

بررسی نقش سرمایه اجتماعی در بازار آفرینی پایدار شهری (مطالعه موردی: محلات شمالی بافت تاریخی - فرهنگی شهر تبریز)

مهدیه طاهونی^۱
الهام طاهونی^۲

چکیده

توجه به افزایش تعداد پروژه‌های بازار آفرینی شهری در دهه‌های اخیر لزوم توجه به ابعاد اجتماعی در آن بسیار حائز اهمیت می‌باشد. بر این اساس سرمایه اجتماعی عنوان یکی از پتانسیل‌های اجتماعی محله، مفهومی است که در بازار آفرینی اهمیت ویژه یافته است. با توجه به ضرورت موضوع، این پژوهش به بررسی نقش سرمایه اجتماعی در بازار آفرینی محلات شمالی بافت تاریخی - فرهنگی شهر تبریز پرداخته است. پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از لحاظ روش توصیفی - تحلیلی می‌باشد. ابزار گردآوری اطلاعات منابع کتابخانه‌ای و اسنادی و میدانی (بررسی‌نامه) می‌باشد. مهم‌ترین عوامل مؤثر مورد شناسایی و روابط بین عوامل با استفاده از مدل تحلیل مسیر در Smart PIs مورد بررسی قرار گرفته است. بررسی پایابی و روایی با پایابی مرکب و روایی همگرا می‌باشد که میزان آن برای تمامی متغیرها به ترتیب بالای ۰/۰۵ و ۰/۰۵ نشان دهنده روایی و پایابی مطلوب می‌باشد. نتایج مدل تحلیل مسیر نشان دهنده آن است متغیرهای مستقل پژوهش حاضر وابستگی به محیط، اعتماد، مشارکت اجتماعی و مشارکت مدنی به ترتیب با ضرایب مسیر ۰/۴۷۱، ۰/۲۹۵، ۰/۲۲۳ و ۰/۱۳۸ در سطح معنی داری $p < 0.05$ بر متغیر وابسته پژوهش تأثیر مثبت و معناداری داشته است که در بین شاخص‌های بررسی شده بیشترین تأثیر با ضرایب ۰/۴۷۱ و ۰/۴۲۶ مربوط به متغیر وابستگی به محیط است و عضویت در نهادهای محلی با (۰/۸۴۲) بیشترین تأثیر را در بازار آفرینی شهری پایدار محلات شمالی بافت تاریخی - فرهنگی شهر تبریز دارد.

واژگان کلیدی: سرمایه اجتماعی، بازار آفرینی شهری، تحلیل مسیر، شهر تبریز.

مقدمه

پویایی شهرنشینی در طول زمان براساس تغییرات در سازمان اجتماعی و اقتصادی شهرهای جهان تعییریافته است (Korkmaz and Balaban, 2020: 2). شهرها به عنوان دومین انقلاب در فرهنگ بشری با پیشینه درخشنان در زمینه مدیریت شهری در عصر حاضر با یکی از بزرگ‌ترین چالش‌های خود با عنوان بافت‌های فرسوده دست‌وپنجه نرم می‌کند (رسولی اقدام و همکاران، ۱۳۹۵: ۱) و تحولات زندگی شهرنشینی چند دهه اخیر بافت‌های قدیمی را با مشکلات عدیدهای در ابعاد مدیریتی، اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی، تأسیسات و امکانات شهری مواجه ساخته است. مشکلات یک ناحیه شهری در اثر تغییر شهرها در طول زمان ایجاد می‌شود (Hassan, 2012: 230). این مشکلات نه تنها مسایل فیزیکی از جمله زمین مورد نیاز و ساختمندانهای متوجه کرده را در بر می‌گیرد مشکلات اجتماعی نظیر بیکاری و محرومیت اجتماعی را نیز بوجود می‌آورد (Couch et al, 2008: 15) که همه عوامل دست‌به‌دست هم داده و زمینه مناسبی را برای فرسودگی بافت‌های قدیمی فراهم می‌نماید (فلامکی، ۱۳۹۷: ۲۲۲). این بافت‌ها در گذشته و به مقتضای زمان دارای عملکرد سلسله مراتبی و منطقی بوده ولی امروزه از لحاظ ساختاری و عملکردی دچار کمبودهایی شده است (جبی، ۱۳۸۶: ۳) و عدم تعادل در ساختارهای شهری به ویژه در بافت‌های قدیمی، تاریخی و فرسوده سبب تشدید دوگانگی در بافت‌های شهری شده است.

^۱. مدرس دانشگاه فنی و حرفه‌ای، دکترای جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری (نویسنده مسئول)

Email : Mahdieh.tahooni69@yahoo.com- Tel: 09147317252

^۲. کارشناسی ارشد مهندسی معماری

(بزدی و نظریان، ۱۳۸۷: ۴۹). در نتیجه شناسایی دقیق و مداخله آگاهانه در ساماندهی این امر ضروری به نظر می‌رسد (سریزدی و جلیلی، ۱۳۸۷: ۱). جستجو و ایجاد راه حل برای این مشکلات به عنوان بازارآفرینی شهری شناخته می‌شود (Shaw and Butler, 2020: 6). بر اساس فرهنگ لغت جهانی جدید و بستر، بازارآفرینی به معنی "منجر شدن به نوسازی، ترمیم یا اصلاح به طور کامل" است (Roberts & Skyes, 2000: 16). بازارآفرینی شهری فرآیندی است که به خلق فضاهای شهری جدید با حفظ ویژگی‌های اصلی فضایی منجر گردیده و یک دید جامع و یکپارچه در حل مسائل شهری دارد، به طوری که بهبود دائمی در شرایط اقتصادی، کالبدی، اجتماعی و زیستمحیطی بافتی که دستخوش تغییر شده را، به وجود می‌آورد (Bottero et al, 2020, korkmaz and Balaban, 2019, Clark and Wise, 2018). بنابراین بازارآفرینی شهری سعی در استفاده از پتانسیل‌های موجود در بافت‌های تاریخی - فرهنگی دارد و سعی می‌کند حیات اجتماعی و رونق اقتصادی را به بافت برگرداند (ادبی، ۱۳۸۷: ۴۵). از سوی دیگر اجرای ناموفق طرح‌های جسته‌وگریخته باعث به وجود آمدن پدیده جدیدی به نام پایداری در پروژه‌های شهری شده است (صباگی، ۱۳۹۲: ۴۶). امروزه بازارآفرینی پایدار شهری به دنبال تشکیل کنسرسیوم‌هایی از همه گروه‌های ذینفع است (ایزدفر و رضایی، ۱۳۹۹: ۲).

علی‌رغم ظهر بازارآفرینی و توسعه پایدار به عنوان خطوطی موازی در سیاست شهری امروز، هماهنگی اندکی و عدم تعادل میان این دو خصوصاً بازارآفرینی اقتصادی در مقایسه با پایداری بهویژه در دستیابی به بازارآفرینی شهری، وجود داشته است (پوراحمد و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۷۷ به نقل از فرجی ملائی، ۱۳۸۹)، بازارآفرینی شهری پایدار، توسعه مجدد است که تأثیرات بلندمدت پایدار ایجاد نماید و در عین حال به مسائل اجتماعی، اقتصادی و زیستمحیطی توجه داشته باشد (بحرینی و همکاران، ۱۳۹۳: ۲۴ به نقل از Hemphill et al, 2004). این در حالی است که امروزه در عمل، سیاست‌های مداخله در کشور ایران تنها از بعد کالبدی و تأکید بر نوسازی است و در این میان حتی بناهای بالارزش تاریخی و فرهنگی نیز مورد توجه قرار نمی‌گیرد. امروز، تحولات جدید شهری شروع به تهدید هویت این مناطق کرده و باعث روند پوسیدگی و وخیمتر شدن این بافت‌های بالارزش شهری شده است (Chandan et al, 2019 & Nosratabadi et al, 2019). عدم توفیق در حفاظت و بازارآفرینی محلات تاریخی - فرهنگی شهری غالباً برخاسته از نارضایتی و انفعال مردم نسبت به نسخه‌های تقليدی و غیریومی ملاک عمل مدیریت شهری جهت بازارآفرینی است، لذا تحقق پذیری مناسب و پایدار پروژه‌های بازارآفرینی مستلزم پروژه‌های برخاسته از انتظارات و توقعات مردم در مکان‌های محرك توسعه و اجرای آن‌ها در یک دوره زمانی معین خواهد بود و از طرف دیگر هم‌پا با تغییرات نگرش برنامه ریزان نسبت به شیوه‌های مداخله در بافت‌های با هویت و مسئله‌دار و در عین حال فرسوده می‌باشند با تکیه‌بر پتانسیل‌های اجتماعی شهری، الگوهای بومی مداخله در بافت‌های شهری تدوین گردد (اصغری و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۲۸).

