

ارزیابی سرمایه اجتماعی در خیابان

نمونه موردی: خیابان‌های چلیپایی هسته مرکزی شهر سنندج*

نینا توشیح^۱، کیومرث حبیبی^۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۸/۱۰

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۰۱/۱۲

چکیده

امروزه در کنار سرمایه‌های انسانی، مالی و اقتصادی از سرمایه دیگری به نام سرمایه اجتماعی نام برده می‌شود. هدف این پژوهش ارزیابی سرمایه اجتماعی در خیابان که یکی از پویاترین فضاها عمومی شهری است و هم‌چنین ارتباط و همبستگی عوامل کالبدی و ادراکی با سطح تعاملات اجتماعی و در نتیجه سرمایه اجتماعی است. به این منظور خیابان‌های چلیپایی هسته مرکزی شهر سنندج برای مطالعه در این پژوهش انتخاب شده است. این پژوهش از نوع توصیفی تحلیلی می‌باشد که با استفاده از پرسش‌نامه تعداد ۴۰۰ نفر که به صورت سهمیه‌ای و متناسب با متغیرهای سن و جنس انتخاب شده‌اند، به عنوان حجم نمونه مورد بررسی قرار داده شده‌اند. در نهایت با تجزیه و تحلیل اطلاعات جمع‌آوری شده به وسیله نرم افزار SPSS در دو سطح توصیفی و استنباطی به این نتیجه رسیده است که مولفه‌های تاثیرگذار بر سرمایه اجتماعی شامل؛ ارتقای کیفیات محیطی و اختلاط کاربری‌ها در ارتباط با اعتماد اجتماعی، حس مکان، هویت و تعلق خاطر در رابطه با هنجارهای اجتماعی و روابط چهره به چهره و مشارکت اجتماعی در ارتباط با شبکه‌های اجتماعی می‌باشند.

واژه‌های کلیدی

فضای شهری، خیابان، سرمایه اجتماعی، مولفه‌های کالبدی و ادراکی.

۱. کارشناس ارشد برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قزوین، گروه شهرسازی، قزوین، ایران

۲. دکتری شهرسازی، دانشیار دانشگاه کردستان

* این مقاله برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته برنامه‌ریزی شهری با عنوان "ارزیابی سرمایه اجتماعی در خیابان" با راهنمایی دکتر کیومرث حبیبی می‌باشد.

۱- مقدمه

انسان به طور ذاتی در طول تاریخ حیات خود در تعامل و تقابل با دیگران نیازهای خود را برطرف ساخته و هر چه در طول زمان به جلو رفته، دریافته است که این روابط متقابل می‌تواند سبب تأمین بهتر این نیازها گردد؛ در نتیجه، این کنش‌های متقابل ابعاد گسترده‌تر و پیچیده‌تری پیدا کرده‌اند. اثرهای این کنش‌های متقابل تا حدی است که حذف آنها زندگی را غیر ممکن می‌سازد. (براتی و یزدان پناه، ۱۳۹۰: ۲۷) دغدغه تنزل روابط اجتماعی، از جمله موضوعاتی است که به کرات در جامعه‌شناسی کلاسیک و معاصر به چشم می‌خورد. جامعه‌شناسان معاصر برای بررسی کمیت و کیفیت روابط اجتماعی از مفهوم سرمایه اجتماعی بهره‌جسته‌اند (شارع پور، ۱۳۸۰: ۱۲۰).

امروزه در کنار سرمایه‌های انسانی، مالی و اقتصادی از سرمایه دیگری به نام سرمایه اجتماعی نام برده می‌شود. سرمایه اجتماعی مفهومی نسبتاً جدید در حوزه علوم اجتماعی است که به سرعت جایگاه خود را در حوزه‌های دیگری چون پزشکی، روان‌شناسی، اقتصاد، سیاست، برنامه ریزی شهری و ... پیدا کرده است. سال‌ها تجربه برنامه‌ریزی شهری در جهان نشان داده است که در این حوزه نیز انسان و منابع انسانی حتی بیش از منابع مالی اهمیت و ارزش دارند؛ تا آن جا که بی توجهی به این امر سطح بالای دستاوردهای ارتقای محیط زیست انسانی را غیر ممکن می‌سازد. بنابراین، موضوع سرمایه اجتماعی، با رویکردی کمی و قابل اندازه‌گیری نسبت به مسائل اجتماعی و روابط درون جامعه، در مباحث برنامه‌ریزی از جمله در برنامه‌ریزی شهری، وارد شده است.

خیابان به مثابه‌ی فضای شهری و عنصری اساسی از ساخت فضایی شهر است. خیابان تنها کالبدی برای استفاده عموم نیست، بلکه تجلی حیات در جامعه شهری است. انسان موجودی است اجتماعی که از معاشرت با دیگران لذت می‌برد. مردم برای گفت و گو، دیدار و تعاملات اجتماعی با دوستان یا غریبه‌های آشنا به مکان‌های امن غیر از خانه و محل کار در فضاهای شهری نیازمندند. خیابان‌ها از مهمترین فضاهای عمومی هستند، چرا که از دیرباز خیابان‌ها برای دیدار، مراوده، گذران اوقات فراغت، داد و ستد و همچنین تردد مورد استفاده مردم قرار می‌گرفته است. به طور کلی خیابان‌های شهری به عنوان بسترهای جریان ساز در بازتاب شیوه‌های معیشت ساکنین

یک شهر، فضاهایی را تصویر می‌کنند که به صورت روزمره بیشترین حیات جمعی را در خود جای می‌دهند.

امروزه در بسیاری از شهرهای کشورمان، خیابان‌ها غالباً به نیاز انسان به عنوان یک موجود اجتماعی به درستی پاسخ‌گو نبوده و مردم تنها به فضاهای شهری به عنوان مسیری برای گذر می‌نگرند؛ در واقع این فضاها به جای آنکه مردم را به مکث و حضور و برقراری مراودات اجتماعی دعوت کنند، آنها را به فرار تشویق می‌کنند و دیگر تجربه برخورد با دیگران، حس تعلق به جامعه، دیدارهای چهره به چهره، تعاملات اجتماعی و تجربه دیدن و دیده شدن به عنوان یکی از مهم‌ترین نیازهای انسان به درستی اتفاق نمی‌افتد که نتایج آن مرده بودن و عدم استفاده فضاهای شهری توسط مردم و پایین آمدن سطح سرمایه اجتماعی است.

