

جستاری بر پیشینه ظهور فضا با تکیه بر رویکردهای تولید و مصرف از روم تا خوی

رعنا ایرجی؛ داریوش ستارزاده*؛ آرش ثقفی اصل؛ مرتضی میرغلامی^۴

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۲/۱۶

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۰۱/۱۹

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۵/۲۱

نوع مقاله: پژوهشی

صفحه ۷ تا ۲۳

چکیده

امروزه شهرها در تکاپوی ایجاد امکانات برای مصرف هستند. یعنی، شهرها به واسطه امکاناتی که برای مصرف فراهم می‌کنند، تعریف می‌شوند. اما این تمامی ماجرا نیست، این مقاله نشان می‌دهد که مصرف و تولید پدیده جدیدی نیست و پیشینه‌ای طولانی داشته و به نوعی خود را از گذشته تا به حال در حالت‌های مختلف و در قالب فضاهای متفاوت تعریف می‌کند. بعد پنهان مصرف و تولید، قدرت است، این قدرت گاه در اختیار مذهب قرار می‌گیرد و گاه در اختیار اقتصاد و فضاهای مصرفی متناسب با خود را تولید می‌کند. آنچه اهمیت دارد، اثبات این موضوع است که با تغییر قدرت، نوع فضاهای تولیدی و مصرفی نیز تغییر می‌یابد، اما مصرف و تولید دو مفهوم مهم در تحلیل فضا است. هدف از این مقاله، اثبات این موضوع است که فضا نمی‌تواند، به عنوان یک عنصر مستقل از جامعه خود و به صورت کلی تعریف شود، تعاریف کلی در مورد فضا نمی‌تواند ماهیت دقیق فضا را مشخص کند و مهم‌تر از مطالعات سطحی فضا، نحوه به وجود آمدن و ظهور فضا تحت تأثیر مفهوم قدرت، به عنوان عامل پنهان در پدیده مصرف و تولید فضا، باید مورد بررسی قرار گیرد. این پژوهش نشان می‌دهد که فضا در دوره‌های تاریخی مختلف، تحت تأثیر جامعه خود و با توجه به مفهوم قدرت آن زمان چگونه به وجود آمده است. برای تحقق هدف فوق، از راهبرد پژوهش کیفی و رویکرد تفسیری تاریخی، برای طبقه‌بندی و شناخت انواع گونه‌های تولیدی فضاهای مصرفی در طول تاریخ استفاده شده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که مصرف پدیده نو نمی‌باشد و در طول تاریخ و در سراسر شهرهای جهان خود را در قالب فضاهای مصرفی مختلف از خیابان تا پاساژ نشان داده است. نتیجه تحقیق نشان می‌دهد، بحث مربوط به مصرف و تولید فضا از گذشته تا حال وجود داشته است. این نیروی پنهان، گاه در قالب قدرت مذهبی، گاه در قالب قدرت اقتصادی و یا سیاسی ظاهر می‌شود و سلطه خود را نه فقط بر حوزه نفوذ خود، بلکه بر تمام جهان می‌افکند. با بررسی‌های انجام شده در طول دوره‌های تاریخی، در یونان قدرت مذهبی و سیاسی، در رم قدرت سیاسی و در قرون وسطی قدرت اقتصادی و قدرت مذهبی، در دوران رنسانس و در دوران انقلاب صنعتی قدرت اقتصادی در تولید فضا نقش داشته است.

واژگان کلیدی: مصرف، فضا، تولید، قدرت، پیشینه، ظهور

^۱ دانشجوی دکتری طراحی شهری، گروه شهرسازی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران.

^۲ دانشیار گروه شهرسازی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران. (نویسنده مسئول)

^۳ استادیار گروه شهرسازی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران.

^۴ استاد گروه شهرسازی، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه هنر اسلامی، تبریز، ایران.

۱. مقدمه

فضا به‌عنوان پدیده‌ای قابل ظهور، همواره تحت تأثیر عوامل مختلفی در طول تاریخ قرار گرفته است. فضا نشان‌دهنده ماهیت و شرایط جامعه زمان خود است. بافت و کالبد شهر به معنای واقعی، محلی برای تولید، توزیع و مصرف فضاها در طول تاریخ است. در این بین قدرت به‌عنوان نیروی پنهان در تئوری‌های تولید و مصرف، از اولین فضاها، تأثیر خود را در پیدایش فضاها گذاشته است.

قدرت در طول تاریخ، باتوجه به دوره‌های تاریخی، در شکل‌های قدرت مذهبی، یا قدرت اقتصادی خود را نشان می‌دهد و موجب ظهور فضاهای متناسب با خود می‌شود. قدرت در هر زمان از تاریخ باتوجه به شرایط جامعه، ابتدا خود به وجود می‌آید و سپس موجب تولید فضاهای خاص متناسب با خود می‌شود.

این در حالی است که نحوه ظهور فضا باید توسط تئوری‌های تولید و مصرف فضا مورد بررسی قرار گیرد، در پدیده تولید فضا، اندیشمندان این موضوع را مطرح می‌کنند که هر فضا باتوجه به شرایط جامعه خود به وجود می‌آید، اما در نظریه‌های مطرح شده توسط اندیشمندان، فضا به‌گونه‌ای تعریف شده است که گویی فارغ از فهم ماهوی از جامعه خود است.

فضا گویی واجد تئوری خود ارجاع بوده و همواره مشتمل بر تئوری‌هایی است که از واقعیت‌های جامعه خود به‌دور بوده است و گویی فضا می‌تواند مستقل از جامعه خود، به‌تنهایی تعریف شود. در نظریه اقتصاد سیاسی فضا نیز، ظهور فضا باتوجه به شرایط سیاسی، اجتماعی و ایدئولوژیکی هر جامعه مورد بررسی قرار می‌گیرد. پس مهم‌تر از سؤال فضا چیست، این سؤال است که فضا چگونه به وجود می‌آید؟

فضا در طول تاریخ چگونه به وجود آمده است؟ قدرت به‌عنوان؛ نیروی پنهان در تئوری تولید و مصرف فضا، چه فضاهایی را به وجود آورده است؟

قدرت در طول دوره‌های تاریخی در خود را در چه قالبی نشان داده است؟

قدرت موجود در شهرهای مختلف، در طول دوره‌های تاریخی، باتوجه به قالب خود، موجب تولید و مصرف چه فضاهای در جامعه خود شده است؟

از مطالعات انجام شده که تنها مطالعه سطحی در مورد فضا داشته‌اند و نحوه به‌وجود آمدن فضا را مورد بررسی قرار نداده‌اند و تنها مفهوم خود فضا را مورد بررسی قرار داده‌اند، می‌توان بر این اندیشمندان شامل کامیلیوسیتته^۱، گوردن کالن^۲، ادموندیکن^۳، زوکر^۴، راپاپورت^۵ و راب کریبر^۶ اشاره کرد که فضا را از دیدگاه فرهنگی تعریف می‌کنند (Bacon, 1974, Cullen, 1995, krier, 1979, Rapoport, 1969, Zucker, 1959).

یان گل^۷، ویلیام وایت^۸، بنتلی^۹، نیومن^{۱۰}، ترانسیک^{۱۱}، از دیدگاه رفتاری به تعریف فضا پرداخته‌اند (Bentley, 1985, Gel, 2011). کوین لینچ^{۱۲}، اپلیارد^{۱۳} و تی هال^{۱۴} از دیدگاه ادراکی به تعریف فضا پرداخته‌اند. شولتز^{۱۵}، ادوارد رلف^{۱۶} و دیوید کانتر^{۱۷} از دیدگاه روان‌شناختی به تعریف فضا پرداخته‌اند.

در این جریان غالب، فضا به شکل مخاطره‌آمیزی در حال بدل شدن به‌نوعی فرایندی است که فارغ از هرگونه فهم ماهوی از جامعه است. اما فضا مفهومی بدیهی، روشن و ساده‌ای نیست که بتوان آن را به‌سادگی تعریف کرد. باتوجه به تئوری‌های مربوط به سیاست، اقتصاد و اجتماع، اکنون دیگر ارجاعات کوتاه‌بینانه در مورد فضا به نظر ناکافی می‌رسد، از این‌رو فضا از طریق ارتباطش با شرایط جامعه خود یعنی تولید و مصرف باید، مورد بررسی قرار گیرد. اما این موضوع که فضا تحت تأثیر شرایط جامعه خود به وجود می‌آید، موضوع جدیدی نمی‌باشد و این مقاله نشان می‌دهد که از دیرباز فضا تحت تأثیر جامعه خود به وجود می‌آید.

از اندیشمندانی که نحوه به‌وجود آمدن فضا را متأثر از شرایط اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و ایدئولوژیکی جامعه دانسته‌اند، کری پیچ^{۱۸}، پارکین، داگالاس مسی، ساسکیلن، رابرت ارزپارک^{۱۹}، مارکس و انگلس^{۲۰}، هانری لفور^{۲۱}، دیوید هاروی^{۲۲}، میشل فوکو^{۲۳}، الکساندر کاتبرت^{۲۴}، جورج زیمل^{۲۵} و دورکیم^{۲۶} است. این اندیشمندان نحوه پیدایش فضا را مورد مطالعه قرار می‌دهند و بر عامل قدرت به‌عنوان نیروی پنهان در به‌وجود آمدن فضا اشاره دارند (David Cuthber, 2007, Harvey, 1985).