فائق آمدن بر مشکلات محلات تاریخی - فرهنگی ممکن است به لحاظ ذهنی آسان به نظر آید ولی در عمل با بن‌بست مواجه شده است لذا ارتقا محلات شهری ما از طریق اقدامات چندبخشی (زیستمحیطی، اقتصادی، اجتماعی، کالبدی، تاریخی، فرهنگی) و با مشارکت دولت، بخش خصوصی و خود مردم صورت می‌گیرد. مشارکت تحت تأثیر عوامل زیادی است که یکی از آنها سرمایه اجتماعی بوده و در واقع سرمایه اجتماعی منجر به مشارکت بالاتر افراد یک جامعه می‌شود (Wellman & Bouse, 2005: 5). (Zhai & Kam Ng, 2013, Blessi, et al., 2012). سرمایه اجتماعی مفهومی است که با استفاده از پتانسیل خود میزان مشارکت مردم را در بهبود کیفیت زندگی در محالت تحت تأثیر قرار داده و توسعه اجتماعی را بدنبال خواهد داشت. این مفهوم موضوعات گستره‌ای مانند بازارآفرینی، سلامت، مسکن، امنیت اجتماعی و کاهش جرایم را در بر می‌گیرد. در حقیقت مضامینی مانند اعتماد، مشارکت، همکاری و پیوند اجتماعی که شاخص‌های سرمایه اجتماعی را تشکیل می‌دهند نشانگر آن هستند که با ایجاد ارتباط با یکدیگر و تلاش برای حفظ و تداوم آن، مردم میتوانند با همکاری به اهدافی دست یابند که اگر به تنها ی عمل کنند موفق نخواهند شد (احمدی و همکاران، ۱۳۹۸: ۵۰). عدم توجه به بعد اجتماعی در فرآیند بازارآفرینی بخصوص سرمایه‌های اجتماعی نزول کیفیت زندگی و محیط شهری را در پی داشته که کاهش حس مطلوبیت، نالمنی، فقر و... را برای این محلات بدنبال داشته است. از تبعات دیگر، عدم مشارکت مردم و پیدایش رویکردی از بالا به پایین و بدون توجه به الگوهای رفتاری و غیر مردمی، ایستا و غیر منعطف را میتوان نام برد. همچنین این مساله با نگاهی از بالا به پایین و توجه صرف به الگوهای دو بعدی و



بدون توجه به اثرات روانی این طرح‌ها بر زندگی مردم و الگوهای رفتاری آن‌ها نظامی ناکارآمد در این فرآیند پدید آورده است که نتیجه آن بروز مشکلات اجتماعی چون فقدان هویت، بدینی مردم به مسئولین و عدم حس تعلق در بافت‌های فرسوده تاریخی - فرهنگی بوده و طبعاً فرآیند بازارآفرینی متاثر از این مشکلات است. اهمیت سرمایه اجتماعی در فرآیند بازارآفرینی شهری از آن جهت محسوس است که مداخله در بافت‌های فرسوده تاریخی - فرهنگی در بیشتر موارد در ظرف مکانی محله انجام می‌شود. سرمایه اجتماعی با شامل شدن ارزشهایی چون اعتماد، مشارکت، همبستگی و یکپارچگی اجتماعی به عنوان ظرفیت‌های درونی در محلات می‌تواند یک اقدام غیرمتمرکز و از پایین به بالا را نوید بخش باشد. بر همین اساس شناسایی عوامل و عناصر موثر در این امر از پیش شرط‌های اساسی در جهت برنامه ریزی برای پیشبرد فرآیند بازارآفرینی و تحقق کامل اهداف آن از جمله مشارکت، تقویت حس سرزنشگی و ایجاد حس تعلق می‌باشد. ضرورت این موضوع بالطبع در مورد بافت‌های فرسوده تاریخی که از پتانسیل‌های بالقوه بسیاری برخوردار هستند، دو چندان است. بنابراین این پژوهش به بررسی نقش و میزان سرمایه‌های اجتماعی در بازارآفرینی محلات شمالی بافت تاریخی - فرهنگی شهر تبریز می‌پردازد. در این رابطه تحقیقاتی صورت گرفته است که به برخی از آنها اشاره می‌گردد:

میدلتون^۱ (۲۰۰۵) در تحقیق سرمایه‌های اجتماعی و محلات کارآمد اذعان کرده است که اخیراً نظریه سرمایه اجتماعی در مباحث سیاسی در بازارآفرینی شهری مطرح شده است. سرمایه اجتماعی که پایداری اجتماعی و توانایی جامعه در کمک به خود را در بر می‌گیرد و نبود آن عامل مهمی در زوال محله است. زهایی و کام نگ^۲ (۲۰۱۳) در تحقیق بازارآفرینی شهری و سرمایه اجتماعی در چین: مطالعه موردي منطقه مسلمانان شهر درام^۳ در شیان به این نتیجه رسیده اند که سیاست‌های بازارآفرینی شهری از بالا به پایین در شهرهای تاریخی چین با رویکردی دوقطبی مشخص می‌شوند: حفاظت از ساختمان‌های تاریخی ثبت شده و بازارآفرینی گسترده محله‌های سنتی، این مطالعه همچنین بررسی می‌کند که چگونه سرمایه اجتماعی قوی مذهبی و قومی ساکنان مسلمان به آنها کمک کرد تا مبارزه برای حق خود را در مکان حفظ کنند. دعوای آنها در نهایت دولت منطقه را مجبور کرد که حفظ روش‌های زندگی و تجارت آنها را در طرح‌های بازارآفرینی بگنجاند. گیو وزنگ^۴ (۲۰۲۱) چارچوب بندی ادعاهای پایداری اجتماعی و عدالت در بازارآفرینی شهری: تحلیل مقایسه ای دو مورد در گوانگزو گوانگزو یک استراتژی بازارآفرینی شهری را به عنوان بخشی از دستور کار ارتقای تصویر شهری خود آغاز کرده است که مقاومت و منازعات اجتماعی عظیمی را برانگیخته است. با این حال، ادعاهای اجتماعی و ذینفعان متفاوت هستند و هنوز انواع مختلف بازسازی به خوبی شناخته نشده اند. این مقاله با یک تعریف نظری از مفهوم پایداری اجتماعی و عدالت اجتماعی، چگونگی شکل‌گیری و بازنمایی ادعاهای پایداری اجتماعی و عدالت را در دو نوع معمولی بازارآفرینی شهرهای قدیمی مقایسه می‌کند. و به این نتیجه رسیده اند که اگرچه ابعاد اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی همگی در فرآیند بازارآفرینی منعکس و چارچوب بندی شده اند اما در فرآیند بازارآفرینی، در موارد واقعی توسط ذینفعان با علایق و خواسته‌های متفاوت تولید می‌شوند. کتراس و همکاران^۵ (۲۰۲۱) اثرات یک برنامه بازارآفرینی شهری بر تعیین فاکتورهای سرمایه‌های اجتماعی در شیلی: یک مطالعه قبل و بعد از بازارآفرینی با استفاده از مدل‌های خطی انجام داده اند و به این نتیجه رسیده اند که پس از مداخله، شرکت کنندگان درک بهتری از محیط‌های فیزیکی و اجتماعی داشتند. بنابراین، برنامه PQMB شکلی از سیاست عمومی است که می‌تواند کیفیت زندگی و سلامت مردم ساکن در مناطق محروم را بهبود بخشد. شین^۶ (۲۰۲۲) در پژوهشی به عنوان عوامل تعیین کننده سرمایه اجتماعی از دیدگاه شبکه: مطالعه موردی از پروژه بازارآفرینی سینچون با استفاده از مدل‌های نمودار تصادفی نمایی نشان داده است که این پروژه تمایل به روابط خوشای محکم با مقامات دولتی بدون واسطه متمرکز شده است، که نشان دهنده نقش قوی‌تر سرمایه اجتماعی پیوند دهنده است. با این حال، ساکنان به جای ابراز نگرانی خود

¹Middleton

² Binqing Zhai and Mee Kam Ng

³ DrumTower

⁴ Zhonghua Gu and Xiaoling Zhang

⁵ Natalia Lopez-Contreras, Vanessa Puig-Barrachina, Alejandra Vives, Paola Olave-Müller and Merc`e Gotsens

⁶ Bokyong Shin

خواهان نوع دیگری از سرمایه اجتماعی از جمله قدرت هستند. آقایی زاده و همکاران (۱۳۹۷) به بررسی سرمایه اجتماعی در فرآیند بازآفرینی شهری در بافت‌های مسئله دار شهری، شهر رشت با استفاده از آزمون α تک نمونه ای و کروسکال والیس پرداخته اند و به این نتیجه رسیده اند که در فرآیند بازآفرینی شهری رشت، سرمایه اجتماعی از نظر شاخص‌های افزایش تعاملات بین شهر وندان، مشارکت و آگاهی مطلوب و از نظر ایجاد حس اعتماد در بین شهر وندان نامطلوب بوده است. از دیگر نتایج وجود تفاوت معنادار سرمایه اجتماعی در بافت‌های سه گانه و محله‌های مورد مطالعه است. ابوذری و زیاری (۱۳۹۸) نقش سرمایه اجتماعی بر مشارکت پذیری در طرح‌های ساماندهی بافت‌های فرسوده با رویکرد بازآفرینی شهری (مورد پژوهی: منطقه ۱۲ شهر تهران) را بررسی کرده اند و به این نتیجه رسیده اند که بین شاخص اجتماعی و مشارکت پذیری رابطه معنادار و مثبت وجود دارد و سرمایه اجتماعی تغییرات مشارکت پذیری در طرح‌ها را تبیین می‌کند. احمدی و همکاران (۱۳۹۸) در مقاله‌ی تحلیلی بر جایگاه سرمایه‌های اجتماعی در بازآفرینی بافت فرسوده تاریخی محله امامزاده یحیی با بکارگیری معادلات ساختاری به این نتیجه رسیده اند شاخص‌های اعتماد، هنجارها و ارزشهای اجتماعی به عنوان متغیرهای وابسته مشارکت در بازآفرینی این محله مؤثر و انسجام اجتماعی موثر بوده و سرمایه اجتماعی در محله امامزاده یحیی با شدت تاثیر ۹۳٪ بر بازآفرینی موثر است. بوسجین (۱۳۹۹) به مطالعه تأثیر بازآفرینی شهری بر توسعه سرمایه اجتماعی (نمونه موردنی: پیاده راه عالی قاپو اردبیل) با استفاده از مدل پرسون پرداخته است که نتایج تحقیق نشان می‌دهد بازآفرینی شهری پیاده راه عالی قاپو در اردبیل بر توسعه سرمایه اجتماعی تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد.

با توجه به بررسی‌های صورت گرفته مهتمرین تمایز تحقیق حاضر با سایر تحقیقات صورت گرفته از حیث مکان و شاخص‌های مورد بررسی است. ثانیاً با توجه به اهمیت تحقیق سعی شده است که شاخص‌هایی مورد بررسی قرار بگیرد که در محلات مورد مطالعه مصدق داشته باشد.