شهر سنندج در غرب ایران واقع شده است که دارای ویژگی‌های اجتماعی و فرهنگی خاص است و الگوهای رفتاری متمایزی را در روابط اجتماعی خود دارد که قسمت عمده‌ای از آنها ریشه در سنت‌ها و باورهای آن دارد و به تبع چنین هنجارهای اجتماعی، فضاهای شهری آنها نیز از ویژگی‌های متمایزی برخوردار خواهد بود. خیابان امام خمینی در هسته اصلی و تاریخی شهر قرار داشته و دارای ساختار اجتماعی اقتصادی متوسط به بالا و کالبدی تاریخی با دانه‌های ارزشمند تاریخی و فرهنگی در جداره‌های خود است. خیابان انقلاب دارای ساختار اجتماعی اقتصادی متوسط به پایین است که اغلب استفاده کنندگان آن را مردان و دست‌فروشان تشکیل می‌دهند. خیابان طالقانی با ساختاری اقتصادی اجتماعی در سطح پایین و خیابان فردوسی که با قرارگیری پلی در وسط آن بیشتر به صورت یک کانال عبوری عمل می‌کند و بافت قدیم و جدید شهر سنندج و دو میدان اصلی شهر را به هم متصل می‌کند.

۲- روش تحقیق

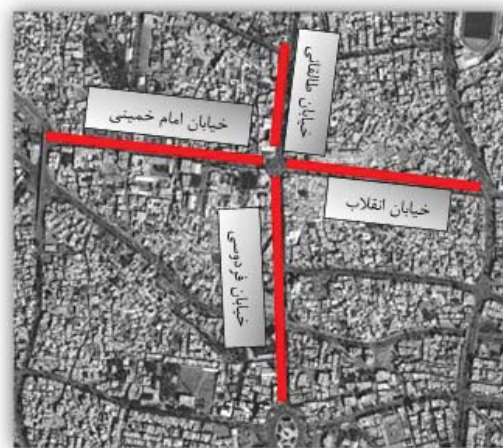
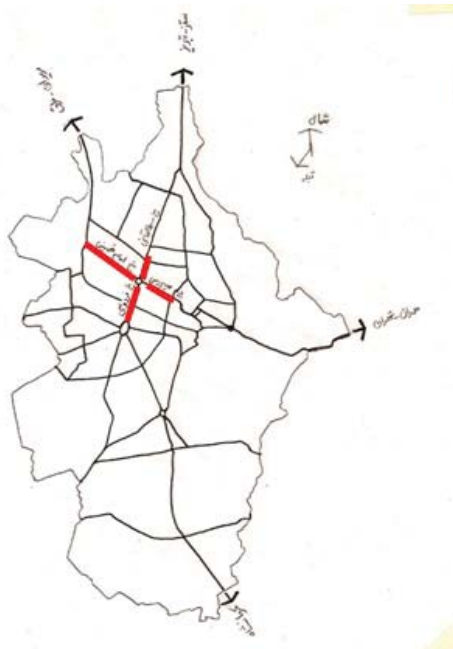
پژوهش پیش رو شاخص‌های در نظر گرفته شده برای اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی عبارتند از: ۱- اعتماد و قابلیت اعتماد ۲- هنجارهای اجتماعی ۳- شبکه‌های اجتماعی، که بر اساس تعاریف عملیاتی که از این شاخص‌ها به عمل آمده است پرسشنامه‌ای در قالب ۲۳ سؤال برای افراد مراجعه کننده به خیابان و پرسشنامه‌ای با ۱۳ سؤال برای افراد مغازه‌دار تنظیم گردید.

دارای جمعیت ساکن ۱۳۰۰۰ نفر و جمعیت متغیر در حدود ۳۰۰ هزار نفر هستند. بر اساس فرمول کوکران حجم نمونه در حدود ۳۷۳ نفر بدست آمده است که با توجه به احتمال پر نشدن تعدادی از پرسشنامه‌ها، حجم نمونه در حدود ۴۰۰ نفر در نظر گرفته شده است که برای هر خیابان ۱۰۰ نفر به عنوان حجم نمونه مدنظر قرار گرفته است و از مجموع آنها ۵۲٪ را مردان و ۴۸٪ را زنان تشکیل داده‌اند و همچنین بیشترین افراد در فاصله سنی ۲۰ تا ۳۰ ساله بوده‌اند. پرسش اصلی در این پژوهش این است که ابعاد کالبدی- فضایی تاثیرگذار به منظور تقویت روابط مدنی و افزایش سرمایه اجتماعی در خیابان‌ها کدامند؟

۳- ادبیات پژوهش

اصطلاح سرمایه اجتماعی در سال ۱۹۱۶ میلادی در مقاله‌ای به وسیله هانیفان در دانشگاه ویرجینیای غربی مطرح شد، از نظر هانیفان سرمایه اجتماعی شامل دارایی‌هایی است که در زندگی روزانه افراد وجود دارند مانند: حس تفاهم، رفاقت و دوستی، احساس همدردی در روابط اجتماعی بین افراد و بین خانواده‌هایی که یک واحد اجتماعی را تشکیل می‌دهند (پیراهری، ۱۳۸۸: ۱۱۰). جین جیکوبز در سال ۱۹۶۱ با انتشار اثر کلاسیک خود به نام (مرگ و زندگی شهرهای آمریکایی) توجه شهرسازان و طراحان شهری را به مسائل اجتماعی جلب کرد. وی در آن کتاب توضیح داده بود که شبکه‌های اجتماعی فشرده در حومه قدیمی و مختلط شهری، صورتی از سرمایه اجتماعی را تشکیل می‌دهند و در ارتباط با حفظ نظافت، عدم وجود جرم و جنایات خیابانی و دیگر تصمیمات در مورد بهبود کیفیت زندگی در مقایسه با عوامل نهادهای رسمی مانند نیروی حفاظتی پلیس و نیروهای انتظامی، مسئولیت بیشتری از خود نشان می‌دهند (Jacobs, 1961).

