فصلنامه‌ی مطالعات توسعه‌ی اجتماعی- فرهنگی، دوره‌ی سوم، شماره‌ی٤، بهار ٩٤، صفحات ١٨٥- ٢١٢

تبیین نقش فضاهای عمومی در ارتباط با سرمایه‌ی‌اجتماعی (مطالعه‌ی موردی؛ شهر آمل)*

آتوسا مدیری[١]، قاسم ادهمی[٢]

تاریخ دریافت: ١٣٩٣/٠٦/٢٧ تاریخ پذیرش: ١٣٩٣/١٢/٠٥

چکیده

قابلیت جذب مردم توسط فضاهای عمومی سبب شده است تا از این‌گونه فضاها به‌عنوان ظرفی برای شکل‌گیری سرمایه‌ی اجتماعی یاد شود. از این نویسندگان کوشیده‌اند با طرح "چرایی" رابطه میان فضاهای عمومی و سرمایه‌ی اجتماعی، ابعاد گوناگون این مسأله را به روش تبیینی در قالب استدلال استنتاجی و به آزمون گذاشتن نظریه از طریق فرضیات، بیان کنند. لذا بررسی نحوه‌ی اثرگذاری ابعاد کالبدی و اجتماعی فضا بر عواملی چون هنجارها و اعتماد اجتماعی و نیز مشارکت حادث در شبکه‌های اجتماعی، می‌تواند تبیین کننده‌ی نقش فضاهای عمومی در سرمایه‌ی اجتماعی باشد که این کار از طریق آزمون رگرسیون در روش چند جمله‌ای در نرم‌افزارهای SPSS و Matlab به انجام رسیده است. نتایج حاصل از داده‌های ٣٨٤ نمونه‌ی آماری که از طریق پیمایش میدانی با ابزار پرسش‌نامه و به‌صورت اتفاقی در محدوده‌ی فضاهای عمومی محلات بافت مرکزی آمل به‌دست آمده است، نشان می‌دهد که ابعاد کالبدی (فضا) و اجتماعی (فعالیت) در فضاهای عمومی مؤثر بر ابعاد سرمایه‌ی اجتماعی یعنی هنجار و شبکه‌ی اجتماعی است. ضمن آن‌که جمیع شاخص‌های مربوط به مطلوبیت فضای عمومی با سرمایه‌ی اجتماعی رابطه‌ی مستقیم و مثبت ٦٥,٣ درصد برقرار کرده است. بنابراین بهبود در شرایط کالبدی و اجتماعی فضاهای عمومی به اثرگذاری مثبت بر روی سرمایه‌ی اجتماعی در سطح جوامع محله‌ای می‌انجامد.

واژه‌های کلیدی: فضاهای عمومی، تعاملات اجتماعی، سرمایه‌ی اجتماعی، هنجار اجتماعی، شبکه‌ی اجتماعی

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

---

* این مقاله مبتنی بر تحقیقات بخشی از پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد شهرسازی نگارنده‌ی دوم است که با راهنمایی نگارنده‌ی اول در دانشکده‌ی هنر دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی به انجام رسیده است.

[١] استادیار گروه شهرسازی دانشکده‌ی هنر دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی (نویسنده مسؤول)؛ atmodiri@gmail.com

[٢] کارشناس ارشد شهرسازی گرایش برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی؛ sharestan.com@gmail.com

مقدمه و بیان مسأله

سرمایه‌ی اجتماعی مفهومی نسبتاً جدید است که به ویژه در دهه‌ی ۸۰ خورشیدی به شدّت مورد توجه دانشجویان و علمای اجتماعی و اقتصادی قرار گرفته است و حتی در برنامه‌ی چهارم توسعه نیز به ضرورت آن تأکید شد. سرمایه‌ی اجتماعی مفهومی عمومی است به منظور تفکر درباره‌ی این‌که چگونه روابط اجتماعی در درون جوامع می‌تواند قابلیت جامعه را برای تحرّک منابع و انسجام ساکنان به‌وجود آورد (بلانکو و کمبل[1]، ۲۰۰۶: ۱۶۷) ، موضوع مرکزی آن این است که مردم از طریق مشارکت در زندگی جمعی، عضو گروه‌هایی می‌شوند که هویت، هنجارها، اعتقادات و اولویت‌هایشان را منعکس می‌کند و در عین حال هم به این هنجارها شکل می‌دهد (ماسینکو و استارفیلد[2]،۲۰۰۱: ۳۸۸) . اهمیت سرمایه‌ی اجتماعی که مبیّن " کنش‌های معین و مشخصی از کنشگران" در درون "ساختارهای اجتماعی" است، در مقایسه با سرمایه‌های فیزیکی، اقتصادی و انسانی روز به روز بیش‌تر مکشوف می‌شود. شبکه‌های روابط جمعی و گروهی انسجام بخش "میان انسان‌ها"، "انسان‌ها و سازمان‌ها" و "سازمان‌ها با سازمان‌های دیگر" است. سرمایه‌ی اجتماعی مجموعه هنجارهای نظام اجتماعی است که از یک‌طرف موجب ارتقای سطح همکاری‌های اعضای جامعه با یک‌دیگر و از طرف دیگر نیز باعث کاهش هزینه‌های تبادلات و ارتباطات می‌گردد. این مفهوم در سطوح مختلفی از جمله در سطح فردی یا خانوادگی، گروهی، اجتماعات محلی و واحدهای همسایگی و در سطح منطقه‌ای و ملی مشاهده شده است (برونی[3]،۲۰۰۹: ۲۵۲). اما مسأله‌ای که وجود دارد این است که جامعه و شهرها برای بهره‌مندی از این سرمایه نیازمند حوزه‌ی جاری شدن این مفهوم و مؤلفه‌های آن هستند که قطعاً از آن حوزه‌ی خاص دارای اثرپذیری مثبت و منفی خواهد بود. یکی از این حوزه‌ها، شبکه‌ی فضای عمومی در شهرها است. قابلیت جذب مردم توسط فضاهای عمومی سبب شده است تا از این‌گونه فضاها به‌عنوان ظرفی برای شکل‌گیری سرمایه‌ی اجتماعی یاد شود. عملکرد اصلی فضای عمومی، فراهم سازی و بسترسازی حضور مردم است. زمانی که فرصت تماس چهره به چهره افراد با حضور در فضای مشترک حاصل می‌شود، روابط جمعی توسعه می‌یابد؛ گرین[4](۱۹۸۲) این مطلب را در تماس چهره به چهره مکرّر همسایگان و تشکیل و حفظ روابط اجتماعی مشاهده کرده است که در

[1] Blanco & Cambell
[2] Macinko & Starfield
[3] Brunie
[4] Green

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

اثر تکرار تماس‌ها برخی از افراد با یک‌دیگر آشنا و ضمن مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی، گاهی اوقات این روابط منجر به دوستی می‌شود (کوان[1] و همکاران، ۱۹۹۸: ۸۳۶). در واقع با تشکیل شبکه‌های اجتماعی در سطح اجتماعات محلی، سرمایه‌ی اجتماعی میان ساکنین نمود می‌یابد؛ لذا ابعاد اجتماعی و فرهنگی فضاهای عمومی از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. این‌گونه از فضاهای شهری بخشی از فضاهای باز و عمومی شهرها هستند که به‌نوعی تبلور ماهیت زندگی جمعی می‌باشند، یعنی جایی که شهروندان در آن حضور دارند و به‌عبارتی فضای زندگی روزمره‌ی شهروندان است که هر روز به‌صورت آگاهانه و یا ناآگاهانه در طول راه، از منزل تا محل کار ادراک می‌شود. به اعتقاد لینچ[2] (۱۹۷۲) فضایی است که به همه‌ی مردم اجازه می‌دهد که به آن دسترسی داشته باشند و در آن فعالیت کنند. در این فضا فرصت آن وجود دارد که برخی مرزهای اجتماعی شکسته شود و برخوردهای از پیش تدوین نیافته به وقوع پیوندد و افراد در یک محیط اجتماعی جدید با هم اختلاط یابند و مناسبات چهره به چهره و رفتارهای آزادانه و دل‌بخواه شهروندان در آن شکل گیرد.

بنابراین به‌نظر می‌رسد که نقش فضاهای عمومی در سرمایه‌ی اجتماعی به‌عنوان مسأله‌ای قابل طرح نیازمند به تبیین باشد. بر این اساس هدف مقاله، تبیین رابطه میان مطلوبیت فضاهای عمومی شهری و سرمایه‌ی اجتماعی است و پرسش اصلی مقاله چنین تنظیم می‌شود: "چرا فضاهای عمومی قابلیت تأثیرگذاری بر سرمایه‌ی اجتماعی را دارند؟"؛ مقاله طبق روال پژوهش آزمون نظریه، نخست به بیان نظریه‌های معتبر پرداخته و سپس در زمینه‌ی نظریه‌های گفته شده، فرضیه‌ی اصلی پژوهش را تدوین می‌کند و در نهایت به روش کمّی و با استفاده از آزمون‌های آماری به رد یا قبول فرضیه می‌پردازد. نتیجه‌گیری نشان می‌دهد که نتایج حاصل از این پژوهش از کدام یک از نظریات گفته شده حمایت می‌کند و از این طریق به توسعه‌ی بدنه‌ی دانش کمک می‌کند.

پیشینه‌ی مطالعات

مطالعات و پژوهش‌های انجام شده در زمینه‌ی مفهوم سرمایه‌ی اجتماعی بسیار است، اما پژوهش‌های انجام شده در حوزه‌ی مشترک فضای عمومی و سرمایه‌ی اجتماعی محدود است. در جدول شماره‌ی یک به تعدادی از این پژوهش‌ها و نتایج آن اشاره شده است. بررسی‌ها نشانه‌ی آن

[1] Kweon
[2] Lynch

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

است که پژوهش‌های انجام شده بیش‌تر در پی تشریح و یا تبیین رابطه میان فضای عمومی و سرمایه‌ی اجتماعی از طریق مفاهیم و مؤلفه‌های مرتبط با این موضوع بوده‌اند.

