

تحلیل نقش سرمایه اجتماعی در کارآفرینی و توسعه اقتصادی کلان‌شهرها در شرایط تحریم دولت (مطالعه موردی: کلان‌شهر تبریز)

عیسی پیری (استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، گروه جغرافیا، دانشگاه زنجان، زنجان، ایران)

isapiri@znu.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۱۱/۲۰

تاریخ تصویب: ۱۳۹۶/۱۱/۲۸

صص ۱۴۹-۱۳۷

چکیده

دولت‌ها به‌عنوان تأمین‌کننده کالاهای عمومی و زیرساخت‌های توسعه اقتصادی، ممکن است در شرایط بحران‌های ادواری ناشی از انباشت مازاد و یا در شرایط تحریم قرار گیرند. بنابراین، از ایفای نقش معمولی بازمی‌مانند. کلان‌شهرها به‌مثابه پیش‌تازان تعامل با اقتصاد جهانی و توسعه اقتصادی کشور با حجم وسیع گردش سرمایه و نیروی کار و نیز بهره‌مندی از اقتصاد مقیاس و اقتصاد تنوع می‌توانند نقش مهمی در دوره‌های تحریم و بحران ایفا کنند. در این شرایط، سرمایه اجتماعی کنشگران اقتصادی، زمینه‌ساز کارآفرینی و تحول مادی و اقتصادی جامعه شهری است. روش تحقیق توصیفی-تحلیلی و ابزار تحقیق پرسش‌نامه و حجم نمونه مورد مطالعه ۲۰۰ نفر است. این مقاله با توجه به چشم‌انداز نظریه‌پردازان مهم سرمایه اجتماعی، قائل به سه نوع سرمایه اجتماعی اتصالی، به‌هم‌پیوستگی و مرتبط‌کننده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد سرمایه اجتماعی اتصالی و مرتبط‌کننده نقش خطیری در کارآفرینی و توسعه اقتصادی در شرایط تحریم دارند و می‌توانند به بازتولید چرخش سرمایه ملی در محدوده کلان‌شهرها و در چارچوب جغرافیای فرهنگی برند و کالای ایرانی عمل کنند.

کلیدواژه‌ها: سرمایه اجتماعی، کارآفرینی، تحریم، توسعه اقتصادی

۱. مقدمه

۱.۱. طرح مسئله

دولت‌ها به‌عنوان تأمین‌کننده کالاهای عمومی و زیرساخت‌های توسعه اقتصادی، ممکن است در شرایط بحران‌های ادواری ناشی از انباشت مازاد و یا در شرایط تحریم قرار گیرند. بنابراین، از ایفای نقش معمولی بازمی‌مانند. کلان‌شهرها و شهرهای بزرگ به‌مثابه عرصه‌های فضایی و جغرافیایی هستند که نقش مهم پیش‌تازان توسعه ملی و تعامل با اقتصاد جهانی (پیری، ۱۳۹۰، ص. ۲۴) را بر عهده دارند. این پدیده‌های فضایی آن‌چنان دارای پیچیدگی اجتماعی-اقتصادی، فرهنگی و سیاسی هستند که این ویژگی باعث می‌شود تمامی تحولات ملی و فراملی در بستر روابط اجتماعی-اقتصادی در کلان‌شهرها بازتاب داشته باشد. کلان‌ساختارهای جغرافیایی همانند کلان‌شهرها همیشه محمل روابط دیالکتیکی بوده‌اند؛ به این صورت که این پدیده‌ها هم محصول فورديسم بوده‌اند و هم درعین حال، شرایط گذار به دوران پسافوردیسم را فراهم آورده‌اند. گردش سرمایه در جغرافیای منطقه‌ای کلان‌شهرها (پیری، ۱۳۹۰؛ هاروی^۱، ۱۹۸۷)، به‌منظور بازتولید خود از محدوده مرزهای منطقه‌ای و ملی فراتر رفته و عرصه‌های فضایی گسترده‌ای را به‌مثابه بازارهای مصرف تولیدات کارخانه‌ها و کارگاه‌های خود اشغال می‌کند. بنابراین، هم ماهیت سرمایه و هم ماهیت بخش‌های مختلف اقتصادی در معرض تحولات گسترده قرار می‌گیرد. این دگرگونی‌ها به‌صورت موازی با تغییرات