این اندیشمندان نیز به‌وجود آمدن فضا را در زمان‌های حال بررسی کرده و تنها نگاهی کوتاهی بر روم و یونان دارند، این در

عنصری مستقل از شرایط جامعه خود تعریف شود، بلکه مطالعات سطحی نمی‌تواند، ماهیت دقیق فضا را به‌درستی تعریف کند. برخی از مطالعات مشابه انجام شده هم بر تأثیر قدرت به‌عنوان نیروی پنهان در پدیده تولید و مصرف فضا اشاره کرده‌اند، اما این موضوع را به‌عنوان پدیده‌ای جدید بیان می‌کنند، این مقاله نشان می‌دهد که تأثیر قدرت در پیدایش فضاها، پدیده‌ای جدیدی نبوده و از همان اوایل ظهور مفهوم فضا، پیدایش فضاها تحت تأثیر قدرت است و پدیده قدرت در طول دوره‌های تاریخی، شکل‌های مختلفی به خود گرفته و پیدایش فضا را تحت تأثیر قرار داده‌اند.

۳. روش تحقیق

این تحقیق نوعی تحقیق تفسیری تاریخی است که موضوع آن در گذشته روی داده است. اقسام تحقیق تفسیری تاریخی، بیشتر ذیل تحقیق کیفی جای می‌گیرد. یکی از کارهای مهم در این تحقیق بررسی شواهد در طول دوره‌های تاریخی یونان، رم، قرون وسطی، رنسانس با توجه به تئوری تولید و مصرف است و سپس بسط شواهد و بررسی فضاها تولید و مصرف شده در تهران و سپس شهر خوی مورد توجه قرار می‌گیرد. به‌طور کلی این پژوهش به دنبال ایجاد ارتباط بین فضاها به وجود آمده، با تئوری‌های تولید و مصرف فضا بوده و اثبات این موضوع که تولید و مصرف فضا برخلاف تصور تعدادی از اندیشمندان پدیده‌ای نوظهور نبوده و از ابتدای پیدایش فضاها وجود دارد. در این روش تحقیق، محقق، به دنبال جستجوی چگونگی به‌وجود آمدن فضا در طول دوره‌های تاریخی در زمینه‌ای پیچیده و کشف ارتباط بین فضاها به وجود آمده، در دوران تاریخی و تئوری‌های تولید و مصرف فضا با جهت‌گیری تبیینی روایتی و کل‌نگر است. این تحقیق از نوع کیفی بوده که در آن محقق روند جستجو، جمع‌آوری و سازماندهی مدارک، ارزیابی و تشکیل روایتی کل‌نگر و باورپذیر را انجام می‌دهد.

۴. چارچوب نظری

سه اندیشه پایه‌ای و بنیادین در مفهوم تولید فضا وجود دارد که مربوط به اندیشمندان لوفور، دیوید هاروی و ادوارد سوگا^{۲۷} است که سایر نوشته‌ها در تولید فضا با اتکا به این مفاهیم نگاشته شده است. مفهوم تولید فضا اولین بار توسط هانری

حالی است که یک نگاه عمیق بر نحوه به‌وجود آمدن فضا در دوره‌های تاریخی مختلف در شهرها و زمان‌های مختلف باید داشت و نوع فضاها و نحوه به‌وجود آمدن فضاها در دوره‌های تاریخی مختلف به طور دقیق مورد بررسی قرار داد.

۲. پیشینه‌ی تحقیق

افروغ (۱۳۹۸) در کتاب فضا و جامعه، نظریه‌های شهری را از دیدگاه اکولوژیست‌ها، فرهنگ‌گرایان، مدیریت‌مداری، پدیده‌گرایی و اقتصاد سیاسی فضا، جامعه‌شناسی غیر فضایی شهری و دیدگاه‌های تلفیقی مورد بررسی قرارداد و فضا را از دیدگاه جامعه‌شناسی و نابرابری‌های اجتماعی و جدایی‌گزینی فضایی مورد بررسی قرار داده است. افروغ در این کتاب ارتباط بین فضا و اشکال فضایی و اشکال اجتماعی را تحلیل می‌کند.

کاشانی جو (۲۰۱۰) در بازساخت رویکردهای نظری به فضاها عمومی شهری، فضا را از دیدگاه صاحب نظران مورد بررسی قرار داده و صاحب نظران را در دسته‌ی ملاحظات پایداری و محیط زیستی، ادراک فضایی و بصری، تقویت تعاملات اجتماعی، حرکت و گسترش پیاده‌مداری، امنیت و انسان‌مداری، تاثیرات محیطی و رفتاری مورد بررسی قرار داده و در سیر پیدایش فضاها در دوره اول انقلاب صنعتی تا ۱۹۶۰ را با رویکرد غالب ادراک فضایی و بصری تحلیل کرده است.

الماسی مفیدی و رئیسی جلودار (۱۴۰۱)، در ظهور فضاها شهری، ظهور فضاها شهری را از منظر بصری و زیبایی‌شناسی منظر مورد بررسی قرارداد، بحث ظهور فضاها شهری را در مباحث پایداری و توسعه شهری مکان‌سازی و تعامل اجتماعی مورد بررسی قرار داده است.

نژادابراهیمی و فرشچیان (۱۳۹۷)، در بررسی چارچوب نظری فضای شهری و تاثیرات نیروهای موجود در شکل‌گیری شهر، نگاه زیبایی‌شناختی داشته و عوامل طبیعی و اقلیمی، نیروهای اقتصادی و مالی، نیروهای سیاسی و مدیریتی، نیروهای اجتماعی و فرهنگی را به‌عنوان عوامل به وجود آورنده فضا مورد بررسی قرار می‌دهد.

تمام مطالعات مشابه، بر این موضوع اشاره داشته‌اند که فضا می‌تواند به‌عنوان عنصری مستقل از جامعه خود تعریف شود، در این مقاله مطرح شده است که نه تنها فضا نمی‌تواند، به‌عنوان

و تپه مختص معابد خدایان و آگورا، قلب تپنده شهر، مرکز سیاست، مذهب، عدالت و نیز فعالیت‌های اجتماعی و تجاری شهر بود.

در تمدن یونان، دموکراسی وجود دارد، به همین علت، هندسه شهر یونان در مرکزیت خود فاقد عنصری چون فروم یا مجسمه‌های یونانی است. زندگی عمومی مردم به طور کامل در محیط خارج از خانه می‌گذشت. تمایل زیادی بر سرمایه‌گذاری بر ساختمان‌های عمومی دیده می‌شود.

ساختمان‌های یادبود رم، عامل اصلی تشکیل‌دهنده شهر بودند. به‌گونه‌ای که فروم یک مرکز سیاسی و مذهبی است. شهرهایی که رومی‌ها تأسیس کردند، همیشه از اصول سفت‌وسخت سازماندهی فضایی و از اردوگاه‌های نظامی الهام گرفته می‌شد. نمادگرایی که در چنین قوانینی تجسم یافته بود، به شدت و بدون شک با قدرت رم مرتبط بود. شکوه فضاهای معماری در امپراطوری رم یادآور و نشانگر قدرت امپراتور در فضاهای شهری است.

از جمله بناهای شاخص رومی، می‌توان به پانتئون اشاره کرد، از دیگر ساختمان‌های غول‌پیکر می‌توان به کولوسئوم به معنی «جایگاه غول‌پیکر» اشاره کرد. نمادهای شهری مانند ستون تراژان به بلندی ۳۸ متر در همین محدوده قرار دارد. تاق پیروزی از دیگر بناهای شهری روم است. کاخ بزرگ امپراتور نیز از دیگر فضاهای باشکوه هستند که یادآور قدرت امپراتوری رم است.

روم با ایجاد فضاهای فراغتی، سعی در کنترل زندگی خصوصی شهروندان خود داشت و در تلاش بود تا شهروندان را به چیزی غیر از خود مشغول کند. رومیان به منظور اعمال حاکمیت و حفظ خود در پهنه وسیع امپراتوری، هزاران اردوگاه نظامی محصور به نام کسترا را بنا نهادند. در وسط هر ضلع شهرک نظامی، دروازه ای قرار داشت و هر دو دروازه روبرو توسط خیابانی به یکدیگر متصل می‌شدند. خیابان شمالی جنوبی به کاردو معروف بود و خیابان غربی - شرقی دکومانوس نام داشت.

ویتروویوس، در این دوران، میل به ساختن مقیاس غیرانسانی دارد و قدرت رم را از طریق ساختن در مقیاس‌های بزرگ به رخ ملل دیگر می‌کشد. شهر مکان مدیریت و تسلط بود، به همین دلیل سقوط امپراتوری غربی با ناپدید شدن شهرها در این منطقه همراه بوده است.

لوفور مطرح شد که تأکید وی بر شیوه‌های تولید فضا در جوامع سرمایه‌داری بوده است.

پس از لوفور، دیوید هاروی در کتاب شهری شدن سرمایه آغازگر بحثی در باب گردش سرمایه در فضاهای شهری و تولید فضای نشئت‌گرفته از آن شد که با رویکرد انتقادی ساختار و عملکرد، سرمایه‌داری را بررسی کرد (Harvey, 1985) و سپس ادوارد سوگا در کتابی با عنوان فضای سوم، سفرهایی به لس‌آنجلس و دیگر مکان‌های واقعی و تصور شده، به بررسی و تحلیل چنین امری پرداخته و بیان نمود که فضا به‌اندازه تاریخ و جامعه مهم است و ابعاد فضایی زندگی هیچگاه به‌اندازه ارتباط سیاسی و عملی امروز وسیع نبوده است.