گلن لوری اقتصاددان و ایوان لایت جامعه‌شناس، اصطلاح سرمایه اجتماعی را در دهه ۱۹۷۰ میلادی برای توصیف مشکل توسعه اقتصاد درون‌شهری به کار بردند. اولین توضیح و تفسیر یکپارچه این اصطلاح توسط بورديو در سال ۱۹۷۲ انجام شد. در دهه ۱۹۸۰ جیمز کلمن فصل مهمی از کتاب "بنیان‌های نظریه اجتماعی" خود را به بحث سرمایه اجتماعی اختصاص داد و در سراسر این کتاب نیز به توضیح عناصر و اجزای آن پرداخت. در دهه ۱۹۹۰ مفهوم سرمایه اجتماعی توسط بانک جهانی و کتاب "بولینگ تک‌نفره" رابرت پاتنام معروف شد (پیراهری، ۱۳۸۸: ۱۱۱)



شکل ۱: موقعیت قرارگیری چهار محور مورد مطالعه نسبت به همدیگر و در شبکه ارتباطی شهر

دلیل انتخاب افراد مغازه‌دار به عنوان جزئی از حجم نمونه مورد نظر این بوده است که مغازه‌داران مقیم همیشگی خیابان هستند که ارتباط و اعتماد بین آنها می‌تواند در ارتقاء سرمایه اجتماعی بسیار مهم باشد. همچنین ارتباط غیر قابل انکار میان بازیگران فضا که شامل ساکنان، مغازه‌داران و بازدیدکنندگان از خیابان هستند، تاثیر بسزایی در شکل‌گیری اعتماد و انسجام این سه عضو جدایی ناپذیر فضا خواهد داشت.

جامعه آماری به منظور انجام این پژوهش، از خیابان‌های انقلاب، امام خمینی، فردوسی و طالقانی که در هسته مرکزی شهر سنندج قرار دارند، انتخاب شده اند که

۴- سرمایه اجتماعی

از آنجا که در معنای این واژگان اجماع نظری وجود ندارد به طور عام در برگیرنده آن قسمت از روابط اجتماعی می‌شود که افراد را در کسب کارآمدی و ارتقاء نتایج در زندگی اجتماعی یاری می‌کند و الگوهای سازمان اجتماعی به ویژه اعتماد، روابط دوسویه و رفتار متقابل مهم‌ترین منابع سرمایه اجتماعی به شمار می‌روند (پورجعفر، ۱۳۸۹). سرمایه اجتماعی در یک معنای عام، نوعی سرمایه‌گذاری در روابط اجتماعی است که با بازده مورد انتظار تعریف می‌شود. اندیشه اصلی سرمایه اجتماعی این است که خانواده، دوستان و همکاران دارای بسیار مهمی را تشکیل می‌دهند که یک فرد می‌تواند در شرایط بحرانی از آن‌ها بهره‌گیرد یا برای منافع مادی استفاده نماید و البته این مساله برای گروه بیشتر صدق می‌کند (توسلی و موسوی، ۱۳۸۲: ۶).

اندیشمندان برحسب دیدگاه‌های خود تعاریف مختلف (نه متناقضی) از سرمایه اجتماعی به عمل آورده‌اند که فصل مشترک آن‌ها را در تعریف زیر می‌توان گنجانند: سرمایه اجتماعی، پتانسیل نهفته در روابط بین و میان افراد (و گروه‌های) یک جامعه است که باعث انجام امورات آن‌ها می‌شود (سعادت، ۱۳۸۶: ۱۷۷).

لازم است به این نکته توجه نمود که سرمایه اجتماعی در درون یک فرد یا ساختار اجتماعی وجود ندارد، بلکه در فضای ارتباطی بین افراد وجود دارد؛ بنابراین سرمایه اجتماعی از هزاران کنش روزانه‌ای که بین مردم وجود دارد آفریده می‌شود و به وجود می‌آید. (Bullen and Onyx, 1998).

۵- فضای شهری

امروزه نگاه به فضاهای عمومی شهری به عنوان یک ضرورت اساسی در برنامه‌های توسعه شهری حکایت از بازتولید این فضاها در تقویت وجهه فرهنگی- اجتماعی شهر دارد. لذا ارتقاء کیفیت فضاهای عمومی شهری جهت ایجاد سرمایه اجتماعی و تقویت یکپارچگی جامعه امری ضروری است (پاکزاد، ۱۳۸۴)، فضای شهری یکی از عناصر ساخت فضایی شهر است که همراه تاریخ یک ملت در ادوار مختلف به وجود می‌آید، شکل می‌گیرد و دگرگون می‌شود. برای ساخت شهر با چهره‌ای انسانی‌تر، ناگزیر باید به فضاهایی روی آورد که همگانی‌اند و زنده‌ترین حرکت‌های شهری در آن رخ می‌دهد (توسلی، ۱۳۷۱: ۹). سرمایه اجتماعی در فضاهای عمومی و اجتماعی شهرها شکل می‌گیرد. در این فضا فرصت آن وجود دارد که برخی مرزهای اجتماعی شکسته شوند و برخوردهای از پیش تدوین نیافته به وقوع

پیوندند و افراد در یک محیط اجتماعی جدید با هم اختلاط یابند (Lynch, 1972: 109).

یکی از پویاترین فضاهای عمومی شهری "خیابان" است که علاوه بر فعالیت‌های ارتباطی و دسترسی، قابلیت پذیرش فعالیت‌های اجتماعی، ارتباطات و تعاملات حضوری افراد جامعه و تبادل افکار و اطلاعات را نیز دارد (سلطان‌زاده، ۱۳۸۵: ۳۹). خیابان‌ها چارچوب و بدنه و ساختار اصلی فرم هر شهر را تشکیل می‌دهند. خیابان‌ها در حقیقت جزیی از فضاهای عمومی شهر هستند که با ایجاد ارتباط بین بخش‌ها و فعالیت‌های مختلف یک شهر، همانند شریان‌ها در بدن، آن را زنده و پویا نگه می‌دارند. به عبارتی خیابان‌های محل اتصال و ارتباط فضاها و فعالیت‌های شهری به یکدیگرند (خادمی و دیگران، ۱۳۸۹: ۳۸).