متنوع در حوزه‌های مالی، بانکداری، روابط اجتماعی، سیاسی و ژئوپلیتیکی پیش می‌رود. چنانچه با تحول و دگرگونی ماهیت گردش سرمایه از نظام مبتنی بر کشاورزی به نظام اقتصادی-اجتماعی مبتنی بر صنعت و خط تولید انبوه، سلسله‌مراتب قدرت اجتماعی در میان مردم جامعه دچار تغییرات گسترده‌ای شد که چارلز دیکنز نویسنده معروف انگلیسی در رمان‌های معروف خود از آن‌ها تحت عنوان نوکیسه‌های تازه‌به‌دوران‌رسیده یاد می‌کند. در حال حاضر نیز با تحولات عمیق اقتصادی-اجتماعی، فرهنگی و فناورانه زمینه‌های گذار از جامعه صنعتی و اقتصاد فوردیستی به جامعه اطلاعاتی (کاستلز^۲، ۲۰۰۶؛ لوهان^۳، ۱۹۶۲) و اقتصاد پسافوردیستی (هاروی، ۱۹۸۷؛ هاروی، ۲۰۰۵) فراهم شده است که یکی از ویژگی‌های اصلی آن بازآفرینی اجتماعات محلی و کارآفرینی‌گرایی (هاروی، ۱۹۸۹) در توسعه اقتصادی است. مهم‌ترین نظریه‌ای که در سال‌های اخیر به نقش و اهمیت اجتماعات محلی به‌مثابه ارکان توسعه توجه کرده است، نظریه سرمایه اجتماعی است که توسط اندیشمندان مهمی همانند رابرت پوتنام، جیمز کلمن و پی‌یر بوردیو مطرح شده است. سرمایه اجتماعی مولود روابط کنشگران در بازی‌های مکرر است (پیری، ۱۳۹۰). تأثیرات اجتماعی-اقتصادی و همچنین منابع اصلی و سازوکارهای گردآوری آن علت اصلی مطالعات انبوه و فراوانی است که به‌خصوص از دهه ۱۹۹۰ روی این مفهوم صورت

2. Castells

3. Lohan

1. Harvey

گرفته است (هووانگ^۱، ۲۰۰۹) و در طول دو دهه گذشته تحقیقات زیادی رابطه بین سرمایه اجتماعی و موفقیت تحصیلی، کارآیی، حکمروایی، توسعه اقتصادی و بسیاری از پدیده‌های دیگر را نشان داده است (اسنلگراو^۲، ۲۰۰۹). این مفهوم اغلب به همراه مشارکت مدنی و موازی با شبکه‌های همکاری و یکپارچگی است؛ اما مفاهیم بسیار انتزاعی دیگری همراه سرمایه اجتماعی است که عبارت‌اند از: انسجام، اعتماد، معامله به مثل و کارآیی نهادی (فرانک^۳، ۲۰۰۵). موضوع مرکزی آن این است که مردم از طریق مشارکت در زندگی جمعی، عضو گروه‌هایی می‌شوند که هویت، هنجارها، اعتقادات و اولویت‌هایشان را منعکس کرده و درعین حال، هم به این هنجارها شکل می‌دهند (ماکینکو و استارفیلد^۴، ۲۰۰۱). رابرت پوتنام بیشترین سهم را در عمومی کردن و مفهوم‌سازی سرمایه اجتماعی دارد که توانست آن را از حالت انتزاع در اندیشه اجتماعی و اقتصادی نجات بخشد (هارپر^۵، ۲۰۰۳، موهان^۶، ۲۰۰۵؛ جان فیلد^۷، ۲۰۰۵؛ تاجبخش، ۲۰۰۶). مطالعه او درباره دموکراسی، سرمایه اجتماعی و توسعه اقتصادی در ایتالیا، تمایل عمومی شدیدی نسبت به قابلیت سرمایه اجتماعی در بهبود کیفیت زندگی و تسهیل التزام مدنی به وجود آورد (به سیر^۸، ۲۰۰۹). متغیر دیگری که به همراه سرمایه اجتماعی به توسعه

اقتصادی کلان‌شهر منجر می‌شود، کارآفرینی است. این مفهوم در ابتدا به صورت موضوعی فردگرایانه به نظر می‌رسد که در واقع، مسبوق به تلاش‌های فردی سرمایه‌گذاران است و ریشه در انگیزه‌های کسب سود دارد؛ اما وقتی در ارتباط با سرمایه اجتماعی قرار می‌گیرد، می‌تواند به صورت دیگری مفهوم‌سازی شده و عمل کند. این تعامل در دوره‌های بحران اقتصادی یا تحریم دولت‌ها حامل ظرفیت فزاینده‌ای برای گذار از تحریم و مشکلات اقتصادی است. بنابراین، سؤال اساسی تحقیق عبارت است از: سرمایه اجتماعی چگونه می‌تواند باعث کارآفرینی جمعی و توسعه اقتصادی کلان‌شهرها در شرایط تحریم دولت شود؟

