

فرهنگ
شهر

استیون مایلز
مالکوم مایلز

شهرهای مصرفی



ترجمه

دکتر مرتضی قلیچ

محمد خلیل خطیبی بانگی



سازمان اسناد و کتابخانه ملی
جمهوری اسلامی ایران

به نام خداوند جان و خرد
کزین برتر اندیشه برنگذرد

سرشناسه	مایلز، استیون؛ Steven, Miles
عنوان و نام پدیدآور	شهرهای مصرفی؛ نویسنده: استیون مایلز، مالکوم مایلز؛ مترجمان: مرتضی قلیچ، محمدحسن خطیبی بایگی؛ به سفارش اداره کل مطالعات اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران.
مشخصات نشر	تهران: نیسا، ۱۳۹۲.
مشخصات ظاهری	۳۷۲ ص: جدول، نمودار؛ ۲۱×۲۵.
فروست	نگاشت شهر؛ ۶۱
فروست	فرهنگ و اجتماع، ۳۲.
شابک	۱۵۰۰۰۰ ریال؛ 978-600-6662-85-5
وضعیت فهرست نویسی	فیپا
یادداشت	عنوان اصلی: consuming cities, c2004
موضوع	شهرها و شهرستان ها
موضوع	مصرف
موضوع	فرهنگ مادی
موضوع	زندگی شهری
موضوع	جامعه‌شناسی شهری
شناسه افزوده	مایلز، مالکوم- ۱۹۵۰ م
شناسه افزوده	Miles, Malcolm
شناسه افزوده	قلیچ، مرتضی، ۱۳۵۹- . مترجم
شناسه افزوده	خطیبی بایگی، محمدحسن، ۱۳۶۳- . مترجم
شناسه افزوده	شهرداری تهران، اداره کل مطالعات اجتماعی و فرهنگی
رده‌بندی کنگره	۱۳۹۲ ش ۲ م / ۱۱۹ HT
رده‌بندی دیویی	۳۰۷/۷۶
شماره کتابشناسی ملی	۳۲۰۱۲۳۹



معاونت امور اجتماعی و فرهنگی
اداره کل مطالعات اجتماعی و فرهنگی

شهرهای مصرفی

نویسنده: استیون مایلز - مالکوم مایلز؛ مترجمان: دکتر مرتضی قلیچ - محمدحسن خطیبی بایگی

دبیر علمی مجموعه «فرهنگ و شهر»: دکتر نعمت‌الله فاضلی

سفارش‌دهنده: اداره کل مطالعات اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران

چاپ اول: پاییز ۱۳۹۲، شماره نشر: ۸۷

ویراستار: فهیمه نظری، صفحه‌آرا: فاطمه حامدی یکتا

لیتوگرافی: کارآ، چاپ: دالاهو، صحافی: کیمیا؛ ناظر فنی چاپ: مصطفی شریفی

تعداد: ۱۰۰۰ نسخه، قیمت: ۱۵۰۰۰۰ تومان، شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۶۶۲-۸۵-۵

همه حقوق چاپ و نشر این اثر محفوظ است. استفاده از مطالب با ذکر منبع بلااشکال است.

انتشارات تیسرا

تهران، بهارستان، ظهیرالاسلام، دیلمان، پلاک ۶، واحد ۳، تلفن: ۳۳۹۹۲۴۷۰، ۳۳۹۹۴۲۳، www.tcesa.ir

معاونت امور اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران

تهران، بزرگراه شهید گمنام، ابتدای بزرگراه کردستان، تلفن: ۸۲۱۰۶۰۰۰، www.tehran.farhangi.ir

فهرست

۱۱	پیشگفتار
۱۵	پیشگفتار مترجمان
۱۷	قدردانی
۱۹	فصل یکم: تأمین یا تفکیک
۲۴	ایدئولوژی‌های مصرف
۲۵	مانوئل کاستلز
۲۹	لوئیس ورت
۳۱	گئورگ زیمل
۳۳	«ماهیت» نمادین مصرف
۴۱	پلی موث مصرفی
۴۸	ساختار کتاب
۵۳	فصل دوم: پیدایش جامعه مصرفی: شهرها، مراکز خرید و فروشگاه‌های بزرگ
۵۴	وقوع انقلاب مصرف‌کننده
۶۱	جامعه توده‌ای و مصرف انبوه
۷۰	مرکز خرید
۷۸	فروشگاه بزرگ
۸۳	نتیجه‌گیری
۸۹	فصل سوم: فرهنگ‌های مصرفی: اقتصادهای نمادین شهرها