مبانی نظری

بازآفرینی شهری یک زمینه متقاطع از سیاست‌های شهری است (Korkmaz & Balaban, 2019:2) و سیاستی جامع و یکپارچه برای حل مشکلات شهر هاست، به‌نحوی که منجر به ارتقای قابلیت زیست پذیری شهرها و کیفیت زندگی شهر وندان شود. بازآفرینی شهری دربرگیرنده شبکه‌ای از اقدامات و برنامه‌های منعطف در مقیاس‌های فضایی مختلف و در مسیر اهداف توسعه پایدار است و در تمامی سطوح، مشارکت حداکثری تمامی کنشگران و ذینفعان، بهویژه مردم را به همراه دارد. (شرکت مادر تخصصی عمران و بهسازی شهرهای ایران، ۱۳۹۱) به اعتقاد راوتز بازآفرینی شهری راهبردی است که ساختاردهی مجدد اقتصادی، اجتماعی و محیطی، مهندسی مجدد و خلق مجدد شهر- منطقه را با روش‌های مختلف زیر ترکیب می‌کند: ایجاد فرایندی مداوم از ساختاردهی مجدد کالبدی در گستره شهری بهمنظور دستیابی به اهداف راهبردی محیطی؛ ایجاد تنوع در مشاغل و اقتصاد برای مواجهه با مخاطرات جهانی شدن؛ تقویت توانمندی‌های اجتماعی از طریق اقدامات اجتماعی و اقتصاد بخش سوم؛ و برنامه‌ریزی شهری و محیطی برای شهر منطقه در یک چارچوب توسعه پایدار (حبیبی و خیبری، ۱۳۹۶: ۲۳).

بازآفرینی شهری از طریق بهبود حیات محیطی و اجتماعی شهر به دست می‌آید وسیعی از فعالیت‌ها را توصیف می‌کند که زندگی جدیدی به مناطق فرسوده و کهنه شهر می‌بخشند بدین لحاظ باعث تجدید حیات ساختمان‌ها، زیرساخت‌ها، تأسیسات شهری و محیط ساخته شده می‌شود و منجر به توسعه مجدد ساختارهایی می‌گردد که پایان عمر مفیدشان فرا رسیده است (Galdini, 2005: 45). درنتیجه بازآفرینی شهری؛ نگرش و اقدامات جامع و یکپارچه برای حل مشکلات شهری تعريف حاوی تمام ویژگی‌های اساسی بازآفرینی شهری است (Robert & Sykes, 2000: 5). گرچه همه اصول توسعه پایدار در بازآفرینی مطرح شده است، دیدگاه غالب و متأخر بحث پایداری اجتماعی و فرهنگی است که تجلی می‌یابد. گفته می‌شود که پایداری اجتماعی قطعیت توسعه است، در حالی که پایداری‌های زیستمحیطی و اقتصادی اهداف توسعه پایدار و ایزارهای



رسیدن به آن‌ها هستند (ایزدی و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۶۵). سیر تحول تجارب بازارآفرینی شهری و تجربه نتایج و نیز ارزیابی آن‌ها نشان داده است که موفقیت بازارآفرینی در محدوده‌های شهری تنها با بهبود کالبدی حاصل نمی‌شود، بلکه از وجهی اجتماعی که در برخی موارد وجه - نرم^۱ نامیده می‌شود - نیز برخوردار است که بر مبنای آن مردمان ساکن نیز عملأً در فرایند بازارآفرینی وارد می‌شوند (Colantonio & Dixon, 2011: 15). بدین معنا، هرگونه اقدامی که در چارچوب رویکرد مذکور به اجرا درآید، لزوماً در جهت بهبود شرایط مکانی و ارتقای کیفیت زندگی مردمان محرومی حرکت خواهد کرد که علاوه بر محدودیت‌های محیط کالبدی، از کاستی‌های اجتماعی نیز رنج می‌برند. بدین ترتیب، بعد دیگری از بازارآفرینی پدیدار می‌شود که در جست و جوی بهبود شرایط اجتماعی ساکنان محله‌های محروم، فقیر و آسیب‌دیده؛ برنامه‌های بازارآفرینی اجتماعی را پیاده می‌کند (جمشیدی، ۱۳۹۷: ۶). به حداقل رساندن جرائم و خشونت، فراهم کردن خدمات بهداشتی و درمانی مناسب، کاهش کج روی‌های فرهنگی، تقویت اجتماعات خُرد، تأکید بر توامندسازی اجتماعات، توجه به نیازهای گروه‌های مختلف، (موحد و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۰۸) جذب نهادها و سازمان‌های آموزشی و پژوهشی، رسیدن به ارزش‌ها و برتری‌های جامعه و گروه‌های مختلف اجتماعی، سازماندهی مجدد سازوکارهای انطباق تصمیم با مردم‌سالاری، افزایش میزان فضای همکاری و مشارکت، توجه به تعاملات میان سازمان‌ها و نهادها و روابط درونی آن‌ها، (Lang, 2005: 12) ارتقاء شأن و منزلت ساکنین بافت‌های تاریخی، هویت این مکان‌ها، ایجاد امنیت و برقراری عدالت اجتماعی از دیگر اهداف اجتماعی بازارآفرینی است (ایزدی و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۶۵).

توجه به نقش فرهنگ، استفاده از ارزش‌های تاریخی و فرهنگی به عنوان منابعی برای توسعه و همچنین توجه به گذران اوقات فراغت مردم، مهم‌ترین وجوده این گرایش هستند (پوراحمد و همکاران، ۱۳۸۹: ۸۲). بنابراین مفهوم اعتباربخش و ضامن پایداری در فرآیند بازارآفرینی شهری، مقوله اجتماع است. با تأکید بر ویژگی‌های مکان بازارآفرینی شهری در جوهره و ذات خود بر آن است تا با شرکت دادن ساکنان و دیگر ذینفعان و ذینفوذان با دربرگرفتن اهداف و فعالیت‌ها و با کار مشترک بین تمامی دست‌اندرکاران، طبیعت مکان را تغییر دهند (Turok, 2004: 111).

بسیاری از سیاستگذاران ادعا می‌کنند که بازارآفرینی شهری نباید تنها کیفیت فیزیکی محیط را ارتقاء ببخشد، بلکه باید به وضعیت مناسب اجتماعی ساکنین نیز بیندیشند (Kearns, 2004: 113). از طرف دیگر سرمایه اجتماعی به عنوان پایه و اساس پایداری و ثبات و توانایی جامعه در خودسازی و نبود آن عاملی مهم در زوال محالت شهری است، Middleton et al, (2005: 1711). مفهوم سرمایه اجتماعی برای نخستین بار در دهه ۱۹۸۰ توسط جیمز کلمن مطرح شد و پس از وی جامعه شناسانی نظری فوکویاما (۱۹۹۶ م) و گیدنر (۱۹۹۰ م) آن را بسط دادند در نتیجه از اواسط دهه ۱۹۹۰ م، سرمایه اجتماعی به یکی از مولفه‌های اصلی پارادایم جدید توسعه تبدیل شد (آقایی زاده و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۴۹). سرمایه اجتماعی، توسط رابرт پاتنام تعریف شده است که نشان دهنده روابط بین افراد در یک جامعه است (Putnam, 2020). سرمایه اجتماعی به عنوان شبکه‌هایی همراه با هنجارها، ارزش‌ها و درک مشترک که همکاری در درون یا بین گروه‌ها را تسهیل می‌کند و به عنوان یک شبکه دنیای واقعی بین افراد تعریف می‌شود (Nakano and Washizu, 2021: 2). سرمایه اجتماعی از دو بخش ساختی (شبکه‌های اجتماعی) و هنجاری (اعتماد؛ آگاهی و هنجارهای مقوم همکاری و روابط متقابل) تشکیل می‌شود. این عناصر و مولفه‌های یاد شده در تعامل با یکدیگر توانایی تولید فواید مورد انتظار از سرمایه اجتماعی را دارند. براین اساس، تنها زمانی می‌توانند اثرات مثبت مورد انتظار را داشته باشند که در کنار یکدیگر عمل کنند (پاک سرشت، ۱۳۹۳: ۸۶). شاخص‌های مورد بررسی برای بررسی وضعیت سرمایه اجتماعی، اعتماد اجتماعی، مشارکت، انسجام و همیستگی، آگاهی و

^۱ soft

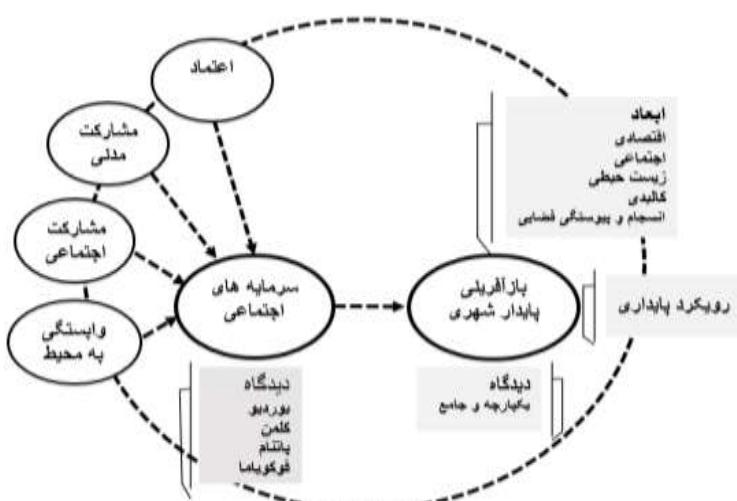


روابط اجتماعی است (Shin, 2022:2). همچنین سرمایه اجتماعی به عنوان یک ایده و مفهوم کلی میتواند به سازمان های خصوصی و داوطلب محور کمک کند که در ک خود را از منطقه در مورد شبکه ها و ساختارهای آن افزایش دهند (احمدی و همکاران، ۱۳۹۸: ۵۳). یکی از عوامل مهم در ایجاد پیوند میان سرمایه اجتماعی و بازارآفرینی موضوع مداخلات اجتماعی است. قدرتمندترین منبع در توسعه محله باید خود اجتماع باشد. دخالت اجتماعی می تواند اشکال مختلفی داشته باشد که عبارتند از: داوطلب شدن به صورت رسمی، کمک به همسایه، شرکت در قرارها و روابط و برنامه های اجتماعی. این مساله منافع سه گانه ای را برای بازارآفرینی در بردارد که عبارتند از: افزایش پیوندهای اجتماعی، ایجاد مهارت واحترام به نفس و شبکه ها در مورد کسانی که در این گونه فعالیت ها شرکت دارند (همان، ۵۴). در جدول (۱) خلاصه ای از دیدگاه های مطرح در سرمایه اجتماعی آورده شده است.