جدول شماره‌ی یک- پیشینه‌ی مطالعات مرتبط با حوزه‌ی مشترک سرمایه‌ی اجتماعی و فضای عمومی

پژوهشگر	موضوع محوری پژوهش	شیوه‌ی تجزیه و تحلیل	نتایج پژوهش
همیلتون[1] (۲۰۱۲)	بررسی رابطه‌ی بین فضاهای عمومی و سرمایه‌ی اجتماعی در ۸ محله‌ی زاغه‌نشین سانتیاگو شیلی بر اساس نظریات جیکبز و وایت.	تحلیل رگرسیونی	افزایش استفاده از فضاهای عمومی نظیر میدان، زمین فوتبال و کتابخانه، اثر مثبت بر سرمایه‌ی اجتماعی و بالاخص اعتماد بین شخصی، شبکه‌ها و مشارکت داشته است.
ایجلا[2] (۲۰۱۲)	بررسی خلق سرمایه‌ی اجتماعی از طریق اثرات فضای عمومی بر اساس نظریات لُفور و پوتنام.	تحلیل محتوا	جوامعی که دارای فضاهای عمومی و فضاهای بازنمودی بهتری هستند، دارای سرمایه‌ی اجتماعی بیشتر هستند و ارتباط چهره به چهره در آن‌ها بیشتر بوده و میزان جرم و جنایت کمتر است.
PPS[3] (۲۰۱۲)	بررسی بهره‌گیری از ظرفیت‌های سرمایه‌ی اجتماعی در فضاهای عمومی بر اساس نظریات جیکبز.	تحلیل محتوا بر اساس مشاهدات میدانی	تعاملات اجتماعی در بستر فضای عمومی و بهره‌گیری از پیوندهای همسایگی در این فضاها به ایجاد ارتباطات محلی کمک می‌کند.
نادری (۱۳۸۸)	تبیین مؤلفه‌های سرمایه‌ی اجتماعی در فضاهای عمومی شهر.	تحلیل همبستگی	سرمایه‌ی اجتماعی در سطح ۹۹ درصد اطمینان با تمام ابعاد کیفیت فضاهای شهری رابطه مثبت و معنی داری دارد. بعد ریخت شناسی و عملکردی با ۵۰,۴٪ بیشترین شدت همبستگی و پس از آن بعد اجتماعی با شدت ۴۹,۳٪ بیش‌ترین شدت همبستگی را با سرمایه‌ی اجتماعی دارند و پس از آن سایر ابعاد بصری، ادراکی و زمانی قرار دارند.

[1] Hamilton
[2] Ijla
[3] Project for Public Spaces

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

مفاهیم، دیدگاه‌ها و چارچوب نظری

سرمایه اجتماعی

سابقه استفاده از اصطلاح سرمایه اجتماعی به سال ۱۹۱۶ و نوشته های لیدا جی هانیفان[1]، سرپرست وقت مدارس ویرجینیای غربی در آمریکا بر می‌گردد که در توضیح اهمیت مشارکت در تقویت حاصل کار مدرسه، مفهوم سرمایه اجتماعی را در ارتباط با کار و نیت خیر، دوستی، دلسوزی متقابل و رابطه‌اجتماعی، مطرح نمود (شارع‌پور، ۱۳۸۵: ۱۲۰-۱۱۲). جیکبز (۱۹۶۱) اصطلاح سرمایه‌ی اجتماعی را در کتاب «*مرگ و زندگی شهرهای بزرگ آمریکایی*[2]» و برای تأکید بر ارزش‌های جمعی همبستگی‌های غیررسمی و همبستگی در مادر شهرهای مدرن به‌کار برد (پوتنام و کریستین[3]، ۲۰۰۲: ۵)، وی شبکه ارتباطی بین ساکنان قدیمی محله را به عنوان سرمایه‌ی اجتماعی غیرقابل جایگزین در شهر مطرح ساخت (پورجعفر و همکاران، ۱۳۸۹: ۷۰). **پیر بوردیو** اولین کسی است که به زعم پورتز[4] نخستین تحلیل منظم اخیر را درباره سرمایه‌ی اجتماعی ارائه کرده است (پورمحمدی و همکاران، ۱۳۹۰: ۴-۳). وی درباره‌ی سرمایه‌ی اجتماعی چنین می‌نویسد: «جمع منابع بالفعل و بالقوه منجر به ایجاد شبکه ای بادوام برای ایجاد ارتباط دوستانه و درک عمیق یک‌دیگر[که همان عضویت در گروه می‌باشد] می‌گردد به‌طوری که هر یک از اعضای گروه از پشتوانه سرمایه جمعی بهره می‌برد» (بوردیو[5]،۱۹۸۶: ۲۴۸). لذا در دیدگاه بوردیو، سرمایه‌ی اجتماعی از یک سو محصولی است که از تعامل اجتماعی ناشی می‌گردد و از سوی دیگر ابزاری است برای این‌که فرد سرمایه اقتصادی خود را افزایش دهد (غفاری، ۱۳۸۳: ۱۲۵).

تعریف **رابرت پوتنام** از سرمایه‌ی اجتماعی در مقابل دیدگاه پدیدارشناسانه بوردیو، حاکی از آن است که «سرمایه اجتماعی، هنجارها، اعتماد و شبکه‌های اجتماعی در جامعه مدنی است که همکاری‌ها و اقدامات یکدست بین شهروندان و نهادهایشان را تسهیل می‌کند» (پوتنام، ۱۹۹۸: ۷) تعریف او به مزایای جمعی شبکه‌های اجتماعی اشاره دارد (جنز[6]، ۲۰۱۰: ۱۲۳) و معتقد است «هرجا اعتماد و شبکه‌های اجتماعی شکوفا شوند، افراد، شرکت‌ها، محله‌ها و حتی ملت‌ها پیشرفت می‌کنند» (پوتنام، ۲۰۰۰: ۲۰). بر این اساس به اعتقاد پوتنام، شبکه‌های مشارکت مدنی و به‌عبارتی

[1] Lyda J.Hanifan
[2] The Death and Life of Great American Cities
[3] Putnam & Kristin
[4] Portes
[5] Bourdieu
[6] Jonse

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

پیوستگی‌های افقی بین مردم نظیر انجمن‌های شکل گرفته در نظام همسایگی، تعاونی‌ها، باشگاه‌های ورزشی و نظیر آن‌ها از اشکال اساسی سرمایه‌ی اجتماعی محسوب می‌شوند که هنجار معامله به مثل را در جامعه و از جمله اجتماعات محله‌ای تقویت می‌کنند (فیلد، ۱۳۸۶: ۸۷). مطالعات گروتائرت و ون باستلر[1] نشان می‌دهد که این سطح از سرمایه‌ی اجتماعی در حوزه‌ی میکرو یا خرد قرار می‌گیرد که در مطالعه رابرت پوتنام بر روی سازمان‌های شهری ایتالیا در سال ۱۹۹۳ عینیت می‌یابد که در آن سرمایه‌ی اجتماعی به انواع مختلف سازمان اجتماعی همانند شبکه های افراد یا خانواده‌ها و هنجارها و ارزش‌های مشترک اشاره دارد(بلانکو و کمبل، ۲۰۰۶: ۱۶۷). ترنر[2] از سطح خرد به‌عنوان سرمایه‌ی اجتماعی احساسی در رویارویی‌ها نام می‌برد (پیراهری، ۱۳۸۸: ۱۲۷). سرمایه‌ی اجتماعی احساسی زمانی تولید می‌شود که افراد به زمینه‌هایی وابسته می‌شوند که در آن رویارویی‌ها اتفاق می‌افتد. زمانی که شبکه چهره به چهره روابط متراکم است، این وابستگی‌ها افزایش می‌یابد (ترنر، ۲۰۰۰: ۱۰۹).

ابعاد سرمایه‌ی اجتماعی

سرمایه‌ی اجتماعی در سطح خرد به **دو بعد** ساختاری و شناختی (کیفیت روابط) تقسیم شده است (طلوعی و کاووسی، ۱۳۸۵: ۵۷):

ساختار روابط اجتماعی شامل شبکه‌های رسمی و غیررسمی می‌شود. *شبکه‌های غیررسمی* شامل پیوندهایی است که بین خانواده، خویشاوندان، دوستان و همسایگان وجود دارد. *شبکه‌های رسمی روابط اجتماعی* شامل روابطی است که مبتنی بر گروه یا اجتماعات (آموزشی، ورزشی، هنری، دینی، خیریه، داوطلبانه)، مبتنی بر کار (همکاران، شرکت‌ها) و روابط نهادی (دولت)، می‌باشد (استون[3]، ۲۰۰۱: ۹). تحقیقات استون و هیوز، نشان می‌دهد که مطالعات سرمایه‌ی اجتماعی در سطح شبکه‌های محلی، مشارکت همسایگی و اجتماعات محلی را اندازه‌گیری می‌کنند، یا مشارکت در یک منطقه را با مناطق دیگر مقایسه می‌کنند (استون و هیوز[4]، ۲۰۰۲).

مشارکت درگیری ذهنی و عاطفی اشخاص در موقعیت‌های گروهی است که آن‌ها را بر می‌انگیزد تا برای دستیابی به هدف‌های گروهی یک‌دیگر را یاری دهند و در مسؤولیت کار شریک شوند (کاظمیان و شادمان‌فر، ۱۳۸۷: ۵۵) و **مشارکت اجتماعی** به آن دسته از فعالیت‌های ارادی

[1] Grootaert & Van Bastelaer
[2] Turner
[3] Stone
[4] Stone & Hughes

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

دلالت دارد که از طریق آن‌ها اعضای یک جامعه در امور محل زندگی خود شرکت می‌کنند. این نوع مشارکت برای فرد رضایت به بار می‌آورد و عامل شکل‌دهی به روابط و سازنده شبکه‌های حمایتی بالقوه است، مانند شرکت در مراسم شادی و ترحیم هم‌محله‌ای‌ها، رفتن به سینما، پارک و کوه و غیره به صورت دسته جمعی (گروتائرت، ۲۰۰۴)؛ که شامل پیوندهای غیررسمی است.

مشارکت مدنی نیز شامل فعالیت‌هایی است که در ارتباط با فضای سیاسی، حکومتی، مدیریت باشگاه‌ها و انجمن‌ها و نیز سازمان‌های غیردولتی بوده و معمولاً در غالب عضویت رسمی فرد در گروه‌های مختلف خود را نشان می دهد و تابع مقررات و سلسله مراتب می‌باشد (بولن و اونیکس[1]، ۱۹۹۸). که شامل پیوندها و روابط اجتماعی رسمی می‌باشد.

