

برنامه ریزی فضاهای عمومی در محلات به منظور شکل گیری و ارتقای سرمایه اجتماعی (مطالعه موردی محله حاجی شهر همدان)

المیرا کریمی*

۱- کارشناسی ارشد برنامه ریزی شهری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان

چکیده

امروزه در کنار سرمایه های انسانی، مالی و اقتصادی از نوع دیگری از سرمایه به نام «سرمایه اجتماعی» نام برده می شود. در واقع سرمایه اجتماعی مفهوم جدیدی است که امروزه مورد توجه بسیاری از اندیشمندان قرار گرفته است. این مفهوم به «پیوندها و ارتباطات میان اعضای یک شبکه» به عنوان منبع باارزشی اشاره دارد که از طریق هنجارها و اعتماد متقابل موجب تحقق اهداف افراد و اعضاء جامعه می گردد. فضاهای عمومی بستر شکل گیری تعاملات اجتماعی است و سرمایه اجتماعی محصول تعاملات اجتماعی است. که هم به لحاظ کمی و هم به لحاظ کیفی در میان شبکه اجتماعی در سطح محله های شهری تاثیرگذار است. آنچه که در سطح محله های شهری کمک مؤثری به ایجاد مؤلفه های سرمایه اجتماعی می کند، درحقیقت کیفیت کالبدی -فضایی این مکان ها است که حضور یا عدم حضور ساکنان و به تبع آن شکل گیری تعاملات اجتماعی را به همراه دارد. مسجد، بازارچه، پارک محله، پیاده رو، بخش هایی از خیابان، مغازه ها و غیره، همگی مکان هایی برای برقراری روابط چهره به چهره به شمار می روند. به این ترتیب، بدون شک کیفیت کالبدی مکان شهری در میزان و نحوه برقراری این روابط اثرگذار خواهد بود. در پژوهش حاضر تحت عنوان برنامه ریزی فضاهای عمومی در محلات به منظور رشد و ارتقای سرمایه اجتماعی (نمونه موردی: محله حاجی)، پس از جمع آوری مبانی نظری پژوهش و رسیدن به یک سری معیارها و زیرمعیارها جهت ارتقای سرمایه اجتماعی در ساختار کالبدی و فیزیکی یک محله و بررسی همگی این عوامل در محله حاجی و بررسی مشکلات و نقاط قوت و ضعف در قالب جدول swot دست یافتیم و سپس با استفاده از روش دلفی داده ها را وارد نرم افزار super decisions در مدل فرآیند تحلیل شبکه ANP، بهترین گزینه در میان گزینه های پیشنهادی محله حاجی در جهت ارتقای سرمایه اجتماعی به دست آمد و همراه آن نقشه های پیشنهادی و طرح سه بعدی برای آن و راهکارها و سیاست هایی را ارائه دادیم.

واژگان کلیدی: سرمایه، سرمایه اجتماعی، فضاهای عمومی، کیفیت کالبدی، تعاملات اجتماعی، مدل فرآیند تحلیل شبکه.