۸ شهرهای مصرفی

فرهنگ و فرهنگ‌ها.....	۹۱
اقتصادهای نمادین.....	۱۰۰
منچستر.....	۱۱۸
نتیجه‌گیری.....	۱۲۷

فصل چهارم: مکان‌های مصرفی: شهرها و گردشگری فرهنگی.....	۱۳۱
نگاه‌نخبه گردشگر.....	۱۳۴
گردشگری، فرهنگ‌ها و فرهنگ.....	۱۴۰
گردشگری صنعتی.....	۱۴۷
بارسلونا.....	۱۵۵
نتیجه‌گیری.....	۱۶۱

فصل پنجم: فضاهای مصرفی: معماری‌های مصرف.....	۱۶۳
پاساژها.....	۱۶۶
فروشگاه بزرگ و تفرجگاه.....	۱۸۲
شهرک سلبریشن: مسکن به مثابه کالا.....	۱۹۳
نتیجه‌گیری.....	۲۰۴

فصل ششم: شانس مصرف: شهر قماربازها.....	۲۰۷
قماربازی به مثابه پاک‌سازی قومی.....	۲۱۶
لاس وگاس مصرفی.....	۲۱۹
شهر دمدمی مزاج.....	۲۲۶
فضای شانس و تصادف؟.....	۲۳۲
نتیجه‌گیری.....	۲۳۶

فصل هفتم: بازآفرینی شهر مصرفی.....	۲۴۳
بازنمایی شهر.....	۲۴۸
فضاهای گردشگری.....	۲۵۲
شهر تفریحی.....	۲۵۵
نتیجه‌گیری.....	۲۷۴

۲۷۹.....	فصل هشتم: بدیل مصرف
۲۸۵.....	خواسته‌ها و نیازها
۲۹۵.....	مصرف و مقاومت
۳۰۴.....	بدیل مصرف
۳۱۶.....	دارت‌مور دایرکت
۳۲۲.....	نتیجه‌گیری
۳۲۵.....	فصل نهم: شهر مصرف‌شده
۳۵۳.....	کتابنامه

پیشگفتار

مجموعه کتاب‌های فرهنگ و شهر شامل ترجمه‌ها، تألیف‌ها و تحقیقاتی است که برای توسعه گفتمان فرهنگ‌گرا در زمینه شناخت شهر و مدیریت شهری منتشر می‌شوند. هدف از انتشار این مجموعه، ارائه تازه‌ترین دیدگاه‌های معرفت‌شناسانه و مدیریتی در زمینه شهر است. دیدگاه‌های تازه در این حوزه معمولاً با نام چرخش فرهنگی شناخته می‌شوند. چرخش فرهنگی در دهه‌های اخیر واژه‌ای کلیدی برای تمام حوزه‌های مطالعاتی معطوف به جامعه و انسان از جمله شهر بوده است. در این چرخش معرفت‌شناسانه فرهنگ‌گرا در گفتمان مطالعات شهری، نه تنها موضوعات معطوف به وجوه نمادین و معنایی شهر (مانند فرهنگ شهر، خرده‌فرهنگ‌های شهری، شهروندی، اخلاق شهروندی، سبک‌های زندگی شهری، بازنمایی‌های شهر، سیمای شهر، شخصیت شهر، صنایع فرهنگی شهری، اقتصاد فرهنگ، شهر خلاق، هویت شهری، شهر یادگیرنده، تاریخ شهر، تجربه شهری، سیاست فرهنگی شهر، مصرف شهری، فراغت، زندگی روزمره شهری، فضاها (شهری) بلکه رویکرد و روش‌شناسی کیفی بیش از گذشته در کانون مطالعات شهری قرار گرفته است. این گفتمان فرهنگ‌گرا،

از سویی متأثر از تحولات اجتماعی در زمینه واقعیت شهر و از سوی دیگر تحولات معرفت‌شناسانه در روش‌های شناخت و فهم شهر است.