خیابان‌ها مکان‌هایی هستند که تعاملات اجتماعی و جنب و جوش شهری در آنها به حداکثر کمی و کیفی خود رسیده، ذهن شهروندان را انباشته از خاطرات جمعی و ذهنیت‌های مشترک راجع به نوع و چگونگی حیات مدنی می‌گردانند. خیابان‌های شهری سرشار از رویدادهای متنوع‌اند و شهروندان به دلایل گوناگون و در ساعات مختلف در آن حضور می‌یابند. رجوع به مراکز مهم فعالیتی، خرید، تماشای مغازه‌ها و خرده فروشی‌ها، پرسه زدن و گردش، دیدن دیگران و دیده شدن توسط آنها، همه و همه خیابان شهری را تبدیل به فضایی مترکام از انواع رویدادهای جمعی و فردی برای شهروندان نموده است. خیابان، شهری در تصویر ذهنی شهروندان بیش از هر چیزی یک مکان مترکام از رویدادها و فرصت‌های متنوع زندگی شهری است.

۶- چارچوب تحلیلی

به منظور ارزیابی سرمایه اجتماعی در جهت دستیابی به عوامل کالبدی و ادراکی تاثیر گذار بر روابط مدنی در خیابان، ابعاد و مولفه‌های سرمایه اجتماعی که در مقاله شکوهی دولت‌آبادی و مسعود برای بررسی ارتباط میان پیاده‌روها و سرمایه اجتماعی بیان شده است، با اضافه کردن عواملی در جهت بررسی در خیابان از جمله اعتماد به هم‌سن، هم‌جنس و یا همسایه‌ها که هماهنگ با موضوع ارزیابی سرمایه اجتماعی در خیابان بوده است، مورد استفاده قرار گرفته است.

داده‌های خام پژوهش، با استفاده از نرم افزار آماری SPSS و با استفاده از روش‌های آمار توصیفی و استنباطی، مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد. در بخش توصیف داده‌ها جداول آمار توصیفی (فراوانی، درصد، میانگین) مربوط به هر یک از

میزان بیشتری از سرمایه اجتماعی را به خود اختصاص داده است. این در حالی است که خیابان طالقانی کمترین میزان را به خود اختصاص داده است و خیابان انقلاب نیز در رده بندی میزان سرمایه اجتماعی در رده سوم بعد از خیابان امام خمینی و فردوسی قرار گرفته است. دلیل این تفاوتها را می توان در ابعاد سرمایه اجتماعی شامل اعتماد، هنجار و شبکه های اجتماعی جستجو کرد که در ادامه به بحث درباره آنها پرداخته می شود.

متغیرهای پژوهش ارائه گردیده و برای تحلیل داده ها متناسب با اهداف تحقیق از آزمون مناسب آماری t دو گروه مستقل و آزمون تحلیل واریانس (ANOVA) استفاده می شود.

۷- یافته ها

بر اساس نتایج بدست آمده مشخص شده است که میزان سرمایه اجتماعی در خیابان امام خمینی در بالاترین وضعیت ممکن نسبت به سایر خیابانها قرار دارد و خیابان فردوسی با اختلاف ناچیزی بعد از خیابان امام خمینی

جدول ۱: ابعاد و مولفه های سرمایه اجتماعی و تعاریف عملیاتی به منظور سنجش آن (منبع: شکوهی دولت آبادی و مسعود باضافات نگارندگان)

مفهوم	ابعاد اصلی	ابعاد فرعی	تعریف عملیاتی
اعتماد و قابلیت اعتماد	اعتماد	اعتماد غیر رسمی	پاسخگو تا چه حدی با افرادی که با آنها به خیابان می آید اعتماد دارد.
		اعتماد تعمیم یافته	پاسخگو تا چه حدی به غریبه ها و سایر افرادی که با آنها سابقه آشنایی ندارد و در خیابان آنها را می بیند، اعتماد دارد.
	قابلیت اعتماد محیط	اعتماد به هم جنس - همسن - اعتماد به همسایه و ...	پیدا شدن کیف پر از پول و رساندن آن به صاحب آن در صورت گم شدن در خیابان.
		احساس امنیت و ایمنی	احساس ایمنی و امنیت جهت قدم زدن در خیابان طی شبانه روز. احساس امنیت از نظر عدم وجود مزاحمت های خیابانی از جمله آزار کلامی، خیره شدن افراد و توهین کردن و ...
همکاری	همکاری	احساس تکلف فردی	احساس تکلف کردن فرد در جهت بهبود اوضاع خیابان؛ مثلاً نریختن زباله در خیابان.
		ایثارگری اجتماعی	حاضر شدن به چشم پوشی از پول و وقت خود برای بهبود وضع خیابان. وجود سابقه برای بهتر شدن اوضاع محله ای که در آن زندگی می کنید.
	همکاری	همکاری محله ای	همکاری مردم با مسئولین در صورت تقاضا از آنان؛ مثلاً تمیز نگه داشتن خیابان.
		همکاری با مسئولین	لذت بردن افراد از قدم زدن در خیابان با مردمی که فرهنگ و آداب و رسوم متفاوت با وی دارند.
همجاری	ظرفیت پذیرش تفاوتها	همکاری و همدلی آنان با یکدیگر.	تمایل به حضور در خیابانی که چند فرهنگی است و نه تک فرهنگی. باور فرد به تاثیرگذار بودن بر حل مشکلات و بهتر شدن وضع خیابان.
		احساس اثرگذاری و کارایی	باور فرد به توانایی مردم در حل مشکلات و مسائل خیابان در صورت داوطلب بودن فرد جهت مداخله در نزاع و مشاجره میان دونفر در خیابان جهت رفع دعوا میان آنها.
	وساطت اجتماعی	کمک کردن به افراد نیازمند در خیابان در حین حرکت در خیابان یا اولویت دادن به حرکت معلولین.	مشارکت در امور مذهبی
		حکایت عاطفی - اقتصادی	مشارکت در مراسم مذهبی که در خیابان برگزار می شود.
شبکه ها	مشارکت اجتماعی	مشارکت در جشنها و اعیاد که در خیابان برگزار می شود.	مشارکت در امور مذهبی
		مشارکت سازماندهی شده	مشارکت در مراسم مذهبی که در خیابان برگزار می شود.
		مشارکت در تفریح دسته	مشارکت در تفریح دسته جمعی

انجام اجتماعی

اهمیت دادن به افراد در حال حرکت در خیابان نسبت به خود -
اولویت دادن به معلولین در حال حرکت - قادر بودن افراد به یافت
دوستان واقعی در خیابان - احترام گذاشتن به حقوق دیگران هنگام
حرکت در خیابان - وجود روابط محبت‌آمیز و انسان دوستانه و نه مبتنی
بر پول یا افرادی که با آنها می‌آیند.