اما *کیفیت روابط اجتماعی* دلالت بر هنجار اعتماد و هنجار عمل متقابل دارد. **اعتماد** را می‌توان داشتن دید مثبت و حسن‌ظن نسبت به دیگر افراد جامعه دانست که تسهیل‌گر روابط اجتماعی می‌باشد (هزارجریبی و مروتی، ۱۳۹۰: ۴۲). هنجار اعتماد جزء کلیدی سرمایه‌ی اجتماعی است. تئوری‌های سرمایه‌ی اجتماعی بر اعتماد به دلیل تأثیری که روی جامعه‌مدنی و دمکراسی دارد، تأکید می‌کنند. از این رو سه نوع اعتماد مطرح می‌شود (پیراهری، ۱۳۸۸: ۱۱۸): **اعتماد غیررسمی یا اعتماد شخصی**[2] که اعتماد به افراد خانواده، خویشان، دوستان و همکاران است. **اعتماد تعمیم‌یافته**[3] یا اعتماد اجتماعی که اعتماد به بیگانگان یا افراد کمتر آشنای اجتماع یا غریبه‌ها در سطح محله می‌باشد. **اعتماد نهادی**[4] که اعتماد به نهادهای رسمی دولتی را در بر می‌گیرد (کریشنا و شرادر[5]، ۱۹۹۹).

هنجار عمل متقابل[6]، عمل متقابل یک فرآیند مبادله در درون روابط اجتماعی است که به‌وسیله آن کالاها و خدمات داده شده به طرفین توسط طرفی که کالا و خدمات اولیه را دریافت کرده تکرار می‌شود (استون و هیوز، ۲۰۰۲) در واقع این مورد بار مفهومی حمایت اجتماعی را نیز با خود به‌همراه دارد که به‌صورت مالی و عاطفی در زمان نیازمندی افراد فراهم می‌آید (بولن و اونیکس، ۱۹۹۸).

[1] Bullen & Onyx
[2] Personalized trust
[3] Generalized trust
[4] Institutional trust
[5] Krishna & Shrader
[6] Norms of reciprocity

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

با توجه به نظریات متعدد مطرح‌شده در زمینه سرمایه‌ی اجتماعی، حال می‌توان عنوان کرد که در مقیاس اجتماعات محله‌ای، سرمایه‌ی اجتماعی شامل منابعی در اجتماعات محله‌ای است که از طریق میزان بالایی از اعتماد، عمل و کنش متقابل، هنجارهای مشترک، تعهدات و التزامات مشترک، شبکه‌های رسمی و غیر رسمی پدید می‌آید. از این سرمایه ممکن است افراد و گروه‌ها، برای آسان نمودن فعالیت‌ها به‌منظور منفعت رساندن به افراد و گروه‌های دیگر و اجتماع، استفاده کنند.

فضاهای عمومی و زمینه‌ی پیوند مشترک از طریق تعاملات اجتماعی

در کانون تحلیل **هاروی**[1] (۱۹۷۳) از ساختار شهر، مفهوم «فضا[2]» مطرح است. او در اثر معروفش، عدالت اجتماعی و شهر[3]، فرآیندهای اجتماعی و اشکال فضایی را واقعیات لاینفک از یک‌دیگر می‌داند که فقط به لحاظ تحلیلی می‌توان آن‌ها را از هم تفکیک کرد. به‌نظر وی هرگونه نظریه‌ی عام در مورد شهر باید بتواند تا فرآیندهای اجتماعی شهر را به شکل فضایی شهر ربط دهد (شارع پور، ۱۳۸۹: ۱۸۶-۱۸۵). به اعتقاد لینچ فضای عمومی، فضایی است که به همه مردم اجازه می‌دهد که به آن دسترسی داشته باشند و در آن فعالیت کنند. 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(لینچ، ۱۹۷۲: ۱۰۹). «زمینه مشترکی است که مردم در آن بتوانند فعالیت‌های عملکردی و آئینی را که منجر به پیوند بین‌شان می‌شود، انجام دهند» (کار و همکاران[4]، ۱۹۹۲). فضای عمومی شهری مفهومی است که امکان حضور برای تمام اقشار جامعه به‌طور 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. در تعریف مدنی‌پور از فضای عمومی وجود این سه شاخصه‌ی اساسی مشهود است: ۱- امکان دسترسی نامحدود و آزادانه‌ی شهروندان به این فضاها. ۲- وجود تعاملات و کنش های متقابل اجتماعی در این فضاها. ۳- امکان مراجعه‌ی همه‌ی مردم از هر گروه سنی، جنسی، اجتماعی و غیره (مدنی‌پور، ۱۳۸۷). از طرف دیگر فضاهای عمومی مشتمل بر فضاهای شهری گوناگونی چون: خیابان‌ها، معابر، میادین، پلازاها، پارک‌ها، زمین‌های بازی، سیتی هال‌ها، مال‌ها، سواحل و کناره‌ها و سایر فرم‌های فضاهای تجمع[5] می‌باشند (داگلاس، ۲۰۰۳).

[1] Harvay
[2] Space
[3] Social Justice and City
[4] Carr & et al
[5] Gathering space

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

کارمونا و همکاران[1] (۲۰۰۳) در جمع‌بندی از تعاریف مختلف فضای عمومی، آن را حاوی دو بعد کالبدی[2] و اجتماعی[3](فعالیت) معرفی کرده‌اند. بعد کالبدی فضای عمومی اینگونه در نظر گرفته می‌شود: «فضاها و مجموعه‌هایی با مالکیت عمومی یا خصوصی که زندگی عمومی و تعاملات اجتماعی را حمایت کرده و یا آن را تسهیل می نمایند. به واسطه فعالیت‌ها و اتفاقاتی که در این فضاها و مجموعه‌ها رخ می‌دهد، می‌توان آن‌ها را عرصه‌های عمومی‌اجتماعی-فرهنگی نامید» (ماجدی و همکاران، ۱۳۹۰: ۲۷۵). بعد اجتماعی به این‌که مردم چگونه از فضا استفاده می‌کنند بر می‌گردد، رابطه بین فضا و بستر اجتماعی آن به صورت یک فرآیند دوطرفه است که در آن مردم و جوامع فضاها را به وجود آورده و تغییر می‌دهند. در حالی که این مردم خود به طرق مختلف تحت تأثیر این فضاها قرار دارند. تعاملات اجتماعی می‌تواند در فضا شکل بگیرد و همچنین توسط شکل فضا مورد تهدید قرار می‌گیرد. ویا فضا واسطه انجام برقرای روابط اجتماعی می‌گردد. (کارمونا و همکاران، ۱۳۹۱: ۲۱۲-۲۱۱). به‌نظر می‌رسد آن‌چه فضاهای عمومی را به لحاظ اجتماعی فعال می‌سازد، در درجه اول عوامل کالبدیست که بتواند زمینه ساز ورود و سپس توقف افراد درون فضا باشد که در این باره می‌توان به عواملی چون: دسترسی‌ها، جاذبه‌های بصری، عوامل طبیعی و بسیاری عوامل دیگر از این دست اشاره نمود. اما آن‌چه بیش از ابعاد کالبدی در حضور و تعامل اجتماعی افراد مؤثر است، پیش‌بینی و خلق تعاملات اجتماعی[4] می‌باشد که در عین ایجاد فرصت‌های مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی، می‌تواند زمینه ساز ارتقاء حس تعلق به مکان نیز باشد (لنارد و لنارد[5]، ۱۹۸۴). تعامل اجتماعی و برقراری ارتباط، می‌تواند یک موضوع فیزیکی، یک نگاه، یک مکالمه و ارتباط بین افراد باشد که خود مستلزم تعریف رویدادها و فعالیت‌های متناسب و در نتیجه نقش‌پذیری مردم در فضا است. **یان گِل**[6] (۱۹۹۶) این سطح از روابط متقابل بین افراد را که به‌صورت ارتباطات دیداری و شنیداری می‌باشد، روابط منفعل[7]ای می‌داند که بخشی از گستره‌ی فعالیت‌های‌اجتماعی در فضای‌عمومی را شامل می‌شود (مدیری و همکاران[8]، ۲۰۱۲: ۲۸۲). در یک نگاه کلی فضای عمومی‌ای تبدیل به یک مکان مساعد برای

[1] Carmona & et al
[2] Space
[3] Activity
[4] Social interaction
[5] Lennard & Lennard
[6] Jan Gehl
[7] Passive contacts
[8] Modiri & et al

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

تعاملات اجتماعی می‌شود، که جذب بسیاری از بازدیدکنندگان را برای انجام فعالیت‌های خود به همراه داشته‌باشد (وایت[1]، ۱۹۸۰) و طیف گسترده‌ای از فعالیت‌ها در آن رخ دهد (گل، ۱۳۸۷) مناسب برای تفریح و سرگرمی بوده و اجتماع‌پذیر باشد (پی پی اس[2]، ۲۰۰۰) دموکراتیک و بدون تبعیض[3] باشد (کار و همکاران، ۱۹۹۲) در دسترس برای همه مردم در همه سطوح سنی باشد (گل، ۲۰۰۲). مبتنی بر مجموعه‌ای از خاطرات جمعی و اقدامات فرهنگی باشد (کیربی[4]، ۲۰۰۸: ۷۸) باعث ارتقای آسایش روانی، امنیت و ایمنی باشد. در بعد فیزیکی نیز معیارهای کیفیت بالای فضای عمومی باید شامل دسترسی آسان و سیستم حرکتی مناسب و همچنین دارای طراحی با مقیاس انسانی باشد (دلیانور[5]، ۲۰۱۲: ۴۶۷).

چارچوب نظری پژوهش: فضای عمومی به‌عنوان سرمایه‌ی اجتماعی

مطالعات جهانی صورت گرفته درباره فضاهای عمومی شهری، این فضاها را در صورت مقبولیت پذیری آن‌ها توسط شهروندان، دارای کارکردهای خاص اجتماعی می‌دانند که می‌توان آن‌ها را چنین بیان کرد (پورجعفر و محمودی‌نژاد، ۱۳۸۸: ۳۵):

الف- مکان شکل‌گیری تعاملات اجتماعی و مراودات شهروندی.

ب- افزایش میزان سرمایه‌های اجتماعی در ساختار شهری.

پ- مکان شکل‌دهی به یکپارچگی اجتماعی و بسط هم‌بستگی ملی.

ت- فرصت‌سازی برای تقویت کارکردهای سیاسی - مدنی و تقویت انجمن‌های محلی.

ث- عرصه نمایش و پرورش ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی در یک ملت یا قوم.