در پدیده مصرف نیز، فضا هم به‌عنوان ابزار و هم نیروی تولید تحت نظام سرمایه‌داری مطرح می‌شود که این ویژگی ضرورتاً انتزاعش را به‌مثابه یک کالای به‌شدت بت‌واره شده نشان می‌دهد، مالکیت و کنترل فضا از بحث‌های مهم در پدیده مصرف است. از جمله این اندیشمندان که بر پدیده بت‌وارگی فضا در مصرف اشاره کرده‌اند می‌توان به دیوید هاروی^{۲۸}، یونگ هنری، کاستری، استفان گراهام^{۲۹} و نیل اسمیت^{۳۰} اشاره کرد.

دسته‌ای دیگری از اندیشمندان حوزه مصرف، شیوه تولید در هر جامعه را ابزاری برای بازتولید حیات مادی آن جامعه دانسته‌اند و اشاره می‌کنند که قوانین و قواعد اقتصادی در یک محیط خلأ وجود ندارند، بلکه باید در تجانس و هماهنگی با مجموعه‌ای تثبیت شده از روابط اجتماعی وابسته، نگریسته می‌شوند. از جمله این اندیشمندان که بر ابعاد فرهنگی و اجتماعی مصرف تأکید دارند، ویلیام رابینسون^{۳۱}، ریچارد فلوریدا^{۳۲}، لیندا مک دوئل و ویلیام ویلسون^{۳۳} می‌باشد (Allmendinger, 2002).

۵. بحث

شکل‌گیری شهر در یونان، مبدأ سیاسی و اقتصادی دارد و این مرکز با حوزه‌های نفوذ خود، دولت‌شهر را شکل دادند. پولیس یا دولت‌شهر برای یونانیان، یک مفهوم اجتماعی سیاسی داشت. یونان از چندین شهر تشکیل می‌شد که نه تنها حیات اجتماعی، بلکه حیات سیاسی و اقتصادی آنها با هم متفاوت بود. در شهرهای یونان دو هسته وجود دارد، آکروپولیس، هسته مذهبی

انسان دوستی است، دارای دو نتیجه متفاوت بود. از یک طرف تئوری تخیلی هومانستی کامل منتهی شد و از طرف دیگر به ایجاد شهرهای نظامی پادگانی منجر شد. در دوره رنسانس قصرهای بزرگ حاکمان و خاندان به منزله نماد شهر فعال و زنده هستند و گویی نشان دهنده کم شدن اعتقاد به کلیسا و رواج اومانسیم است و زاییده جنبش پروتستان است.

رنسانس عصر شکل گیری قدرت فردی است که جانشین قدرت دسته جمعی قرون وسطی می گردد. در این دوره فضاهای شهری جدید مثل نگاها و فروشگاهها ایجاد می شوند. به همین دلیل ایجاد کاخها توسط فرمانروایان رواج یافت. پرسپکتیو شهری مورد توجه قرار گرفت، زیرا از طریق به کار بردن آن کاخهای شهری در دید همه مردم قرار می گرفت. قصر در دوره باروک مرکز ثقل شهر است. محل استقرار کاخ را طوری انتخاب می کردند که اشراف و تسلط آن بر شهر تأمین گردد. خیابان مهم ترین نماد و اصلی ترین حقیقت دوران باروک است. زیرا دیدها را به سمت قصرها هدایت می کند. شهر باروک - از مرکز به سمت بیرون می نگرند، یعنی برون گراست.

در شهر دوران انقلاب صنعتی، معدن، کارخانه و راه آهن از عوامل تولیدی شهری جدید بودند. از تجارت به استثمار صنعتی از پدیدههایی است که موجب کسب کردن بزرگ ترین امکانات ثروت اندوزی است. در این دوران تمرکز خواص بر قدرت صنعتی و موفقیت مالی وجود دارد.

شهر دوران صنعتی انسان را محور کائنات قرار می دهد. هیچ اندیشه ماورایی وجود ندارد و همه چیز در آن تجربه می شود. شهر کاملاً مکان فعالیت است. در انقلاب صنعتی مردم از کاتولیک به پروتستان روی می آورند، چون به جنبه های مادی زندگی بیشتر توجه می شود. در این دوران با تصرف مجدد شهر توسط سرمایه داری، ایجاد بنگاه های اقتصادی رواج می یابد.

مک کرکن (۱۹۹۰)، سه برهه را در تاریخ مصرف تعیین می کند، قرن شانزدهم، هیجدهم، نوزدهم. قرن شانزدهم، تغییر شکل رویه مصرف در میان اشراف زادگان وجود دارد. مصرف به عرصه رقابتی تبدیل شد که در آن نجیب زادگان یا باید شرکت می کردند یا عملاً نابود می شدند. در طی قرن هیجدهم، دنیای اجناس و کالاها به طور شگفت انگیزی رونق یافت. مصرف برای بسیاری

تولید فضا در اواخر قرون وسطی هم خود را نشان می دهد. در این دوره، شهروندان قدرت اربابان سرزمینی و کلیسایی را به چالش می کشیدند و بنابراین جوامع شهری در محدوده های فضایی خاصی اقتدار پیدا می کردند. فضاها در آنجا به شدت متمایز شدند و مملو از معانی خاص و چندگانه ای شدند که هم می توانست نشان دهنده قدرت کلیسا وهم قدرت تجار باشد. کلیسای مسیحی، مکان خدا نبود، بلکه مکانی بود برای تجمع مردم به منظور دعا بود. این دوران رقابت و تعارض دولت با کلیسا وجود دارد. تجار و بازرگانان قدرت پیدا می کنند و برای خود شهر برپا می کنند.

در قرون وسطی اقتصاد اروپا بر مبنای فئودالیسم استوار گردید. در اواخر قرون وسطی کلیسا بزرگ ترین فئودال است. مرکزیت سیاسی وجود ندارد، چرا که پاپ نماینده خداست. پاپ یکی از حکمرانان فئودال ایتالیا است. یک نظام شهری در دل جامعه فئودالی شکل می گیرد که urb نام دارد. در دوره متأخر قرون وسطی، urb توسعه یافت و بر علیه فئودال قدرت یافت و موجب تجزیه تدریجی فئودال شد. بازرگانان مکان هایی را از فئودال اجاره کردند و مجموعه بازار را در آنجا شکل دادند. سپس دور آن پرچینی کشیدند و مجتمع زیستی انسانی شکل گرفت که urb نامیده می شد.

افکار و عقاید قرون وسطی در چارچوب منطق ارسطویی و اصول مسیحیت است و ایمان بر علم مقدم است و همین موجب تسلط کلیساها است. پی ریزی هسته ای بسیاری از شهرهای قرون وسطی توسط کلیسا است. در دوران قرون وسطی هم زمان با رشد بورژوازی و تحول زیر بنای اقتصادی، طرز تفکر تغییر یافت و جامعه متحول و زمینه های رنسانس مهیا شد.

شهر در دوران رنسانس به هسته مرکزی قدرت در تصمیم گیری تبدیل شده بود. نظارت بر زندگی سیاسی و اقتصادی شهر، به عهده شخص یا خانواده ای که قدرت فراوانی در تمام امور داشت، قرار گرفت. شکاف بین طبقات متوسط شهرنشین، سلسله مراتب جدیدی در فعالیت های شهری به وجود آورد.

البرتی از نظریه پردازان دوران رنسانس در طرح های خود به این موضوع تکیه داشت که زندگی اشراف زادگان و نجیب زادگان باید جدا از زندگی مردم عادی جدا باشد و نیز منطقه اسکان عام باید تحت نظر طبقه حاکم باشد. شهر رنسانس که معلول اندیشه های

دوره قاجار را می‌توان دوره تحولی عمده در مفاهیم تاریخی دانست، تحولی که نه بر مبنای دگرگونی شرایط تاریخی درونی بلکه بر مبنای تغییرات شرایط بیرونی رخ می‌دهد. شهر در مفهوم اروپایی آن در تقابل با روستا چهره می‌نماید. در سال ۱۲۷۰ ه.ش دیوارهای کهن فرو ریخته می‌شود. شبکه خیابان‌های جدید عمدتاً در قسمت شمالی شهر سازمان داده می‌شود. نقشه‌ی دارالخلافه ناصری که پایه‌گذاری سبک تهران در آن اتفاق می‌افتد، از طریق جابجایی مرکز شهر جابجایی اجتماعی را نیز موجب می‌شود، در سبک تهران خیابان مفهوم جدیدی می‌یابد و محله نیز به‌عنوان مکانی برای تبلور تمایزات اجتماعی نقش بازی می‌کند.

این گروه از خیابان‌ها موفق می‌گردند تا در شبکه سنتی بازار به‌عنوان ستون فقرات شهری خلل وارد کرده و خود را به‌عنوان عنصر اصلی شهر معرفی نمایند و مظهر تجددطلبی دولت قاجار در دوره ناصری شوند. حضور عملکردهای جدید چون تماشاخانه، سینما، چاپخانه و... موجب می‌شود که بازار به‌عنوان ستون فقرات اجتماعی فرهنگی شهر رقیبی قدرتمند در مقابل خود داشته باشد. خیابان و عناصر جدید آن مکان آموشد، اقشار اجتماعی به اصطلاح تجدد و فرنگی می‌شود.