جدول ۱: میانگین سرمایه اجتماعی در بین افراد مراجعه کننده به تفکیک خیابان

نام خیابان	میانگین	انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار
انقلاب	۳۵/۷۶	۳/۱۸	۱۴/۴۰	۲/۰۲
طالقانی	۳۵/۶۳	۳/۰۱	۱۴/۸۸	۲/۱۳
فردوسی	۳۶/۶۶	۳/۲۸	۱۴/۸۰	۲/۵۶
امام خمینی	۳۷/۱۶	۴/۰۸	۱۴/۶۶	۲/۹۴

جدول ۲: آزمون تحلیل واریانس برای مقایسه میانگین سرمایه اجتماعی افراد مراجعه کننده به خیابان‌های مورد مطالعه

آزمون تحلیل واریانس (ANOVA)					
مجموع مجذورات	df	میانگین مجذورات	F آماره	سطح معنی داری	
۴۸.۴۲	۳	۱۶.۱۴	۱.۳۸	۰.۲۵۱	بین گروه‌ها
۱۳۵۳.۱۶	۱۱۶	۱۱.۶۶			درون گروه‌ها
۱۴۰۱.۵۹	۱۱۹				کل

جدول ۳: میانگین میزان اعتماد در بین افراد به تفکیک خیابان

نام خیابان	میانگین	انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار
انقلاب	۲۴/۷	۲/۵۲	۳/۹۳	۱/۲۲
طالقانی	۲۳/۷۳	۲/۸۳	۴	۰/۸۴
فردوسی	۲۵/۴۳	۲/۶۳	۴/۴۰	۱/۰۵
امام خمینی	۲۵/۰۶	۳/۰۳	۴/۳۳	۱/۵۴

بودن پیاده رو خیابان و ازدحام جمعیت در حدی که پیاده رو گنجایش آن را ندارد، بنابراین افرادی که به این خیابان مراجعه می‌کنند فقط در فکر رسیدن به هدف خود و گذر و فرار از خیابان هستند. همچنین حضور افراد دوره‌گرد و دست فروش در قسمت‌های مختلف پیاده رو باعث می‌شود تا فضای زیادی از پیاده رو اشغال شده و در نتیجه فضای کمی برای عبور افراد پیاده از آن باقی می‌ماند، در نتیجه افراد پیاده به همین دلیل و فشار و ازدحامی که وجود دارد احساس امنیت نکرده و همین موضوع باعث کاهش میزان اعتماد آنها می‌شود.

با توجه به جدول نتایج مشخص شده است که بیشترین میزان اعتماد در خیابان فردوسی و کمترین میزان آن در خیابان طالقانی به چشم می‌خورد؛ یکی از ابعاد فرعی اعتماد اجتماعی مربوط به احساس امنیت و ایمنی است، بدین معنی که فرد وقتی به خیابان وارد می‌شود باید احساس امنیت داشته باشد تا حس اعتماد او برانگیخته شود. علت پایین بودن میزان اعتماد اجتماعی را می‌توان در مواردی مانند اختلاط پیاده و سواره، عدم امکان پیاده روی راحت و آلودگی‌های موجود در خیابان جستجو کرد. در خیابان طالقانی به دلیل اختلاط سواره و پیاده که در طول خیابان شاهد هستیم، کم عرض



شکل ۳: اختلاط پیاده و سواره در خیابان انقلاب



شکل ۲: اختلاط پیاده و سواره در خیابان طالقانی

می شوند مردان دست فروش و دلال هستند که برای خرید و فروش اجناس دست دوم و حتی اجناس دزدی در این خیابان هستند که منجر به پایین آمدن سطح اعتماد می شود.

از جمله دلایل دیگری که باعث می شود میزان اعتماد اجتماعی در دو خیابان طالقانی و انقلاب پایین تر از دو خیابان دیگر باشد، گروه های اجتماعی است که از خیابان استفاده می کنند. بیشتر افرادی که در خیابان انقلاب دیده



شکل ۵: حضور دستفروشان در خیابان انقلاب

مختلف اجتماعی در طی شبانه روز به خیابان می شود نیز باعث افزایش امنیت خیابان در طول شبانه روز می شود.



شکل ۴: گروه مردان دلال و دستفروش در خیابان انقلاب

اختلاط کاربری و تنوع فعالیتها در خیابان فردوسی و امام خمینی، سینما بهمن و آبمیوه فروشی و غذاخوری های موجود در این دو خیابان، که باعث جذب اقشار و گروه های



شکل ۶: کاربریهای جاذب جمعیت در خیابان فردوسی

جدول ۴: میانگین بعد هنجار در بین افراد به تفکیک خیابان‌ها

نام خیابان	میانگین	انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار	افراد مراجعه کننده
فردوسی	۲/۷۳	۰/۵۸	۹/۵۳	۲/۰۳	افراد مراجعه کننده
انقلاب	۲/۸۶	۰/۷۷	۹/۲۰	۱/۸۵	
طالقانی	۲/۶۶	۰/۶۶	۹/۱۳	۱/۷۶	
امام خمینی	۳/۱۳	۰/۷۳	۹/۲۰	۲/۱۴	

از عوامل دیگری که باعث تقویت حس مکان در خیابان می‌شود، وضعیت خیابان از نظر کیفیت بصری و همچنین وجود مبلمان شهری مناسب و تشویق کننده می‌باشد؛ همانطور که در بخش تحلیل سوات مشاهده می‌شود خیابان طالقانی با اغتشاشات بصری جداره خیابان و عدم وجود مبلمان شهری متناسب و کافی در سطح خیابان باعث کاهش حس مکان افراد نسبت به خیابان می‌شود که در نتیجه آن افراد نسبت به رسیدگی به وضعیت خیابان و بهبود آن تشویق نمی‌شوند. بالا بودن کیفیت بصری و وجود مبلمان مناسب شهری در خیابان امام خمینی و هم چنین فرم خاص بدنه‌ها و خط آسمان خیابان انقلاب که در واقع ویژگی منحصر به فرد بودن را برای خیابان به ارمغان آورده است، موجب تقویت هنجارهای اجتماعی در این دو خیابان شده است.