همان‌طور که مشاهده می‌شود، فضای عمومی شهر به‌عنوان دارایی یا سرمایه‌ی اجتماعی که می‌توان از آن در هماهنگی و پیوند ساکنین جامعه با یک‌دیگر به‌کار گرفت، تلقی شده است. فضای عمومی، صحنه اصلی برای ایجاد حس با هم بودن در محله بوده و عرصه‌ای است که ایجاد و گسترش اعتماد و امکان فعالیت را فارغ از کنترل و غلبه‌ی دولت تسهیل می‌کند (مدنی‌پور، ۱۳۸۷: ۲۵۱-۲۴۹). در پژوهش حاضر حوزه‌ی سرمایه‌ی اجتماعی در سطح میکرو یا خرد قرار دارد که منطبق با مطالعات پوتنام می‌باشد. مطالعات رابرت پوتنام نشان می‌دهد مزایایی مرتبط با سرمایه‌ی اجتماعی وجود دارد، او استدلال می‌کند که مناطقی که دارای سرمایه‌ی اجتماعی بالایی هستند

[1] Whyte
[2] PPS
[3] Non discriminative
[4] Kirby
[5] Delianur

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

دارای فضاهای عمومی تمیزتر و خیابان‌های امن‌تر می‌باشند و مردم باهم روابط دوستانه‌تری دارند. وی بیان می‌کند که برخلاف تصور مردم، در معرض خطر بودن محلات سنتی به عواملی مانند فقر بالا و تحرک سکونتی در کاهش سرمایه‌ی اجتماعی معنادار نیست (پوتنام،۲۰۰۰: ۲۸۹). آوردن ساکنان در کنار یک‌دیگر در فضای عمومی، منجر به زندگی دموکراتیک‌تر در کنار مشاهده و درک دیدگاه‌های متنوع می‌شود و کودکان و نوجوانان از طریق مشاهده یاد می‌گیرند و دست به مشارکت می‌زنند (شهر قابل زندگی[1]، ۲۰۱۳)؛ در واقع این فضاها، سرمایه‌ی اجتماعی را در زمانی که تعاملات اجتماعی زیادی در این مکان‌ها به وقوع می‌پیوندد، افزایش می‌دهند (پاساگولاری و دوراتی[2]، ۲۰۰۴). نظریه‌های فوق مبین ارتباط بین فضای عمومی و سرمایه‌ی اجتماعی می‌باشند. فضا از طریق قابلیت جذب مردم متناسب با زمینه‌های کالبدی خود، منجر به خلق فعالیت یا تعاملات اجتماعی می‌شود و روابط چهره به چهره‌ی ایجاد شده در فضای عمومی قابلیت‌های اعتماد بین افراد را افزایش داده و در اثر مرور زمان عاملی برای تشکیل شبکه‌های غیررسمی و مشارکت‌های اجتماعی و مدنی بین آنها می‌شود. در واقع فضاهای عمومی کاتالیزوری برای سرمایه‌ی اجتماعی به‌حساب می‌آیند. در این راستا و به‌منظور آزمون نظریه‌ی مطرح شده پرسش زیر مطرح می‌شود:

نحوه‌ی ارتباط میان فضای عمومی در محلات بافت مرکزی آمل که دارای دو بعد کالبدی و اجتماعی و شاخص‌های نظیر می‌باشد، با هر یک از ابعاد شبکه و هنجار اجتماعی و نیز سرمایه‌ی اجتماعی را چگونه می‌توان تبیین نمود؟

در پاسخ به پرسش فوق **فرضیه‌های پژوهش** به‌صورت زیر تدوین می‌گردد:

۱- به‌نظر می‌رسد بین ابعاد کالبدی و اجتماعی فضای عمومی در محدوده‌ی محلات بافت مرکزی آمل، با مؤلفه‌ی هنجار اجتماعی به‌عنوان یکی از ابعاد سرمایه‌ی اجتماعی رابطه‌ی معناداری وجود دارد.

۲- به‌نظر می‌رسد بین ابعاد کالبدی و اجتماعی فضای عمومی در محدوده‌ی محلات بافت مرکزی آمل، با مؤلفه‌ی شبکه به‌عنوان یکی از ابعاد سرمایه‌ی اجتماعی رابطه‌ی معناداری وجود دارد.

۳- به‌نظر می‌رسد در محدوده‌ی محلات بافت مرکزی آمل، بعد اجتماعی فضای عمومی رابطه‌ی بیشتری با شبکه دارد تا هنجار اجتماعی.

[1] livablecities
[2] Pasaogullari & Doratli

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

۴- به‌نظر می‌رسد هر یک از شاخص‌های در نظر گرفته شده برای فضای عمومی در محلات بافت مرکزی آمل به‌تنهایی دارای رابطه‌ی مؤثر بر سرمایه‌ی اجتماعی می‌باشند.

روش تحقیق

روش تحقیق غالب در این پژوهش، تبیینی است. تبیین[1] به‌معنای توضیح درباره‌ی علت وقوع یک واقعه و استنتاج آن، طبق قواعد منطق قیاس از قوانین کلی‌تر است (رفیع‌پور، ۱۳۸۷: ۱۱۳). با توجه به بیان فرضیه نظری (فرضیه اصلی) تحقیق مبتنی بر رابطه معنادار بین فضاهای عمومی شهری و سرمایه‌ی اجتماعی، به‌گونه‌ای که فضاهای عمومی شهری دارای مؤلفه‌ها و شاخص‌هایی است که بر روی مؤلفه‌ها و شاخص‌های سرمایه‌ی اجتماعی تأثیرگذار می‌باشد؛ بنابراین استراتژی پژوهش در قالب استدلال استنتاجی (قیاسی[2]) قرار می‌گیرد که به آزمون نظریه‌ها از طریق فرضیات می‌پردازد (بلیکی، ۱۳۸۴) و از روش کمی به‌منظور اثبات فرضیات پژوهش بهره گرفته می‌شود. روش گردآوری اطلاعات نیز به‌صورت پیمایشی[3] است. به این صورت که ابتدا به بررسی میدانی موقعیت و نوع فضاهای عمومی پرداخته شده است و پس از تدقیق فضاهای مورد مطالعه، به‌منظور جمع‌آوری اطلاعات از ابزار پرسش‌نامه توأم با مصاحبه عمیق[4] استفاده شده است؛ این کار بر روی افراد حاضر در فضاهای عمومی محلات به‌عنوان واحد تحلیل پژوهش انجام شده است.

مؤلفه‌ها، شاخص‌ها؛ روایی و پایایی ابزار

مؤلفه‌ها و شاخص‌ها یا ابزارهای اندازه‌گیری فرضیه در پرسش‌نامه شامل دو بخش متغیر مستقل (فضای عمومی) و متغیر وابسته (سرمایه‌ی اجتماعی) می‌باشد. مؤلفه‌های فضای عمومی را دو بعد کالبدی و اجتماعی شکل می‌دهد؛ که بعد کالبدی حاوی شاخص‌های دسترسی، امنیت، مقیاس انسانی و تعلق خاطر می‌باشد. بعد اجتماعی فضای عمومی نیز متشکل از شاخص‌های تعاملات اجتماعی و تعداد رویدادها یا برخوردهای اجتماعی است. همچنین ابعاد شبکه و هنجار به‌عنوان دو مؤلفه‌ی اصلی سرمایه‌ی اجتماعی در نظر گرفته شده است که بعد شبکه توسط شاخص‌های مشارکت اجتماعی و مشارکت مدنی مورد ارزیابی قرار گرفته است و بعد هنجار نیز

[1] Explantion
[2] Deductive
[3] Survey
[4] Deep Interview

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

شامل دو شاخص اعتماد اجتماعی و هنجار عمل متقابل می‌شود. همچنین تمامی شاخص‌ها توسط سنجه‌هایی در سطح ترتیبی و یا رتبه‌بندی شده اندازه‌گیری شده‌اند.

روایی[1] این پژوهش بر اساس روایی محتوایی است. روایی محتوا با توجه به نوع پژوهش که آزمون فرضیه است و انتخاب سنجه‌های مدنظر هر شاخص که بر اساس نظریات مدون صورت گرفته است، آشکار است. برای تعیین پایایی[2] پرسش‌نامه نیز از ضریب آلفای کرونباخ[3] با شیوه‌ی تقسیم به دو قسمت برای متغیرهای مستقل و وابسته، استفاده شده است که همبستگی ۰/۷۴ را میان دو نیمه‌ی سوالات پرسش‌نامه نمایش می‌دهد. در نهایت برای برآورد ضریب اعتماد یا پایایی تمام آزمون، تصحیح لازم با استفاده از فرمول "اسپیرمن–براون[4]" در رابطه (۱) اعمال شده است (بایزیدی و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۷۳) که برابر ۰/۸۵ به‌دست آمده است.

رابطه (۱)– فرمول اسپیرمن–براون

$$r_{11} = \frac{2r_{\frac{1}{2}\frac{1}{2}}}{1 + r_{\frac{1}{2}\frac{1}{2}}}$$

r_{11} : ضریب پایایی تمام آزمون

$r_{\frac{1}{2}\frac{1}{2}}$: ضریب پایایی(همبستگی) بین هر دونیمه آزمون

جدول ۲– میزان پایایی یا قابلیت اعتماد در هر نیمه و در کل آزمون

آلفای کرونباخ	نیمه اول(فضای عمومی)	مقدار آلفا	۰/۷۹۷
		تعداد سنجه	۸
	نیمه دوم(سرمایه اجتماعی)	مقدار آلفا	۰/۸۱۶
		تعداد سنجه	۸
	تعداد کل سنجه‌ها		۱۶
ضریب پایایی(همبستگی) بین هر دو نیمه آزمون			۰/۷۴
ضریب پایایی تمام آزمون	ضریب اسپیرمن–براون		۰/۸۵۱

[1] Validity
[2] Reliability
[3] Cronbach's Alpha
[4] Spearman-Brown

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

جامعه آماری، روش نمونه‌گیری و حجم نمونه

جامعه آماری در این پژوهش شامل کلیه شهروندان بالای ۱۶ سال آملی است که در محلات شهری ساکن هستند. در این پژوهش نمونه‌ها به‌صورت هدفمند و به‌عنوان سرخوشه‌ها در محدوده‌ی مرکزی آمل انتخاب شده است که شامل چهار محله گوناگون می‌باشد. در واقع این چهار محله، نمایندگان طیف گوناگونی از محلات در شهر آمل می‌باشند که از حیث تنوع فضای عمومی، دوره‌ی شکل‌گیری، پایگاه اجتماعی و اقتصادی افراد در محلات مختلف و تنوع کالبدی با یک‌دیگر اختلاف ملموسی دارند. در مرحله‌ی بعدی، در داخل این خوشه‌ها و در فضای عمومی آن‌ها، نمونه‌گیری از طریق پرسش‌نامه و مصاحبه با افراد به‌صورت اتفاقی انجام شده است. با توجه به نامحدود بودن جامعه آماری و نوع مطالعه کمی سازی برای متغیرهای کیفی؛ حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران[در حالتی که جامعه آماری نامحدود است] با سطح اطمینان ۹۵ درصد و با حداکثر خطای قابل قبول ۵ درصد در برآورد پارامتر جمعیت، و با شکاف جمعیتی ۰/۵ [یعنی نیمی از جمعیت حائز صفتی معین باشند و نیمی دیگر فاقد آن] مطابق رابطه (۲)، محاسبه شده است که برابر ۳۸۴ نفر به‌دست آمده است. همچنین به‌منظور دست یافتن به توزیعی نرمال و واریانس برابر در گروه‌ها (بایزیدی و همکاران، ۱۳۹۱: ۹۲-۹۱)، به‌طور یکسان در فضای عمومی چهار محله نمونه‌گیری انجام شده است.