تحسین پیشرفت و ترقیات غرب در دولت قاجار به شیفتگی به غرب در دولت پهلوی ختم می‌گردد. دولت پهلوی در مرحله اول موجودیت خود موفق می‌شود، تا با اعلان تجددطلبی به دگرگونی‌های شکلی و صوری ناشی شده از تفکر توسعه برون‌زا، تحقق بخشد.

انقلاب سفید ۱۳۴۱ ه.ش حرکتی است که در جهت تحقق منطلق توسعه برون‌زا انجام می‌گردد. دگرگونی محتوایی جامعه ناشی از توسعه برون‌زا، بستر عمل خود را نه در تولید و ایجاد یک جامعه مولد بلکه در مصرف و شکل بخشیدن به یک جامعه مصرف‌کننده، جستجو می‌کند. در این دوران شهر وابسته تولید می‌شود.

شهر وابسته، شهر سوداگر به سرعت به شهر تقلید، شهر فریب، شهر نیرنگ و شهر سراب تبدیل می‌گردد. شهر تقلید و شهر فریب این دوران بی‌آنکه از مضامین شهر صنعتی حرکت کند، به تقلید شکلی مصادیق آن می‌پردازد. اولین نقشه دگرگونی تهران در سال ۱۳۰۹ ه.ش به‌عنوان نقشه‌ی خیابان‌ها را به خود

از مردم، دیگر یکی از جنبه‌های فرعی نبود، بلکه در جای خود فعالیت اصلی محسوب می‌شد.

قرن نوزدهم، قرن تغییر و تحول است و مصرف نقش کلیدی این تغییر را بازی می‌کند. تأثیر مصرف بر شهر دقیقاً مانند تأثیر آن بر تخیل و واقعیت است، موضوع این است که باگذشت زمان، این تأثیر افزایش یافته است. در دوران انقلاب صنعتی به دلیل تغییرات ناشی از صنعتی‌شدن و مهاجرت فزاینده جمعیت، سرگرمی‌های عمومی ارزان‌قیمت به طور فزاینده در دسترس تعداد زیادی از ساکنان شهر قرار گرفت. با ایجاد کارخانه‌ها در این دوران، طبقه متوسط با درآمد به وجود آمد. با پیشرفت تکنولوژی و کشف برق سرگرمی‌های زیادی به مصرف‌کننده‌ها معرفی شد و فعالیت‌های فراغتی جدید تولید شد.

فروشگاه‌های بزرگ، یادآور همان کاخ‌های دوران باروک و رنسانس و کلیساهای دوران قرون وسطی می‌باشد. بسیاری از کالاهایی و فعالیت‌هایی که در زمان گذشته تنها محدود به خانواده سلطنتی بود، اکنون به‌واسطه کسب در آمد قشر متوسط، در اختیار آنها نیز قرار می‌گیرد. حضور در برخی از فضاهای تولید شده، برای اوقات فراغت، احساس فراوانی و تجمل‌گرایی را در افراد زنده می‌کند و به آنها احساس سلطنتی بودن را می‌دهد. در خیابان‌کشی بارون هوسمان، نمی‌توان تأثیر شرایط اجتماعی، اقتصادی آن زمان را نادیده گرفت، با روی کار آمدن گروه‌های قدرت، از جمله ناپلئون سوم، شهرسازی به ابزار نیرومند در دست صاحبان قدرت تبدیل شد.

شارل لوئی برای کسب وجهه و محبوبیت بیشتر در پاریس دست به کارهای بزرگ و چشمگیر می‌زد و از طرف دیگر با تبدیل کوچه‌های قرون وسطایی پاریس به خیابان‌های وسیع و مستقیم، تلاش می‌کرد تا هم حرکت سپاه را آسان‌تر سازد و همراه را بر انقلاب‌های احتمالی آینده ببندد. هوسمان معتقد بود که باید پاریس را دوباره تصرف کرد. مجموعه اقدامات انجام شده نمایانگر قدرت استبدادی است.

در تهران هم با تشکیل دولت متمرکز قاجار در سال ۱۱۶۵ ه.ش ایران وارد دوره جدیدی از تاریخ جهانی می‌گردد، دوره‌ای که طلیعه‌ی آن انقلاب ۱۷۸۹ فرانسه است. کشف نفت در نیمه‌ی دوم قرن نوزدهم میلادی سازمان حکومتی جدید را بنا بر خواسته‌ها و امیال برون‌زا بناکرد.

خیابان نیز امتداد دهد. به این ترتیب از تیپولوژی پاساژ با همان واژه فرانسوی استفاده شد.

نخستین پاساژ، در خیابان لاله‌زار نو در دوره رضاشاه، هنگامی که بوذر جهرمی شهردار تهران بود، ساخته شد. برخی از اولین پاساژهای تهران در دوران پهلوی دوم که انواع متعدد و سبک‌های آمریکایی به خود گرفتند شامل پاساژ نادری، ۱۳۲۶، پاساژ شیروانی، ۱۳۳۰، ساختمان آلومینیوم، ۱۳۴۰، پاساژ صفوی، دهه ۴۰ و پاساژ گلشن، ۱۳۴۳ در جنوب خیابان جمهوری، پاساژ علمی، ۱۳۳۴، ساختمان پلاسکو، ۱۳۴۰ و پاساژ کویتی‌های استانبول، ۱۳۵۴، در شمال خیابان جمهوری، پاساژ بهارستان، ۱۳۴۹ در ضلع جنوبی میدان بهارستان است.

در خوی هم فضاهای مصرفی که در هسته تاریخی خوی در زمان حکومت دنبلی‌ها (اواسط افشاریه تا اواسط قاجار)، تولید شده‌اند، عبارت‌اند از خیابان فرمانداری که به سمت دروازه چورس ادامه دارد و در قسمت انتهایی‌اش ارگ (میدان مشق) قرار گرفته است. خیابان تبریز که به سمت دروازه شوراب در حرکت است. خیابان امام امروزی که به دروازه محله می‌رسد و بازار تاریخی در جنوب قرار دارد.

فضاهای مصرف هسته تاریخی خوی در زمان پهلوی اول، شامل کانون گردشگری ساختمان فرمانداری، کانون گردشگری مسجد سیدالشهدا، کانون گردشگری مسجد مطلب‌خان، کانون گردشگری مقبره، کانون گردشگری کاروان‌سرای خان، میدان گندم و کانون گردشگری مسجد ملاحسن است.

فضاهای مصرف هسته تاریخی خوی در زمان پهلوی دوم، شامل خیابان‌کشی‌های شریعتی و طالقانی است و گونه جدیدی از فضاهای مصرف در هسته تاریخی خوی است. فضاهای مصرف هسته تاریخی خوی بین سال‌های ۱۳۶۰ تا ۱۳۷۰، شامل نوع جدید فضاهای مصرف پاساژ است، پاساژ مستضعفان، اتحاد، اقتباس، میرداماد.

فضاهای مصرف هسته تاریخی خوی بین سال‌های ۱۳۷۰ تا ۱۳۸۰، در ادامه روند پاساژ سازی سال‌های قبل است و شامل، پاساژ فخری، شهرداری، امیر کبیر، فرشاد است. ادامه پاساژ سازی در هسته تاریخی خوی بین سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۰ نیز ادامه داشته و پاساژ رضادوست و نگین احداث گردیده است.