با توجه به اینکه بعد هنجار از سرمایه اجتماعی در ارتباط با مسائلی مانند همکاری و همیاری و احساس اثرگذاری و کارایی معنی دار می‌شود، بنابراین میزان کاهش یا افزایش آن را در خیابان می‌توان در رابطه با هویت، حس مکان و تعلق خاطر در خیابان جستجو کرد، در صورتی که خیابان دارای هویت باشد و حس مکان و تعلق خاطر افراد نسبت به خیابان در سطح بالایی باشد، افراد سعی در همکاری و همیاری برای حفظ آن خواهند داشت. هویت مندی و منحصر به فرد بودن در یک خیابان منجر به این می‌شود که افراد نسبت به خیابان حس تعلق خاطر داشته باشند و در واقع وجود عناصر شاخص در یک خیابان باعث تقویت حس مکان می‌شود، در نتیجه افراد سعی در حفظ و نگهداری آن در قالب همکاری با یکدیگر و همکاری با مسئولین خواهند داشت و در مورد رسیدگی به خیابان احساس تکلیف خواهند کرد.



شکل ۸: فرم خاص بدنه‌ها در خیابان انقلاب



شکل ۷: بناهای فاقد ارزش بصری در خیابان طالقانی



شکل ۹: بناهای شاخص در خیابان امام خمینی

جدول ۵: میانگین بعد شبکه در بین افراد به تفکیک خیابانها

انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار	میانگین	نام خیابان	انحراف معیار	میانگین
۰/۳۵	۱/۱۳	۱/۱۴	۶/۸۳	انقلاب	۱/۱۴	۶/۸۳
۰/۴۱	۱/۲۰	۱/۲۱	۶/۹۶	طالقانی	۱/۱۳	۷/۱۳
۰/۵۰	۱/۴۰	۱/۱۵	۷/۲۰	امام خمینی	۱/۲۶	۱/۲۶
۰/۴۵	۱/۲۶					

به چهره در سطح خیابان پایین می‌آید و در واقع می‌توان گفت که انسجام اجتماعی از بین می‌رود.



شکل ۱۱: برگزاری راهپیمایی روز ۲۲ بهمن در خیابان فردوسی

عدم وجود فضاهای باز و فضاهای جمعی که بتوانند افراد را به خود جذب کرده و امکان توقف کردن، ایستادن و صحبت کردن، استراحت و کسب آرامش و دیدن دوستان را برای افراد فراهم آورد نیز از جمله عواملی است که باعث کاهش مشارکت اجتماعی و در نتیجه پایین آمدن میزان سرمایه اجتماعی در سطح خیابان می‌شود و این نیز از جمله عواملی است که باعث کاهش یا افزایش بعد شبکه در خیابانها می‌شود. طول کم این خیابانها فرصت مناسبی است که شرایط مناسبی را برای پیاده روی فراهم آورد، در واقع این فرصت در ترکیب با اختلاط کاربریها و تنوع فعالیتها در دو خیابان فردوسی و امام خمینی شرایط مناسبی را برای پیاده روی ایجاد کرده است که باعث افزایش تعاملات اجتماعی در این دو خیابان شده است که این خود به عنوان عاملی برای تقویت شبکه‌ها ایفای نقش می‌کند.

با توجه به سطح معنی داری حاصل از آزمون که از ۰/۰۵ بیشتر است، نتیجه می‌گیریم که آزمون تحلیل واریانس برای مقایسه میانگین بعد شبکه، اعتماد و هنجارهای سرمایه اجتماعی افراد مغازه‌دار در خیابانهای مورد مطالعه معنی‌دار نیست؛ یعنی بین میانگین ابعاد سرمایه اجتماعی در چهار خیابان مورد مطالعه تفاوتی وجود ندارد.

ارزیابی بعد شبکه از سرمایه اجتماعی را می‌توان با توجه به امکان وجود روابط چهره به چهره در خیابان و مشارکت و انسجام اجتماعی انجام داد. همانطور که از آمار و ارقام مشخص است میزان بعد شبکه در خیابان امام خمینی بیشتر از سایر خیابانها است؛ خیابان امام خمینی به دلیل اینکه میزبان مراسم‌های مختلفی در طول سال است، زمینه مشارکت اجتماعی را در سطح خیابان افزایش داده است. این عاملی است که در خیابان فردوسی و خیابان طالقانی نیز دیده می‌شود.



شکل ۱۰: برگزاری مراسم روز عاشورا در خیابان امام خمینی

وجود فعالیت‌های جاذب و جاذبه‌های کارکردی در خیابان امام خمینی و فردوسی که افراد و گروه‌های مختلف را با اهداف متفاوت به خیابان جذب می‌کند، بیشتر افراد به منظور تفریح و خرید کردن و به صورت دسته جمعی به این خیابان مراجعه کنند، که این به نوبه خود سطح مشارکت اجتماعی و انسجام اجتماعی را افزایش و در نتیجه باعث تقویت شبکه‌های اجتماعی در سطح خیابان می‌شود. میانگین بعد شبکه در سطح خیابان انقلاب و طالقانی در مقایسه با دو خیابان دیگر کمتر است؛ این اختلاف را می‌توان در ماهیت این خیابانها جستجو کرد، چون در این دو خیابان افراد فقط با هدف خرید و کارهای اداری مراجعه کرده و دیگر تمایلی به این ندارند که به صورت دسته جمعی و با هدف تفریح و گذران اوقات فراغت به این خیابانها مراجعه کنند، در نتیجه افراد فقط در فکر رسیدن به هدف و عدم امکان، هستند بنابراین امکان، محدود، رابط حبه

جدول ۶: آزمون تحلیل واریانس برای مقایسه میانگین ابعاد سرمایه اجتماعی افراد مراجعه کننده به خیابان‌های مورد مطالعه

مجموع مجذورات	df	میانگین مجذورات	F آماره	سطح معنی‌داری
۲.۴۶	۳	۸۲	۶۰	۶۱۲
۱۵۷.۴۰	۱۱۶	۱.۳۵		
۱۵۹.۸۶	۱۱۹			
۴۸.۰۶	۳	۱۶.۰۲	۲.۰۹	۱۰۵
۸۸۷.۴۰	۱۱۶	۷.۶۵		
۹۳۵.۴۶	۱۱۹			
۳.۸۳	۳	۱.۲۷	۲.۶۷	۰.۵۱
۵۵.۴۶	۱۱۶	۰.۴۷		
۵۹.۳۰	۱۱۹			

معناداری وجود ندارد که دلیل این امر را می‌توان در فرهنگ اجتماع بررسی کرد که باعث ایجاد تساوی حقوق زنان و مردان در استفاده از فضاهای باز شهری است و واقع ریشه در باورها و فرهنگ مردم در رابطه با نقش زنان در فعالیت‌های اجتماعی دارد.

