین کنش‌هایی در فضای پیرامونی به کنش‌هایی عقلانی تبدیل می‌گردند. به طور کلی فرض بر این است که هرچه از سمت لایه‌ی میانی به سمت لایه‌ی پیرامونی حرکت می‌کنیم کنش‌ها عقلانی‌تر می‌شوند و از شدت مخروبه‌ها و انبارها و به طور کلی آسیب‌های اقتصادی و اجتماعی کاسته می‌شود.

توجه به ملزومات توسعه‌ی بخش مهمی از تحلیل لایه‌های مختلف محله‌ی عودلاجان را شامل می‌شود. در نگاه کلان‌تر، محله‌ی عودلاجان (شرقی، غربی و میانی) به عنوان

پیرامون بازار به حساب می‌آید، ولی محله‌ی عودلاجان از سه لایه‌ی تفکیکی نیز برخوردار است. در این بین روابطی که بین این لایه‌های هسته‌ای، پیرامونی و نیمه‌پیرامونی وجود دارد، به نفع ساختار اقتصادی بازار تغییر ماهیت می‌دهد. فرآیندی که در این نظام سه لایه‌ای وجود دارد، تغییراتی است که عموماً از لایه‌ی پیرامونی ابتدا به نیمه‌پیرامونی و سپس به هسته‌ی عودلاجان حرکت می‌کند و این امر ساختار کلی محله‌ی عودلاجان را از پیرامون به هسته تغییر می‌دهد. در فرآیند این تغییرات مجموعه‌ای از تحولات در قالب ساختارهای خانوادگی، همسایگی، شغلی، آموزشی، نگرشی و... دچار تغییر می‌شوند. همان‌طور که در ابتدا نیز عنوان شد، خانواده‌ها و نیروهای ساکن در محله‌ی عودلاجان به نوعی منتظر فرصت اقتصادی تغییر کاربری ملک خویش هستند. البته هژمونی اصلی از منظر اقتصادی از آن قسمت پیرامون محله‌ی عودلاجان است. با توجه به اینکه هسته‌ی میانی عودلاجان از مدالیت‌های انحرافی تشکیل شده است، بنابراین چالش اصلی در این حوزه در رابطه با تغییر بافت میانی به نفع پیرامونی متوجه ساختار طبقاتی سرمایه‌داری و تهی‌دستان شهری مشغول به فعالیت‌های انحرافی است. ضعف اصلی‌ای که در هسته‌ی میانی عودلاجان علاوه بر مجموعه آسیب‌هایی که دارد، تأثیرپذیری از لایه‌ی نیمه‌پیرامونی و پیرامونی است بنابراین انتظار می‌رود در یک روند میان‌مدت و بلندمدت فرآیند تغییر کالبدی هسته‌ی میانی و نیمه‌پیرامونی محله‌ی عودلاجان توسط ساختار سرمایه‌داری و بوروکراسی دولتی اتفاق بیفتد. هم‌اکنون می‌توان فعالیت‌های شبه اقتصادی هسته‌ی میانی را به عنوان زاینده‌ای از فعالیت‌های هسته‌ی نیمه‌پیرامونی و پیرامونی مشاهده نمود. البته در این بین می‌توان نگاه ترکیبی‌ای را که بین مراکز نیمه حاشیه‌ای و هسته‌ای عودلاجان وجود دارد نیز مدنظر قرار داد. مراکز نیمه‌پیرامونی همچنان که ویژگی‌های بخشی از لایه‌ی پیرامونی را دارند، بخشی دیگر از ویژگی‌های لایه‌ی میانی محله‌ی عودلاجان را نیز با خود حمل می‌کنند. اینکه تحت چه شرایطی نیروهای ساکن در لایه‌ی نیمه‌پیرامونی به سمت پیرامون و یا به سمت هسته‌ی میانی محله‌ی عودلاجان حرکت کنند، وابستگی مستقیمی به مدالیت‌هایی مختلف حاکم بر

این لایه‌ها دارد. از زاویه‌ای دیگر، رشد و توسعه‌ی بخش سرمایه‌ای لایه‌ی پیرامونی، آن‌ها را وادار می‌کند که لایه‌های نیمه‌پیرامونی و هسته‌ای محله‌ی عودلاجان را که به ترتیب از ضعف‌های متعددی برخوردارند و قدرت یکسانی ندارند را به تعامل و در نهایت به توافق وادار نماید. در این بین پل اصلی و ارتباطی بین این سه لایه، قدرت اقتصادی و هزینه/سود (فایده اقتصادی) حاصل از این تعاملات است.

در واقع، سرمایه‌دار ساکن در لایه‌ی پیرامونی به انبارها و خانه‌های لایه‌های نیمه‌پیرامونی و هسته‌ای محله‌ی عودلاجان جهت انباشت سرمایه خود نیاز مبرم دارد و از سوی دیگر لایه‌های نیمه‌پیرامونی و هسته‌ای نیز منتظر پیشنهادها و فرصت‌های اقتصادی از سوی همین نیروها هستند. غلبه‌ی نظام سرمایه‌داری ناشی از تعاملات بین لایه‌ی پیرامونی و نیمه‌پیرامونی محله‌ی عودلاجان با بازار دارد، عملاً موجب تحکیم، تعمیق و نهادینه شدن تفاوت‌های طبقات مختلف در محله‌ی عودلاجان می‌شود. ضمن اینکه محله‌ی عودلاجان به مثابه‌ی ذخیره‌ی استراتژیک فرصت اقتصادی برای بازار محسوب می‌شود که به دلایل مختلفی از جمله فشار اقتصادی، محله‌ی عودلاجان را تحت شعاع قرار داده و مجموعه بافتار اجتماعی و زیست محیطی و فرهنگی آن را تحت تأثیر قرار داده است. در مقابل، نیازهای ساختاری و کارکردی لایه‌های میانی، پیرامونی و نیمه‌پیرامونی محله‌ی عودلاجان در تعامل با بازار قرار دارد. هرچند به دلیل ویژگی‌های مختلف و غیرمنتظره و همچنین شکاف فزاینده‌ای که بین این سه لایه با بازار وجود دارد، نمی‌توان انتظار داشت که عدالت شهری در محله‌ی عودلاجان به معنای عام کلمه محقق شود.