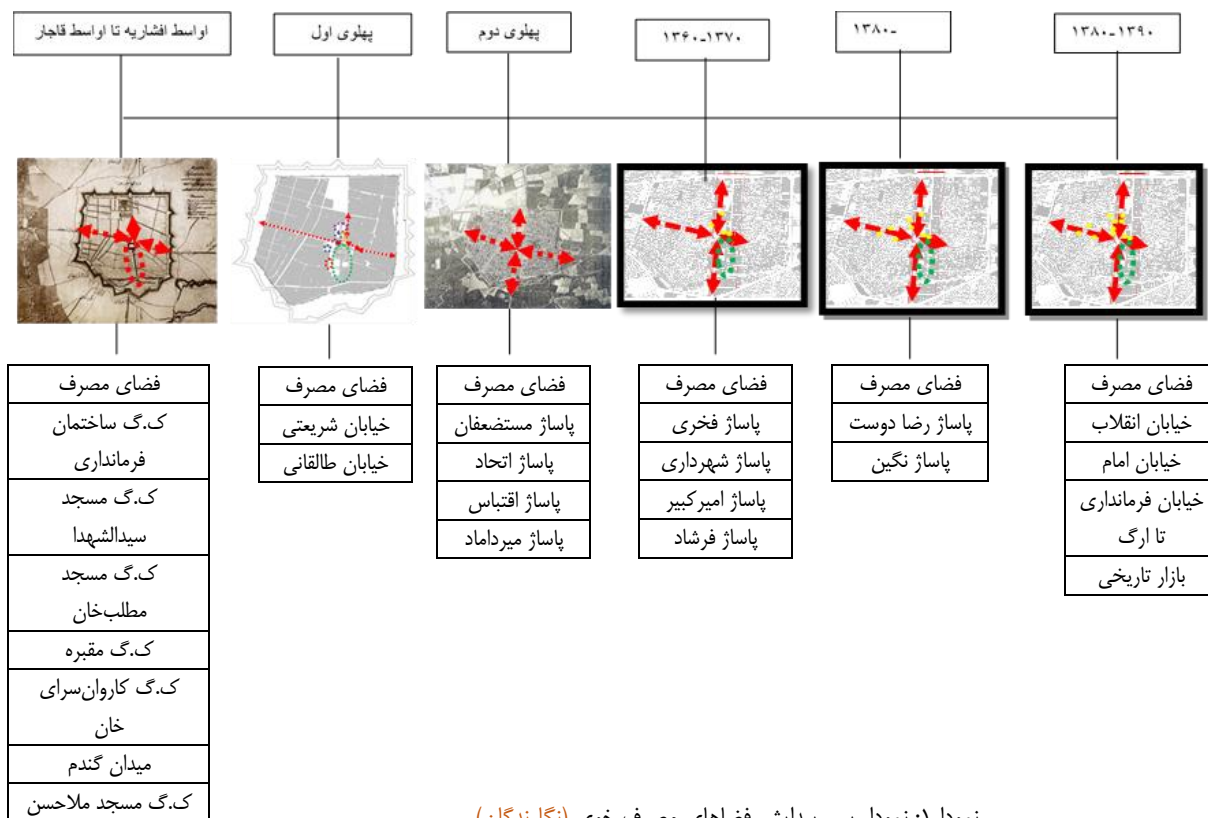
اختصاص داد. دو خیابان بافت کهن شهری را از هم می‌درد، خیابان بوذر جمهری و خیام، شهر کهن را مصلوب می‌کنند. خیابان نه به عنوان عنصر مکمل سازمان و شالوده کهن بافت شهر بلکه به عنوان عنصر مسلط و تعیین کننده در شهر ظاهر می‌شود.

در بین سال‌های ۱۳۳۲ تا ۱۳۴۵، شهر از طریق حرکت سوداگرانه کالا و سرمایه، به مکان ثروت تبدیل می‌گردد. شهر وابسته تولد می‌یابد. از این پس شهر بی‌برنامه است که دولت را سمت خواهد داد. شهر وابسته، شهر بی‌برنامه به شهر سوداگر حیات می‌بخشد. شهر در این مرحله فرایند بی معنا شدن خود را آغاز کرده است.

تهران به عنوان مظهر شهر سوداگر و شهر مصرف، در سال ۱۳۴۵ خود را نشان می‌دهد. طرح‌های شهری سال ۱۳۱۰ بر آن بودند که پژوهی از تفکر هوسمان گونه را عرضه دارند، طرح‌ها مبشر معماری و شهرسازی بولدوزر است. شهر از این پس مکان آرزوهای بسیار است، شهر نیرنگ و شهر سراب پیدایش خود را اعلام می‌دارند. شهر مکان آرزوها می‌گردد و روستاها یکی پس از دیگری برای رفتن به سرزمین آرزوها ترک می‌شوند.

تقابل و تضاد بین کمیت و کیفیت، تجددطلبی و نوگرایی، توسعه مکانیکی و رشد ارگانیکی، بین زیستن و بودن، بین چندوچون، بین شایع و واقع، بین انقطاع و تداوم و سرانجام بین تخیل و واقعیت دیده می‌شود. از اوایل سال ۱۳۵۰ گونه جدیدی از فضاهای مصرف مانند مجموعه فروشگاه‌های زنجیره‌ای کوروش و فروشگاه‌های تعاونی سپه از اهم اتفاقات این دوره بود که خرده فروشی را به صورت متمرکز و به عنوان مراکز خرید به روش نوین آشکار می‌سازد.

بناهای کنار خیابان شامل سمبل‌های دنیای صنعتی، کارخانه‌ها، ادارات دولتی، هتل‌ها، سینماها و تماشاخانه‌ها و مغازه‌های عرضه کننده کالاهای جدید بوده‌اند. همراه با افزایش اهمیت خیابان و ساختمان‌های مجاور آن، بافت قدیمی که در عمق قرار می‌گرفت، فرسوده شد و ارزش آن تنزل پیدا کرد. در این دوران سرمایه‌گذاران به فکر ساخت مراکز تجاری افتادند که بتواند ارزش تجاری لبه خیابان را به عمق بافت‌های ساختمانی اطراف



۶. یافته‌ها

خیابان شمالی، جنوبی، به نام کاردو و خیابان شرقی، غربی به نام دکومانوس، است که این دو خیابان در مرکز همدیگر را قطع می‌کنند.

در دوران قرون وسطی، کلیسا به‌عنوان نماد مذهب قدرت داشت و پاپ نماینده این قدرت است، اما در این دوران، گاه تجار در تلاش بودند تا قدرت را از دست کلیسا خارج کنند، همین موجب می‌شود تا مفهوم *urb*، به‌عنوان نماد این قدرت تولید شود. اما همچنان قرون وسطی عصر حاکمیت، کلیسا هست و قدرت مذهبی قدرت مطلق در تولید فضا بوده است.

در دوران رنسانس قدرت از کلیسا به مردم انتقال یافت، اما این مردم جزو شهروندان عادی نبوده، بلکه اشخاص یا خانواده‌هایی بودند که در جامعه قدرت زیادی داشتند. در این دوران، این افراد قدرتمند، سعی می‌کردند با تولید فضاهای مخصوص خود، زندگی خود را از سایر افراد جدا کنند و قصر حاکمان و بزرگان به‌منزله نماد این قدرت است.

در دوران انقلاب صنعتی، قدرت به اقتصاد انتقال می‌یابد و افراد متوسط در جامعه به‌واسطه وجود کارخانه‌های فراوان و ایجاد شغل‌های واسطه‌ای و مهاجرت از روستا به شهر، سعی می‌کنند

از زمان‌های دور، پیدایش شهرها مبدأ سیاسی، اقتصادی دارند. مانند شهرهای یونان که توسط قدرت مذهبی و قدرت سیاسی هم‌زمان اداره می‌شد. قدرت سیاسی سعی بر سرمایه‌گذاری و تولید ساختمان‌های عمومی داشت و آگورا نماد این قدرت است و قدرت مذهبی سعی در تولید هسته‌های مذهبی داشته و تپه‌های مختص معابد نماد این قدرت است. با توجه به تولید مفهوم دموکراسی توسط مردم، فضاهای متنوعی در شهر با مفهوم اجتماعی سیاسی تولید گشت.

در رم، دولت قوی‌ترین قدرت را در تولید فضا داشته و تمام فضاهای تولید شده، یادآور و نشانگر قدرت امپراتوری رم هست. فضاهای فراغتی زیادی در شهر تولید شده بود، اما این فضاها، فضاهای واقعی برای مردم نبودند، بلکه قدرت سعی داشت، تا از این طریق کنترل بر زندگی خصوصی شهروندان را داشته باشد. این همان مفهوم اولیه بود که در پدیده مصرف شهری به وقوع پیوست، بحث کنترل بر زندگی خصوصی شهروندان از طریق تولید و مصرف برخی فضاها. در این دوران اولین مفهوم خیابان‌کشی به‌عنوان مفهوم و نمادی برای قدرت دیده می‌شود.

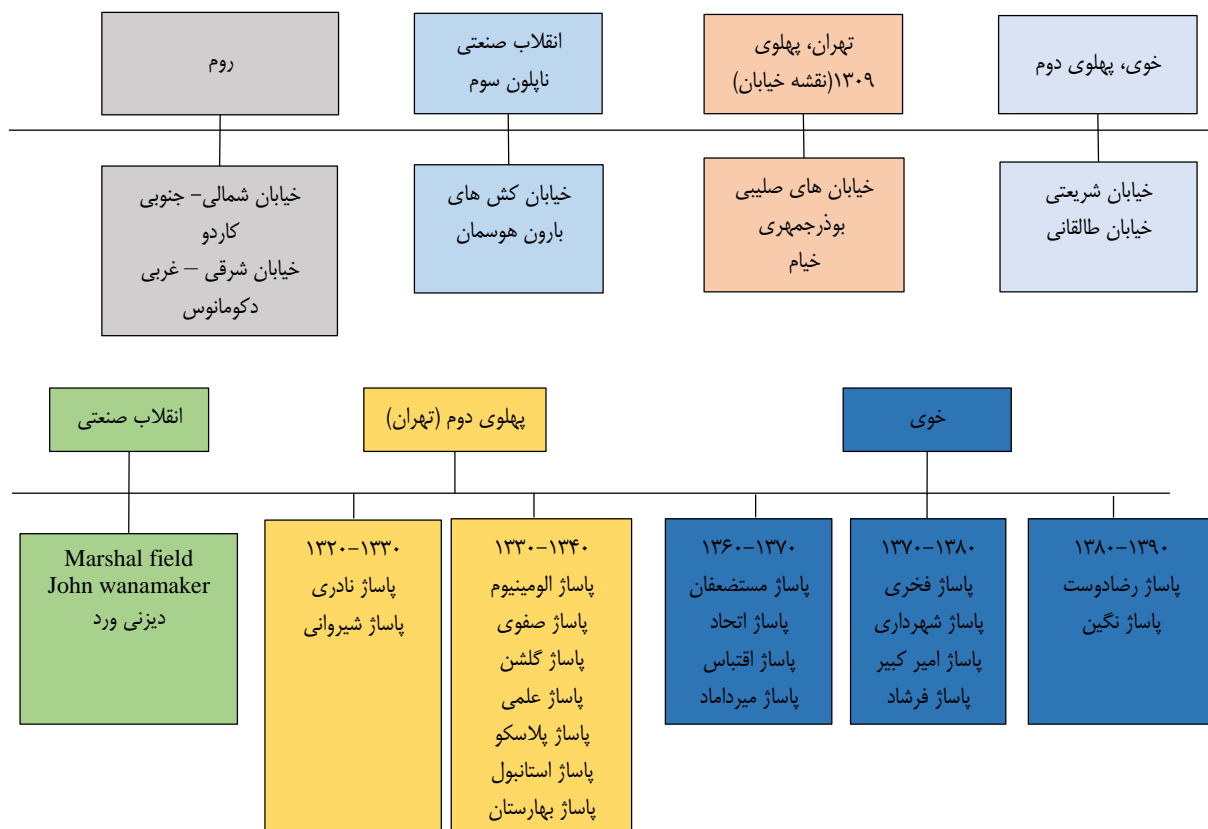
و دنباله‌رو خیابان‌کشی‌های روم، کاردو و دکومانوس و سپس بارون هوسمان است.

