

# پیاده راه عاملی برای افزایش سرمایه اجتماعی<sup>۱</sup>

مهندس محمود شکوهی دولت آبادی<sup>۱</sup>، دکتر محمد مسعود<sup>۲</sup>

تاریخ دریافت: ۸۹/۴/۸ تاریخ پذیرش: ۸۹/۶/۲۹

## چکیده

مفهوم سرمایه اجتماعی در دو دهه اخیر جایگاه ویژه‌ای در مطالعات جامعه‌شناسی پیدا کرده است. سرمایه اجتماعی ریشه در تعاملات اجتماعی دارد و هنگامی که سطح تعاملات در جامعه‌ای افزایش یابد، باعث افزایش سطح سرمایه اجتماعی می‌شود. یکی از عواملی که می‌تواند باعث افزایش سطح تعاملات شود، حرکت عابر پیاده در فضای شهری است. پژوهش پیش رو تعاملات اجتماعی را به عنوان نقطه اشتراک طراحی شهری، پیاده راه و سرمایه اجتماعی معرفی می‌کند و به صورت پیمایشی و با استفاده از پرسش نامه، ۸۴۰ نفر را که به صورت سهمیه‌ای و متناسب با متغیرهای سن و جنس انتخاب شده‌اند، به عنوان حجم نمونه، مورد بررسی قرار داده است. در نهایت با تکنیک تحلیل عاملی و بوسیله نرم افزار SPSS به این نتیجه می‌رسد که پیاده راه عاملی برای افزایش سطح سرمایه اجتماعی می‌باشد.

## کلید واژه‌ها:

طراحی شهری، فضای شهری، پیاده راه، سرمایه اجتماعی، تعاملات اجتماعی.

۱- کارشناس ارشد طراحی شهری دانشگاه هنر اصفهان  
۲- دکترای شهرسازی، استادیار دانشگاه هنر اصفهان

## (۱) مقدمه

سرمایه اجتماعی از دو واژه "سرمایه" و "اجتماعی" ساخته شده است و برگردان اصطلاح «Social capital» می‌باشد. از نظر لغوی واژه‌ی «Social» "اجتماعی" در زبان انگلیسی، به مسائل و موضوعاتی که با اجتماع، نظام اجتماعی، جامعه و معاشرت مرتبط است، بر می‌گردد. در واقع صفتی است که تنها پیش از اسم می‌آید و دارای پنج معنی در فرهنگ آکسفورد است:

۱- وابسته به جامعه. ۲- وابسته به موقعیت اجتماعی. ۳- معاشرتی، فعالیت‌هایی که با دیگران انجام می‌شود. ۴- زندگی گروهی به طور طبیعی. ۵- دوستی.

اما واژه "سرمایه" که برگردان «Capital» می‌باشد، اسم بوده و در فرهنگ آکسفورد دارای معانی زیر می‌باشد:

۱- پایتخت یک کشور. ۲- پولی که به عنوان سرمایه برای آغاز کردن یک شغل لازم است. ۳- دارایی‌های غیر پولی (مانند ملک و املاک) (Oxford, 2007).

و اما فضاها شامل طیف گسترده‌ای از انواع فضاهای عمومی تا خصوصی می‌باشند. ذهن انسان به دلیل آنکه محتوایش از دیگران مخفی نگه داشته می‌شود و فقط با اجازه خود شخص برای دیگران آشکار می‌گردد، به عنوان خصوصی‌ترین فضا شناخته می‌شود. در مقابل فضای خصوصی، فضای عمومی قرار می‌گیرد؛ آن دسته از فضاهایی که عموم شهروندان بدون نیاز به کنترل و ... حق ورود و حضور در آن را دارند، مانند خیابانها، پارکها، مجتمع‌های تجاری و ... به عنوان فضای عمومی شناخته می‌شوند.

همانطور که ذهن انسان به عنوان خصوصیت‌ترین فضا معرفی شد، فضای شهری به عنوان عمومی‌ترین فضا معرفی می‌گردد. فضای شهری مفهومی است اجتماعی که امکان حضور برای تمام اقشار جامعه به طور یکسان در آن وجود دارد و صحنه بازی تئاتر برای شهروندان است که افراد با حضور در آن نقاب به چهره خود زده و در اختلاطی از گونه‌های مختلف اجتماعی به تعاملات اجتماعی می‌پردازند و به همین دلیل فضای شهری، خود صورتی از سرمایه اجتماعی محسوب می‌شود. (مدنی پور، ۲۰۰۳).

فضای شهری که صورتی از سرمایه اجتماعی محسوب می‌شود دارای گونه‌های متفاوتی است؛ یکی از این گونه‌ها پیاده‌راه‌ها می‌باشند که به دلیل نبود یا کم بودن حرکت خودرو در آن، دارای بیشترین حد تعاملات اجتماعی در بین انواع فضاهای شهری هستند. در پی نزول کیفیت زندگی شهری در اروپا که در اواخر دهه پنجاه قرن بیستم شدت گرفت توجه به مساله حضور انسان و حرکت پیاده افزایش یافت. در برخورد با این مساله، چند روش کلی برای انجام اقدامات انتخاب شد. مجموعه این اقدامات یا شامل ایجاد محدوده‌های خاص (اغلب در مرکز شهرها) با حذف کامل تردد سواره یا شامل ایجاد محدودیت زمان و سرعت ترافیک سواره بوده است که به نام طرح‌های آرام سازی ترافیک شناخته می‌شود (جدلی، ۱۳۸۲). نخستین تجربه‌های آزمایشی در ایجاد منطقه بی ترافیک، در شهرهای "روتتردام" (هلند) و "استکهلم" (سوئد) به وجود آمد. در اواخر دهه ۵۰، خودروهای شخصی از نواحی مرکزی و تاریخی شهرها به دلیل تهدید مراکز شهرهای اروپا بوسیله ترافیک و تخریب بافت‌های ارزشمند شهری به بیرون رانده شدند، بطوری‌که تا سال ۱۹۷۵ تقریباً تمام شهرهای مهم و تاریخی اروپا ورود اتومبیل را به بخش بزرگ از ناحیه تاریخی و مرکزی خود محدود کرد و پیاده راه‌های

تاریخی تجاری در آنها بوجود آوردند. در آمریکای شمالی در اوایل دهه ۱۹۶۰ گرایش بازگشت به مراکز شهری قوت گرفت و طی ده سال، ۱۵۰ خیابان پیاده در شهرهای آمریکا بوجود آمد. (پاکزاد، ۱۳۸۳: ۲۷۳)

## (۲) طرح مساله

قبل از انقلاب صنعتی مهمترین وسیله برای جابجائی انسانها پاهای آنها محسوب می‌شد و بیشترین الگوی سفر حرکت عابر پیاده بود. به همین دلیل انسان مبنای طراحی شهرها محسوب می‌شده و نیازهای اصلی وی بر اساس حرکت پیاده در شهر جانمایی می‌شدند. شکل چنین شهرهایی ارگانیک بوده و تنها وسیله حمل و نقل کالسکه، کجاوه و وسایلی از این دست بودند.