با توجه به سطح معنی‌داری آزمون تی برای سرمایه اجتماعی که برابر با ۰/۳۶۰ و از ۰/۰۵ بیشتر می‌باشد، نتیجه می‌گیریم که آزمون تی برای مقایسه میانگین سرمایه اجتماعی در بین زنان و مردان معنی‌دار نیست؛ یعنی بین میانگین سرمایه اجتماعی زنان و مردان تفاوت

جدول ۷: آزمون تحلیل واریانس برای مقایسه میانگین سرمایه اجتماعی میان زنان و مردان

آزمون تی برای برابری میانگین‌ها		آزمون لون		df	T آماره	سطح معنی‌داری	F آماره	برابری واریانس‌ها
فاصله اطمینان ۹۵٪	تفاوت میانگین‌ها	سطح معنی‌داری	تفاوت میانگین‌ها					
بیشینه	کمینه	۰.۳۶	۰.۵۷	۱۱۸	۰.۹۱	۰.۷۸	۳.۱۷	برابری واریانس‌ها
۱.۸۱	-۰.۶۶	۰.۳۶	۰.۵۷	۱۱۰.۷۷	۰.۹۱			نابرابری واریانس‌ها

مربوط به کار خود و سود بیشتر هستند و کمتر به مسائل مربوط به خیابان توجه می‌کنند، ولی افرادی که به خیابان مراجعه می‌کنند بیشتر به مسائل مربوط به خیابان توجه می‌کنند، زیرا به این تمایل دارند وقتی به خیابان می‌آیند از بودن در آن لذت ببرند و احساس راحتی و امنیت داشته باشند، پس وضعیت خیابان و کیفیت آن مهم است و برای ایجاد محیطی با شرایط مناسب حاضر به همکاری هستند.

با توجه به سطح معنی‌داری آزمون تی در سطر اول که برابر با ۰/۰۰۰ و از ۰/۰۵ کمتر می‌باشد نتیجه می‌گیریم که آزمون تی برای مقایسه میانگین سرمایه اجتماعی برای دو گروه (افراد مغازه دار و افراد مراجعه کننده به خیابان) معنی دار است؛ میانگین سرمایه اجتماعی افراد مراجعه کننده به خیابان بیشتر از میانگین سرمایه اجتماعی افراد مغازه دار می‌باشد. دلیل آن را می‌توان اینگونه بیان کرد که افراد مغازه دار بیشتر از هر مسئله‌ای به فکر مسائل اقتصادی

جدول ۸: آزمون تی برای مقایسه میانگین سرمایه اجتماعی افراد مراجعه کننده به خیابان

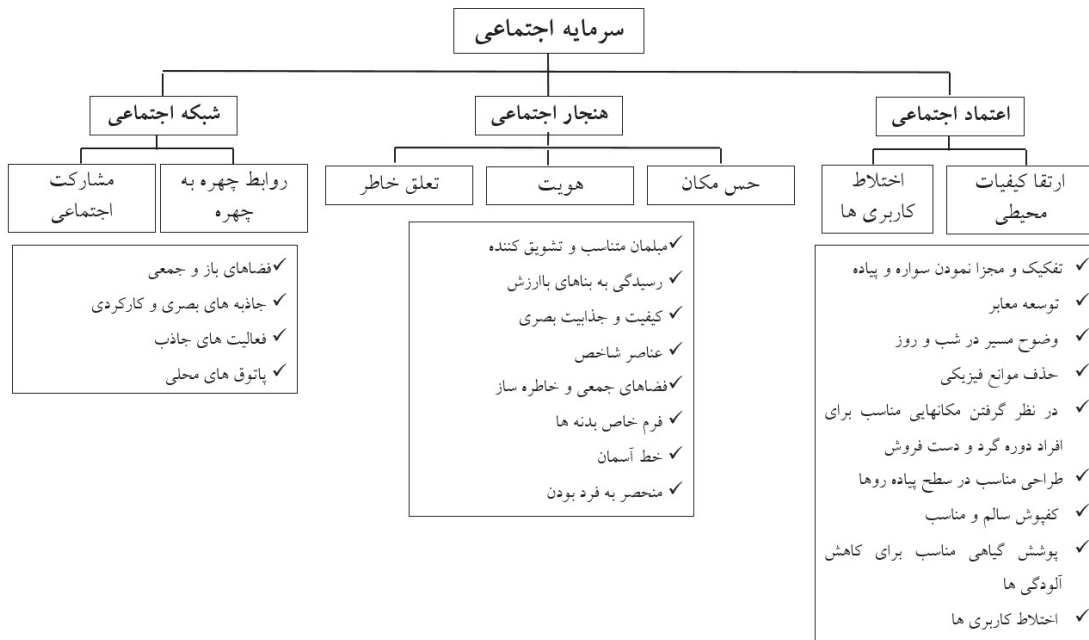
آزمون تی برای برابری میانگین‌ها		آزمون لون		df	T آماره	سطح معنی‌داری	F آماره	برابری واریانس‌ها
فاصله اطمینان	تفاوت میانگین‌ها	سطح معنی‌داری	تفاوت میانگین‌ها					
بیشینه	کمینه	۰.۰۰	۰.۰۰	۱۷۸	-۴۳.۷۶	۰.۰۰۸	۷.۳۱۰	برابری واریانس‌ها
-۲۰.۶۴	-۲۲.۶۰	۰.۰۰	-۲۱.۶۲	۱۵۹.۳۸	-۴۹.۱۸			نابرابری واریانس‌ها
-۲۰.۷۵	-۲۲.۴۹	۰.۰۰	-۲۱.۶۲					