در این زمان در ایران مفهوم شهر مصرفی تولید می‌شود و افراد با عنوان فرنگی با حضور در این خیابان‌ها و فضاهای جدیدی که در اطراف این خیابان‌ها تولید شده‌اند، به دنبال همان مفهوم مصرف‌نمایی و منزلتی بوده که ریشه در انقلاب صنعتی و رنسانس دارد و سعی می‌کنند که از این طریق خود را از سایر افراد جامعه جدا کنند.

در خوی هم در زمان پهلوی دوم خیابان‌های شریعتی و طالقانی، بافت تاریخی خوی را می‌درد، همچنین پاساژ سازی‌ها به‌عنوان گونه‌ی جدیدی از فضاهای مصرف‌نمایی می‌افتد که ریشه در دوران انقلاب صنعتی و پاساژ سازی‌های زمان پهلوی دارد.

تا خود را در زیرمجموعه‌ی افراد دارای قدرت قرار دهند و در اینجا بود که مفهوم مصرف‌نمایی و مصرف‌منزلتی به وجود می‌آید، افراد دیگر نه برای رفع نیازهای ضروری خود بلکه برای نمایش قدرت خود و کسب منزلت اجتماعی در فضاهای خاصی حضور می‌یابند.

در این دوران خیابان‌کشی‌های بارون هوسمان اتفاق می‌افتد و خیابان نه به‌عنوان فضایی برای مردم؛ بلکه در مفهوم تسخیر مجدد شهر است. با بررسی پدیده‌ی مصرف و تولید فضا در ایران، در زمان تشکیل دولت قاجار خیابان‌کشی‌های جدیدی اتفاق می‌افتد، در دولت پهلوی نیز خیابان بوذرجمهری و خیام، به‌صورت صلیبی، بافت تاریخی تهران را می‌درد که در تبعیت



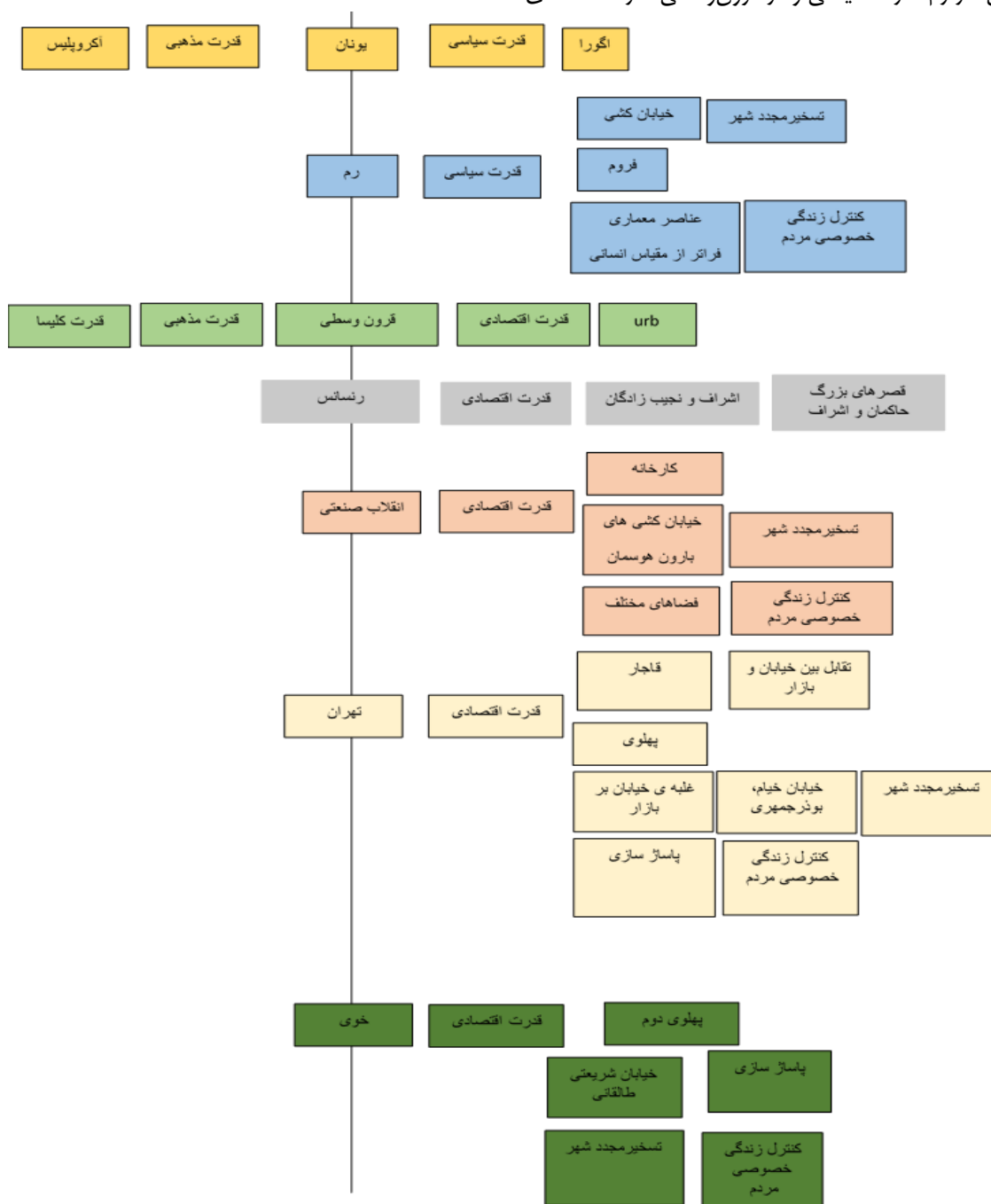
نمودار ۲: سیر پیدایش فضا (نگارندگان)

کوچک را درگیر خود کرده است. تمام فضاها در شهر، حتی جهت توسعه شهر، توسط نیروهای پنهان قدرت تولید می‌شوند. این نیروی پنهان، گاه در قالب قدرت مذهبی، گاه در قالب قدرت اقتصادی و یا سیاسی ظاهر می‌شود و سلطه خود را نه فقط بر

۷. نتیجه گیری

باتوجه به مطالعات انجام شده، می‌توان به این نتیجه رسید که بحث مربوط به مصرف و تولید فضا از گذشته تا حال وجود داشته و مانند یک ویروس، همه شهرهای جهان از بزرگ تا

حوزه نفوذ خود، بلکه بر تمام جهان می‌افکند. با بررسی‌های انجام شده در طول دوره‌های تاریخی، در یونان قدرت مذهبی و سیاسی، در رم قدرت سیاسی و در قرون وسطی قدرت اقتصادی و قدرت مذهبی، در دوران رنسانس و در دوران انقلاب صنعتی قدرت اقتصادی در تولید فضاها نقش داشته است.



نمودار ۳: چارچوب پیشینه فضا با رویکرد تئوری تولید و مصرف (نگارندگان)

۳. Edmund Bacon

۴. Zucker

۵. Rapaport

پی‌نوشت

۱. Camillo Sitte

۲. Gordon Cullen

- | | |
|-------------------------|---------------------|
| Henri Lefebvre .۲۱ | Rob Krier ۶ |
| David Harvey .۲۲ | Jan Gehl ۷ |
| Michel Foucault .۲۳ | William L. White ۸ |
| Alexander Cuthbert .۲۴ | Bentley ۹ |
| Georg Simmel .۲۵ | Oscar Newman ۱۰ |
| Émile Durkheim .۲۶ | Roger Transic ۱۱ |
| Edward Soja .۲۷ | Kevin A. Lynch ۱۲ |
| David Harvey .۲۸ | Donald Appleyard ۱۳ |
| Stephen Graham .۲۹ | Edward T. Hall ۱۴ |
| Neil Smith .۳۰ | Theodore Schultz ۱۵ |
| William J. Robinson .۳۱ | Edward Relph ۱۶ |
| Richard Florida .۳۲ | David Kanter ۱۷ |
| William Wilson .۳۳ | Kerry Pich ۱۸ |
| | Robert E. Park ۱۹ |
| | Engels Marx ۲۰ |

تعارض منافع

نویسندگان هیچ‌گونه تعارض منافی برای اعلام ندارند.