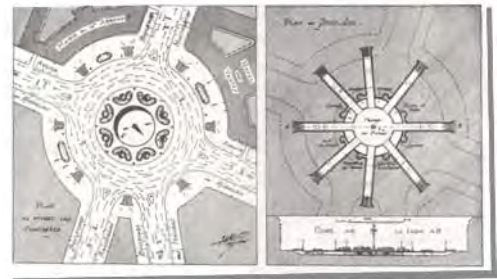
شکل (۱): درشکه از وسایل حمل و نقل در یکصد سال گذشته. (قریب، ۱۳۸۲)



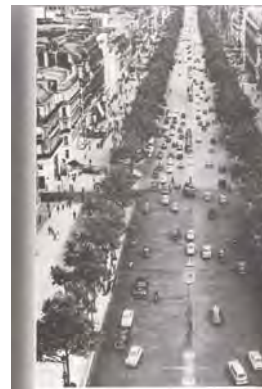
شکل (۲): تهران ۱۲۷۵ هجری قمری (قریب، ۱۳۸۲)

در این شهرها همانطور که گفته شد مقیاس طراحی انسانها محسوب می‌شدند، به همین دلیل فضای شهری در تسلط کامل عابر پیاده، بوده و تسلط فضا برای عابر پیاده یعنی سطح تعاملات اجتماعی در فضای شهری در حد بالای قرار داشته است. از طرفی هنگامی که سطح تعاملات بالا باشد، آن جامعه از سرمایه اجتماعی بالایی نیز برخوردار می‌باشد. به همین دلیل است که در جوامع گذشته انسانها از حال و احوال یکدیگر بیشتر با خبر بودند، همسایه‌ها برای یکدیگر دلسوزی می‌کردند و نسبت به اوضاع محله و شهر خود از حساسیت بیشتری برخوردار بودند. بعد از انقلاب صنعتی و با اختراع خودرو چهره شهرها دگرگون شد. دیگر انسانها مقیاس طراحی محسوب نمی‌شدند و توجه همگان به سمت راحتی حرکت خودرو جلب شد. شهرسازان بعد از انقلاب صنعتی با ایده‌های آرمانی‌شان، توجه اصلی را برای حل مساله ترافیک معطوف کردند و پدیده‌هایی مانند فلکه، تقاطع روگذر و زیرگذر به وجود آمدند؛ بنابراین مقیاس طراحی شهرها از مقیاس انسان خارج شده و به مقیاس خودرو توجه نمود و تسلط فضا از اختیار انسان بیرون آمده و در اختیار خودرو قرار گرفت. در اینگونه فضای شهری که دیگر انسان نقشی برای عبور و مرور ندارد، سطح تعاملات کاهش یافته و در نتیجه کاهش سرمایه اجتماعی را در پی دارد.

۲۶ سوال تنظیم گردید. این پرسش نامه بعد از آنکه در ابتدا در ۳۰ نسخه توسط پرسش شوندگان پر شد و سپس مورد بازبینی قرار گرفت و پس از مشورت با کارشناسان مسائل اجتماعی در برخی از سوالات تغییراتی داده شد تا بتوان به پرسش نامه اعتماد بیشتری کرد. در این پژوهش فرضیه اصلی آن است که پیاده راه باعث افزایش سرمایه اجتماعی می شود. بنابراین برای آزمون این فرضیه سه محور از محورهای شهر اصفهان به نام های: ۱- نظر شرقی ۲- خاقانی ۳- حکیم نظامی انتخاب شدند. دلیل انتخاب این سه محور آن است که محورهای نظر شرقی و خاقانی به تعریف پیاده راه بسیار نزدیک بوده و در ویژگی هایی چون: یک طرفه بودن خیابان، خرده فروشی ها موجود در خیابان، کاربری های جاذب جمعیت، اقشار رجوع کننده به خیابان، ظرفیت بالای تجاری و اجتماعی (دو مقوله اساسی برای پیاده راه)، تسلط عابر پیاده بر فضا، عملکردی مشابه و متفاوت از محور حکیم نظامی دارند. لازم به ذکر است هر سه محور در یک منطقه قرار دارند و با این کار متغیرهای دسترسی و ساختار منطقه ای که بر الگوی سفر پیاده موثر است، کنترل شده اند. بنابراین انتظار می رود نتایج بدست آمده برای محورهای خاقانی و نظر شرقی شبیه یکدیگر و متفاوت از حکیم نظامی شود.



شکل (۳): کروکی های هنارد برای پیشنهاد فلکه استروفسکی، (۱۹۷۰)



شکل (۴): پاریس بعد از انقلاب صنعتی - فضای شهری در تسلط خودرو - (بنه ولو، ۱۹۲۳)



شکل (۵): موقعیت قرارگیری سه محور انتخاب شده نسبت به یکدیگر

۳ روش تحقیق

در پژوهش پیش رو بر جنبه تعاملات اجتماعی در سرمایه اجتماعی تاکید بیشتری شده است؛ با توجه به این مطلب شاخص های در نظر گرفته شده برای اندازه گیری سرمایه اجتماعی عبارتند از: ۱- تعاملات اجتماعی ۲- اعتماد ۳- هنجارهای اجتماعی، که اعتماد و هنجارهای اجتماعی نیز در اثر تداوم تعاملات اجتماعی، تقویت می شوند. بعد از مشخص شدن شاخص ها، تعاریف عملیاتی شده و بر اساس تعاریف عملیاتی پرسش نامه ای در

جدول (۱): ابعاد و مؤلفه های سرمایه اجتماعی و تعاریف عملیاتی ارائه شده جهت سنجش آن

مفهوم	ابعاد اصلی	ابعاد فرعی	تعاریف عملیاتی	
سرمایه اجتماعی	۱- اعتماد و قابلیت اعتماد	اعتماد غیر رسمی	پاسخگو تا چه حدی با افرادی که با آنها به خیابان می آید اعتماد دارد.	
		اعتماد رسمی	اعتماد رسمی با فضای شهری ارتباطی ندارد.	
		قابلیت اعتماد محیط	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.	
		احساس امنیت و ایمنی	پیدا شدن کیف پر از پول و رساندن آن به صاحب آن در صورت گم شدن در خیابان . احساس ایمنی و امنیت جهت قدم زدن در خیابان طی شبانه روز	
	۲- هنجارها	همیاری	احساس تکلف فردی	احساس تکلف کردن فرد در جهت بهبود اوضاع خیابان مثلا تربختن زباله در خیابان. حاضر شدن به چشم پوشی از پول و وقت خود برای بهبود اوضاع خیابان.
		همکاری	اینترگری اجتماعی	وجود سابقه برای بهتر شدن اوضاع محله ای که در آن زندگی می کنید.
			همکاری محله ای	همکاری مردم با مسئولین در صورت تقاضا از آنان مثلا تمیز نگه داشتن خیابان .
		ظرفیت پذیرش تفاوت ها	همکاری با مسئولین	لذت بردن افراد از قدم زدن در خیابان با مردمی که فرهنگ و آداب و رسومی متفاوت با وی دارند.
			احساس اثر گذاری و کارایی	تمایل به حضور در خیابانی که چند فرهنگی است و نه تک فرهنگی. باور فرد به تاثیر گذار بودن بر حل مشکلات و بهتر شدن وضع خیابان .
		۳- شبکه ها	واسطت اجتماعی	مشارکت اجتماعی
افقی	مشارکت در امور مذهبی			مشارکت در مراسم مذهبی مانند عاشورا و تاسوعا که در خیابان برگزار می شود.
عمودی	مشارکت سازماندهی شده		مشارکت در جشن ها و اعیاد مانند جشن میلاد مهدی موعود که در خیابان برگزار می شود.	
	مشارکت در تفریح دسته جمعی		آمدن به خیابان به صورت دسته جمعی برای تفریح	
کیفیت شبکه	انسجام اجتماعی	عمودی	سرمایه اجتماعی به صورت عمودی در فضای شهر منظور نمی باشد.	
		کیفیت شبکه	اهمیت دادن به افراد در حال حرکت در خیابان نسبت به خود - اولویت دادن به معلولین در حال حرکت - قادر بودن افراد به یافتن دوستان واقعی در خیابان - احترام گذاشتن به حقوق دیگران هنگام حرکت در خیابان - وجود روابط محبت آمیز و انسان دوستانه و نه مبتنی بر پول یا افرادی که با آنها بی می آیند.	