جدول (۱): تعریف، اهداف، تحلیل و منافع حاصل از سرمایه اجتماعی از دیدگاه چهار نظریه پرداز

نظریه پرداز	تعریف سرمایه اجتماعی	اهداف	سطح تحلیل	بازده سرمایه	مولفه ها
بوردیو	سرمایه اجتماعی، حاصل جمع منابع بالقوه و بالغلى است که نتیجه مالکیت شبکه بادوامی از روابط کم و بیش نهادی شده بین افراد بواسطه شناخت یا سابقه آشنایی می باشد.	تامین سرمایه اقتصادی	افراد در رقبات های طبقاتی	خصوصی (فردی و گروهی)	تعهدات، وظایف و مسئولیت های اجتماعی
کلمن پاتنام	سرمایه اجتماعی یک موجودیت مفرد نیست، بلکه تنوعی از موجودیت های متفاوت بوده که دارای دو خصوصیت مشترک میباشد: همه آنها در بردارنده برخی جنبه های ساختار اجتماعی بوده و همه آنها کنش های کنشگران فرار گرفته در آن ساختارها را تسهیل می کنند جنبه هایی از سازمانهای اجتماعی مانند شبکه ها، هنجارها و اعتماد اجتماعی که هماهنگی و همکاری و تعاون را برای منافع دو طرفه تسهیل می کند.	تامین سرمایه انسانی	افراد در خانواده و محیط جامعه مناطق و گروهها در سطح ملی	خصوصی و عمومی (فردی و جمعی)	اعتماد و تعهد، ایدئولوژی و ثبات ساختار اجتماعی، اعتماد، هنجارها و شبکه ها
فوکویاما	سرمایه اجتماعی مجموعه ای از هنجارهای موجود در سیستم های اجتماعی است که موجب ارتقای سطح همکاری اعضای آن جامعه گردیده و موجب پایین آمدن هزینه های تبادلات و ارتباطات می گردد.	حفظ اعتماد اجتماعی	مناطق و گروهها در سطح ملی و جهانی	عمومی (جمعی)	اعتماد، هنجارها و ارزشها

مأخذ: Field, 2003 ; Lin, 1999:12





شکل(۱): مدل مفهومی تحقیق

داده و روش‌ها

پژوهش حاضر را از نظر نوع هدف در میان پژوهش‌های کاربردی و به لحاظ نوع روش در طبقه تحقیقات توصیفی - تحلیلی قرار داد. در این پژوهش نقش سرمایه اجتماعی در بازارآفرینی پایدار شهری با بررسی مبانی نظری و منابع مختلف مرتبط با موضوع پژوهش شناسایی شده است. ابزار گردآوری اطلاعات منابع کتابخانه‌ای و استادی و ابزار پرسشنامه می‌باشد. برای سنجش اعتبار، از نوع اعتبار محتوا استفاده شده است. ملاک ارزیابی این نوع اعتبار، قضایت محققان و متخصصان در حوزه مسائل شهری بود. برای ارزیابی متغیرهای تحقیق و پایایی سوالات از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده که با مقدار 0.901 ، همواره بیش از 0.7 برآورد شده است. جامعه آماری شامل متخصصان و مدیران و مردم با حجم نمونه 384 نفر می‌باشد که براساس فرمول کوکران محاسبه شده است. شاخص‌های مورد استفاده در این پژوهش در شکل (۲) آورده شده است. روش‌های تجزیه و تحلیل اطلاعات و داده‌های جمع‌آوری شده بر اساس تکنیک دلفی و معادلات ساختاری در نرم‌افزار PLS می‌باشد. مرحله انجام کار بدین گونه می‌باشد که جهت استخراج مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار از تکنیک دلفی استفاده شده است و از روش معادلات ساختاری جهت بررسی میزان تأثیر عوامل سرمایه اجتماعی بر بازارآفرینی پایدار شهری محلات شمالی تاریخی - فرهنگی شهر تبریز بهره گرفته شده است.



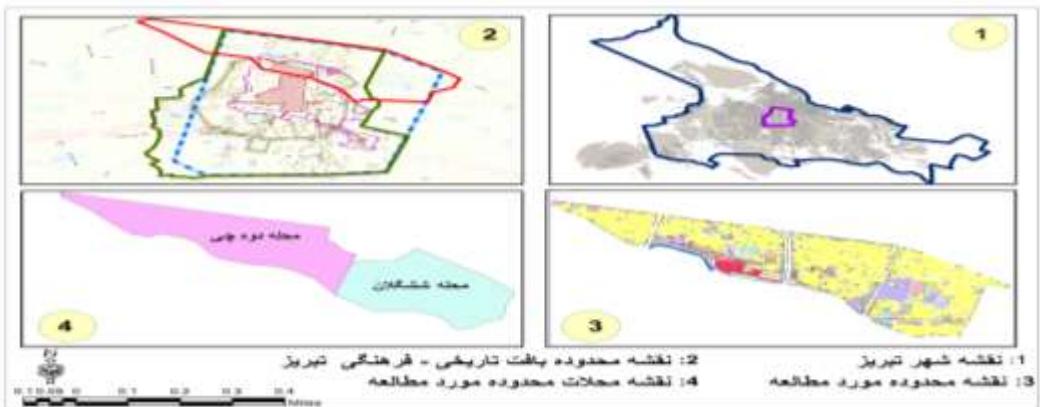
شکل (۲): شاخص‌های مورد استفاده در این پژوهش

مدل تحلیل مسیر

تحلیل مسیر از جمله روش‌های چند متغیرهای است که به بررسی اثرات مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته می‌پردازد. در حالی که در اکثر روش‌های چند متغیره دیگر تنها اثرات مستقیم مدنظر قرار می‌گیرد. تحلیل مسیر بر پایه‌ای مجموعه‌ای از تحلیل رگرسیون چندگانه و براساس فرض ارتباط بین متغیرهای مستقل و وابسته استوار است. برای بررسی رابطه بین متغیرها ابتدا نمودار آن به وسیله محقق رسم می‌شود. در این نمودار روابط علی بین متغیرهای مستقل با متغیر وابسته که در آن روابط و اثرات مستقیم و غیرمستقیم متغیرها مشخص می‌گردد، تنظیم می‌شود. در طراحی چنین نمودار یا مدلی باید نظم علی و تقدم و تأخیر متغیرهای مستقل مدنظر قرار گیرد و روابط بین متغیرها براساس استنباط و خلاقیت محقق تدوین گردد.



محدوده مورد مطالعه در استان آذربایجان شرقی و در محدوده سیاسی - اداری شهرستان تبریز قرارگرفته است. بافت تاریخی تبریز یکی از شش محور بافت تاریخی - فرهنگی ایران براساس مصوبه شورای عالی شهرسازی و معماری ایران می باشد و بازار تبریز که در این بافت قرار گرفته است حدود سه سده پیش و پس از وقوع زمین لرزه تاریخی تبریز در سال ۱۱۹۳ قمری توسط نجفقلی خان دنبلي حاکم وقت تبریز بازسازی شده است. تاریخ بنای این مجموعه مشخص نیست؛ ولی بسیاری از جهان‌گردانی که از سده چهارم هجری تا دوره قاجاریان از این بازار بازدیدکرده‌اند، درباره آن اطلاعاتی ارائه داده‌اند. این بازار با داشتن حدود ۵۰۰ باب حجره، مغازه و فروشگاه، ۴۰ گونه شغل، ۳۵ باب سرا، ۲۵ باب مسجد، ۳۰ باب راسته و راسته بازار، ۱۱ باب دلان، ۵ باب حمام و ۱۲ باب مدرسه، به عنوان اصلی ترین مرکز داد و ستد مردم تبریز و ایران شناخته می‌شود. این مجموعه در تاریخ ۲۵ شهریور ۱۳۵۴ با شماره ثبت ۱۰۹۷ به عنوان یکی از آثار ملی ایران به ثبت رسیده است. در سال ۲۰۱۰ نیز این مجموعه با شماره ثبت ۱۳۴۶ به عنوان یکی از میراث جهانی ایران در فهرست میراث جهانی یونسکو به ثبت رسید (مومنی، ۱۳۸۰: ۳۸۱). مساحت بافت فرهنگی و تاریخی شهر تبریز برابر با ۷۵۲۰۲۲۶ متر مربع و میزان تراکم جمعیتی برابر با ۱۲۷/۹۳ می باشد (خلیلی و همکاران، ۹۷: ۱۳۹۹). محلات شمالی بافت تاریخی - فرهنگی تبریز شامل دو محله‌ی ششکلان و محله دوه چی می باشد. جمعیت محله ششکلان در سال ۱۴۰۱ برابر با ۱۰۱۵۱ نفر که ۵۰۲۲ نفر مرد و ۵۱۲۹ نفر زن و جمعیت محله دوه چی برابر با ۱۱۶۸ که ۶۱۸۱ نفر مرد و ۵۵۰۴ نفر زن می باشد.