جامعه ایران مانند دیگر جوامع طی چند دهه اخیر به سوی جامعه شهری در حال تحول بوده است. اکنون بیش از هفتاد درصد جمعیت ایران در شهرها زندگی می‌کنند و شیوه زندگی شهری و شهری‌شدن سایر جمعیت‌های روستایی و ایلی ایران را نیز متأثر ساخته است. شهری‌شدن جامعه ایران هم‌زمان و همراه با تأثیرپذیری از فرایندهای عمومی دیگر مانند رسانه‌ای شدن، صنعتی شدن، تجاری شدن، مصرفی شدن، جهانی شدن، فراغتی شدن، فردگرا شدن و فرایندهای فرهنگی دیگر است. این تحولات وضعیت جامعه شهری ایران را پیچیده ساخته و آن را به مهم‌ترین مسئله کلیت نظام اجتماعی درآورده است. شهری‌شدن جامعه ایران ضمن خلق فرصت‌های تازه و مهم برای توسعه همه‌جانبه، با چالش‌های گسترده و عمیق اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی همراه است. ما اکنون بیش از هر زمان دیگر نیازمند روش‌ها و رویکردهای تازه و کارآمد برای شناخت و مدیریت شهری هستیم. ما باید بتوانیم هم‌زمان تجربه‌های مطالعات و مدیریت شهری در سطح جهانی و محلی را شناسایی و آنها را ارتقا بخشیم تا به دانش گسترده و عمیق شهری برای توسعه شهری و مدیریت آن دست یابیم.

مجموعه متون و کتاب‌های فرهنگ و شهر برای تحقق این هدف بزرگ تهیه و منتشر می‌شوند. این مجموعه را نه تنها محققان و پژوهشگران رشته‌های مختلف علوم اجتماعی مانند مطالعات فرهنگی، جامعه‌شناسی، انسان‌شناسی، جمعیت‌شناسی، حقوق، تاریخ، جغرافیا، روان‌شناسی اجتماعی و تمام کسانی که با حوزه مطالعات شهری مانند برنامه‌ریزی و مدیریت شهری، طراحی شهری و شهرسازی سروکار دارند؛ بلکه مدیران و

کارگزاران شهری می‌توانند استفاده کنند. مجموعه فرهنگ و شهر برای گسترش و توسعه گفتمان مطالعات شهری در ایران منتشر می‌شود. امیدواریم انتشار این متون بصیرت‌ها و رویکردهای تازه‌ای در مدیریت و مطالعه شهر در ایران امروز ایجاد کند و زمینه گفت‌وگوی بیشتر را در این زمینه شکل دهد.

دکتر نعمت‌الله فاضلی

دبیر علمی مجموعه «فرهنگ و شهر»

www.ketab.ir

پیشگفتار مترجمان

امروزه تمامی شهرها در تکیاوی ایجاد امکانات برای مصرف هستند. به عبارت دیگر، شهرها به واسطه امکاناتی که برای مصرف فراهم می‌کنند، تعریف می‌شوند. کتاب شهرهای مصرفی با نگره‌ای انتقادی به رویه مصرفی‌شدن شهرها نگاشته شده است. نویسندگان کتاب معتقدند بین «شهر مدرن» و «مصرف انبوه» تقارنی تاریخی وجود دارد. جان کلام کتاب حاضر این است که برنامه‌ریزان شهری، معماران و صاحبان قدرت از جمله نیروهای اصلی و پیش‌برنده این «انقلاب مصرفی» به شمار می‌روند.

مصرف انبوه، از یک سو باعث تغییر بافت شهری (از جمله رشد قارچ‌گونه مراکز خرید، فروشگاه‌ها، مراکز فراغت و غیره) شده، از سوی دیگر، شهر نیز با طراحی فضاهای مصرفی خاص خود به شیوه‌های گوناگون ساکنان و بازدیدکنندگان را به مصرف مفرط ترغیب می‌کند. در دوران کنونی که گفتمان بازار آزاد در آن غالب است، اماکن و فضاهای شهری همچون کالاهایی زیبا و فریبنده در ویرین عرضه می‌شوند و ساکنان شهر نیز شهر را از همین دریچه می‌نگرند. اگر بخواهیم از عبارت گئورگ زیمل استفاده کنیم، می‌توانیم بگوییم که مصرف، «حیات ذهنی» و چهارچوب فکری انسان

معاصر را برمی سازد. انسان‌ها دیگر فقط شهروند در شهر نیستند؛ بلکه مصرف‌کنندگان در شهر یا مصرف‌کننده شهری به حساب می‌آیند.