۲.۱. پیشینه پژوهش و مبانی نظری

۲.۱.۱. کلان‌شهرها، کارآفرینی و توسعه

اقتصادی

در ادبیات توسعه از کلان‌شهرها، به مثابه قرینه‌ای تجربی و فضایی (پیری، ۱۳۹۱) بر تئوری «شهرهای بزرگ به‌عنوان مولد مدرنیزاسیون و توسعه اقتصادی» (فنی، ۲۰۰۶) یاد می‌شود و مطالعات اقتصادی - اجتماعی انجام شده در چند دهه اخیر نشان‌دهنده رابطه مستقیم میان نرخ شهرنشینی (تمرکز جمعیت در شهرها) و میزان رشد و توسعه اقتصادی هستند (فکوهی، ۱۳۸۳). توسعه اقتصادی در کلان‌شهرهای پساکینزی از تسلط فضاهای تولید به غلبه فضاهای مصرف تغییر ماهیت داده است؛ اما درعین حال، مصرف‌گرایی انبوه به نوعی مصرف‌گرایی اختصاصی تبدیل شده است. از منظر اقتصاد سیاسی پست‌مدرنیستی، چرخش به سمت نظام انباشت پساوردیستی، چرخشی است از تولید انبوه به تولید

1. Huang
2. Snelgrove
3. Franke
4. Macinko and Starfield
5. Harper
6. Mohan
7. Jan Field
8. Besser

آورد. بسترسازی کارآفرینی جمعی نیازمند توجه و تأمل در عوامل زیر است:

- الزامات حقوقی و قانونی تسهیم منافع در میان اعضا و سهامداران

- نوسازی دائم مهارت‌ها و آموزش مداوم: با توجه به این‌که خلاقیت و کارآفرینی فرآیندی از تخریب خلاق را به وجود می‌آورد، بنابراین ضروری است که مهارت‌های اعضا به صورت مداوم نوبه‌نو شود.^۶

- بازاریابی مصرف انبوه و اختصاصی: کارآفرینان اجتماعی برای تداوم فعالیت نیازمند بازاریابی در بازارهای مصرف انبوه در محدوده جغرافیای فرهنگی و جغرافیای سرزمینی^۷ هستند. مصرف اختصاصی بیشتر محصول فرآیند گذار از نظام فوردیستی به نظام پسافوردیستی هستند.

- برندسازی شرکتی^۸ و مکانی^۹: با توجه به تحولات فرهنگی و اقتصادی-اجتماعی که با گذار به پسافوردیسم روی داده است، موفقیت عمل و تداوم سوددهی کارآفرینی جمعی مسبوق به کیفیت کالاها یا خدمات و توان رقابت در بازار است. برندسازی شرکتی یکی از راهبردهای اصلی بازاریابی است. برند چیزی نیست جز تشخیص بخشیدن به یک کالا یا شیء؛ چنان‌که ژان بودریار، فیلسوف پست‌مدرن، نیز

۶. طبع چیزی نو به نو خواهد همی / چیز نو نو راهرو خواهد همی / رو به سر چون سیل تا بحر حیات / جوی کن کان آب گو خواهد همی (مولانا، غزلیات دیوان شمس).

۷. جغرافیای سرزمینی محدوده مرزهای ملی و جغرافیای فرهنگی محدوده مرزهای فرهنگی را شامل می‌شود که می‌تواند فراتر از مرزهای جغرافیای سرزمینی باشد.

