

يرسم كايدن (2000) تطور المساحات شبه العامة للشركات كرد فعل للتغيرات في مراسيم تقسيم المناطق في تخطيط المدينة في مانهاتن وبروكلين وكوينز، ويقول "يرتبط تاريخ المساحات العامة المملوكة للقطاع الخاص ارتباطاً وثيقاً بتاريخ تقسيم المناطق في مدينة نيويورك". ولم يمنع مرسوم عام 1916 من أن تغطي منصات ناطحات السحاب كامل المساحة أو الموقع. والذي "أدخل نوعاً جديداً من المساحات: مساحة عامة مملوكة للقطاع الخاص، كان الحافز للمطورين لتوفير هذه المساحة هو عرض مساحة طابقية قصوى أكبر للمبنى إذا كانت الساحات والأروقة الأرضية متاحة للجمهور في جميع الأوقات. كانت هذه المساحات المتاحة للجمهور تُمنح كحق بغض النظر عن التصميم طالما تم الالتزام بالحدود المكانية. وأن تكون المساحات قابلة للاستخدام وجذابة. والساحة العامة/الخاصة الممر الجوي (1973)، وايت (1988) في السبعينيات من خلال بحثه حول كيفية عمل الأماكن العامة (انظر الفصل 1). وحظر استخدام المساحات لوقوف السيارات، وقد أدى تنوع الأنماط إلى تنوع هذه المساحات، على سبيل المثال ساحة سوني بلازا التي تجمع بين ساحة عامة ومساحة مغطاة للمشاة لإنتاج مركز تجاري ترفيهي (الشكل 2. مثال على ذلك مساحة مغطاة للمشاة مخصصة للجمهور، حيث يتم التحكم في الوصول إليها وتحتوي على إعلانات ضخمة لمنتجات سوني. تم تسليم أكثر من 500 مساحة عامة/خاصة باستخدام أساليب تحفيزية. عندما يكون مالكو هذه المساحات شركات تجارية كبيرة،