منابع:

- آگامبن، جورجو. (۱۳۸۹). آپاراتوس چیست؟، ترجمه‌ی یاسر همتی، تهران: نشر رخداد نو.
- بوردیو، پی‌یر. (۱۳۸۹). نظریه‌ی کنش: دلایل عملی و انتخاب عقلانی، ترجمه‌ی مرتضی مردیها، تهران: نقش و نگار
- تکمیل همایون، ناصر. (۱۳۹۳). اودلاجان، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- جمشیدیها، غلامرضا و پرستش، شهرام. (۱۳۸۶). دیالکتیک منش و میدان در نظریه عمل پی‌یر بوردیو، نامه‌ی علوم اجتماعی، شماره‌ی ۳۰، صص ۳۲-۱.
- جنکینز، ریچارد. (۱۳۸۵). پی‌یر بوردیو، ترجمه‌ی لیلا جوافشانی و حسن چاوشیان، تهران: نشر نی.
- چپمن، دیوید. (۱۳۸۴). آفرینش محلات و مکان‌ها در محیط انسان ساخت، ترجمه‌ی شهرزاد فریادی و منوچهر طبیبیان، تهران: انتشارات آگاه.
- چرمایف، سرچ و کریستوفر، الکساندر. (۱۳۶۳). عرصه‌های زندگی خصوصی و زندگی جمعی، به جانب یک معماری انسانی، ترجمه‌ی منوچهر مزینی، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- رضایی، نعیمه و حناچی، پیروز. (۱۳۹۴). محله‌ی عودلاجان، میراث شهری در تقابل بین سنت و مدرنیته، مطالعات معماری ایران، شماره‌ی ۷، صص ۳۴-۱۹.
- سازمان آمار ایران. (۱۳۹۰). سرشماری نفوس و مسکن، تهران: مرکز آمار ایران.
- شریعتی، سارا و وطن‌خواه، کوشا. (۱۳۹۲). نحوه‌ی کاربرد نظریه میدان بوردیو در مطالعه معماری مدرن ایران، جامعه‌شناسی هنر و ادبیات، دوره‌ی ۵، شماره ۲، صص ۲۵۷-۲۴۱.
- صرافی، مظفر. (۱۳۷۹). شهر پایدار چیست؟، مجله‌ی مدیریت شهری، شماره‌ی ۴، صص ۱۴-۶.
- عزیزی، محمد مهدی. (۱۳۸۵). محله‌ی مسکونی پایدار؛ مطالعه موردی: نارمک، مجله‌ی هنرهای زیبا، شماره‌ی ۲۷، صص ۴۶-۳۵.
- فدایی نژاد، سمیه و کرم پور، کتایون. (۱۳۸۵). بررسی سیر تحولات بافت و تأثیر آن بر

- خاطره‌زدایی از بافت‌های کهن (نمونه‌ی موردی محله‌ی عودلاجان تهران)، *فصلنامه‌ی باغ نظر*، شماره‌ی ۶، صص ۱۰۰ - ۸۲.
- قاسمی، وحید؛ اسماعیلی، رضا و ربیعی، کامران. (۱۳۸۵). *سطح‌بندی سرمایه‌ی اجتماعی در شهرستان‌های استان اصفهان، فصلنامه‌ی رفاه اجتماعی*. شماره‌ی ۲۳. صص ۲۴۸ - ۲۲۵.
- کلانتری خلیل آباد، حسین و درخشانی، نجلا. (۱۳۹۳). *راهبردهای پایداری کالبدی - اجتماعی در محلات تاریخی؛ مطالعه‌ی موردی: محله‌ی عودلاجان تهران، فصلنامه‌ی مطالعات شهری*، شماره‌ی ۱۰. صص ۱۴ - ۳.
- لینیچ، کوین. (۱۳۸۳). *تئوری شکل شهر*، ترجمه‌ی سید حسین بحرینیف تهران: دانشگاه تهران.
- مدنی پور، علی. (۱۳۷۹). *طراحی فضای شهری؛ نگرشی بر فرآیندی اجتماعی - مکانی*، تهران: شرکت پردازش و برنامه‌ریزی شهری.
- مطلبی، قاسم. (۱۳۸۳). *رویکرد انسانی به توسعه پایدار محله‌ای، مجموعه‌ی مقالات اولین همایش توسعه‌ی محله‌ای، چشم‌انداز توسعه‌ی پایدار شهر تهران*، تهران: شهرداری تهران.
- Barton, H. et al. (2003). *Shaping Neighborhoods: A Guide for Health, Sustainability and Vitality*. London and New York: Spon Press.
- Bourdieu, P. (1996). *The Rule of Art: Genesis & Structure of the Literary Field*. Translated by Susan Emanuel, London: Polity Press.
- Wheeler, Stephan M. (2003). *planning for sustainability*. London and New York: Rutledge