8. Cooperate Branding

9. place Branding

انعطاف‌پذیر و از مصرف انبوه به مصرف اختصاصی (لش، ۱۳۸۳). بنابراین، رقابت و درگیرشدگی در تدارک فضای مصرف، بیش از هر چیز مستلزم کارآفرینی و حکمروایی مطلوب شهری است (پیری، ۱۳۹۳). کارآفرینی به معنای فعالیتی نوآورانه است که با مفهوم تخریب خلاق مدرنیته نیز پیوند می‌خورد. چنان‌چه شومپتر کارآفرینی را فرآیندی از تخریب خلاق^۱ می‌داند و درعین حال، معتقد است که کارآفرینی نیروی محرکه و موتور توسعه اقتصادی است (شومپتر^۲، ۱۹۳۴). با توجه به عقیده عمومی درباره پیشتازی کلان‌شهرها در توسعه ملی (کوگیلی^۳، ۱۹۹۸؛ ناکامارو^۴، ۱۹۸۵؛ هندرسون^۵، ۲۰۰۰؛ آلونسو، ۱۹۷۱؛ پیری، ۱۳۹۰؛ پیری، ۱۳۹۱). بنابراین، بستر کارآفرینی توده‌ای و جمعی مسبوق به مشارکت ذینفعان و سهامداران اصلی شهر از جمله دولت، بخش خصوصی و بازار و نیز جامعه مدنی و اجتماعات محلی است. کارآفرینی زمانی می‌تواند در توسعه اقتصادی شهر مؤثر افتد که به صورت پدیده‌ای عمومی و قابل مشاهده درآید (پیری، ۱۳۹۱). بنابراین، اگر کارآفرینی به صورت محدود و در انحصار چند شرکت یا سرمایه‌گذار باقی بماند، توسعه اقتصادی کلان‌شهر نیز به صورت محدود باقی خواهد ماند، در صورتی که منافع ناشی از بهره‌برداری از کارآفرینی گروه‌های اجتماعی و اجتماعات محلی می‌تواند توسعه اقتصادی کلان‌شهر به معنای واقعی را پدید

1. Creative Destruction

2. Schumpeter

3. Quigly

4. Nakamura

5. Henderson

تأکید می‌کند که ما در عصر اشیا زندگی می‌کنیم (بودریار^۱، ۲۰۱۰، ص. ۱۴). ارزش و اهمیت نام برند متغیر و متنوع است و به ماهیت تقاضای بازار بستگی دارد (چو^۲، ۲۰۰۹، ص. ۱۰۵۴). برندسازی مکانی (بیکر^۳، ۲۰۱۲) مسبق به نام یک مکان است که کارآفرینی جمعی می‌تواند از همان کالای مکان-مبنا^۴ شروع شود؛ همانند فرش تبریز، پسته رفسنجان، پنیر ليقوان، تابلوفرش سردرود و غیره. برندهای اخیر با نام مکان جغرافیایی شهرت یافته‌اند. بنابراین، می‌توانند مورد استفاده و بهره‌برداری کارآفرینان جمعی در همان مکان قرار گیرد.^۵

۱.۲.۲. تعامل سرمایه اجتماعی، کارآفرینی و

توسعه اقتصادی کلان‌شهرها

سرمایه اجتماعی در کارآفرینی جمعی و توسعه اقتصادی کلان‌شهرها در شرایط تحریم نقش بسزایی ایفا می‌کند؛ به عبارت دیگر، باعث تجمیع نیروهای پراکنده بازار کار می‌شود که برآیند نهایی آن‌ها توسعه اقتصادی کلان‌شهرها است. سرمایه اجتماعی شامل جنبه‌هایی از ساختار اجتماعی است که کنش جمعی را تسهیل کرده (سوزوکی^۶، ۲۰۱۰) و منابعی را جهت دستیابی مردم به اهدافشان در اختیار می‌گذارد (چانگ^۷، ۲۰۰۸). رابرت پوتنام اندیشمند علوم سیاسی، اصطلاح سرمایه اجتماعی را به مفهوم

وسیعی به کار می‌گیرد و آن را این‌چنین تعریف می‌کند: «جنبه‌هایی از سازمان اجتماعی همانند شبکه‌ها، هنجارها و اعتماد که همیاری و همکاری برای دسترسی به منافع متقابل را تسهیل می‌کند» (چانگ، ۲۰۰۸) و زمینه دست‌یابی به کالای عمومی را فراهم می‌آورد (مارو^۸، ۲۰۰۷). تعریف او به مزایای جمعی شبکه‌های اجتماعی (سنلگرو^۹، ۲۰۰۹؛ جونز^{۱۰}، ۲۰۱۰) و ابعاد انسجام اجتماعی؛ همانند اعتماد بین فردی و هنجارهای معامله به مثل (کارپیانو^{۱۱}، ۲۰۰۸) توجه دارد و شامل ویژگی‌ها و کیفیات روابط اجتماعی است (فولاند^{۱۲}، ۲۰۰۷). او در کتاب معروف خود به نام *تمرین دموکراسی: سنت‌های مدنی در ایتالیا*^{۱۳} با تأکید بر آنچه کلاوس آفه آن را «فرآیندهای غیررسمی و فرو-نهادی که استقامت و پایداری نهادها به آن وابسته هستند» (تاجبخش، ۲۰۰۶)، با تحلیل عمیق تجربه ایتالیا در زمینه راه‌اندازی حکومت‌های محلی در مناطقی از قبیل امیلیا رومانا و توسکانی با سنت دیرپای سازمان‌های مدنی و کالابریا و سیسیل با فقدان نهادهای مدنی، دو نوع سرمایه اجتماعی در میان اجتماعات محلی تشخیص می‌دهد:

- سرمایه اجتماعی به‌هم‌پیوستگی: این نوع سرمایه اجتماعی مبتنی بر پیوندهای درونی میان افراد گروه است و بر اهمیت پیوندهای نیرومند درون اجتماعی که به خانواده‌ها و اجتماعات حس هویت و

1. Baudrillard

2. Chu

3. Baker

4. Place – Based Goods

۵. این موضوع را در مقاله دیگری با عنوان *برندسازی مکانی*

شهر و حکمروایی مطلوب؛ تعاملی برای توسعه اقتصادی

متروپلیتن به تفصیل بحث کرده‌ام.

6. Suzuki

7. Chuang

8. Maru

9. Snelgrove

10. Jones

11. Carpiano

12. Folland

13. Making Democracy Work: Civic Traditions in Italy

بلکه با افزایش تنوع شبکه‌های اجتماعی فقرا رفاه آنان نیز افزایش می‌یابد (همان منبع).

- سرمایه اجتماعی مربوط کننده: نوع اخیر سرمایه اجتماعی مکنون در تقسیم‌بندی رابرت پوتنام نیست اما با توجه به اهمیت آن در زمینه همبستگی اجتماعی و مشارکت مدنی، توسط وولکاک برای اشاره به روابط عمودی بین مردم و گروه‌ها ضمن تمایز آشکار قدرت اشاره دارد برای مثال روابط بین یک سازمان و سرمایه‌گذاران. روابط هیئت‌های مذهبی با اهالی محل که بودجه آن‌ها را تأمین می‌کنند یکی از مثال‌های مربوط به این نوع سرمایه اجتماعی است (اشنایدر^۲، ۲۰۰۷). این نوع از سرمایه اجتماعی پیوندهایی را توصیف می‌کند که افراد یا گروه‌ها را به مردمی مرتبط می‌کند که قدرت سیاسی و مالی دارند. برای مثال، سازمان‌های جامعه مدنی به شهروندان اجازه می‌دهد تا از رهگذر برقراری مناسباتی با نهادها و مؤسسات، فعالیت‌های پشتیبان کنش جمعی را انجام دهند (ساباتینی^۳، ۲۰۰۹). این پیوندها به گروه‌ها اجازه دستیابی به منابع، افکار و اطلاعاتی از نهادهای قدرت را می‌دهد. همچنین، توانایی اعضای گروه را برای گسترش سرمایه اجتماعی سطح خرد و کنش جمعی به سمت سطح مؤثر سیاسی و اقتصادی افزایش می‌دهد؛ به عبارتی، اهمیت پیوندهای مثبت بین سطوح مختلف قدرت و موقعیت‌های متفاوت اجتماعی را آشکار می‌کند (مرگان و اسوان^۴، ۲۰۰۴). خانه آخر در سمت راست جدول فوق در زمینه تعامل کارآفرینی و سرمایه اجتماعی برای توسعه اقتصادی

مقصد مشترک می‌دهد، تأکید می‌کند (وولکاک و نارایان^۱، ۲۰۰۰).

- سرمایه اجتماعی اتصالی: این نوع سرمایه اجتماعی با اتکا بر روابط بیرونی گروه‌ها، تأکید دارد که در فقدان پیوندهای بین اجتماعی از قبیل پیوندهایی که شکاف‌های گوناگون اجتماعی از قبیل دین، طبقه، قومیت، جنسیت و موقعیت‌های اجتماعی را درمی‌نورندند، به‌عنوان مبنایی برای پی‌جویی منافع فرقه‌ای درمی‌آیند. بنابراین، سرمایه اجتماعی اتصالی می‌تواند وجه منفی آن را پوشش دهد (پیری، ۱۳۹۰، ص. ۸) (جدول ۱)

جدول ۱. ابعاد سرمایه اجتماعی در سطح اجتماع

محلی

شبکه‌های برون اجتماعی (سرمایه اجتماعی اتصالی)		پیوندهای درون اجتماعی (سرمایه اجتماعی به هم پیوستگی)
کم	زیاد	کم
رانده‌شدگان از اجتماع خود	روستایان فقیر	مهاجران تازه‌وارد از روستا به شهر
زیاد	اعضای موفق برنامه‌هایی که با سرمایه‌های خرد اجرا می‌شوند	