### جامعه آماری، نمونه آماری و روش نمونه گیری

با توضیحات ارائه شده، جامعه آماری، خیابانهای حکیم نظامی، خاقانی و نظر شرقی میباشد و تمام شهروندان بالای ۲۰ سال رجوع کننده به سه خیابان نام برده در چارچوب نمونه قرار داشته‌اند. شیوه نمونه گیری سهمیه‌ای و بر اساس متغیرهای جنسی و گروه سنی می‌باشد؛ بر همین اساس تعداد ۴۱۲ نفر مرد و ۴۲۸ نفر زن برای پاسخ‌گویی انتخاب شدند. در ابتدا تعداد ۳۰ پرسش‌نامه تهیه و پس از اندازه‌گیری پراکندگی متغیرهای مورد مطالعه ( $p \times q$ ) و با استفاده از فرمول کوکران

$$n = \frac{Z_{\alpha/2}^2 * (p * q)}{d^2}$$

حجم نمونه در هر خیابان ۲۸۰ نفر مشخص شد؛ بنابراین ۸۴۰ نفر مورد مطالعه قرار گرفتند که از مجموع نمونه مورد مطالعه ۵۱٪ را زنان و ۴۹٪ را مردان تشکیل دادند. میانگین سنی افراد مورد مطالعه ۳۵ سال می‌باشد.

### مقیاس اندازه‌گیری

به منظور سنجش سرمایه اجتماعی و شاخص‌های در نظر گرفته شده آن، مقیاسی در دامنه ۰ تا ۱ تعریف شد. نحوه تعریف مقیاس به گونه‌ای بوده است که هر چه نمره شاخصی به ۱ نزدیک شود، آن شاخص از وضعیت مطلوبتری برخوردار بوده است. همچنین میانگین‌های هر یک از شاخص‌های مورد مطالعه دارای مقیاس اندازه‌گیری در فاصله ۰ تا ۱ بوده و میانگین بالاتر (نزدیک‌تر به ۱) حاکی از وضعیت مطلوب‌تر آن شاخص می‌باشد.

### ۴) مبانی و چارچوب نظری

نخستین پژوهش در زمینه سرمایه اجتماعی، مقاله هانیفان از دانشگاه ویرجینیای غربی می‌باشد که در سال ۱۹۱۶ به نگارش درآمد. وی در این مقاله بیشتر به ابعاد انسانی و تربیتی سرمایه اجتماعی پرداخته است. هانیفان سرمایه اجتماعی را چنین تعریف می‌کند: «منظور من از سرمایه اجتماعی یعنی کار خیر، دوستی، دلسوزی متقابل و رابطه اجتماعی گروهی از افراد و خانواده‌ها که پدید آورنده واحدی اجتماعی یا اجتماعی روستایی می‌باشند که مرکزیت منطقی آن مدرسه به شمار می‌رود. در ساختن محلی به سان سازمان کسب و کار و یا توسعه آن، قبل از آن که فعالیتی سازنده انجام گیرد، انباشت سرمایه لازم است» (به نقل از پیران، ۱۳۸۵).

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).

از آن دوران به بعد این مفهوم در علوم مختلفی چون جامعه‌شناسی، علوم سیاسی، اقتصاد، رفاه اجتماعی و علوم تربیتی وارد شد و تبدیل به یک مفهوم چند وجهی گشت و با توجه به روند جهانی شدن و

تضعیف نقش دولت‌های ملی، به عنوان راه حلی اجرا شدنی در سطح اجتماعات محلی برای مشکلات توسعه‌ها، سرمایه اجتماعی مورد توجه برنامه‌ریزان و طراحان شهری قرار گرفت.

### سرمایه چیست؟

سرمایه یک منبع کلی است که اجتماع، افراد و گروه‌های اجتماعی و نهایتاً کل جامعه از آن استفاده می‌کنند، تا هدف‌های خود را تحقق بخشند؛ یعنی ابزارهایی که فرد، گروه، نهاد یا جامعه‌ای برای رسیدن به هدف هایش از آن‌ها استفاده می‌کند، سرمایه نامیده می‌شود. در یک دسته‌بندی کلان، سرمایه را می‌توان به چهارگروه تفکیک کرد:

الف) سرمایه فیزیکی که تأسیسات و سازه‌های عینی را شامل می‌شود.

ب) سرمایه مالی که پول و انواع متخلف اوراق مالی را شامل می‌شود.

ج) سرمایه انسانی که مهارت‌ها و توان مندی‌های زیادی را در بر می‌گیرد.

د) سرمایه اجتماعی که ناظر بر منابع موجود در تعاملات اجتماعی برای گسترش کنش‌ها و تحصیل اهداف کنش‌گران اجتماعی است. (موسوی، ۱۳۸۵)

در سرمایه اجتماعی آنچه مهم می‌باشد تعاملات، کنش و واکنش‌های افراد می‌باشد که در اثر این برخوردهای اجتماعی، آشنایی به وجود می‌آید و فرض می‌شود این آشنایی در اکثر مواقع سودمند است و این سودمندی نوعی منبع ارزش به شمار می‌رود، که مفهوم سرمایه را در سرمایه اجتماعی قابل دفاع می‌سازد. در ضمن این آشنایی که نوعی منبع ارزش یاد شد، روزی به کار می‌آید و هنگامی که از این آشنایی استفاده شد طرف یا طرفین مقابل نیز، چشم داشت‌های اجتماعی دارند؛ بنابراین اصطلاح بازپرداخت به میان می‌آید و باز هم مفهوم سرمایه را در سرمایه اجتماعی توجیه‌شدنی می‌سازد.

رابین سان، آل جی شمید و ام‌ئی سسی لس در مقاله‌ای با عنوان «آیا واقعاً سرمایه اجتماعی نوعی سرمایه است؟» با سه موضوع محوری: الف) جوهر سرمایه اجتماعی ب) منبع سرمایه اجتماعی ج) نتایج سرمایه اجتماعی بارها این موضوع را که جوهر سرمایه اجتماعی، منابع انباشته شده متعلق به افراد در مجموعه‌های بسیار متنوع اجتماعی است، مورد تأکید قرار داده‌اند. اساساً وجود چنین منابعی کاربرد سرمایه را در سرمایه اجتماعی توجیه می‌سازد (پیران، موسوی و شیان، ۱۳۸۵).