شکل(۳): موقعیت محدوده مورد مطالعه در روی نقشه (محلات شمالی بافت تاریخی - فرهنگی بافت شهر تبریز)

تجزیه و تحلیل داده‌ها

براساس مطالعات صورت گرفته، ۴۲/۱۹ درصد از پاسخ‌گویان را زنان و ۵۷/۸۱ درصد را مردان تشکیل داده‌اند. فراوانی پاسخ‌گویان براساس سن به ترتیب ۱۵-۲۵ (۱۵/۲۵٪)، ۲۵-۳۵ (۲۵/۲۵٪)، ۳۵-۴۵ (۲۵/۴۵٪)، ۴۵-۵۵ (۲۴/۶۹٪)، ۵۵-۶۵ (۲۲/۶۶٪) و ۶۵ سال به بالا (۹/۶٪) است. براساس وضع فعالیت توزیع فراوانی؛ بیکار (۶/۶۴٪)، شغل آزاد (۰/۰۳٪)، کارمند (۰/۰۱٪)، خانه‌دار (۸/۸۵٪)، شاغل صنایع دستی (۱/۸۱٪)، بازنشسته (۶/۶۴٪)، محصل (۱/۸۱٪)، کارگر (۱/۸۱٪)، بخش خصوصی (۲۵/۶٪) و دانشجو (۱۲/۳٪) هست. توزیع فراوانی پاسخ‌گویان برحسب تحصیلات ابتدایی (۳/۳۸٪)، راهنمایی (۱۹/۱۷٪)، دیپلم (۳۲/۱۴٪) فوق دیپلم (۰/۰۵٪)، لیسانس (۰/۲۰٪) و فوق لیسانس و بالاتر (۱۹/۱۷٪) است.

بررسی میزان اهمیت و نحوه اثرگذاری و اثرباری عوامل شناسایی شده سنجدش بارهای عاملی

بار عاملی عبارت است از همبستگی بین متغیر پنهان و متغیر آشکار، چنانچه بار عاملی (مقادیر همبستگی)، کمتر از ۰/۲ باشد، متغیر مشاهده شده مقیاس ضعیفی جهت اندازه‌گیری متغیر پنهان بوده و باید از کل مدل حذف شود. مقدار بار عاملی بین ۰/۲ تا ۰/۳ نشان‌دهنده مقیاس ضعیف بوده و احتمالا باید از مدل حذف شود. بارهای عاملی بین ۰/۰ تا ۰/۵ نشان می‌دهد که متغیر مشاهده شده دارای مقیاس نسبتاً ضعیفی بوده ولی در عین حال برای ادامه آنالیز کفایت می‌کند. مقادیر بزرگتر از ۰/۵ نیز نشان می‌دهند که متغیر مشاهده‌پذیر مقیاس



قابل اطمینان برای محاسبه متغیر پنهان است. در جدول (۲)، متغیرهای پژوهش به همراه شماره سؤالات مربوطه آنها در ابزار پژوهش و بارهای عاملی آنها که از نرمافزار PLS استخراج گردیده است، آورده شده است.

جدول (۲): یافته‌های تحلیل عاملی تأییدی

اصل	متغیر	شناخت (گویه)	بار عاملی
اعتماد	اعتماد	اعتماد به نهادها در سطوح مختلف	۰/۸۰۴
	اعتماد	تمایل به رای دهنده	۰/۷۹۵
	اعتماد	اعتماد به مسئولین شهری	۰/۷۸۲
	اعتماد	نیکی به هم و احترام به ارزش‌ها	۰/۶۳۴
	اعتماد	میزان اطلاعات شما نسبت به سازمان‌ها	۰/۵۵۷
	مشارکت مدنی	میزان تاثیرگذاری در رویدادهای محلی (برگزاری مراسمات، رفع مشکلات)	۰/۸۰۵
	مشارکت مدنی	عضویت در نهادهای محلی (جمع‌خیرین، پایگاه‌های بسیج و ...)	۰/۸۴۲
	مشارکت اجتماعی	داشتن رابطه با مسئولین و نمایندگان	۰/۶۸۶
	مشارکت اجتماعی	تعهد به سازمان‌های درون محلی	۰/۷۷۲
	مشارکت اجتماعی	مشارکت در امور مذهبی و جشن‌ها	۰/۸۳۴
وابستگی به محیط	اجتماعی	تعداد گروههایی که فرد در آنها عضویت دارد.	۰/۵۸۲
	وابستگی به محیط	وجود فضاهای جمعی (پارک‌ها، سالن اجتماعات و ...)	۰/۶۵۲
	وابستگی به محیط	رضایت از سکونت در محله	۰/۵۷۰
	وابستگی به محیط	احساس امنیت در محله	۰/۵۲۲
	وابستگی به محیط	وجود فضاهای اوقات فراغت	۰/۶۶۷
کالبدی	کالبدی		۰/۶۳۶
	اجتماعی - فرهنگی		۰/۸۷۰
	اقتصادی		۰/۴۰۳
	زیست محیطی		۰/۵۰۳
	پیوستگی و انسجام فضایی		۰/۷۰۱

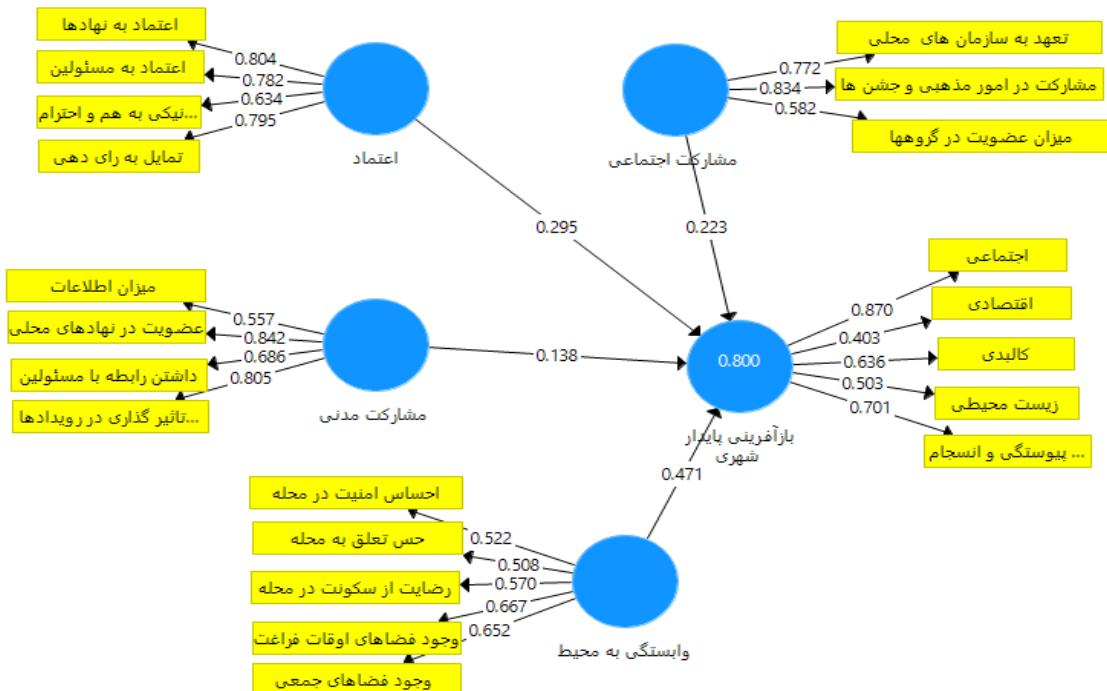
منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۱

با توجه به جدول (۲)، مقادیر تمامی بارهای عاملی گویه‌ها بالاتر از ۰/۴۰ است که برای محاسبه متغیرهای پنهان مدل مقیاس بسیار قابل قبولی به حساب می‌آیند. براساس نتایج به دست آمده از مدل تحلیل عاملی تأییدی، شاخص عضویت در نهادهای محلی (جمع‌خیرین، پایگاه‌های بسیج و ...) قوی‌ترین تاثیر را با ۰/۸۴۲ که زیر مولفه‌ی مشارکت مدنی هست بر بازار آفرینی پایدار شهری دارد که این میزان با توجه به اثرگذاری مؤلفه‌های دیگر بیشترین اهمیت را دارد. ضریب اهمیت شاخص احساس امنیت در محله نیز با ۰/۵۲۲ تاثیر، بیانگر اثر نسبتاً ضعیفی نسبت به معیارهای دیگر می‌باشد.

ضرایب مسیر و معناداری آن

ضرایب مسیر بیان کننده وجود رابطه‌ی علی خطی و شدت و جهت این رابطه بین دو متغیر پنهان است. در حقیقت همان ضرایب رگرسیون در حالت استاندارد است که در مدل‌های ساده‌تر رگرسیون ساده و چندگانه مشاهده می‌شود. عددی بین ۱- تا +۱ است این مقدار از نظر بزرگی نشان‌دهنده قدرت رابطه می‌باشد که با برقرار شدن روابط غیرمستقیم از میزان بزرگی یک ضریب بتا کاسته می‌شود، به همین منظور

برخی از محققان بر ضرورت اثرات کلی که ترکیبی از اثر مستقیم (ضرایب مسیر یا بتا) و غیر مستقیم است تأکید دارند. ضرایب مسیر اثرات مستقیم و مقدار t متناظر با آن از نرم‌افزار Smart-PLS استخراج شده است در شکل (۴) نشان داده است.