مأخذ: وولکاک و نارایان، ۲۰۰۰، ص. ۲۳۱

پژوهشگران دوراهی زندانی و دیگر مدل‌های نظریه بازی به این نتیجه رسیده‌اند که بازی مکرر مؤثرترین راه برای ایجاد و حفظ کنش جمعی است. بنابراین، سرمایه اجتماعی یک‌شبه ایجاد نمی‌شود

2. Schneider
3. Sabatini
4. Morgan and swann

1. Woolcock&Narayan

مورد نظر است. شبکه روابط اجتماعی و پیوندهای درون گروهی همانند دو روی یک سکه عمل می کنند که حتی می توانند باعث تولید سرمایه اجتماعی منفی شود. در این صورت انگیزه های اعضا برای کارآفرینی را از بین می برد و مانع از نوشدن مهارت ها و راه اندازی فرآیندهای نوین بازاری و تولیدات جدید شود. با توجه به محدود شدن عرصه عمل فراملی شرکت ها و بنگاه های اقتصادی در دوره بحران و تحریم، این شکل از سرمایه اجتماعی می تواند به صورت رانت اقتصادی انحصاری مانع از کارآفرینی توده ای و گسترده شود. سرمایه اجتماعی به هم پیوستگی در میان کارآفرینان و سرمایه گذاران محدودی به وجود می آید؛ چون با گسترده شدن گروه (کارآفرینان) امکان حفظ هویت یکپارچه گروه در برابر عناصر بیرونی مشکل می شود. بنابراین، برای کارآفرینی جمعی باید به نوع مبسوط سرمایه اجتماعی اتصالی گذار کنیم. نوع اخیر با مرزهای باز و گسسته و نیز تسهیم دانش (ایشی هارا و پاسکولا، ۲۰۰۹) و انسجام بسیار فراگیر (تی ته جا و ورویش، ۲۰۰۸) بین مردمانی با زمینه های فرهنگی و ارزشی متفاوت (اندریوس^۳، ۲۰۰۸) برای تولید زمینه فعالیت مشترک کارآفرینان و در نهایت، توسعه اقتصادی کلان شهرها می تواند بسیار مؤثر باشد. سرمایه اجتماعی اتصالی در واقع فراخوانی برای به هم پیوستن و یکپارچه شدن گروه های پراکنده و جزیره ای است که به تنهایی حامل سرمایه اجتماعی به هم پیوستگی هستند. در شرایط تحریم اقتصادی، سرمایه اجتماعی

اتصالی می تواند دیپلماسی فرهنگی^۴ یا دیپلماسی شهری^۵ یا گروهی را جایگزین دیپلماسی ملی دولت مرکزی تحت تحریم^۶ کند؛ به این صورت که با فعالیت گروه های کارآفرین و تماس با سرمایه گذاران فراملی و گروه های دیگر در کشورهای دیگر بدون اصطکاک که لاجرم در دیپلماسی ملی با دولت های دیگر به وجود می آید، می تواند بازارهای مصرف بسیاری برای تولیدات خود فراهم آورند. اقتصاد تحت تحریم علاوه بر ایجاد محدودیت ها برای تولیدکنندگان و عرضه کنندگان کالا و خدمات در عین حال، متحمل آسیب های اجتماعی - فرهنگی بسیاری نیز می شود که مسبوق به رکود تورمی یا بحران انباشت تولید است که با اشباع بازار مصرف داخلی به علت تحریم نمی تواند از محدوده مرزهای جغرافیای سرزمینی فراتر رود. بنابراین، گروه های اجتماعی در معرض فروپاشی قرار می گیرند. کارآفرینی بر مبنای سرمایه اجتماعی می تواند این آسیب ها را کاهش دهد. دولت تحت تحریم برای مقاومت در برابر دول تحریم کننده باید به نجات اقتصاد کلان شهرها به مثابه قطب های مهم گردش سرمایه اقدام کند. همبستگی دولت - ملت می تواند ره آورد سرمایه اجتماعی مربوط کننده باشد. بهره برداری از سرمایه اجتماعی اتصالی پیرو عوامل زیر است:

- تجارب مشترک تاریخی، فرهنگ، دین و

قومیت

4. Cultural Diplomacy
5. City Diplomacy
6. National Diplomacy of under Sanction Central State

1. Ishihara and Pascuala
2. Titeca and Vervisch
3. Andrews

- جغرافیای سرزمینی مشترک

- منافع مشترک اقتصادی - اجتماعی

- هدف مشترک گذار از بحران تحریم به مثابه

بازی برد-برد

۲. روش شناسی پژوهش

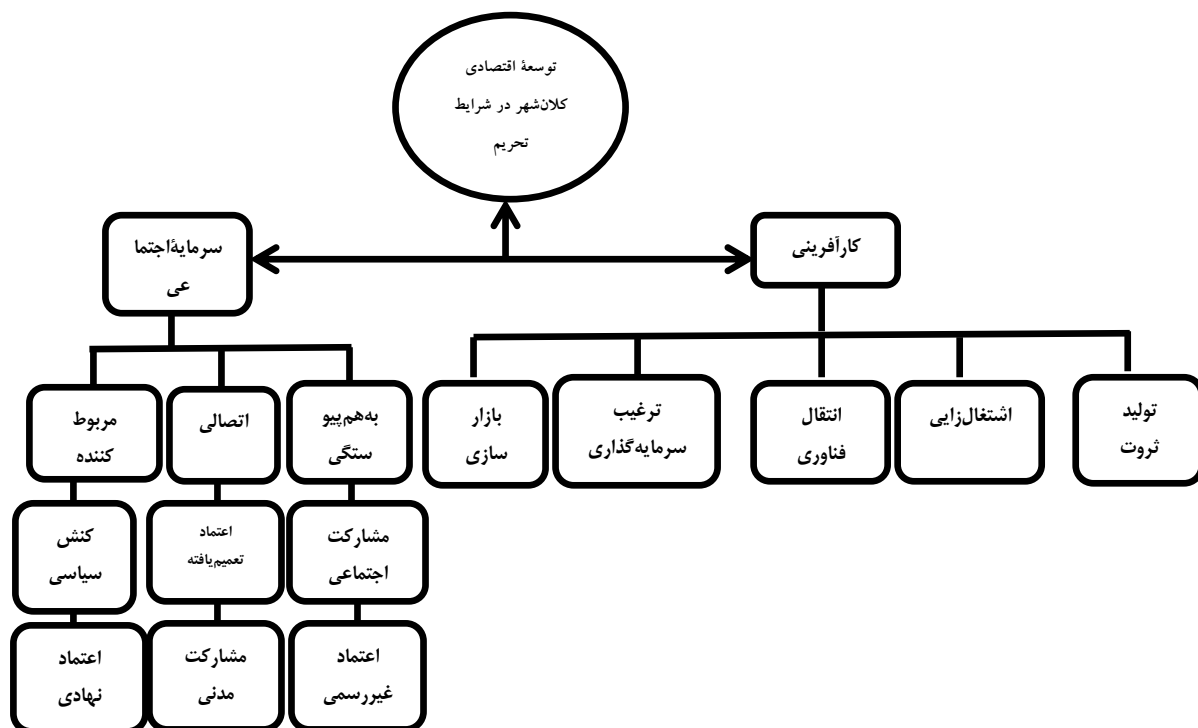
۲.۱. روش پژوهش

تحقیق حاضر از نوع توصیفی-تحلیلی و روش تحقیق پیمایشی است. ابزار تحقیق پرسشنامه و جامعه آماری تحقیق شامل کارآفرینان و مدیران صنایع و کارگاه‌های صنعتی کلان‌شهر تبریز است. با استفاده از فرمول عمومی کوکران حجم نمونه ۲۰۰ نفر انتخاب شده است. به منظور بازنمایی رابطه متغیر مستقل (سرمایه اجتماعی) و متغیر وابسته (کارآفرینی

و توسعه اقتصادی) از آزمون t تک نمونه‌ای استفاده شده است.

۲.۲. متغیرها و شاخص‌های پژوهش

در این پژوهش تحریم اقتصادی به مثابه متغیر زمینه‌ای در تحقیق عمل می‌کند و گویه‌های متناظر بر دو متغیر با توجه به چگونگی عمل آن‌ها در شرایط تحریم است. سرمایه اجتماعی متغیر مستقل تحقیق است که شامل ابعاد به هم پیوستگی، اتصال و مربوط کننده است که هر کدام از این‌ها هم دارای مؤلفه‌های خردتر هستند که در مدل مفهومی بیان شده است. متغیر وابسته تحقیق هم کارآفرینی است که مؤلفه‌های آن عبارت‌اند از: بازارسازی، ترغیب سرمایه‌گذاری، انتقال فناوری، اشتغال‌زایی و تولید ثروت (شکل ۱).