منابع

- افروغ، عماد. (۱۳۹۸). فضا و جامعه. تهران: نشر علم.
- بودریار، ژان. (۱۳۹۰). جامعه‌ی مصرفی: اسطوره‌ها و ساختارها. ترجمه‌ی پیروز ایزدی، تهران: ثالث.
- جین، مارک. (۱۳۹۱). شهرها و مصرف، ترجمه ابوالفضل مشکینی، نصرالدین الیاس زاده مقدم، اشرف راضی. تهران: مرکز تحقیقات راه، مسکن و شهرسازی.
- حاتمی نژاد، حسین و شورچه، محمود. (۱۳۹۳). شهر و نظریه انتقادی. تهران: پرهام نقش.
- حاتمی نژاد، حجت. (۱۳۹۹). واکاوی مفهوم فلسفی فضا و فضا‌مندی شهرها از منظر لوفور.
- کاتبرت، الکساندر. (۱۳۹۱). طراحی شهری و اقتصاد سیاسی فضایی: بررسی و نقد ۵۰ سال اخیر. ترجمه رضا بصیری مژدهی و حمیده فرهمندیان، تهران: طحان.
- کاشانی جو، خشایار. (۱۴۰۰). بازساخت رویکرد نظری به شهر. تهران: طحان.
- رسولی، سید حسن. (۱۴۰۱). ظهور فضاهای شهری. تهران: نشر سیمرغ اسمان.
- مایلز، استیون و مایلز، مالکوم. (۱۳۹۲). شهرهای مصرفی. ترجمه مرتضی قلیچ و محمد حسن خطیبی بایگی، تهران: تیسرا.
- نوربرگ شولتز، کریستیان. (۱۳۸۴). مفهوم سکونت: به‌سوی معماری تمثیلی، ترجمه‌ی محمدرضا جودت. تهران: آگه.
- نیومن، ویلیام. (۱۳۸۹). شیوه‌های پژوهش‌های اجتماعی: رویکردهای کیفی و کمی، ترجمه‌ی حسن دانایی فرد و سید حسین کاظمی. تهران: مهربان نشر.
- نژادابراهیمی، احد. (۱۳۹۷). چارچوب نظری فضای شهری. تهران: نشر علم.
- هاروی، دیوید. (۱۹۸۵). شهری شدن رسامیه. ترجمه: عارف اقوامی مقدم. تهران: نشر دات.
- هاروی، دیوید. (۱۹۹۰). وضعیت پسامدرنیته: تحقیق در خاستگاه‌های تحول فرهنگی. ترجمه: عارف اقوامی مقدم. تهران: نشر پژوهاک.

- هاروی، دیوید. (۲۰۱۴). هفده تناقض و پایان رس‌مابه‌داری. ترجمه: خرسو کالنرتی و مجید امینی. تهران، نشر کلاغ.
- Allmendinger, P. (2002). Towards a post-positivist typology of planning theory. *Planning theory*, 1(1), 77-99.
- Araabi, H. F. (2016). A typology of Urban Design theories and its application to the shared body of knowledge. *Urban Design International*, 21(1), 11-24.
- Barke M. and Harrop K. (1994). Selling the Industrial Town: Identity, Image and Illusion. In Gold J. R. and Ward S. V. (eds), *Place Promotion: The Use of Publicity and Marketing to Sell Towns and Regions*. John Wiley, Chichester.
- Baudrillard, J. (1988). *AMERICA*. London and New York.
- Baudrillard, J. (1993). *Symbolic Exchange and Death*. SAGE.
- Baudrillard, J. (2011). *Consumer Society: Myths and Structures*. translated by (P. Izadi Trans). Sales. (in Persian)
- Bayangani, B., Irandoost, S. F., & Ahmadi, S. (2013). Lifestyle from a sociological perspective; an introduction to the knowledge and analysis of the concept of lifestyle. *Cultural Engineering*, 2, 2-4. (in Persian)
- Binkley S. and Litter J. (Eds.) (2008). *Cultural studies and anti-consumerism: A critical encounter*. New York: Routledge.
- Blackburn, S. (2008). *Oxford Dictionary of Philosophy*. (second edition revised). Oxford: Oxford University Press.
- Boyer M. (1999). *The City of Collective Memory: Its Historical Imagery an Architectural Entertainments*. MIT Press, Cambridge, MA.
- Bentley, k.d. (1985k). *Typologies and taxonomies: An introduction to classification techniques*(v.102).sage.
- Blackwell, Oxford. Cuthbert, A. (2012). *Urban Design and Spatial Political Economy: A Review of the Last 50 Years*. (R. Mojdehi and H. Farahmandian Trans). Tahan. (in Persian)
- Campbell C. (1995). *The Sociology of Cosumption*. In Miller D. (ed.) *Acknowledging Consumption: A Review of New Studies*. Routledge, London.
- Carlstein T. (1980). *Time Resources, Society and Ecology: On the Capacity for Human Interaction in Space and Time*. (Vol. 1). Unwin Hyman.
- Carmona M. and Wunderlich F. M. (2012). *Capital Spaces*. Routledge, London.
- Castells M. (1989). *The Informational City: Information Technology, Economic Restructuring, and the Urban Regional Process*. Oxford, UK; Cambridge, Massachusetts: Blackwell.
- Castells M. (1998). *The Information Age: Economy, Society and Culture*. (Vol.3): End of Millennium, Wiley
- Castles S., Kosack G. (2010). *Selected Studies in International Migration and Immigrant Incorporation* ‘the function of labor immigration in Western European capitalism. Amsterdam University Press
- Castree N., Coe N. M., Ward K., Samers M. (2003). *Spaces of Work: Global Capitalism and Geographies of Labor*, SAGE.
- Coe N. M., Kelly P. F., Yeung Henry W.C. (2007). *Economic Geography: A Contemporary Introduction*. Wiley

- Crewe, L. (2000). Geographies of retailing and consumption. *Progress in Human Geography*, 24(2), 275- 290.
- Crewe, L. (2003). Geographies of retailing and consumption: markets in motion. *Progress in Human Geography*, 27(3), 352-362.
- Cuthbert, A. (2007). *The Form of Cities: Political Economy and Urban Design*.
- Dadgar, Y. (2005). Multiplicity of Political Economy. *Journal of Economic Research*, 15, 26-1. (in Persian)
- de Certeau M. (1984). *The Practice of Everyday Life*. (S. Rendall, Trans.). University of California Press .
- de Certeau M. (1988). *The Writing of History*. Columbia University Press.
- DeFilippis J. (2004). Fables of the Reconstruction: Lower Manhattan after 9/11. In Bell D. and Jayne M .
- Dicken P. (2007). *Global Shift: Mapping the Changing Contours of the World Economy*. SAGE .
- Domosh, M. (1996). The Feminized Retail Landscape: Gender Ideology and Consumer Culture in nineteenth-century New York City. In Wrigley, N. and Lowe, M., editors, *Retailing, Consumption and Capital*, Harlow: Longman, pp. 257–270.
- Douglas M., Isherwood B. (1996). *The World of Goods: Towards an Anthropology of Consumption*. London: Routledge .
- Elden, S. (2004). *Understanding Henri Lefebvre*. A&C Black. Engels F. (2011). *Socialism: Utopian and Scientific (Introduction - Materialism)*. Marxists Internet Archive. Retrieved 7 December 2011.
- Fazeli, M. (2003). *Consumption and Sexuality*. Sobh Sadegh. (in Persian)
- Featherstone M. (1991). *Consumer Culture and Postmodernism*. SAGE .
- Fiske J. (1989). *Reading the Popular*. Unwin Hyman.
- Fiske, J. (1998). *The popular economy*. *Cultural Theory and Popular Culture*, Prentice Hall .
- Florida R. (2005). *The Flight of the Creative Class: The New Global Competition for Talent* .
- Fuchs, C. (2018). Henri Lefebvre’s theory of the production of space and the critical theory of communication. *Communication Theory*, 29(2), 129-150 .
- Gehl, j. (2011). *Life between buildings: using public space*.
- Gilroy, P. (1987). *There Ain't No Black in the Union Jack: The Cultural Politics of Race and Nation*. University of Chicago Press .
- Gold J. R., Ward S. V. (eds) (1994). *Place Promotion: The Use of Publicity and Marketing to Sell Towns and Regions*. John Wiley, Chichester.
- Golkar, K. (2011). *Creating a Sustainable Place: Reflections on Urban Design Theory*. Shahid Beheshti University. (in Persian)
- Gottdiener M. (ed.) (1994). *New Forms of Consumption: Consumers, Culture and Commodification*. Rowman and Littlefield, London.
- Graham S. (1999). Global Grids of Glass: On Global Cities, Telecommunications and Planetary Urban Networks. *Urban Studies*, 36(5-6), 929-949.
- Hajer M., Reijndorp A. (2001). In Search of New Public Domain. NAI Publishers, Rotterdam .