رابطه (۲)- فرمول کوکران برای محاسبه حجم نمونه($\boldsymbol{n}$)

$$n = \frac{pqz^2}{e^2}$$

p : نسبت واحد(شاخص) دارای صفت مفروض(0/5)

q : نسبت بقیه واحد(شاخص) دارای صفت مفروض(1-p=0/5)

z : اندازه متغیر در توزیع طبیعی در سطح اطمینان ۹۵٪ از صحت گفتار(z=1.96)

e : حداکثر خطای قابل قبول در سطح اطمینان ۹۵٪ (e=0/05)

روش و ابزار تجزیه و تحلیل داده

برای انجام آزمون فرضیه، نخست سطح میانگین هر مؤلفه و شاخص‌های نظیر آن در محدوده‌ی مطالعاتی از طریق ابزار پرسش‌نامه و با کمک گرفتن از روش‌های آماری، تقلیل عددی

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

یافته و کمی شده‌اند. پس از به‌دست آوردن وزن هر متغیر به‌منظور سنجش نوع و میزان رابطه میان متغیرهای مستقل و وابسته از آزمون رگرسیون خطی[1] در حالت چندگانه به شیوه‌ی Enter و در سطح فاصله‌ای در نرم افزار SPSS و در حالت چند جمله‌ای[2] در نرم افزار Matlab، استفاده شده است. همچنین قبل از انجام آزمون شروط استفاده از آزمون رگرسیون نیز بررسی شده است که هر سه متغیر وابسته‌ی شبکه و هنجار و نیز سرمایه‌ی اجتماعی دارای شرایط نرمال و تصادفی می‌باشند. همچنین برای آن‌که میزان رابطه‌ی بین بعد اجتماعی فضای عمومی با ابعاد شبکه و هنجار اجتماعی به روشنی مشخص گردد از آزمون همبستگی پیرسون در سطح فاصله‌ای استفاده شده است.

محدوده پژوهش

پژوهش حاضر در شهر آمل و بر روی محلات شهری آن انجام شده است. آمل به عنوان شهر مرکزی استان مازندران در ۱۸۰ کیلومتری تهران قراردارد و از شمال به محمودآباد، از شرق به بابل، از غرب به نور و از جنوب به رشته کوه‌های البرز و استان تهران محدود می‌شود. شهر آمل بر اساس سرشماری مرکز آمار در سال ۱۳۹۰ دارای جمعیتی معادل ۲۱۹۹۱۵ نفر بوده است که در دو منطقه شهری با ۲۲ محله‌ی پیشنهادی در طرح تفصیلی مصوب سال ۱۳۸۵ و در محدوده‌ای با مساحت ۲۸۲۴ هکتار، سکونت دارند.

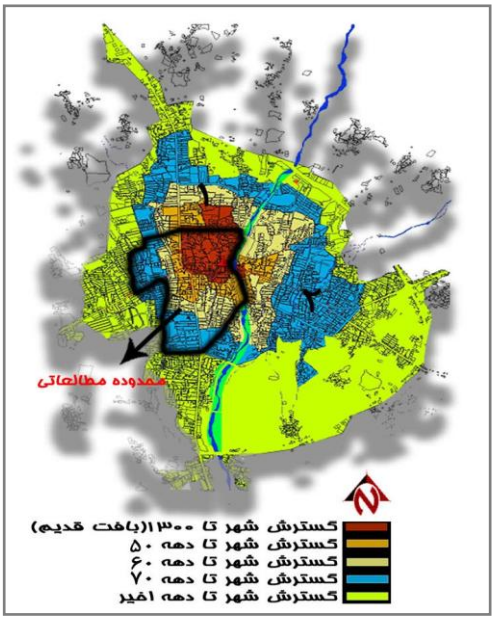
پیمایش میدانی در پژوهش حاضر بر روی چهار گونه‌ی متفاوت از محله‌های شهری آمل صورت گرفته است که این چهار محله تقریباً در قسمت مرکزی شهر و در منطقه‌ی ۱ شهر آمل [قسمت غربی روردخانه هراز] قرار دارند که شامل محلات ذیل می‌باشد: ۱-محله چهارده معصوم، ۲-محله بافت قدیم، ۳-محله اسپه کلا، ۴-محله‌ای که در عرف به‌عنوان محدوده‌ی خیابان هراز معروف است که هسته‌ی اولیه این محدوده از دهه ۳۰ و مربوط به شهربانو محله در ضلع جنوب غربی نقطه‌ی مرکزی حال حاضر شهر می‌باشد.

محدوده‌ی مطالعاتی به همراه روند گسترش آن در ادوار تاریخی در نقشه ۱ مشخص شده است. در نقشه ۲ نیز موقعیت قرارگیری هر یک از محلات در محدوده‌ی مطالعاتی و فضاهای عمومی آن‌ها که در این پژوهش مورد مشاهده بوده و نمونه‌ها در سطح این فضاها جمع‌آوری

[1] Linear regression
[2] Polynomial

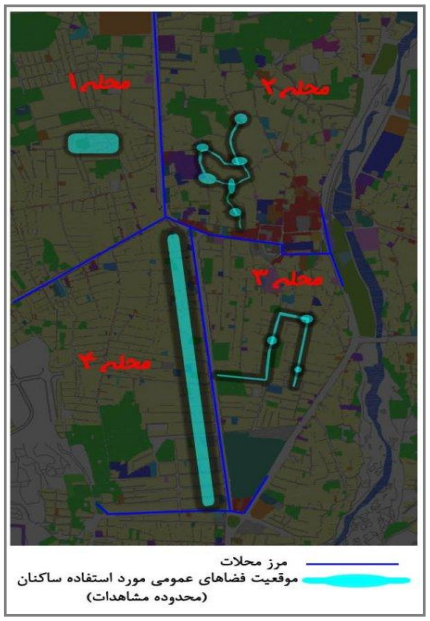
[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

شده‌اند، نمایش داده شده است. همچنین ویژگی‌های محدوده‌ی مطالعاتی از حیث گونه‌های فضای‌عمومی و ماهیت و کارکرد آن‌ها در سطح محله، در جدول ۳ بیان شده است.



نقشه ۱- گسترش شهر آمل و محدوده‌ی مطالعاتی در ادوار تاریخی

مأخذ: نگارندگان بر اساس نقشه‌های موجود در طرح جامع ۱۳۵۳ و ۱۳۷۹ آمل



نقشه ۲- موقعیت محلات و فضاهای عمومی مورد مطالعه

مأخذ: نگارندگان بر اساس مشاهدات میدانی

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

جدول ۳- ویژگی‌های محلات و فضاهای عمومی محدوده‌ی مطالعاتی

	محله	گونه‌های فضای عمومی		ماهیت و کارکرد
۱	چهارده معصوم	پارک محلی و مراکز خرید اطراف آن در جداره خیابان مجاور پارک	مرکز محله	وقوع فعالیت‌های گوناگون در مرکز هندسی محله؛ حضور گروه‌های سنی و جنسی مختلف در محدوده مرکز محله
۲	محدوده بافت قدیم	مرکز محلات قدیمی یا میدانچه‌ها در جلوی تکیه و حسینه؛ گذرها و معابر محلی	مرکز محله	شکل‌گیری فضاها حول دو عنصر مذهب و تجارت؛ تنوع ارگانیک؛ گشایش‌های کوچک و بزرگ در مسیر گذرهای بافت؛ تناسب طول و عرض و ارتفاع؛ تراکم ساختمانی و جمعیتی نسبتاً پایین
۳	اسپه کلا	معابر سطح محله و مراکز خرید و مکث در جداره معابر محلی	معابر سطح محله	شلوغی و تراکم ساختمانی و جمعیتی بالا؛ قرار گیری کاربری‌های کلان مقیاس در سطح فضاهای محله؛ حضور زیاد جمعیت غریبه در سطح فضاهای محله به دلیل وجود فعالیت‌های گوناگون سطح شهری
۴	هراز	خیابان هراز در محدوده‌ی میدان ۱۷ شهریور تا میدان قائم	لبه محله	محل‌های اطراق و همین‌طور رفت و آمد؛ حضور انواع کاربری‌ها با مقیاس شهری در جداره خیابان؛ بناهای مختلف فرهنگی، اجتماعی، اداری و تجاری؛ ترکیبی از فعالیت‌ها؛ حضور زیاد جمعیت و پاتق‌های متعدد جوانان و میانسالان در تقاطع کوچه‌های متصل با خیابان هراز بالاخص در ساعات عصر

مأخذ: نگارندگان بر اساس مشاهدات میدانی

یافته‌های پژوهش

در این پژوهش کل نمونه‌ی مورد مطالعه ۳۸۴ نفر می‌باشند که دو ویژگی جنسیت و رده‌ی سنی نمونه‌ی آماری به شرح زیر می‌باشد: مردان با فراوانی ۲۱۹ مورد و با ۵۷٪ در اکثریت نسبت به زنان با ۱۶۵ مورد با ۴۳٪ قرار گرفته‌اند. همچنین گروه سنی ۳۰-۱۸سال با فراوانی ۱۱۵ مورد و با اختصاص ۳۰٪ رتبه‌ی اول را در پیمایش به خود اختصاص داده است و پس از آن نیز گروه سنی ۴۵-۳۰سال با فراوانی ۱۰۰مورد و اختصاص ۲۶٪ قرار دارد. گروه سنی ۶۰-۴۵سال با فراوانی ۸۴ مورد که ۲۲٪ کل پاسخ‌گویان را شامل می‌شود و در رده‌ی سوم قرار دارد. رتبه‌ی

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

چهارم نیز مربوط به گروه سنی بالای ۶۰ سال با فراوانی ۵۸ مورد و ۱۵٪ حجم نمونه می‌شود. همچنین گروه سنی زیر ۱۸ سال کمترین فراوانی با ۲۷ مورد را به خود اختصاص داده است که تنها ۷٪ از مشاهدات را شامل می‌شود.