آدلر و کوون چهار شباهت میان سرمایه اجتماعی و سایر سرمایه‌ها یافته‌اند:

۱- به نظر آنان سرمایه اجتماعی منبعی است که بر اساس آن می‌توان بر روی منابع دیگر سرمایه گذاری کرد، امید بازگشت سرمایه بیشتری را هم داشت و البته نه به طور حتم و با یقین کامل.

۲- سرمایه اجتماعی تصاحب شدنی و تا حدودی تبدیل پذیر است.

۳- سرمایه اجتماعی برعکس سرمایه مالی و دقیقاً مانند سرمایه فیزیکی و انسانی، برای آنکه قدرت تولید خود را حفظ کند، نیازمند نگهداری یا تیمار کردن است. روابط آدمیان چنانچه برای مدتی قطع شود و دیداری دست ندهد به فرسوده شدن و از میان رفتن میل می‌کند. (به بیان دیگر استفاده از آن مشروط به حضور دیگران و عضویت فرد

در شبکه اجتماعی است.)

۴- سرمایه اجتماعی مانند سرمایه انسانی و برعکس سرمایه فیزیکی، فاقد استهلاک قابل پیش بینی است. برای مثال هرگاه اتومبیل کارکرد بیشتری داشته باشد، قیمت پایین تری نیز خواهد داشت. اما برعکس روابط متقابل افراد با استفاده بیشتر، مستهلک نمی شود (Adler and kwon, 2000).

حال چگونه انسانها می توانند از این سرمایه برخوردار باشند؟ در واقع سرمایه اجتماعی بر خلاف سایر سرمایه ها به صورت فیزیکی وجود ندارد، بلکه حاصل تعاملات اجتماعی می باشد. بنابراین ویژگی ذاتی سرمایه اجتماعی این است که در روابط اجتماعی شکل می گیرد و برای اینکه فردی از سرمایه اجتماعی برخوردار شود باید با دیگران رابطه داشته باشد. این ارتباطات هرچه ژرف تر باشد، پیوند ایجاد شده بین کنشگران اجتماعی قویتر بوده، در نتیجه هنجارهای اجتماعی به وجود آمده (مانند اعتماد- دیگر خواهی - دلسوزی- مدارا - ....) میان آنها استوارتر می شود و نتیجه این امر، به وجود آمدن سرمایه اجتماعی توانمندتری می باشد.

### تعریف سرمایه اجتماعی

تا کنون (۲۰۰۵ م.) ۳۵ تعریف برای سرمایه اجتماعی ارائه شده است. اگر بخواهیم تعریفی کامل و جامع ارائه دهیم که کلیه مفاهیم ارائه شده در این ۳۵ تعریف را در بر بگیرد، سرمایه اجتماعی را چنین می توان تعریف کرد: تعاملات اجتماعی که میان افراد بر اساس هنجارهای اجتماعی شکل می گیرد و منجر به اعتماد میان کنشگران اجتماعی می شود. این تعاملات در شبکه های اجتماعی رخ داده یا منجر به تولید شبکه های اجتماعی می شود و نهایتاً باعث رسیدن به اهداف مشترک کنشگران می گردد.

در این تعریف، چهار رکن اساسی برای سرمایه اجتماعی دیده می شود: ۱- تعاملات اجتماعی ۲- اعتماد ۳- شبکه های اجتماعی ۴- رسیدن به اهداف مشترک. بنابراین برای اینکه موتور این سرمایه روشن شود می بایستی تعاملات اجتماعی شکل بگیرد.

اسلانیر بر اساس مطالعه ای که بر روی داده های پژوهش ارزش های جهانی در مورد آمریکا انجام داد، به این نتیجه رسید که رفتارهای اخلاقی به ارزشهای اخلاقی و اعتماد اجتماعی بستگی دارد. طبق این برداشت، وی بین ارزش ها و شبکه ها تمایز قائل می شود و می گوید مشکلات عملی جمعی بیش از هر چیز به ارزش های اصلی، اعتماد به دیگران بستگی دارد. همچنین وی می گوید: «ارزش ها طبق تأکید دیدگاه سرمایه اجتماعی در خلاء ایجاد نمی شود، بنابراین بخش دیگر ارتباطات اجتماعی می باشد. موارد ساده ای چون ازدواج باعث می شود افراد با همدیگر ارتباط پیدا کنند و حسی از اجتماع را ایجاد کند که تقویت کننده ی ارزش ها می باشد». تحقیق اسلانیر در مورد آمریکا نشان می دهد که در کل، حمایت قابل توجهی از شبکه سرمایه اجتماعی وجود دارد و ارزش ها (اعتماد) و روابط اجتماعی بسیار بر آن تأثیر دارد (1999, Uslander).

همچنین افرادی چون آرو معتقدند سرمایه اجتماعی چیزی جز «تعاملات اجتماعی» نیست. این سرمایه به طور خلاصه در شاخص های زیر تجلی می یابد: الف) وفاداری ب) اعتماد ج) اتصالات شبکه ای د) اقتدار فردی ه) هویت سازمانی و عمل متقابل ن) هنجارهای اجتماعی م) اعتبار. (موسوی ۱۳۸۵)

در یکی از پژوهش های اخیر پتنام (۲۰۰۱) که به بررسی رابطه اجتماعی و دیگرخواهی در آمریکا پرداخته است، می نویسد: «در دیدگاه ما دیگر خواهی (به معنی انجام دادن کار خوب برای دیگران) بسیار به اتصالات اجتماعی بستگی دارد.» نتایج کار وی نشان می دهد، مردمی که خون می دهند، پول و اعانه می دهند و زمان شان را صرف کارهای داوطلبانه می کنند، همان کسانی هستند که ارتباطات اجتماعی بیشتری دارند (Putnam, 2000).

بنابراین سرمایه اجتماعی ذاتا مادی نیست، در فرد هم وجود ندارد، بلکه در روابط بین افراد وجود دارد و آنجا ظاهر می گردد (Putnam 1993, 30).

### تعاملات اجتماعی در سرمایه اجتماعی

هنگامی که مفاهیم تشکیل دهنده سرمایه اجتماعی (تعاملات اجتماعی، شبکه های اجتماعی، اعتماد، مشارکت مردمی، مشارکت سیاسی و ...) را در ۳۵ تعریف ارائه شده برای سرمایه اجتماعی بررسی کنیم، مفاهیمی چون روابط متقابل یا کنش و واکنش، کنشگری و کنش جمعی که بیشترین فراوانی در بین مفاهیم به کار رفته در تعاریف را به خود اختصاص داده اند (با ۲۱ بار تکرار در تعاریف) و مفهوم شبکه پیوند اجتماعی (با ۱۷ بار تکرار در تعاریف) بیانگر اهمیت تعاملات اجتماعی در سرمایه اجتماعی می باشد. مطابق تعریف ارائه شده بانک جهانی، سرمایه اجتماعی در بر گیرنده ی نهادهاست؛ یعنی نهاد خانواده، نهادهای رسمی و غیر رسمی، نهاد اقتصاد و... لیکن اینها ظرف اند، اما مظروف کنش و واکنش میان آدمیان است؛ در واقع سرمایه اجتماعی بدون چنین کنش و واکنش هایی بی معناست.