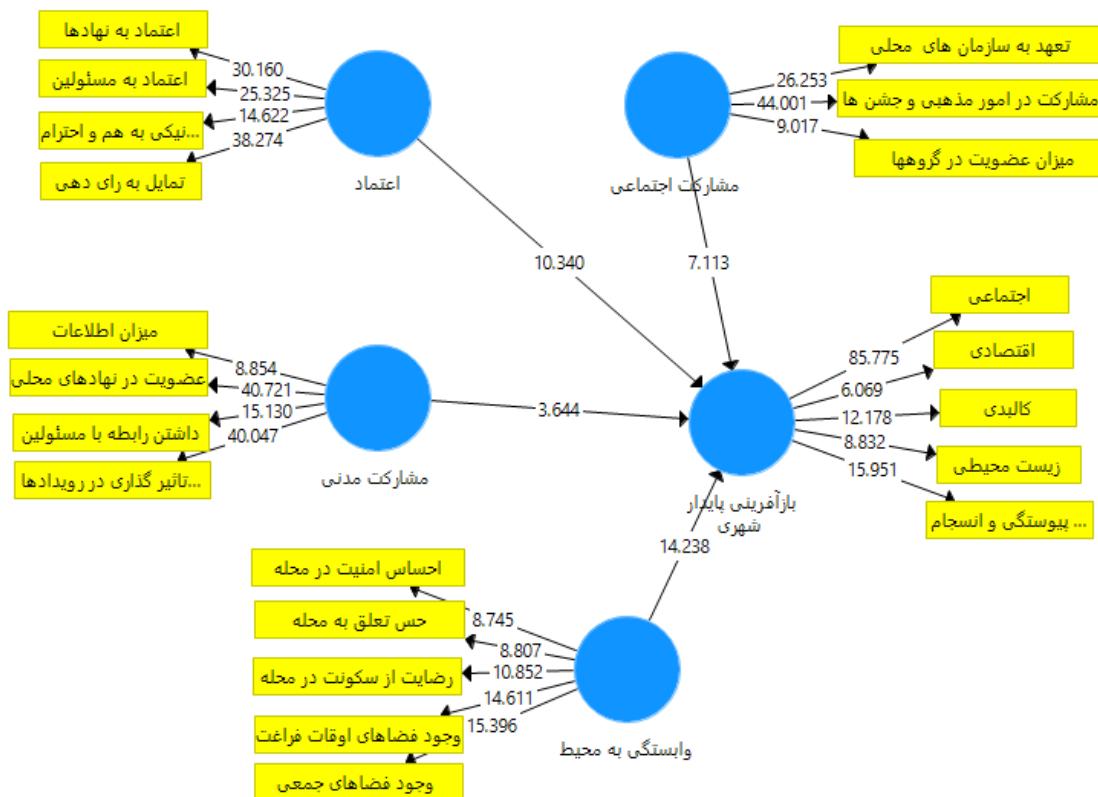


شکل (۴): ضرایب مسیر در مدل ساختاری پژوهش در نرم‌افزار Smart PLS

منبع: یافته های پژوهش، ۱۴۰۱

با توجه شکل (۴) و ضرایب مسیر به دست آمده برای متغیرها و گویه‌های تحقیق در متغیر وابستگی به محیط، اعتقاد، مشارکت اجتماعی و مشارکت مدنی به ترتیب با ضرایب 0.471 ، 0.223 و 0.090 بیشترین تأثیر را بر بازار آفرینی پایدار شهری در محلات شمالی تاریخی – فرهنگی شهر تبریز دارند. در متغیر وابستگی به محیط عواملی همچون وجود فضاهای اوقات فراغت (0.667) و وجود فضاهای جمعی (0.652)، در متغیر اعتقاد، اعتقاد به نهادها (0.804) تمایل به رای دهنی (0.795) و اعتقاد به مسئولین (0.782) بیشترین تأثیر و در عامل مشارکت اجتماعی عواملی همچون مشارکت در امور مذهبی و جشن ها (0.834) و تعهد به سازمان های محلی (0.772) بیشترین تأثیر و در عامل مشارکت مدنی، عضویت در نهادهای محلی (0.842) و تاثیرگذاری در رویدادها (0.824) بیشترین تأثیر را در بازار آفرینی پایدار شهری پایدار محلات شمالی بافت تاریخی – فرهنگی شهر تبریز دارند.

برای بررسی سطح معناداری ضرایب مسیر باید مقدار t هر مسیر محاسبه شود. چنانچه مقدار بدست آمده، در سطح مورد اطمینان در نظر گرفته شده باشد آن رابطه تأیید می‌گردد. در سطح معناداری 90 درصد، 95 درصد و 99 درصد این مقدار به ترتیب با حداقل مقدار $t = 1.64$ ، 1.96 و 2.58 مقایسه می‌شود. نتایج مقدار t برای بررسی روابط بین متغیرهای اصلی تحقیق در شکل (۳) آورده شده است. با توجه به اینکه آماره‌ی t در سطح معنی‌داری 95 درصد بزرگتر از 1.96 است. ضرایب مسیر در مدل ساختاری پژوهش تأیید می‌شود و روابط میان مولفه‌ها معنادار است.



شکل (۵): نتایج مقدار t در نرم افزار Smart PLS

منبع: یافته های پژوهش، ۱۴۰۱

با توجه به اینکه آماره‌ی T بزرگتر از ۱/۹۶ است، در سطح معنی‌داری ۹۵ درصد ضرایب مسیر در مدل ساختاری پژوهش تایید می‌شود و روابط میان مؤلفه‌ها معنادار است. با توجه به جدول ۳، متغیرهای مستقل پژوهش حاضر وابستگی به محیط، اعتماد، مشارکت اجتماعی و مشارکت مدنی به ترتیب با آماره ۲۷/۱۱۳، ۱۰/۳۴۰، ۱۴/۲۳۸ و ۳/۶۴۴ در سطح معنی‌داری $p < 0.05$ بر متغیر وابسته پژوهش تأثیر مثبت و معناداری داشته است که در بین شاخص‌های بررسی شده بیشترین تأثیر با ضریب ۰/۴۷۱ مربوط به متغیر وابستگی به محیط است. بنابراین با توجه به سطح معناداری ۵ درصد و سطح اطمینان ۹۵ درصد می‌توان نتیجه گرفت بین متغیر مستقل و وابسته تحقیق ارتباط معناداری وجود دارد.

جدول (۳): برآورد اثرات مستقیم

اثر مستقیم				مسیر مستقیم	
رد- تایید ۰/۰۵	سطح معناداری P-value	t آماره T-value	ضریب مسیر β	وابسته	متغیر مستقل
تأیید	۰/۰۰۰	۱۴/۲۳۸	۰/۴۷۱	بازآفرینی پایدار شهری	وابستگی به محیط
تأیید	۰/۰۰۰	۱۰/۳۴۰	۰/۲۹۵		اعتماد
تأیید	۰/۰۰۰	۷/۱۱۳	۰/۲۲۳		مشارکت اجتماعی
تأیید	۰/۰۰۰	۳/۶۴۴	۰/۱۳۸		مشارکت مدنی

منبع: یافته های پژوهش، ۱۴۰۱



یکی از معیارهای اساسی ارزیابی مؤلفه‌های مدل ساختاری، ضریب تعیین است. این شاخص نشان می‌دهد چند درصد از تغییرات مؤلفه‌های درون‌زاد به کمک متغیرهای برون‌زاد یا به عبارت دیگر چند درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیر مستقل صورت می‌گیرد. ضریب تعیین در حقیقت مهم‌ترین شاخص در تحقیقاتی است که از مدل سازی معادلات ساختاری استفاده کرده‌اند. این ضرایب نشان می‌دهد که متغیرهای مستقل تحقیق روی هم‌رفته چند درصد از رفتار متغیر وابسته را پیش‌بینی می‌کنند. ضریب تعیین برای متغیرهای مستقل صفر می‌باشد شایان ذکر است که تعداد متغیرهای مشاهده‌پذیر و همچنین روابط برقرار شده یا وارد شده به یک متغیر پنهان وابسته بر میزان ضریب تعیین آن متغیر تأثیرگذار است. از این رو متغیر وابستگی به محیط، اعتماد، مشارکت اجتماعی و مشارکت مدنی در این مدل دارای ضریب تعیین صفر می‌باشد. مقادیر ضریب تعیین در جدول (۴) نشان می‌دهد که ۸۰ درصد تغییرات متغیر وابسته توسط ۴ متغیر مستقل بررسی شده، توضیح داده می‌شود و نشان دهنده برازش مناسب مدل ارایه شده می‌باشد. با توجه به مطالب بالا، می‌توان چنین عنوان نمود که مقادیر R^2 بالاتر از برازش متوسط و در سطح سوی قوی و قابل توجه قرار دارد. به عبارت دیگر مقادیر ضریب تعیین نشان دادند که برازش بخش ساختاری مدل در سطح قابل توجه می‌باشد چرا که به هنگام بررسی تمامی سازه‌ها با یکدیگر این میزان با توجه به جدول (۴) برابر با ۸۰٪ می‌باشد و بدین معنی است که هر چهار متغیر مستقل پژوهش وابستگی به محیط، اعتماد، مشارکت اجتماعی و مشارکت مدنی از طریق معیارها و گوییه‌های تعریف شده برای هر کدام به طور همزمان توانسته‌اند ۸۰ درصد متغیر وابسته را تبیین نمایند و بر بازآفرینی پایدار در منطقه مورد مطالعه تأثیرگذار باشند که بیانگر برازش قوی مدل مورد استفاده شده در تحقیق می‌باشد. ۲۰ درصد باقی مانده نیز برگرفته از سایر عوامل است که به صورت غیرمستقیم بر بازآفرینی پایدار در تبریز اثر می‌گذارد و متغیر وابسته تحقیق را تحت تأثیر قرار می‌دهند.

جدول (۴): مقادیر ضریب تعیین (R^2)

R^2	متغیر
۰/۸۰۰	بازآفرینی پایدار شهری

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۱

در مدل سازی حداقل مربعات جزئی، شاخصی به نام نیکوبی برازش پیشنهاد شده است. این شاخص هر دو مدل اندازه‌گیری و ساختاری را مدنظر قرار می‌دهد و به عنوان معیاری برای سنجش عملکرد کلی مدل به کار می‌رود. برای محاسبه میانگین یا متوسط مقادیر اشتراکی متغیرهای مدل، از خروجی الگوریتم PLS در قسمت شاخص‌های کیفی مدل استفاده شده و نتایج آن در جدول (۵) ارائه داده شده است.