وضعیت متغیرهای مورد ارزیابی پژوهش

جدول ۴ نتایج حاصل از ارزیابی وضعیت موجود هر یک از متغیرها در محدوده‌ی مطالعاتی را نشان می‌دهد. مطابق اطلاعات به‌دست آمده بیش‌ترین میزان سرمایه‌ی اجتماعی مربوط به محله ۲ (محله بافت قدیم) با میزان ۳/۷۸ می‌باشد که این محله بهترین وضعیت مطلوبیت فضای عمومی را در اختیار دارد(۳/۹۶). میانگین سرمایه‌ی اجتماعی در کل محدوده در سطح متوسط ۳/۲۲ قرار دارد که این میزان بیش‌ترین تأثیر را از هنجار عمل متقابل با میزان متوسط ۳/۵۳ پذیرفته است.

جدول ٤- وضعیت متغیرهای مورد ارزیابی در بازه‌ی ۱ تا ۵

شماره محله	تعاملات اجتماعی	تعداد رویداد	دسترسی	امنیت	مقیاس انسانی	تعلق خاطر	فضای عمومی	اعتماد اجتماعی	هنجار	مشارکت اجتماعی	مشارکت مدنی	سرمایه اجتماعی
۱	۳.۹۶	۲.۶۸	۴.۰۴	۳.۸۴	۳.۸۴	۳.۷۲	۳.۶۸	۳.۶۵	۳.۶	۳.۲۴	۲.۸	۳.۳۲
۲	۴.۵۲	۲.۹۶	۳.۶۸	۴.۲۶	۴.۰۶	۴.۲۸	۳.۹۶	۴	۴.۱۶	۳.۹۶	۳	۳.۷۸
۳	۳.۶۰	۲.۰۴	۳.۷۶	۳.۲۲	۳.۲۴	۳.۳۲	۳.۱۹۶	۳.۲۰	۳.۲۸	۲.۹۴	۲.۶۴	۳.۰۱
۴	۴.۵۲	۳.۴۰	۳.۹۲	۳.۶۸	۲.۷۴	۳.۴۰	۳.۶۱	۲.۸۱	۳.۰۸	۲.۷۸	۲.۴۸	۲.۷۸
کل	۴.۱۵	۲.۷۷	۳.۸۵	۳.۷۵	۳.۴۷	۳.۶۸	۳.۶۱	۳.۴۱	۳.۵۳	۳.۲۳	۲.۷۳	۳.۲۲

آزمون فرضیه‌های پژوهش

تمامی فرضیات آماری در سطح اطمینان ۹۵٪ مورد آزمون قرار گرفته‌اند؛ فرضیه‌ی صفر در تمامی آزمون‌ها مبتنی بر عدم رابطه بین مؤلفه‌ها و شاخص‌های فضای عمومی با مؤلفه‌های شبکه و هنجار اجتماعی و متغیر پنهان سرمایه‌ی اجتماعی می‌باشد. بنابراین در صورتی‌که سطح آلفای کلی یا میزان خطای نوع اول کمتر از ۰/۰۵ باشد آن‌گاه فرض صفر رد شده و متغیرها دارای رابطه‌ی معنادار می‌باشند.

فرضیه‌ی ۱: بررسی رابطه‌ی مؤلفه‌های کالبدی و اجتماعی فضای عمومی با مؤلفه‌ی هنجار اجتماعی

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

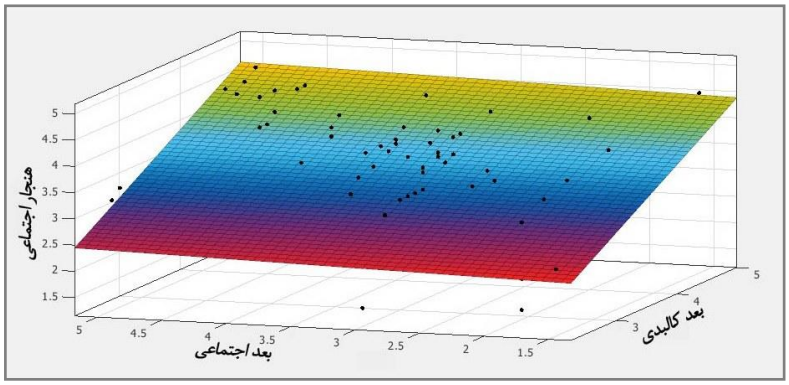
همان‌طور که در جدول ۵ دیده می‌شود، آماره‌ی F در این آزمون دارای میزان بالای (۲۹/۸۸۴) می‌باشد و سطح معناداری(Sig=۰/۰۰۰) نیز در این آزمون از میزان خطای نوع اول (α=۰/۰۵) کمتر است؛ در نتیجه مدل رگرسیونی خطی حاضر، مدلی مناسب برای بیان رابطه بین ابعاد کالبدی و اجتماعی فضای عمومی با مؤلفه‌ی هنجار اجتماعی به‌عنوان یکی از ابعاد سرمایه‌ی اجتماعی می‌باشد.

جدول ۵- نتایج آزمون رگرسیون برای تعیین میزان همبستگی چندگانه بین ابعاد کالبدی و اجتماعی فضای عمومی با مؤلفه‌ی هنجار اجتماعی

متغیر وابسته	متغیرهای تعیین کننده	ضریب همبستگی R	ضریب تعیین (R^2)	F	سطح معناداری Sig
هنجار اجتماعی	بعد کالبدی بعد اجتماعی	۰/۶۱۷	۰/۳۸۱	۲۹/۸۸۴	۰/۰۰۰

میزان همبستگی بین ابعاد کالبدی و اجتماعی فضای عمومی در سطح محلات بافت مرکزی آمل با مؤلفه‌ی هنجار اجتماعی برابر R=۰/۶۱۷ شده است که همبستگی خطی نسبتاً قوی، مثبت و بالایی را نشان می‌دهد. همچنین مقدار ضریب تعیین R^2=۰/۳۸۱ شده است که نشان می‌دهد ۳۸/۱٪ از کل تغییرات واریانس مربوط به متغیر وابسته‌ی هنجار اجتماعی از طریق متغیرهای پیشگوی ابعاد کالبدی و اجتماعی فضای عمومی قابل تبیین می‌باشد. همچنین بر اساس شکل ۱ و رابطه(۳) مشخص می‌شود که شیب خط بعد کالبدی (۰/۷۸) بیشتر از شیب خط بعد اجتماعی (۰/۰۵) فضای عمومی می‌باشد که نشانگر مؤثرتر بودن بعد کالبدی بر هنجار اجتماعی می‌باشد.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]



شکل ۱- تغییرات بعد هنجار اجتماعی در حضور تغییرات بعد کالبدی و اجتماعی فضای عمومی

رابطه۳- معادله خط رگرسیون ابعاد کالبدی و اجتماعی فضای عمومی با هنجار اجتماعی

$$f(x,y) = P^{00} + P^{10*}x + P^{01*}y$$

Coefficients(with 95% confidence bounds):
$P^{00} = 0.397(-0.4035, 1.198)$
$P^{10} = 0.7823(0.5571, 1.008)$
$P^{01} = 0.05482(-0.075, 0.184)$

$f(x,y)$= هنجار اجتماعی
x= بعد کالبدی
y= بعد اجتماعی

فرضیه‌ی ۲: بررسی رابطه‌ی مؤلفه‌های کالبدی و اجتماعی فضای عمومی با مؤلفه‌ی شبکه اجتماعی

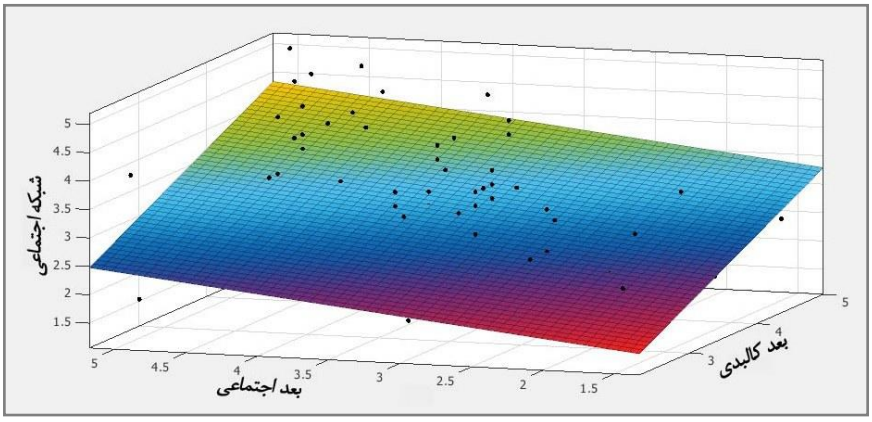
نتایج آزمون رگرسیون در**جدول**۶، با میزان F بالا(۲۲/۶۴۲) و سطح معناداری Sig=۰/۰۰۰ که کمتر از میزان خطای نوع اول (α=۰/۰۵) می‌باشد، حکایت از آن دارد که مدل رگرسیونی خطی حاضر در سطحی بیش از ۹۵٪ اطمینان معنادار می‌باشد و فرضیه‌ی صفر که بر عدم ارتباط بین ابعاد کالبدی و اجتماعی فضای عمومی با مؤلفه‌ی شبکه اجتماعی تأکید داشته است، رد شده است.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

جدول ٦- نتایج آزمون رگرسیون برای تعیین میزان همبستگی چندگانه بین ابعاد کالبدی و اجتماعی فضای عمومی با مؤلفه‌ی شبکه اجتماعی

متغیر وابسته	متغیرهای تعیین کننده	ضریب همبستگی R	ضریب تعیین (R^2)	F	سطح معناداری Sig
شبکه اجتماعی	بعد کالبدی بعد اجتماعی	۰/۵۶۴	۰/۳۱۸	۲۲/۶۴۲	۰/۰۰۰

میزان همبستگی بین ابعاد کالبدی و اجتماعی فضای عمومی در سطح محلات بافت مرکزی آمل با مؤلفه‌ی شبکه اجتماعی برابر R=۰/۵۶۴ شده است که همبستگی خطی نسبتاً قوی، مثبت و بیشتر از متوسط را نشان می‌دهد که در مقایسه با همبستگی با مؤلفه‌ی هنجار اجتماعی [که در مرحله‌ی قبل بررسی شد] کمتر می‌باشد. همچنین مقدار ضریب تعیین R^2=۰/۳۱۸ شده است که نشان می‌دهد ۳۱/۸٪ از کل تغییرات واریانس مربوط به متغیر وابسته‌ی شبکه اجتماعی از طریق متغیرهای پیشگوی ابعاد کالبدی و اجتماعی فضای عمومی قابل تبیین می‌باشد. همچنین بر اساس ۲ و رابطه(۴) مشخص می‌شود که شیب خط بعد کالبدی(۰/۳۶) بیشتر از شیب خط بعد اجتماعی(۰/۲۵) فضای عمومی می‌باشد که نشانگر مؤثرتر بودن بعد کالبدی بر شبکه اجتماعی می‌باشد.