هیچ کنشگر یا بازیگری به تنهایی حق مالکیت سرمایه اجتماعی را دارا نیست. چنانچه طرف شما در رابطه ای متقابل به رابطه پایان دهد، تماس و رابطه فرو می پاشد و هر آنچه سرمایه اجتماعی در رابطه وجود دارد از میان می رود (قاسمی، اسماعیلی و ربیعی، ۱۳۸۵).

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 روزانه ای که بین مردم وجود دارد آفریده می شود و به وجود می آید (Bullen and Onyx, 1998).

از مطالب گفته شده کاملاً مشخص است که تعاملات اجتماعی در سرمایه اجتماعی از اهمیت فراوانی برخوردار می باشد. هرگاه این تعاملات افزایش یابد، سطح این سرمایه افزایش یافته و جامعه می تواند از سودمندی این سرمایه بهره مند شود و چنانچه تعاملات کاهش یابد، سطح این سرمایه کاهش یافته و جامعه متضرر می شود؛ بنابراین می توان گفت موتور محرک این سرمایه، روابط اجتماعی می باشد و برای اینکه این سرمایه بتواند قدرت باز تولید خود را حفظ کند، این روابط بایستی حفظ شود.

روابط را می توان به سه دسته تقسیم کرد:

- ۱- روابط بازار، که در آن کالا و خدمات در مقابل پول یا به صورت پایاپای مبادله می شود.
- ۲- روابط سلسله مراتبی، که طی آن اطاعت از مقامات صاحب اقتدار داریم.

ایجاد شود و یا بصورت تصادفی انجام گیرد. گفتگو و حتی سلام کردن به حس اعتماد و ارتباط میان افرادی که در آنجا زندگی می‌کنند، کمک می‌کند. این می‌تواند در گوشه‌ای از مکان خرید و یا در پارک و یا در مسیر پیاده رو اتفاق بیفتد.» لیدن نتیجه تحقیق خود را این گونه بیان می‌کند: «حرکت عابر پیاده باعث افزایش سطح تعاملات اجتماعی می‌شود و در اثر افزایش سطح تعاملات اجتماعی، سرمایه اجتماعی افزایش می‌یابد» (Leyden, 2003).

گهل (1987) پژوهشی که در میدین و محلات کپنهاگ انجام داده بود به این جمع‌بندی رسید که طراحی مطلوب و ایجاد فرصت مناسب برای حرکت پیاده می‌تواند در افزایش تعاملات اجتماعی مؤثر باشد. (Gehl, 1987:67).

جین جیکوبز سه نقش را برای پیاده‌روها و پیاده‌روی می‌داند: ۱- نقش پیاده رو در امنیت ۲- نقش پیاده رو در همسازسازی کودکان با جامعه ۳- نقش پیاده رو در تقویت تعامل اجتماعی. جین جیکوبز رابطه‌های سطحی را بسیار مهم و زمینه ساز یک زندگی مناسب در پیاده‌روها می‌داند (Jacobs 1961).

جیکوبز حرکت پیاده را باعث تقویت تعاملات اجتماعی می‌داند. هنگامی که افراد با اتومبیل حرکت می‌کنند تا نیازهای خود را برطرف کنند، آنگاه دیدارهای اجتماعی در فضا شهری از بین می‌رود و کیفیت دیدن و دیده شدن دیگر معنایی ندارد؛ بنابراین اتومبیل باعث کاهش سطح تعاملات اجتماعی شده و کاهش سرمایه اجتماعی را در پی دارد ولی هرگاه بستر لازم برای حرکت پیاده از طریق پیاده‌مداری تامین شود، آنگاه سطح دیدارهای اجتماعی افزایش یافته و افزایش سرمایه اجتماعی را در پی دارد.

در این راستا داند ایلپارد در سال ۱۹۶۹ به همراه مارک لینتل در پژوهشی دانشگاهی با عنوان "خیابان‌های قابل زندگی" سه خیابان مسکونی در سانفرانسیسکو را مورد سنجش قرار دادند. در این پژوهش، همه متغیرهای فیزیکی ثابت فرض شده بودند؛ از این رو هر چه حجم آمد و شد وسایل نقلیه بیشتر می‌شد، قابلیت زندگی در آن خیابان کاهش می‌یافت. این پژوهش نشان داد که ساکنان خیابان کم آمد و شد، نسبت به ساکنان پر آمد و شد دوستان بیشتری دارند. از دیگر سو هر چه حجم آمد و شد افزایش می‌یافت، مردم قلمروی اجتماعی خود در آن فضا را کوچکتر می‌پنداشتند و تعاملات اجتماعی آنها در سطح پایین‌تری قرار می‌گرفت (به نقل از پاکزاد، ۱۳۸۸).

## ۵) یافته‌های تحقیق

### تجزیه و تحلیل داده‌ها

برای این کار از تکنیک تحلیل عاملی و با استفاده از نرم افزار SPSS کمک گرفته شد و پس از آنکه داده‌ها وارد نرم افزار شدند مراحل زیر طی شد:

- بررسی نرمال بودن توزیع متغیرها

برای این کار از نمودار هیستوگرام، آزمون کالموگرف-اسمیرنف و همچنین نمودارهای p-plot, q-plot استفاده شد و برای هر سه شاخص در نظر گرفته شده (تعاملات اجتماعی - اعتماد - هنجارهای اجتماعی) و در هر محور به صورت جداگانه نرمال بودن یا نبودن داده‌ها مورد بررسی قرار گرفت و در نهایت هر شاخص همزمان در سه محور مورد بررسی قرار گرفت که نمودارهای هیستوگرام و p-plot به شرح زیر می‌باشند:

۳- روابط اجتماعی، که طی آن هدیه یا خدمتی مبادله می‌شود. نوع سوم از این سه نوع رابطه، در برگیرنده سرمایه اجتماعی می‌باشد و ایجاد کننده ساختار اجتماعی می‌باشد. (پیران، موسوی، ششیانی ۱۳۸۵) (در واقع دو نوع رابطه اول ایجاد سرمایه اجتماعی ضعیف می‌کند و ممکن است بعد از مدتی از بین برود، ولی نوع سوم رابطه از نوع قوی بوده؛ بنابراین ایجاد شبکه‌های قوی و در نهایت باعث افزایش سرمایه اجتماعی می‌شود).

### تعاملات اجتماعی در طراحی شهری

طراحی شهری علم، دانش و حرفه‌ای است که طی فرآیندی به ساماندهی یا ارتقاء کیفیت فضاهای شهری همگانی، بیرونی می‌پردازد. در این تعریف سه مقوله فرآیند، کیفیت و فضای شهری اهمیت دارد. فضای شهری، آن بخش از فضای باز همگانی بیرونی را در بر می‌گیرد که در آن تعاملات اجتماعی رخ می‌دهد و لینچ در این باره می‌گوید: «در این فضا فرصت آن وجود دارد که برخی مرزهای اجتماعی شکسته شوند و برخوردهای از پیش تدوین نیافته به وقوع بپیوندند و افراد در یک محیط اجتماعی جدید با هم اختلاط یابند» (Lynch 1972, 109).

در تعریف فضای شهری سه ویژگی برای این فضا مشخص شده است. آن سه ویژگی عبارت اند از:

۱- باز بودن.