جدول (۵): نیکوبی برازش مدل

نتیجه	مقدار قابل تایید	مدل تخمینی	مدل استاندارد	نوع شاخص	
تایید نیکوبی برازش	مقادیر نزدیک به صفر	۰/۱۲۲	۰/۱۲۲	SRMR	ریشه‌ی میانگین استاندارد شده مجدول باقیمانده
تایید نیکوبی برازش	کمتر از ۰.۹۵	۰/۹۱۱	۰/۹۱۱	d_ULS	مریع فاصله اقلیدسی
تایید نیکوبی برازش	کمتر از ۰.۹۵	۰/۸۹۷	۰/۸۹۷	d_G	فاصله هندسی
تایید نیکوبی برازش	بیش از ۵۰	۸۶/۳۰۶	۸۶/۳۰۶	Chi-Square	کای اسکوئر
تایید نیکوبی برازش	بیش تر از ۰/۹	۰/۹۱۱	۰/۹۱۱	NFI	شاخص برازش هنجار شده

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۱

بحث و بررسی

با بررسی‌های صورت گرفته ۴۲/۱۹ درصد از پاسخگویان را زنان و ۵۷/۸۱ درصد را مردان تشکیل داده‌اند. بیشترین تعداد پاسخ‌گویان در محدوده سنی ۲۵-۳۵، از لحاظ تحصیلات لیسانسی و از نظر شغلی آزاد هستند. از بین شاخص‌های سرمایه‌های اجتماعی موثر در بازآفرینی محلات تاریخی - فرهنگی بیشترین نقش را عضویت در نهادهای محلی دارد. عضویت در نهادهای محلی زدر واقع



فرآیندی است سازمان یافته که از سوی افراد جامعه به صورت آگاهانه، داوطلبانه و جمعی با در نظر داشتن هدفهای معین و مشخص به منظور سهیم شدن در منافع و منابع انجام می‌گیرد و در پرتو آن، رضایت افراد به دست می‌آید و در همان زمان روابط اجتماعی شکل گرفته و شبکه حمایتی بالقوه ساخته می‌شود.

پایداری اجتماعی قطعیت توسعه است؛ در حالی که پایداری‌های زیست محیطی و اقتصادی اهداف توسعه پایدار و ابزارهای رسیدن به آن می‌باشند بنابراین مفهوم اعتباربخش و ضامن پایداری در فرآیند بازارآفرینی شهری، مقوله اجتماع است. در این تحقیق وابستگی به محیط (تعلق به محیط) ۴۷۱^۰ بیشترین تاثیر را در بازارآفرینی شهری محلات مورد مطالعه دارد. تأکید بر ویژگی‌های مکان بازارآفرینی شهری در جوهره و ذات خود بر آن است تا با شرکت دادن ساکنان و دیگر ذینفعان و ذینفوذان، با دربرگرفتن اهداف و فعالیتها و با کار مشترک بین تمامی دستاندرکاران، طبیعت مکان را تغییر دهنده و از آنجایی که در این پژوهش اعتماد با ۲۹۵^۰ تاثیر در محلات مورد مطالعه نقش ایفا می‌کند در این محلات سرمایه اجتماعی از طریق ایجاد سازمان‌های اجتماعی بر پایه اعتماد، شکل می‌گیرد. اعتماد در واقع تمایل فرد به قبول خطر در رفتار با دیگران مبتنی بر یک حسن اطمینان است بر که اساس آن، دیگران به گونه یا رفتار خواهند کرد آن از که ها انتظار می‌رود در نتیجه کارایی را از طریق هماهنگی در اقدامات بهبود می‌بخشد و ظرفیت‌های افراد، گروه‌ها را برای دستیابی به اهداف نهایی تسهیل می‌کند و بالعکس فقدان آن منجر به بروز محدودیت‌هایی در فرآیند توسعه در سطوح مختلف می‌شود.

مشارکت اجتماعی با ۲۲۳^۰ تاثیر یک فرآیند اجتماعی عمومی، یکپارچه و چند فرهنگی است که هدف آن کشاندن همه مردم به ایفای نقش در همه مراحل توسعه است. از مهمترین آثار مشارکت در فرآیند برنامه‌ریزی و مدیریت می‌توان به ایجاد علاقه و اعتماد در مردم برای توسعه و پیشرفت، تقویت همبستگی اجتماعی، روحیه همکاری و همدلی و استفاده بهینه از منابع و امکانات اشاره کرد. جامعه مدنی مجموعه‌ای از نهادها و اجتماع‌هایی است که در بستر اجتماعی تعديل کننده روابط سختاری و تسهیل گر ارتباط متقابل میات مردم و دولت است بدون جامعه و مشارکت مدنی جامعه دموکراسی بدون دموکراسی است. جامعه و مشارکت مدنی کار وزنه تعادل در برابر قدرت دولت و حفاظت از مردم را در برابر آن قدرت را انجام می‌دهد و بدون مشارکت مدنی دولت باید قدم به میدان نهاده و افرادی را که قادر به سازماندهی نیستند خودش سازماندهی کند. پس اگر جامعه و مشارکت مدنی را حلقه واسطه بین دولت و نهادهای رسمی بدانیم نقش و اهمیت سرمایه اجتماعی مشخص می‌شود. از آن جایی که درون مایه سرمایه اجتماعی مشارکت مدنی است در این پژوهش مشارکت مدنی با ۱۳۸^۰ در بازارآفرینی پایدار محلات مورد مطالعه تاثیر گذار است. در نتیجه هر چهار متغیر مستقل پژوهش وابستگی به محیط، اعتماد، مشارکت اجتماعی و مشارکت مدنی از طریق معیارها و گویه‌های تعریف شده برای هر کدام به طور همزمان توانسته‌اند ۸۰ درصد متغیر وابسته را تبیین نمایند و بر بازارآفرینی پایدار در منطقه مورد مطالعه تأثیرگذار باشند. ۲۰ درصد باقی مانده نیز برگرفته از سایر عوامل است که به صورت غیرمستقیم بر بازارآفرینی پایدار در تبریز اثر می‌گذارند و متغیر وابسته تحقیق را تحت تأثیر قرار می‌دهند.

نتیجه گیری

طی حدود سه دهه نظریه پردازی و اجرای رویکرد بازارآفرینی شهری سیر تکامل بازارآفرینی شهری از حوزه‌ی توجه به کالبد، به عرصه‌ی تأکید بر ملاحظات اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی تغییر یافته‌است و منجر به ظهور بازارآفرینی شهری اجتماع محور گردیده است. رویکردهای متأخر مداخله در بافت‌های تاریخی، در پی تعامل اجتماعی و تأکید بر نقش گروه‌های اجتماعی بوده‌اند. در اقدامات بازارآفرینی بخصوص در بافت‌های مرکزی شهر اغلب مهاجرت و جابجایی اتفاق می‌افتد، که این امر ضرورت انجام اصالت بخشی و حفظ منزلت اجتماعی را ایجاب می‌کند. این مساله سبب ایجاد چالش‌های زیادی درباره موضوعات مرتبط با برابری اجتماعی، پیدایش همبستگی اجتماعی و در کل سرمایه اجتماعی می‌شود. بنابراین می‌توان از پتانسیل سرمایه اجتماعی برای حفظ

جوامع محلی در طول مداخلات در برنامه های بازآفرینی بهره برد. در نهایت می توان چنین اظهار کرد که شاخص های سرمایه اجتماعی با شاخص های بازآفرینی بافت‌های تاریخی-فرهنگی کهن بخصوص ابعاد اجتماعی و کالبدی آن، رابطه ای تنگاتنگ دارند. شهروندان به عنوان استفاده کنندگان از خدمات نظام مدیریت شهری، اگر نسبت به عملکردهای این نظام، برداشت مثبتی داشته باشند، انتظار می رود که بسترهای همکاری با نهادهای مطروحه را بهتر و بیشتر داشته باشند. به بیان دیگر عملکرد نظام مدیریت شهری می تواند بر وجود سرمایه اجتماعی در حوزه مدیریتی خود تاثیر مستقیم بگذارد و همچنین نظام مدیریت شهری با احیای بستر سرمایه اجتماعی و بافت اجتماعی غنی در سطح شهر، از تحمل برخی هزینه های نامربوط و اضافی مبربی می گردد.

نتیجه این پژوهش با نتیجه تحقیقات میدلتون، زهایی و کام نگ، گیو و زنگ، کتراس و همکارانش، شین، ابودری و زیاری و احمدی و همکاران مطابقت دارد؛ چرا که تمامی نویسندها مذکور به این نتیجه رسیده اند که سرمایه های اجتماعی نقش زیادی در بازآفرینی محلات مورد مطالعه داشته است و با تحقیق آقایی زاده و همکاران مطابقت ندارد و این با توجه به شرایط مکانی و زمانی مناطق مورد مطالعه قابل توجیه است. در نتیجه راهکارهای زیر پیشنهاد می شود:

- ✓ توجه به لزوم حفظ زندگی بومی ساکنان اصیل به منظور دستیابی به بازآفرینی موفق با حفظ سرمایه های اجتماعی.
- ✓ توجه به نقش پررنگ عوامل اجتماعی-فرهنگی محلات و منزالت اجتماعی در بازآفرینی محلی.
- ✓ اولویت ساکنان اصیل محله در کلیه مراحل سرمایه گذاری و مشارکت.
- ✓ جلب مشارکت همگانی در اداره و اجرا امور از طریق آموزش و تشویق مردم.
- ✓ تقویت و حفظ سرمایه اجتماعی به منظور تسهیل مشارکت و مداخلات اجتماعی در فرآیند بازآفرینی محلی.
- ✓ برنامه ریزی های کارشناسی و تفکرات عالمانه با رویکرد اجرایی هماهنگ و یکپارچه بین نهادها و سازمان ها، عوامل اجرایی و ذینفعان اصلی.
- ✓ ایجاد مدیریت محله ای مردمی برای هر یک از محلات از طریق شورا یاری.
- ✓ نهادسازی، به معنای ایجاد نقاط تماس و ارتباط مقامات محلی با مجموعه مدیریت شهری درون محلات.
- ✓ اجرای تحقیقات مشارکتی با همکاری سازمان های مربوط به امور شهری و منطقه ای.