شکل ۲- تغییرات بعد شبکه‌ی اجتماعی در حضور تغییرات بعد کالبدی و اجتماعی فضای عمومی

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

رابطه۴- معادله خط رگرسیون ابعاد کالبدی و اجتماعی فضای عمومی با شبکه اجتماعی

$f(x,y) = P^{00} + P^{10*}x + P^{01*}y$

Where x is normalized by mean 3.69 and std 0.5402 and where y is normalized by mean 3.46 and std 0.9366

Coefficients(with 95% confidence bounds):

$P^{00} = 2.98(2.83, 3.13)$

$P^{10} = 0.3642(0.203,0.5254)$

$P^{01} = 0.253(0.0918, 0.4142)$

$f(x,y)$= شبکه اجتماعی

x= بعد کالبدی

y= بعد اجتماعی

فرضیه‌ی ۳: بررسی میزان همبستگی بعد اجتماعی فضای عمومی با مؤلفه‌های شبکه و هنجار اجتماعی

همان‌طور که در جدول ۷ آمده است، سطح معناداری بین بعد اجتماعی با شبکه اجتماعی (Sig=۰/۰۰۰) و هنجار اجتماعی(Sig=۰/۰۰۵) از سطح خطای نوع اول (α=۰/۰۵) کمتر می‌باشد که این امر حکایت از وجود رابطه‌ی معنادار بین بعد اجتماعی با ابعاد شبکه و هنجار در سطح اطمینان بیش از ۹۵٪ می‌باشد. اما شدت همبستگی میان بعد اجتماعی فضای عمومی با هنجار اجتماعی برابر ۲۸۰/ است، این درحالی است که همبستگی بین بعد اجتماعی و مؤلفه‌ی شبکه اجتماعی برابر ۰/۴۲۱ است. بنابراین رابطه‌ی بعد اجتماعی فضای عمومی با شبکه‌ی اجتماعی بیشتر از هنجار اجتماعی است.

جدول ۷- شدت همبستگی و سطح معناداری بین مؤلفه بعد اجتماعی فضای عمومی با مؤلفه‌های شبکه و هنجار اجتماعی

متغیر		شبکه اجتماعی	هنجار اجتماعی
بعد اجتماعی فضای عمومی	ضریب همبستگی Pearson Correlation	۰/۴۲۱	۰/۲۸۰
	سطح معناداری Sig. (2-tailed)	۰/۰۰۰	۰/۰۰۵

فرضیه‌ی ۴: بررسی رابطه‌ی هر یک از شاخص‌های مربوط به مطلوبیت فضای عمومی با متغیر پنهان سرمایه‌ی اجتماعی

همان‌طور که در جدول ۸ دیده می‌شود، آماره‌ی F در این آزمون دارای میزان مناسب قابل قبول (۱۱/۵۴) می‌باشد و سطح معناداری(Sig=۰/۰۰۰) نیز در این آزمون از میزان خطای نوع اول

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

(α=۰/۰۵) کمتر است؛ در نتیجه مدل رگرسیون خطی حاضر، مدلی مناسب برای بیان رابطه بین شاخص‌های مربوط به مطلوبیت فضای عمومی با متغیر پنهان سرمایه‌ی اجتماعی می‌باشد. در این آزمون مقدار ضریب همبستگی چندگانه برابر R=۰/۶۵۳ شده است که همبستگی قوی، مثبت و بالایی را بین جمیع شاخص‌های فضای عمومی در سطح محلات بافت مرکزی آمل با متغیر پنهان سرمایه‌ی اجتماعی، نشان می‌دهد. همچنین مقدار ضریب تعیین برابر با R^2=۰/۴۲۷ شده است. ضریب تعیین بیانگر این مطلب است که ۴۲/۷٪ از کل واریانس متغیر پنهان سرمایه‌ی اجتماعی، توسط شاخص‌های در نظر گرفته شده برای فضای عمومی در سطح محلات بافت مرکزی آمل، تبیین می‌شود. به‌عبارتی دیگر ۵۷/۳٪ از میزان متغیر سرمایه‌ی اجتماعی با متغیرهایی تبیین می‌شود که در پژوهش بدان‌ها پرداخته نشده است.

جدول ۸- نتایج آزمون رگرسیون برای تعیین میزان همبستگی چندگانه بین شاخص‌های مطلوبیت فضای عمومی با متغیر پنهان سرمایه‌ی اجتماعی

متغیر وابسته	متغیرهای تعیین کننده	ضرایب غیر استاندارد		ضرایب استاندارد	t	Sig t	R	(R^2)	F	Sig F
		B	خطای معیار	Beta						
سرمایه اجتماعی	(ثابت)	۰/۵۶۳	۰/۵۱۴	–	۱/۰۹۶	۰/۲۷۶	۰/۶۵۳	۰/۴۲۷	۱۱/۵۴	۰/۰۰۰
	تعاملات‌اجتماعی	۰/۱۸	۰/۰۹۲	۰/۲۲	۳/۴۳۲	۰/۰۰۱				
	تعداد رویدادها	۰/۱۲۲	۰/۰۵۹	۰/۲۰۲	۲/۰۵۴	۰/۰۴۳				
	امنیت	۰/۲۱۶	۰/۱۰۹	۰/۲۰۳	۱/۹۸۶	۰/۰۵				
	دسترسی	۰/۰۳۵	۰/۰۹۳	۰/۰۳۲	۰/۳۸۲	۰/۷۰۳				
	مقیاس انسانی	۰/۱۷۵	۰/۰۹۸	۰/۱۷۷	۱/۷۸۵	۰/۰۷۷				
	حس تعلق	۰/۲۳۰	۰/۰۷۲	۰/۳۲۶	۳/۱۸۵	۰/۰۰۲				

با توجه به وزن‌های بتا (Beta) در جدول ، حس تعلق مهم‌ترین نقش را در میزان سرمایه‌ی اجتماعی دارد. زیرا تغییری به اندازه‌ی یک واحد انحراف معیار در حس تعلق موجب ۰/۳۲۶ انحراف معیار تغییر در سرمایه‌ی اجتماعی می‌شود. پس از حس تعلق، شاخص تعاملات اجتماعی در محدوده‌ی مطالعاتی با ضریب استاندارد بتای ۰/۲۲ بیشترین تأثیر را بر سرمایه‌ی اجتماعی دارد. شاخص امنیت با ضریب استاندارد بتای ۰/۲۰۳ ، شاخص تعداد رویدادها با بتای ۰/۲۰۲ ، شاخص

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

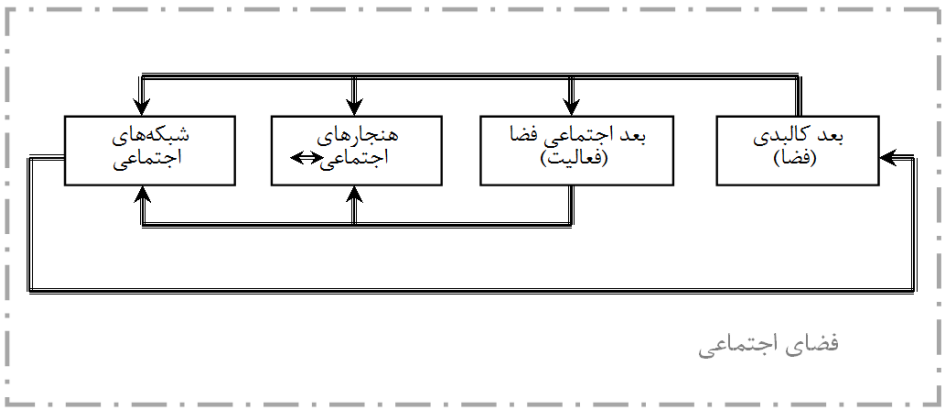
مقیاس انسانی با بتای ۰/۱۷۷ و در نهایت شاخص دسترسی با بتای ۰/۰۳۲ ، رده‌های سوم تا ششم تأثیرگذاری را بر روی سرمایه‌ی اجتماعی در محلات بافت مرکزی آمل نشان داده‌اند.

نتیجه گیری

در این پژوهش سعی شده است با شناسایی ابعاد سرمایه‌ی اجتماعی در اجتماعات محله‌ای به اهمیت مطلوبیت فضاهای عمومی در سطح محلات بر روی ساختار و کیفیت سرمایه‌ی اجتماعی پرداخته شود. نتایج حاصل نشان می‌دهد که ابعاد کالبدی و اجتماعی فضای عمومی در محدوده‌ی مطالعاتی به میزان ۶۱/۷٪ با مؤلفه‌ی هنجار اجتماعی و به میزان ۵۶/۴٪ با مؤلفه‌ی شبکه اجتماعی رابطه‌ی مستقیم و مثبت دارد. ضمن آن‌که ۳۸/۱٪ از هنجار اجتماعی و ۳۱/۸٪ از شبکه‌ی اجتماعی توسط ابعاد فضای عمومی تبیین می‌گردد. اما در مقام مقایسه بین تأثیر بعد کالبدی یا بعد اجتماعی، نقش بعد کالبدی(فضا) که در این پژوهش، خود حامل شاخص‌های دسترسی، امنیت، حس تعلق خاطر و مقیاس انسانی است، موثرتر از بعد اجتماعی است. هرچند در مقام مقایسه بعد اجتماعی فضای عمومی با عنصر شاخص تعاملات اجتماعی رابطه‌ی مؤثرتری با شبکه اجتماعی(۴۲/۱٪) دارد تا هنجار اجتماعی(۲۸٪)؛ یعنی آن‌که شاخص تعاملات اجتماعی تأثیر بیشتری بر ساختار روابط اجتماعی یا مشارکت حادث در شبکه‌های شکل گرفته دارد. حال آن‌که نتایج گویای آن است که مطلوبیت فضا (بعد کالبدی) با تأثیری بیشتر بر کیفیت روابط اجتماعی یا هنجارها و به‌طور مشخص اعتماد تعمیم یافته (اجتماعی) و هنجار عمل متقابل زمینه‌ای را برای بعد اجتماعی و شاخص تعاملات اجتماعی فراهم کرده است تا از این ره شبکه‌ی اجتماعی و بالاخص مشارکت افزایش یابد. در واقع آن‌چه این فضاها را به لحاظ اجتماعی فعال می‌سازد، در درجه اول عوامل کالبدی است که بتواند زمینه ساز ورود و سپس توقف افراد در فضا باشد و با حمایت از بعد اجتماعی فضا در نهایت بر سرمایه‌ی اجتماعی مؤثر واقع شود. این مطلب در نتیجه‌ی فرضیه‌ای که به رابطه‌ی هر یک از شاخص‌ها با سرمایه‌ی اجتماعی می‌پردازد نیز به چشم می‌خورد؛ نتایج در این قسمت نشان می‌دهد که بین جمیع شاخص‌های مطلوبیت فضای عمومی با سرمایه‌ی اجتماعی رابطه‌ی مستقیم و مثبت ۶۵/۳٪ برقرار است که ۴۲/۷٪ از متغیر سرمایه‌ی اجتماعی در محدوده‌ی مطالعاتی توسط شاخص‌های پژوهش مورد تبیین قرار گرفته است. بنابراین نتایج پژوهش ضمن تأیید رابطه‌ی بین ابعاد گوناگون فضای عمومی با ابعاد گوناگون سرمایه‌ی اجتماعی و حمایت از نظریه‌های مبین و پژوهش‌های پیشین در این زمینه مانند نظریات مدنی‌پور (۲۰۰۳-۱۹۹۶) و