۲- همگانی بودن.

۳- دارای تعاملات اجتماعی بودن.

در واقع فضایی را می‌توان به عنوان فضای شهری در نظر گرفت که حداقل یک طرف آن باز بوده و فرصت حضور برای همه افراد جامعه به طور یکسان وجود دارد و از همه مهم‌تر باید دارای تعاملات اجتماعی باشد. یکی از گونه‌های فضای شهری پیاده راه‌ها می‌باشند که این گونه تعریف می‌شوند:

پیاده راه یا خیابان پیاده، خیابانی منفرد و مجزا است که آمد و شد خودرو از آن حذف شده است. به عبارت بهتر، در این مسیر، آمد و شد غیر موتوری اولویت مطلق دارد. البته خودروهای خاص (آتش نشانی، اورژانس و پلیس) در مواقع اضطراری امکان دسترسی به آن را دارند و وسایل نقلیه خدماتی و حمل بار نیز طی ساعات خاص مجاز به تردد در آنها هستند (Brambilla and Longo, 1977).

پیاده راه‌ها، معابری با بالاترین حد تعاملات اجتماعی هستند که در آنها تسلط کامل با عابر پیاده بوده و از وسایل نقلیه موتوری تنها به منظور سرویس دهی به زندگی جاری در معبر استفاده می‌شود (پاکزاد ۱۳۸۵، ۲۷۴).

### سرمایه اجتماعی و حرکت پیاده

لیدن در طی تحقیقی با عنوان "محیط مصنوع و سرمایه اجتماعی: اهمیت پیاده‌مداری"، این فرضیه را که پیاده‌مداری و حرکت عابر پیاده باعث افزایش سرمایه اجتماعی می‌شود، مورد آزمایش قرار داده و بیان می‌کند: «به لحاظ تئوریک پیاده‌محوری و کاربری مختلط زمینه بیشتری برای ارتباطات اجتماعی و تقویت سرمایه اجتماعی فراهم می‌کنند. در چنین فضاهای شهری که دارای کافی شاپ، رستوران و قهوه‌خانه در مسیرهای حرکت پیاده دارند، می‌تواند زمینه محاوره و آشنایی را فراهم سازد، این آشنایی می‌تواند با قصد و زمینه قبلی

به این منظور از آزمون «کروسکال - والیس» استفاده کرده و این فرض را قرار می‌دهیم که هر سه محور در شاخص‌های در نظر گرفته شده برابراند.

جدول (۲): آمار آزمون «کروسکال - والیس» برای شاخص تعاملات

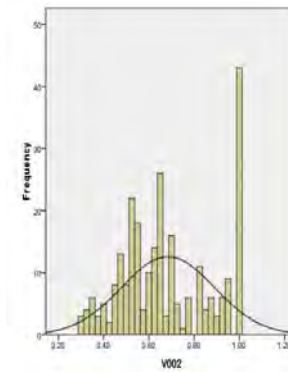
شاخص اول	N	Mean Rank
حکیم نظامی	186	300.47
خاقانی	241	336.43
نظر	256	377.42
Total	683	

Test Statistics<sup>a,b</sup>

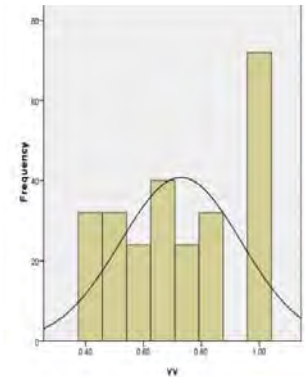
	شاخص تعاملات
Chi-Square	17.059
df	2
Asymp. Sig.	.000

a. Kruskal Wallis Test

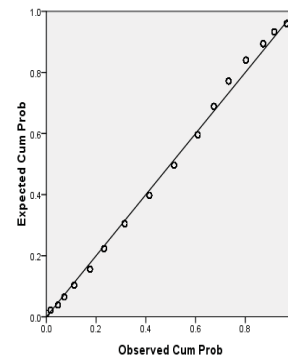
b. Grouping Variable: شاخص تعاملات



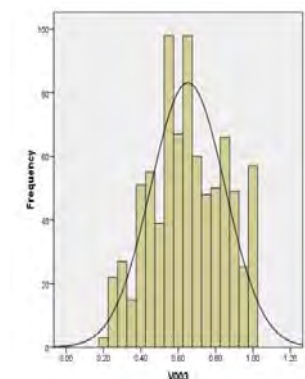
شکل (۸): نمودار هیستوگرام هر سه محور در شاخص اعتماد



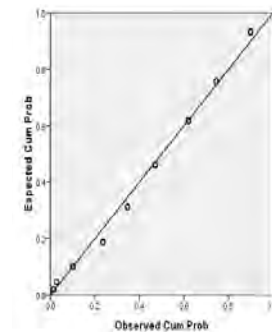
شکل (۷): نمودار هیستوگرام هر سه محور در شاخص تعاملات اجتماعی در شاخص تعاملات



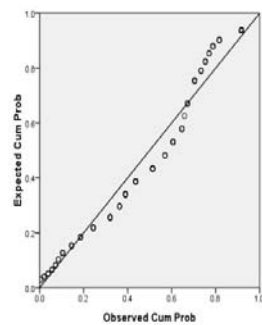
شکل (۱۰): نمودار p-p plot هر سه محور در شاخص تعاملات اجتماعی در شاخص تعاملات



شکل (۹): نمودار هیستوگرام هر سه محور در شاخص هنجارهای اجتماعی



شکل (۱۲): نمودار p-p plot هر سه محور در شاخص هنجارهای اجتماعی



شکل (۱۱): نمودار p-p plot هر سه محور در شاخص اعتماد

سه نمودار قبلی بیانگر آنست که داده‌ها در هر سه خیابان و برای هر شاخص نرمال نیستند؛ بنابراین در تجزیه و تحلیل داده‌ها می‌بایستی از روش ناپارامتری استفاده کنیم.

**جدول (۴):** آمار آزمون «کروسکال - والیس»  
برای شاخص هنجارهای اجتماعی

شاخص سوم	N	Mean Rank
حکیم نظامی	275	357.47
خاقانی	275	432.84
نظر	280	455.46
Total	830	

**Test Statistics<sup>a,b</sup>**

	شاخص هنجارهای اجتماعی
Chi-Square	25.489
df	2
Asymp. Sig.	.000

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: هنجارهای اجتماعی

**جدول (۳):** آمار آزمون «کروسکال - والیس»  
برای شاخص اعتماد

شاخص دوم	N	Mean Rank
حکیم نظامی	72	52.52
خاقانی	91	145.68
نظر	96	173.25
Total	259	