در نگاه نویسندگان کتاب حاضر، مصرف، محصول فرعی انباشت ثروت در شهر نیست و فراتر از مقوله‌ای صرفاً اقتصادی است. آنان برای مصرف، ماهیتی فرهنگی قائلند که در شکل‌دهی تاریخی زندگی معاصر شهری نقشی کاملاً کانونی دارد. شهر مصرفی، میراثی برآمده از قرن هجدهم است و هرچه به سمت تاریخ معاصر پیش می‌رویم، شهرهای مبتنی بر مصرف و به طور مشخص «مصرف فرهنگی» نمود بیشتری می‌یابند که از آنها با عنوان شهرهای پسا صنعتی یا «شهرهای پسامدرن» یاد می‌کنند.

پژوهشگران در تمامی فصول این کتاب، نگاه نقادانه خود را برجسته و در هر فصل به موازات مباحث نظری، نمونه‌ای از شهری اروپایی را بررسی کرده‌اند. ایشان معتقدند شهر مصرفی فقط و فقط به یک منظور بر ساخته می‌شود: تحقق امیال یک گروه اجتماعی قدرتمند به بهای قربانی شدن گروه‌های اجتماعی بدون قدرت.

نویسندگان علاوه بر نقد مصرف‌زدگی مفرط شهرها، در فصل‌های پایانی، رویکرد نوینی را با عنوان «مصرف بدیل» مطرح کرده‌اند. «مصرف سبز» مصرف بدیل آن نوع کالاها و خدماتی است که از نظر زیست‌محیطی مخرب نیستند یا اثر تخریبی کمتری دارند. از جمله راهبردهای دیگری که منجر به تغییر الگو یا سبک زندگی جدید می‌شود، استفاده حداکثری از وسایل حمل و نقل عمومی شهری به جای وسایل حمل و نقل شخصی است. به زعم نویسندگان، درپیش گرفتن چنین راهبردی به زیان خودروسازان و صنایع نفتی خواهد بود. تردد با وسایل حمل و نقل عمومی، استفاده حداقلی از کالاهای آرایشی و به‌طور کلی بازنگری جدی در خواسته‌ها و نیازهای واقعی و مقاومت در برابر نیازها و خواسته‌های کاذب می‌تواند زمینه‌ساز فرهنگ مصرف بدیل باشد.

شهرنشینی معاصر در ایران نیز به طور فزاینده‌ای به سوی مصرفی شدن رهسپار است. با وجود این، بیشتر مطالعاتی که به بررسی شهر و کلان‌شهرها می‌پردازند، تغییرات جمعیت، مهاجرت، بیکاری، ناامنی، حاشیه‌نشینی، انباشت ثروت، اقتصاد خدمات و مسائل اجتماعی را در بر می‌گیرند. با توجه به این امر، ترجمه کتاب‌هایی از این دست در زیرمجموعه گفتمان «فرهنگی» شهر قرار می‌گیرد. در این گفتمان، «فرهنگ» حکم زیربنا را دارد. همچنین ریشه تغییرات و دگرگونی‌هایی که در شهرها رخ می‌دهد، از جمله مصرفی شدن شهرها، سبک زندگی، گردشگری، خشونت، منازعات قومی و حتی موضوعاتی مثل ترافیک و رانندگی را نیز باید در فرهنگ جست‌وجو کرد.

قدردانی

در ترجمه و انتشار کتاب حاضی، دوستان و همکاران محترمی ما را یاری کردند که شایسته است در ابتدای کتاب از قدردان ایشان باشیم. جناب آقای مجید شمس — مدیر اداره مطالعات و افکار — منجی اداره کل مطالعات اجتماعی شهرداری تهران — از همان روزهای ابتدایی ترجمه تا مرحله چاپ همکاری‌های بی‌منتی ارزانی داشتند و به جرئت می‌توان گفت بدون پیگیری‌های ایشان کتاب آماده چاپ نمی‌شد. آقای دکتر نعمت‌الله فاضلی پیشنهاد ترجمه و زحمت نظارت بر ترجمه را عهده‌دار بودند و نکات ارزشمندی را به مترجمان گوشزد کردند؛ از این استاد محترم نیز سپاسگزاریم. همچنین از جناب آقای دکتر علی‌اصغر محکی مدیر کل محترم مطالعات اجتماعی و فرهنگی، آقای دکتر حسن عمارتی معاونت پژوهشی اداره کل و آقای سید محمدرضا بهلول مدیر اداره خدمات علمی اداره کل، نیز کمال قدردانی را داریم.

دکتر مرتضی قلیچ — محمدحسن خطیبی بایگی

پاییز ۱۳۹۲