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

یافته‌های همیلتون (۲۰۱۰)، نادری (۱۳۸۸) و اکرم ایجلا (۲۰۱۲)؛ به‌طور ضمنی از نظریه‌ی لنارد(۱۹۸۴)، کارمونا و همکاران(۲۰۰۳) و همچنین پوتنام(۲۰۰۰) حمایت می‌کند؛ چرا که مشخص شده است بعد کالبدی (فضا) تأثیری مستقیم بر بعد اجتماعی (فعالیت) داشته و در واقع از آن حمایت نموده و زمینه‌ی آن را ایجاد کرده است. در واقع در یک فرا تحلیل، منطبق با گفتار هاروری (۱۹۷۳)، سرمایه‌ی اجتماعی به‌عنوان یکی از فرآیندهای اجتماعی، تابعی از شبکه فضایی شهر می‌باشد که البته در این پژوهش یافته‌ها ناظر بر محلات شهری می‌باشند. در نمایه ۱ می‌توان روابط متقابل ابعاد فضای عمومی و سرمایه‌ی اجتماعی را در اجتماعات محلی و فضای اجتماعی آن‌ها مشاهده کرد.



نمایه ۱- روابط متقابل ابعاد فضای عمومی و سرمایه‌اجتماعی

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

منابع

۱. بایزیدی، ابراهیم و همکاران (۱۳۹۱) **تحلیل داده‌های پرسش‌نامه‌ای به‌کمک نرم‌افزار SPSS**، تهران: انتشارات عابد.

۲. بلیکی، نورمن (۱۳۸۴) **طراحی پژوهش‌های اجتماعی**، ترجمه حسن جاوشیان، تهران: نشر نی.

۳. پورجعفر، محمدرضا و محمودی‌نژاد، هادی (۱۳۸۸) **طراحی شهری و سرمایه‌ی اجتماعی در فضاهای شهری**، تهران: انتشارات هله.

۴. پورجعفر، محمدرضا و همکاران (۱۳۸۹) «فضاهای قابل دفاع به عنوان سرمایه‌ی اجتماعی در کاهش میزان جرم‌های شهری و ارتقای امنیت محیطی»، **دانشنامهٔ علوم اجتماعی**، دوره ۱، شماره ۳: ۹۲-۶۵.

۵. پیراهری، نیر (۱۳۸۸) «سرمایه‌ی اجتماعی در نظریات جدید»، **پژوهش نامه علوم اجتماعی**، سال سوم، شماره سوم: ۱۳۱-۱۰۹.

۶. رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۸۷) **کندوکاوها و پنداشته‌ها؛ مقدمه‌ای بر روش‌های شناخت جامعه و تحقیقات اجتماعی**، تهران: شرکت سهامی انتشار، چاپ هفدهم.

۷. شارع پور، محمود (۱۳۸۹) **جامعه شناسی شهری**، تهران: انتشارات سمت.

۸. شارع‌پور، محمود (۱۳۸۵) **سرمایه اجتماعی: مفهوم سازی، سنجش و دلالت‌های سیاست گذاری**، ساری: سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان مازندران.

۹. طلوعی، عباس و کاووسی، اسماعیل (۱۳۸۵) «منطق فازی به مثابه‌ی روشی نوین در محاسبات سرمایه‌ی اجتماعی»، **فصلنامه راهبرد**، شماره ۴۰: ۶۲-۵۱.

۱۰. غفاری، هادی (۱۳۸۳) **بررسی و تطبیق جایگاه و نقش دولت در نظام‌های اقتصادی**، تهران: شرکت چاپ و نشر بازرگانی.

۱۱. فیلد، جان (۱۳۸۶) **سرمایه‌ی اجتماعی**، ترجمه غلامرضا غفاری، تهران: انتشارات کویر.

۱۲. کارمونا، متیو و همکاران (۱۳۹۱) **مکان‌های عمومی، فضاهای شهری**، ترجمه فریبا قرائی و همکاران، تهران: دانشگاه هنر تهران، چاپ دوم.

۱۳. کاظمیان، غلامرضا و شادمان‌فر، رضا (۱۳۸۷) «بررسی الگوی مشارکتی شورایاری‌ها در محلات شهر تهران»، **ماهنامه شهرداری‌ها**، سال نهم، شماره ۸۹: ۵۹-۵۴.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

۱۴. گل، یان (۱۳۸۷) **زندگی در فضای میان ساختمان‌ها**، ترجمه شیما شصتی، تهران: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی.

۱۵. ماجدی، حمید (۱۳۹۰) «بازتعریف فضای شهری؛ مطالعه موردی: محور ولیعصر حد فاصل میدان ولیعصر تا چهارراه ولیعصر»، **دو فصلنامه مدیریت شهری**، شماره ۲۷: ۲۸۳-۲۶۳.

۱۶. مدنی‌پور، علی (۱۳۸۷) **فضاهای عمومی و خصوصی شهر**، ترجمه فرشاد نوریان، تهران: انتشارات شرکت پردازش و برنامه‌ریزی شهری.

۱۷. نادری، مجید (۱۳۸۸) **تبیین مؤلفه‌های سرمایه‌ی اجتماعی در فضاهای عمومی شهر**، رساله دکتری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم تحقیقات تهران.

۱۸. هزارجریبی، جعفر و مروتی، نادر (۱۳۹۰) «عوامل مؤثر بر شکل‌گیری اعتماد اجتماعی»، **فصلنامه برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی**، شماره ۷: ۶۵-۲۷.

19. Blanco, H., & Cambell, T. (2006) «Social capital of cities: emerging networks of horizontal», **Technology in Society,** vol 28:261-273.

20. Bourdieu, P. (1986) **The forms of capital, in JG.Richardson،Handbook of theory and research for the sociology of education**, New York: Greenwood Press.

21. Brune, N., & Bossert, T. (2009) «Building social capital in post-conflict communities:evidence from Nicaragua», **Social science and Medicine**.

22. Brunie, A. (2009) «Meaningful distinctions within a concept: relational ،collective and generalized social capital», **Social science research**, 38:251-256.

23. Bullen, P., & Onyx, J. (1998) «Measuring Social in Five Communities in NSW: Neibourhood and Community Centers», **Journal of Applied Behavior**, 36(1).

24. Carr, S., Francis, M., Rivlin, L., & Stone, A. (1992) **Public Space**, Cambridge: Cambridge University.

25. Delianur Nasution, A., & Zahrah, W. (2012) «Public Open Space Privatization and Quality of Life, Case Study Merdeka Square Medan», **Social and Behavioral Sciences**,36:466-475.

26. Douglas, M. (2003) **Urban Space in Globalization era**, Copenhagen: The Danish Architectural Press.

27. Gehl, J. (2002) **Public Spaces & Public Life**, Adelaide: City of Adelaide

28. Grootaert, C. (2004) **Measuring Social Capital: An Integrated Questionnaire**, (illustrated, Ed.)

29. Hamilton, N. (2010) «Public Space and Social Capital Among Former Slum Residents:Data from Eight Neighborhoods in Santiago, Chile», **Columbia University School of International Affairs and Public Administration**, 3:1-11.

30. Ijla, A. (2012) «Does public space create social capital? », **International Journal of Sociology and Anthropology**, 4(2):48-53.

31. Jonse, N. (2010) «Environmental activation of citizens in the context of policy agenda formation and influence of social capital», **Social science**,35:121-136.

32. Kirby, A. (2008) «The production of private space and its implications for urban

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

social relations», **Political Geography**, 27:74-95.
33. Kweon, B.-S., Sullivan, W., & Wiley, A. (1998) «Green common spaces and the social interaction of inne-city older adults», **Environment and Behavior**,30(6):832-859.
34. Lennard, H., & Lennard, S. (1984) **Public life in urban places**, Southampton: Gondolier Press.
35. Lynch, K. (1972) «The openness of open space», In G. Kepes , **Arts of environment**. New York : George Braziller.
36. Macinko, J., & Starfield, B. (2001) «The utility of social capital in research on health determinants», **Milbank Quarterly**, 79(3):387-428.
37. Modiri, A., Moradi Masihi, V., Zoghi, A., & Rashidpour, N. (2012) «Leading- to - success activities in public spaces, case study Valiasr Street, Tehran, IRAN», **Archives Des Sciences**, 65(7):280-293.
38. Pasaogullari, N., & Doratli, N. (2004) «Measuring accessibility and utilization of public spaces in Famagusta», **Cities**, 21(3):225-232.
39. Project for Public Spaces (2012) «How "Small Change" Leads to Big Change: Social Capital and Healthy Places», Retrieved June 2013, from PPS Web site: www.pps.org
40. Project for Public Spaces(PPS) (2000) «How to Turn a Place Around: A Handbook of Creating Successful Public Spaces», Retrieved June 2013, from PPS Web site: www.pps.org
41. Putnam, R. (1998) «Foreword», **Housing Policy Debate**, 9: v-viii.
42. Putnam, R. (2000) **Bowling Alone: The Collapes and Revival of American Community**, New York: Simon and Schuster.
43. Putnam, R., & Kristin, A. (2002) **Introudaction in Democracies in Flux,** OXFORD University Press.
44. Stone, W. (2001) «Measuring social capital», **Research paper**, 24:3-13.
45. Stone, W., & Hughes, J. (2002) **Social Capital: Empirical Meaning and Measurement Validity**, Melbourne: Australian Institute of Family Studies.
46. Turner, J. (2000) **The formation of social capital**,(P. Dasgupta, & I. Seragedin, Eds.) World Bank.
47. Whyte, W. (1980) **The Social Life of Small Urban Space**, Washington DC: Conservation Foundation.
48. livablecities (2013) «Public Space Design International Making Cities Livable», Retrieved from http://www.livablecities.org/consultation/public-space-design.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]