منابع

- احمدی، مارال؛ عندهلیب، علیرضا؛ مجیدی، حمید؛ سعیده زرآبادی، زهرا السادات. (۱۳۹۸). تحلیلی بر جایگاه سرمایه های اجتماعی در بازارآفرینی بافت فرسوده تاریخی محله امامزاده یحیی با بکارگیری معادلت ساختاری، دوره ۵، شماره ۵، تابستان ۱۳۹۸، صفحه ۴۹-۵۳.
- ادبی، مورا. (۱۳۸۷). بازارآفرینی زبان الگوهای مشترک میان لایه های قدیم جدید شهر، اولین همایش بافت های فرسوده شهری، چشم انداز توسعه پایدار، ارزش ها و چالش ها، اهواز، شماره ۱.
- اصغری، مرتضی؛ احمدی، فرشته؛ طغیانی، شیرین؛ استادی، مریم. (۱۳۹۷). اولویت بندی مکانی پروژه های راهبردی بومی سازی نوزایی شهری در محله شهید هاشمی نژاد مشهد، فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، سال سی و سوم، شماره دوم، شماره پیاپی ۱۲۹.
- ایزدفر، نجمه؛ رضایی، محمد رضا. (۱۳۹۹). شناسایی عوامل کلیدی مؤثر بر بازارآفرینی پایدار شهری با رویکرد آینده پژوهی (مورد شناسی: بافت ناکارآمد شهر بیزد)، جغرافیا و آمایش شهری، دوره ۱۰، شماره ۳۴، بهار ۱۳۹۹، صفحه ۱۰۹-۱۳۰.
- ایزدی، آرزو؛ ناسخیان، شهریار؛ محمدی، محمود. (۱۳۹۷). تبیین چارچوب مفهومی بازارآفرینی پایدار بافت های تاریخی (بررسی اسناد، بیانیه ها و منشورهای بازارآفرینی)، مطالعات باستان شناسی پارسه، سال دوم، شماره ۶، زمستان ۱۳۹۷، صفحه ۱۶۱-۱۷۷.
- آقایی زاده، اسماعیل؛ حسام، مهدی؛ محمدزاده، ریابه. (۱۳۹۸). بررسی سرمایه اجتماعی در فرآیند بازارآفرینی شهری در بافت های مسئله دار شهری- نمونه: شهر رشت، مطالعات ساختار و کارکرد شهری، سال ششم، شماره ۱۹، تابستان ۱۳۹۸ ، صفحه ۱۶۷-۱۴۵.
- بحرینی، سید حسین؛ سعید ایزدی، محمد؛ مفیدی، مهرانوش. (۱۳۹۳). رویکردها سیاست های نوسازی شهری (از بازسازی تا بازارآفرینی شهری پایدار)، فصلنامه مطالعات شهری، دوره سوم، شماره نهم، شماره پیاپی ۱۸
- پاک سرشت، سلیمان. (۱۳۹۳). ملاحظات و راهبردهای ارتقای سرمایه اجتماعی، راهبرد فرهنگ، بهار، دوره ۷، شماره ۲۵، صفحه ۷۱-۱۰۴.
- پوراحمد، احمد؛ کشاورز، مهناز؛ علی اکبری، اسماعیل؛ هادوی، فرامرز. (۱۳۹۶). بازارآفرینی مورد مطالعه ناکارآمدی شهری بافت های پایدار منطقه ۱۰ شهر تهران، فصلنامه آمایش محیط، شماره ۳۷ ، صفحه ۱۶۷-۱۹۴.
- حبیبی، کیومرث. (۱۳۸۶). بهسازی و نوسازی بافت های کهن شهری، چاپ اول، تهران.
- حبیبی، محسن؛ خیری، سمانه. (۱۳۹۶). سیاست بازارآفرینی شهری: دیدگاهها و ضرورت ها، تشرییه شهرسازی و معماری هفت شهر، دوره ۴ شماره ۶۲ ، پاییز ۱۳۹۷: صفحه ۲۲-۲۷.
- رسولی اقدم، نسرین؛ غفاری گیلانده، عطا؛ نظم فر، حسین. (۱۳۹۵). تحلیلی بر تاثیرات اکولوژیکی در ابعاد توسعه شهر با استفاده از مدل Swot نمونه موردی محله ابراهیم آباد شهر اردبیل/ولین کنفرانس بین المللی مخاطرات طبیعی و بحران های زیست محیطی ایران، راهکارها و چالش ها، اردبیل، ۱۳۹۲، <https://civilica.com/doc/549329>.
- سریزدی، حمیدرضا؛ جلالی، آرش. (۱۳۸۷). بررسی تحقق پذیری توسعه پایدار در بهسازی بافت فرسوده شهری با تأکید بر مشارکت مردمی با استفاده از فرآیند تحلیل سلسله مراتبی AHP، همایش منطقه ای معماری و معماری پایدار و شهرسازی اینده.
- شرکت عمران و بهسازی شهری ایران. (۱۳۹۱). چارچوب جامع بازارآفرینی شهری پایدار، وزارت راه و شهرسازی، صباغی، عاطقه.
- تدوین سازوکار به کارگیری بازارآفرینی شهری در مواجهه با بافت های فرسوده شهری مطالعه موردي: محله جولان شهر همدان، پژوهش های شهری هفت حصار، سال اول شماره ۴.
- فلامکی، منصور. (۱۳۹۷). بازنده سازی بنایی شهرهای تاریخی، چاپ سیزدهم، انتشارات دانشگاه تهران، تهران.

موحد، علی؛ گلی، علی؛ یزدی، پگاه. (۱۳۹۲). کارکرد رهیافت بازار آفرینی پایدار شهری محله های حاشیه نشین (مطالعه ی موردی: محله ی سعدی شیراز)، پژوهش های جغرافیای انسانی، دوره ۴۵، شماره ۱ (پیاپی ۸۳)، بهار ۱۳۹۲، صفحه ۱۰۵-۱۲۲.

یزدی، فضل الله؛ نظریان، اصغر. (۱۳۸۷). بافت های قدیمی و فرسوده شهری، سیاست ها و راهبردها (مورد مطالعه شهرضا)، *فصلنامه جغرافیایی سرزمین*، سال پنجم، شماره ۲۰.

- Assefa, G. and Frostell, B., (2007), **Social Sustainability and Social Acceptance in\technology Assessment: A Case Study of Energy Technologies**, Technologies in Society (29), pp:63-78.
- Blessi, G. Tremblay, D. Sandri, M & Pilati, T., (2012), **New trajectories in urban regeneration processes: Cultural capital as source of human and social capital accumulation – Evidence from the case of Tohu in Montreal**, Cities, 29 (6), PP: 397-407.
- Bottero, M. Bragaglia, F. Caruso, N. Datola, G. Anna, F., (2020), **Experimenting community impact evaluation (CIE) for assessing urban regeneration programmes: The case study of the area 22@ Barcelona**, Cities, Voll:99, pp:20-36.
- Chandan, S., Kumar, A., (2019), **Review of urban conservation practices in historic cities**, Int. J. Emerg. Technol, No: 10, pp: 74–84.
- Clark, J. and Wise, W., (2018), **Urban renewal, community and participation : theory, policy and practice**, Publisher:Springer, Cham, Switzerland.
- Colantonio, A. and Dixon, T., (2011), **Urban Regeneration and Social Sustainability: Best Practice from European Cities**, Cities, pp:18-36.
- Couch, Ch. F. and S. Percy, S., (2008), **Urban regeneration in Europe**, Blackwell Science Ltd. Crisp J, Pelletier D, Duffield C, Adams A, Nagy SU. The Delphi method?. Nursing research 1997 Mar 1;46(2):116-8.
- Hassan, G. F., (2012), **Regeneration as an approach for the development of informal settlements in Cairo metropolitan**, Alexandria Engineering Journal, NO:51, PP: 229-239.
- Hemphill, L., McGreal, S., and Berry, J., (2004), **An indicator-based approach to measuring sustainable urban regeneration performance**, Part 2: Empirical evaluation and casestudy analysis. Urban Studies, 41, PP: 757–772.
- Kearns, A., (2004), **Social Capital, Regeneration and Urban Policy**, Centre for Neighbourhood Research Paper 25, <http://www.neighbourhoodcentre.org.uk>.
- Korkmaz, C. and Balaban, O., (2020), **Sustainability of urban regeneration in Turkey: Assessing the performance of the North Ankara Urban Regeneration Project**, Habitat International, Voll:95, pp:63-87.
- Landry, C., (1995), **The Art of Regeneration: Urban Renewal Through Cultural Activity**, Demos Press.170P.
- Lang, T., (2005), **Insights in the British Debate about Urban Decline and Urban Regeneration**, Working Paper. Erkner. Leibniz-Institute for Regional Development and Structural Planning.
- Lin, N., (1999), **Building a network theory of social capital**, Connections, 22(1), pp: 28–51.
- Middleton, A., Murie, A., & Groves, R., (2005), **Social capital and neighbourhoods that work**, Urban Studies, 42(10), PP: 1711-1738.



- Nakano, S. and Washizu, A., (2021), **Will smart cities enhance the social capital of residents? The importance of smart neighborhood management**, Cities, 115, PP: 1-21.
- Nosratabadi, S., Mosavi, A., Keivani, R., Ardabili, S., Aram, F., (2019), **State of the Art Survey of Deep Learning and Machine Learning Models for Smart Cities and Urban Sustainability**, Proceedings of the International Conference on Global Research and Education, Balatonfüred, Hungary, 4–7 September 2019; Springer: Cham, Germany.
- Putnam, R. D., (2020), **Bowling alone: The collapse and revival of American society**, New York: Simon and Schuster.
- Roberts, P. and Sykes, H., (2000), **Urban Regeneration**, SAGE Publications, New Delhi.
- Shaw, K. and Butler, T., (2020), **Urban Regeneration**, International Encyclopedia of Human Geography, No:14, pp:97-103.
- Shin, B., (2022), **Determinants of social capital from a network perspective: A case of Sinchon regeneration project using exponential random graph models**, Cities, 120, PP: 1-9.
- Zhai, Binqing, and Mee Kam Ng., (2013), **Urban regeneration and social capital in China: A case study of the Drum Tower Muslim District in Xi'an**, Cities, 35, PP: 14-25.