۸- نتیجه گیری

سرمایه اجتماعی مسئله‌ای است که امروزه با کاهش آن در فضاهای شهری مواجه هستیم که باعث کاهش موفقیت این فضاها در سطح شهرها می‌شود، پس شهرسازی باید در فکر افزایش تعاملات و سرمایه اجتماعی در فضاهای شهری باشد. بر اساس نتایجی که از پرسشنامه‌ها بدست آمده است می‌توان گفت که میزان اعتماد افراد به کسانی که با آنها به خیابان می‌آیند در حد مطلوب اندازه گرفته شده است در حالیکه میزان اعتماد افراد به غریبه‌ها در حد بسیار پایینی قرار دارد که این خود یک معضل اجتماعی است. اکثریت افراد معتقد بودند که در صورت پیدا کردن کیف یا هر چیز دیگری سعی در پیدا کردن صاحب آن خواهند داشت در حالی که بیشتر آنها نیز معتقد بودند در صورتی که کیف یا وسیله دیگری از آنها گم شوند، هیچ امیدی برای پیدا کردن آن نخواهند داشت. میزان هنجارهای اجتماعی شامل قبول تفاوت‌ها، کمک به نیازمندان و وساطت اجتماعی و هم چنین باور به تأثیرگذاری بر وضعیت محیط در حد قابل قبولی ارزیابی شده است.

در پایان می‌توان گفت، چهار خیابان مورد مطالعه در هسته مرکزی شهر سنندج با وجود موقعیت قابل توجه آنها در شهر، نقش بسیار مهمی را در زمینه سرمایه اجتماعی در سطح شهر دارند. این خیابان‌ها با قرارگیری در مرکز ثقل جغرافیایی شهر، میزبان اقشار و گروه‌های مختلف اجتماعی از نقاط مختلف شهر هستند که با اهداف متفاوتی به این خیابان‌ها می‌آیند. کوتاه بودن این خیابان‌ها فاکتور مناسبی است که می‌توان با کمک گرفتن از نقاط قوت و از بین بردن و کاهش نقاط ضعف آنها، شرایط مناسبی را در جهت ایجاد شرایط مناسب پیاده روی جذب هر چه بیشتر افراد و برقراری تعاملات اجتماعی و افزایش اعتماد و تقویت هنجارها و شبکه‌های اجتماعی را فراهم آورد. مولفه‌های استخراج شده از تحلیل اطلاعات که می‌توانند در سطح خیابان‌ها در جهت افزایش سطح سرمایه اجتماعی مورد توجه قرار گیرند، در ارتباط با هر یک از ابعاد سرمایه اجتماعی در تصویر زیر نشان داده شده است.

تصویر ۱۲: مولفه‌های تأثیرگذار بر وضعیت سرمایه اجتماعی



فهرست منابع

- افشار نادری، کامران (۱۳۷۸)، از کاربری تا مکان، مجله معمار، شماره ۶.
- پاکزاد، جهانشاه (۱۳۸۴)، راهنمای طراحی فضای شهری، تهران، وزارت مسکن و شهرسازی.
- پورجعفر، محمدرضا؛ محمودی‌نژاد، هادی (۱۳۸۹)، طراحی شهری و سرمایه اجتماعی در فضاهای شهری، نشر هله.
- پیراهری، نیر (۱۳۸۸)، سرمایه اجتماعی در نظریات جدید، پژوهش‌نامه علوم اجتماعی، سال سوم، پاییز، شماره سوم.
- توسلی، غلامعباس؛ مرضیه، موسوی (۱۳۸۴)، سرمایه در نظریات کلاسیک و جدید با تاکید بر نظریه‌های سرمایه اجتماعی، نامه علوم اجتماعی، شماره ۲۶.
- توسلی، محمود؛ بنیادی، ناصر (۱۳۷۱)، طراحی فضاهای شهری، انتشارات مرکز مطالعات و تحقیقات شهرسازی و معماری ایران.
- حبیب، فرح و دیگران (۱۳۹۱)، سنجش چارچوب ارزیابی سرمایه اجتماعی در ساختار شهر با تاکید بر نقش فضاهای عمومی، هویت شهر، شماره ۱۲، سال ۶.
- حبیبی، کیومرث؛ پوراحمد، احمد (۱۳۸۴)، توسعه کالبدی فضایی شهر سنندج با استفاده از GIS، انتشارات دانشگاه کردستان.
- خادمی، مسعود و دیگران (۱۳۸۹)، درآمدی بر مفهوم خیابان شهری به عنوان فضای شهری، کتاب ماه هنر، شماره ۱۴۲.
- سعادت، رحمان (۱۳۸۶)، تخمین سطح و توزیع سرمایه اجتماعی استان‌ها، فصلنامه علمی - پژوهشی رفاه اجتماعی، سال ششم، شماره ۲۳.
- شارع‌پور، محمود (۱۳۸۰)، فرسایش سرمایه اجتماعی و پیامدهای آن، نامه علوم اجتماعی، شماره ۳.
- شکوهی دولت‌آبادی، محمود؛ محمد، مسعود (۱۳۸۹)، پیاده راه، نشریه علمی پژوهشی انجمن علمی معماری و شهرسازی ایران، پاییز، شماره ۱.
- Adler P., Kwon S., (2000), Social Capital: The Good, The Bad and the Ugly, Boston, Butterworth - Heinemann.
- Bourdieu P., (1997), The Forms of Capital in A. H. Halsey, Philip, Brown, Lauder Weus, Amy Stuart Sducation, Culture, Economy Society, London, Oxford University Press.
- Bullen P., Jenny O., (1998), Measuring Social in Five Communities in NSW: Neighbourhood and Community Centers, Journal of Applied Behavior, No. 1, Vol. 36.
- Fukuyama F., (1999), Social Capital and Civil Society, The Institute of Public Policy, George Mason University.
- Jacobs J., (1961), The Death and Life of Great American Cities, London, Jonathan Cape.
- Lynch K., (1972), The Openness of Open Space, Art of Environment, Oxford University Press.
- Putnam Robert D., (1999), The Prosperous Community: Social Capital and Public Life, The American Prospect, Inc.