**Test Statistics<sup>a,b</sup>**

	شاخص اعتماد
Chi-Square	113.844
df	2
Asymp. Sig.	.000

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: شاخص اعتماد

**جدول (۵):** آزمون دانت برای بررسی تفاوت معنادار دو به دو در تعاملات اجتماعی میان سه گروه مورد مطالعه

(i)	(j)	Mean Difference (I-J)	. Error Std	Sig.	95% Confidence Interval	
					Upper Bound	Lower Bound
حکیم نظامی	خاقانی	-.05134 <sup>x</sup>	.01979	.029	-.0988	-.0039
	نظر شرقی	-.09655 <sup>x</sup>	.01908	.000	-.1423	-.0508
خاقانی	حکیم نظامی	.05134 <sup>x</sup>	.01979	.029	.0039	.0988
	نظر شرقی	-.04521	.01918	.055	-.0912	.0007
نظر شرقی	حکیم نظامی	.09655 <sup>x</sup>	.01908	.000	.0508	.1423
	خاقانی	.04521	.01918	.055	-.0007	.0912
(i)	(j)	Mean Difference (I-J)	. Error Std	Sig.	95% Confidence Interval	
					Upper Bound	Lower Bound
حکیم نظامی	خاقانی	-.06382 <sup>x</sup>	.01615	.000	-.1025	-.0251
	نظر شرقی	-.08551 <sup>x</sup>	.01667	.000	-.1254	-.0456
خاقانی	حکیم نظامی	.06382 <sup>x</sup>	.01615	.000	.0251	.1025
	نظر شرقی	-.02169	.01714	.499	-.0627	.0194
نظر شرقی	حکیم نظامی	.08551 <sup>x</sup>	.01667	.000	.0456	.1254
	خاقانی	.02169	.01714	.499	-.0194	.0627



(i)	(j)	Mean Difference (I-J)	. Error Std	Sig.	95% Confidence Interval	
					Upper Bound	Lower Bound
حکیم نظامی	خاقانی	-.05134*	.01979	.029	-.0988	-.0039
	نظر شرقی	-.09655*	.01908	.000	-.1423	-.0508
خاقانی	حکیم نظامی	.05134*	.01979	.029	.0039	.0988
	نظر شرقی	-.04521	.01918	.055	-.0912	.0007
نظر شرقی	حکیم نظامی	.09655*	.01908	.000	.0508	.1423
	خاقانی	.04521	.01918	.055	-.0007	.0912
(i)	(j)	Mean Difference (I-J)	. Error Std	Sig.	95% Confidence Interval	
حکیم نظامی	خاقانی	-.06382*	.01615	.000	-.1025	-.0251
	نظر شرقی	-.08551*	.01667	.000	-.1254	-.0456
خاقانی	حکیم نظامی	.06382*	.01615	.000	.0251	.1025
	نظر شرقی	-.02169	.01714	.499	-.0627	.0194
نظر شرقی	حکیم نظامی	.08551*	.01667	.000	.0456	.1254
	خاقانی	.02169	.01714	.499	-.0194	.0627

جدول (۶): آزمون دانت برای بررسی تفاوت معنادار دو به دو در اعتماد میان سه گروه مورد مطالعه

(i)	(j)	Mean Difference (I-J)	. Error Std	Sig.	95% Confidence Interval	
					Upper Bound	Lower Bound
حکیم نظامی	خاقانی	-.23639*	.02045	.000	-.2857	-.1871
	نظر شرقی	-.32083*	.02424	.000	-.3793	-.2624
خاقانی	حکیم نظامی	.23639*	.02045	.000	.1871	.2857
	نظر شرقی	-.08444*	.02492	.003	-.1445	-.0244
نظر شرقی	حکیم نظامی	.32083*	.02424	.000	.2624	.3793
	خاقانی	.08444*	.02492	.003	.0244	.1445

جدول (۷): آزمون دانت برای بررسی تفاوت معنادار دو به دو در هنجارهای اجتماعی میان سه گروه مورد مطالعه

- با اطمینان ۹۵٪ برابر بودن محور حکیم نظامی با محورهای خاقانی و نظر شرقی رد می‌شود.

- با اطمینان ۹۵٪ برابر بودن محورهای نظر شرقی و خاقانی تایید می‌شود.

با توجه به برابر شدن محورهای نظر و خاقانی می‌توان گفت پیاده راه عاملی برای بهبود اوضاع هنجارهای اجتماعی می‌باشد. و سر انجام بنابر اطلاعات جدول (۶) در مورد شاخص اعتماد می‌توان گفت، برابر بودن محورها با یکدیگر (خاقانی - نظر شرقی - حکیم نظامی) با اطمینان ۹۵٪ رد می‌شود. برای اینکه بدانیم کدامیک از دو محور در شاخص «اعتماد» به یکدیگر نزدیکتر است به سراغ آمار توصیفی و رسم نمودار میانگین‌ها می‌رویم.

با توجه به ستون میانگین‌ها (mean) در جدول (۸) می‌توان گفت اختلاف محور نظر شرقی با خاقانی بسیار کمتر از اختلاف حکیم نظامی با دو محور دیگر است و صحت این گفتار را نمودار میانگین‌ها

با توجه به جدول‌های بالا، فرض اینکه هر سه محور با هم برابراند، قویاً رد شده و برای اینکه بدانیم از سه محور کدامیک بیشتر به هم شبیه‌اند از روش «دانت» استفاده می‌کنیم.

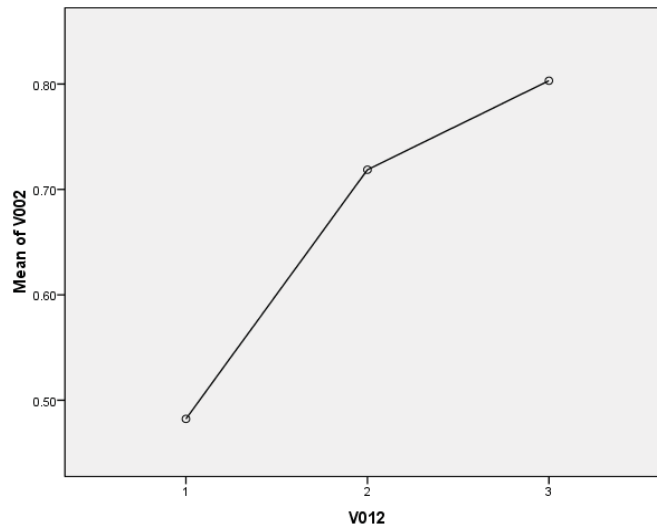
بنابر اطلاعات جدول (۵) برای شاخص اول (تعاملات اجتماعی) می‌توان گفت:

- با اطمینان ۹۵٪ برابر بودن محور حکیم نظامی با محورهای خاقانی و نظر شرقی رد می‌شود.

- با اطمینان ۹۵٪ برابر بودن محورهای نظر شرقی و خاقانی تایید می‌شود.

با توجه به برابر شدن محورهای نظر شرقی و خاقانی در شاخص تعاملات اجتماعی، می‌توان گفت پیاده راه عاملی برای افزایش سطح تعاملات اجتماعی می‌باشد.

اما بنابر اطلاعات جدول (۷) برای شاخص هنجارهای اجتماعی می‌توان گفت:



شکل (۱۳): نمودار میانگین در شاخص اعتماد

جدول (۸): آمار توصیفی در شاخص دوم به تفکیک سه محور

شاخص اعتماد	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
حکیم نظامی	72	.4823	.11767	.01387	.4546	.5099	.30	.90
خاقانی	91	.7187	.14335	.01503	.6888	.7485	.50	1.00
نظر	96	.8031	.19478	.01988	.7637	.8426	.52	1.00
Total	259	.6843	.20496	.01274	.6592	.7093	.30	1.00

افراد بیشتر به صورت انفرادی می آیند.