- Halkier, B. (2001). Routinization or Reflexivity? Consumers and Normative Claims for Environmental Consideration. In *Ordinary Consumption*, Edited by Jukka Groncow and Alan Warde, Routledge .
- Harvey, D. (1973). *Social Justice and the City*. University of Georgia Press .
- Harvey, D. (1982). *The Limits to Capital*. Verso .
- Harvey, D. (1985). *The Urbanization of Capital*. John Hopkins University Press .
- Harvey, D. (1989). *The Condition of Postmodernity: An Enquiry into the Origins of Cultural Change* .
- Hatami Nejad, H. and Shoorcheh, M. (2014). *City and Critical Theory (with emphasis on David Harvey's views and works)*. Parham Naghsh. (in Persian)
- Hebdige, D. (1979). *Subculture: The Meaning of Style*. Methuen.
- Isbell K. (2003). *Ethical Consumersim*. Green Teacher.
- Jayne, M. (2012). *Cities and Consumption*. (A. Meshkini, N. Moghadam, A. Razi Trans). Road, Housing and Urban Research Center. (in Persian)
- Kunzmann, K. R. (2011). *Spaces of Consumption*. In *Companion to Urban Design*, Tridib Banerjee, Anastasia Loukaitou-Sideris (Editors), Taylor & Francis.
- Kazemi, A. (2013). *Wandering and daily Iranian life*. Farhang Javid. (in Persian)
- Knox P. L. (2011). *Cities and Design*. Routledge, London.
- Knox, P. L. (1984). Symbolism, styles and settings: the built environment and the imperatives of urbanized capitalism. *Architecture and Behaviour*, 2(2), 107-122 .
- Knox, P. L. (1987). The social production of the built environment architects, architecture and the postmodern city. *Progress in human geography*, 11(3), 354-377.
- Kunzmann, K. R. (2011). *Spaces of Consumption*. In *Companion to Urban Design*, Tridib Banerjee, Anastasia Loukaitou-Sideris (Editors), Taylor & Francis.
- Laermans, R. (1993). Learning to consume: early department stores and the shaping of the modern consumer culture (1860-1914). *Theory, Culture & Society*, 10(4), 79-102.
- Lash, S. (1999). *Another Modernity: A Different Rationality*. Wiley .
- Lefebvre, H. (1981). *Critique de la vie quotidienne* .
- Lefebvre, H. (1989). *Le matérialisme dialectique*. FeniXX .
- Lefebvre, H. (1991). *The Production of Space*. (D. Nicholson, Trans). Wiley .
- Miles, S. H. (1998). *Consumerism: As a Way of Life*. SAGE.
- Miles, S. H. (2010). *Spaces for Consumption*. SAGE .
- Miles, S. H. and Miles, M. (2013). *Consumer Cities*. (M. Ghelich and M. H. Baygi Trans). Tisa. (in Persian)
- Madani-Pour, A., & Madani, A. (1996). *Design of urban space*. Academy .
- Malpass, A., Cloke, P., Barnett, C., & Clarke, N. (2007). Fairtrade urbanism? The politics of place beyond place in the Bristol Fairtrade City campaign. *International Journal of Urban and Regional Research*, 31(3), 633-645 .
- Marcuse, H. (1964). *One-Dimensional Man*. Abacus.
- Marx, K. (1906). *Capital: A Critique of Political Economy*. Ed. Frederick Engels (New York: Modern Library, no date, first published 1906) .
- Marx, K. (1990). *1867. Capital: A Critique of Political Economy*. (Volume One) .

- Massey, D. (1984). *Spatial Divisions of Labor: Social Structures and the Geography of Production* .
- McDowell, L. (1997). *Capital Culture: Gender at Work in the City*. Wiley-Blackwell.
- Miles, S. H. (1998). *Consumerism: As a Way of Life*. SAGE.
- Miles, S. H. (2010). *Spaces for Consumption*. SAGE .
- Miles, S. H. and Miles, M. (2013). *Consumer Cities*. (M. Ghelich and M. H. Baygi Trans). Tisa. (in Persian)
- Miller, D. (1995). *Consumption as the Vanguard of History, a Polemic by Way of an Introduction*. In Miller, Danny (editor) *Acknowledging Consumption: A Review of New Studies*, Routledge, London, pp. 1–57.
- Robinson, W. I. (2004). *A Theory of Global Capitalism: Production, Class, and State in a Transnational World*. Johns Hopkins University Press .
- Rapoport, A. (1996). *House form and CULTURA*. New Delhi:London- University College, Prentice-hall of india private ltd.
- Saunders, P. R. (1981). *Social Theory and the Urban Question*. Routledge .
- Scott, A. J. (2000). *The Cultural Economy of Cities: Essays on the Geography of Image-Producing Industries*. SAGE .
- Simmel, G. (1903). *The Metropolis and Mental Life*, in Levine, Donald (editor) 'Simmel: On individuality and social forms' Chicago University Press, 1971 .
- Sklair, L. (2012). *Culture-Ideology of Consumerism*. In: *Encyclopedia of Consumer Culture*, Dale Southerton(Editor), The Wiley-Blackwell .
- Slater, D. (1997). *Consumer Culture and Modernity*. Wiley .
- Smith, N. (1984). *Uneven Development: Nature, Capital, and the Production of Space*. University of Georgia Press .
- Sorkin M. (Ed) (1992). *Variations on a Theme Park: The New American City and the End of Public Space*. Hill & Wang, New York.
- Storey J. (1999). *Cultural Consumption and Everyday Life*. New York: Arnold .
- Soja, E. W. (2011). *Beyond Postmetropolis*. *Urban Geography*, 32(4), 451-469.
- Soja, E. W. (1996). *Third Space: Journeys to Los Angeles and other Real-and- Imagined paces*. Black Well Publisher.
- Thorpe, M. (1999). *Marginalization and Resistance Through the Prism of Retirement*. In *Consuming Cultures. Power and Resistance*, Jeff Heametal(Editor), Palgrave Macmillan.
- Tönnies, F. (1979) *Gemeinschaft und Gesellschaft: Grundbegriffe der reinen Soziologie*. (8th edition) .
- Urry, J. (1995). *Consuming Places*. Taylor & Francis.
- Veblen, T. (1899). *The Theory of the Leisure Class*. B. W. Huebsch .
- Warde, A. (1997). *Consumption, Food and Taste*. SAGE .
- Wilson, W. J. (2011). *Being Poor, Black and American: The Impact of Political, Economic and Cultural Forces*. *American educator* .
- Zieleniec, A. (2014). *Space and Social Theory*. (M. Shoorcheh Trans). Modiran Emrooz. (in Persian)
- Zukin, S. (1998). *Urban lifestyles: diversity and standardization in spaces of consumption*. *Urban studies*, 35(5-6), 825-839.
- Zucker, P. (1959). *Town and square: from the agora to the village green*. New York: Columbia University Press.

A research on the background of the emergence of space based on production and consumption approaches From Rome to Khoy

Raana iraji¹, Dariush sattarzadeh^{2*}, Arash Saghafi Asl³, Morteza Mirgholami⁴

(Receive Date: 06 March 2024 Revise Date: 07 April 2024 Accept Date: 11 August 2024)

Research Article

Abstract

Introduction: Today, cities are trying to create facilities for consumption. That is, cities are defined by the facilities they provide for consumption. But this is not the whole story, this article shows that consumption and production is not a new phenomenon and has a long history and has somehow defined itself from the past to the present in different ways and in different spaces. Slow The hidden dimension of consumption and production is power, this power is sometimes in the possession of religion and sometimes in the possession of the economy and it produces its own suitable consumption spaces. What is important is to prove this issue, that with the change of power, the type of production and consumption spaces also changes, but consumption and production are two important concepts in the analysis of space. The purpose of this article is to prove that space cannot be defined as an independent element of its society in a general way, general definitions about space cannot specify the exact nature of space and More important than the superficial studies of space, the way of creation and appearance of space under the influence of the concept of power, as a hidden factor in the phenomenon of consumption and production of space, should be investigated. This research shows how space was created in different historical periods under the influence of its society and according to the concept of power at that time.

Methodology: To achieve the above goal, the qualitative research strategy and historical interpretation approach have been used to classify and identify the types of production of consumer spaces throughout history. This research is a type of historical interpretative research, whose subject happened in the past. Types of historical interpretative research are mostly placed under qualitative research.

Results: Consumption is not a new phenomenon and throughout history and throughout the cities of the world, it has shown itself in the form of different consumption spaces from the street to the arcade. The result of the research shows that there has been a discussion about the consumption and production of space since the past. This hidden force sometimes appears in the form of religious power, sometimes in the form of economic or political power, and it dominates not only its sphere of influence, but the whole world.

Conclusion: According to the conducted studies, it can be concluded that the debate about the consumption and production of space has existed since the past and like a virus, it has affected all the cities of the world from big to small. All the spaces in the city, even for the development of the city, are produced by the hidden forces of power. This hidden force sometimes appears in the form of religious power, sometimes in the form of economic or political power, and it dominates not only its sphere of influence, but the whole world. According to the investigations carried out during the historical periods, religious and political power in Greece, political power in Rome, economic power and religious power in the Middle Ages, economic power played a role in the production of spaces during the Renaissance and during the Industrial Revolution

Conflict of interest: None declared.

Keywords: Consumption, space, production, power, background, emergence

¹ PhD student of urban design, Department of Urban Planning, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran.

² Associate Professor, Department of Urbanism, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran (Corresponding author).
sattarzadeh@iaut.ac.ir

³ Assistant Professor, Department of Urbanism, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran.

⁴ Professor, Faculty of Architecture and Urbanism, University of Islamic Art, Tabriz, Iran.