افرادى که در قالب گروه به دو محور مذکور می آیند، هم در شبکه دوستان، هم در شبکه خانواده به آن رجوع کرده و بیشتر به هدف خرید و تفریح می آیند و همانطور که افرادی چون گهل، جیکوبز و لیدن گفته اند حرکت پیاده باعث افزایش تعاملات می شود در این پژوهش نیز به نتیجه ای مشابه رسیده ایم. اعتماد میان افرادی که به دو محور نظر و خاقانی رجوع می کنند در حد مطلوب و سطح اعتماد به غریبه ها بسیار پایین می باشد که برای نظام اجتماعی بحران قلمداد می شود و در نهایت می توان گفت هنجارهای اجتماعی چون: مدارا، قبول تفاوت ها، کمک به نیازمندان، ایثارگری اجتماعی، دلسوزی برای محیط، مشارکت های مذهبی، وساطت اجتماعی در دو محور نظر شرقی و خاقانی در حد قابل قبول می باشد.

در پایان سخن می توان گفت، در پیاده راه ها، با توجه به اینکه حرکت اتومبیل کندتر می باشد یا اصلاً وجود ندارد و همچنین دیگر ویژگی های کالبدی آنها، باعث تشویق حرکت به صورت پیاده می باشند و این تشویق حرکت به صورت پیاده سطح تعاملات را افزایش می دهد و در اثر افزایش سطح تعاملات شاخص های سرمایه اجتماعی تقویت شده و در نهایت می توان به این نکته اشاره کرد که پیاده راه ها عاملی برای افزایش سرمایه اجتماعی است.

(شکل ۱۳) تایید می کند. بنابراین با نزدیکتر بودن دو محور خاقانی و نظر شرقی در شاخص «اعتماد» می توان گفت پیاده راه عاملی برای افزایش سطح اعتماد میان افراد جامعه می باشد.

##### (۵) بحث و نتیجه گیری

هر چند که سرمایه اجتماعی تنها تعاملات اجتماعی نمی باشد، ولی موتور محرک این سرمایه همین تعاملات میان مردم است. در پژوهش انجام شده، تلاش محققان بر آن بوده تا با مبنا قرار دادن تعاملات اجتماعی به عنوان نقطه اشتراک طراحی شهری، پیاده راه و سرمایه اجتماعی شاخص های دیگری چون اعتماد و هنجارهای اجتماعی که می تواند در اثر همین تعاملات مورد تقویت قرار گیرند، مورد آزمون قرار دهند. از طرفی پیاده راه ها با توجه به ویژگی هایی چون: خرده فروشی ها موجود در خیابان، کاربری های جاذب جمعیت، اقشار رجوع کننده به خیابان، ظرفیت بالای تجاری و اجتماعی، تسلط عابر پیاده بر فضا، تنوع فعالیت و ... می توانند عاملی برای حرکت و مکث عابر پیاده در بستر پیاده راه باشند و به همین دلیل می تواند سطح تعاملات را افزایش دهند و در اثر افزایش همین سطح تعاملات، سرمایه اجتماعی افزایش می یابد. نتایج بدست آمده حاکی از آنست که افراد رجوع کننده به محورهای نظر شرقی و خاقانی بیشتر در قالب گروهی و اغلب در دسته های ۳ تا ۴ نفره می باشند، ولی در مورد حکیم نظامی

## فهرست منابع:

- استروفسکی، والتسلاف (۱۳۸۵)، شهرسازی از نخستین سرچشمه‌ها تا منشور آتن، ترجمه لادن اعتضادی، انتشارات دانشگاه تهران، تهران.
- پاکزاد، جهان‌شاه (۱۳۸۳)، راهنمای طراحی فضاهای شهری در ایران، وزارت مسکن و شهرسازی، تهران.
- پاکزاد، جهان‌شاه (۱۳۸۵)، مبانی نظری و فرآیند طراحی شهری، وزارت مسکن و شهرسازی، تهران.
- پاکزاد، جهان‌شاه (۱۳۸۸)، سیر اندیشه‌ها در شهرسازی، جلد سوم، وزارت مسکن و شهرسازی، تهران.
- پیران، پرویز (۱۳۸۵)، کارپایه مفهومی و مفهوم سازی سرمایه اجتماعی با تاکید بر شرایط ایران، فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی ۲۳ (۶)، صص ۹-۴۴.
- جدلی، فیروزه (۱۳۸۲)، پیاده راه تحکیم رابطه انسان و محیط شهری، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.
- قاسمی، وحید، اسماعیلی، رضا و ربیعی، کامران (۱۳۸۵)، سطح‌بندی سرمایه اجتماعی در شهرستان‌های استان اصفهان، فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی ۲۳ (۶)، صص ۲۲۵-۲۴۸.
- قریب، فریدون (۱۳۸۳)، شبکه ارتباطی در طراحی شهری، دانشگاه تهران، تهران.
- گلکار، کورش (۱۳۸۰)، مولفه‌های سازنده کیفیت‌های طراحی شهری، نشریه علمی پژوهشی صفحه ۳۲ (۱۱)، صص ۳۸-۶۱.
- مدنی پور، علی (۱۳۸۷)، فضاهای عمومی و خصوصی شهر، ترجمه فرشاد نوربان، شرکت پردازش و برنامه‌ریزی شهری، تهران.
- محمد زاده، رحمت (۱۳۸۰)، راهبردهای توسعه پیاده روی برای برنامه‌ریزان مراکز شهری: فراگذرها- مال‌های عابر پیاده، نشریه علمی پژوهشی صفحه ۳۲ (۱۱)، صص ۹۰-۱۰۳.
- موسوی، میرطاهر (۱۳۸۵)، مشارکت اجتماعی یکی از مولفه‌های سرمایه اجتماعی، فصلنامه علمی و پژوهشی رفاه اجتماعی ۲۳ (۶)، صص ۶۷-۹۲.
- Adler, P. and Kwon, S. (2000), *Social Capital: The Good, The Bad and the Ugly*, Boston: Butterworth-Heinemann.
- Brambilla, R. and Longo, G. (1977), *Pedestrian Zones: A Design Guide*, Columbia University.
- Bullen, Paul and Jenny Onyx (1998), *Measuring Social in Five Communities in NSW: Neighbourhood and Community Centers in Journal of Applied Behavior* 36 (1).
- Gehl, Jan (1987), *Life Between Building*, New York: Van Nostrand Reinhold.
- Jacobs, J. (1961), *The Death and Life of Great American Cities*, London: Jonathan Cape.
- Lang, jon (1994), *Urban Design: The American Experience*, New York: Van Nostrand Reinhold.
- Leyden, Kevin (2003), *Social Capital and the Built Environment: The importance of Walkable Neighborhoods*, *American Journal of Public Health*, 93(9): pp.1546-1551.
- Lynch, Kevin (1972), *The Openness of Open Space*, *Art of Environment*, Oxford University Press.
- Oxford university (2007), *Oxford Learners Dictionary*, Oxford University Press.
- Putnam, Robert (1993), *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*, Princeton: Princeton University.
- Putnam, Robert (2000), *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*, New York.
- Uslaner, E. (1999), *Democracy and Social Capital*, New York: Cambridge University Press.