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق

مأخذ: نگارنده: ۱۳۹۵

۳. یافته‌های تحقیق

جدول ۲. آزمون هم‌بستگی کارآفرینی و سرمایه اجتماعی به هم پیوستگی

سرمایه اجتماعی به هم پیوستگی								سرمایه اجتماعی	کارآفرینی
اعتماد غیررسمی				مشارکت اجتماعی					
نتیجه آزمون	Sig	T	میانگین	نتیجه آزمون	Sig	T	میانگین		
عدم رد H0	۰/۲۱۰	-۱/۲۱	۱/۱۲	رد H0	۰/۰۰۰	-۱/۲۴	۱/۰۲	تولید ثروت	
عدم رد H0	۰/۳۰۱	۱/۶۵	۲/۱۴	رد H0	۰/۰۰۰	-۲/۳۱	۲/۰۳	اشتغال‌زایی	
عدم رد H0	۰/۴۰۰	-۱/۴۶	۱/۵۱	عدم رد H0	۰/۴۵۰	-۱/۵۱	۱/۴۱	انتقال فناوری	
عدم رد H0	۰/۲۱۳	۱/۲۳	۱/۸۵	عدم رد H0	۰/۲۱۲	۱/۲۱	۱/۵۶	ترغیب سرمایه‌گذاری	
عدم رد H0	۰/۳۰۰	۱/۵۴	۲/۰۰	عدم رد H0	۰/۳۱۲	-۲/۷۴	۲/۴۵	بازارسازی	

مأخذ: نگارنده: ۱۳۹۵

جدول ۳. آزمون هم‌بستگی کارآفرینی و سرمایه اجتماعی اتصالی

سرمایه اجتماعی اتصالی								سرمایه اجتماعی	کارآفرینی
مشارکت مدنی				اعتماد تعمیم‌یافته					
نتیجه آزمون	Sig	T	میانگین	نتیجه آزمون	Sig	T	میانگین		
رد H0	۰/۰۰۰	۱/۱۱	۲/۲۱	رد H0	۰/۰۰۰	۱/۰۳	۳/۰۲	تولید ثروت	
رد H0	۰/۰۰۰	-۱/۳۲	۱/۰۴	رد H0	۰/۰۰۰	-۱/۷۴	۲/۱۲	اشتغال‌زایی	
رد H0	۰/۰۰۰	-۱/۳۱	۲/۴۱	رد H0	۰/۰۰۰	-۱/۲۱	۱/۰۳	انتقال فناوری	
رد H0	۰/۰۰۰	۲/۲۶	۲/۷۸	رد H0	۰/۰۰۰	-۱/۲۵	۲/۴۱	ترغیب سرمایه‌گذاری	
رد H0	۰/۰۰۰	-۱/۸۵	۱/۲۳	رد H0	۰/۰۰۰	۲/۲۹	۱/۳۲	بازارسازی	

مأخذ: نگارنده: ۱۳۹۵

جدول ۴. آزمون هم‌بستگی کارآفرینی و سرمایه اجتماعی مربوط‌کننده

سرمایه اجتماعی مربوط‌کننده								سرمایه اجتماعی	کارآفرینی
اعتماد نهادی				کنش سیاسی					
نتیجه آزمون	Sig	T	میانگین	نتیجه آزمون	Sig	T	میانگین		
رد H0	۰/۰۰۰	-۱/۲۸	۱/۲۱	رد H0	۰/۰۰۱	-۱/۲۶	۲/۱۹	تولید ثروت	
رد H0	۰/۰۰۰	-۲/۶۵	۱/۱۹	عدم رد H0	۰/۲۱۱	۱/۵۴	۳/۱۴	اشتغال‌زایی	
رد H0	۰/۰۰۰	۱/۰۳	۱/۳۹	عدم رد H0	۰/۱۰۱	-۲/۴۵	۱/۵۶	انتقال فناوری	
رد H0	۰/۰۰۰	-۱/۰۹	۱/۴۷	رد H0	۰/۰۰۰	-۱/۴۷	۲/۴۱	ترغیب سرمایه‌گذاری	
رد H0	۰/۰۰۰	۱/۲۷	۱/۲۹	رد H0	۰/۰۰۱	۱/۳۵	۱/۲۸	بازارسازی	

مأخذ: نگارنده: ۱۳۹۵

۴. نتیجه گیری

دولت‌ها در شرایط تحریم اقتصادی به منابع درونی اجتماعی-اقتصادی، سیاسی، نهادی و فرهنگی جغرافیای سرزمینی اتکا می‌کنند تا بتوانند با ایجاد و تاووم گردش سرمایه، آسیب‌های ناشی از آن را به حداقل برسانند. فروپاشی اقتصادی، تهدید انسجام اجتماعی، استبداد سیاسی و غیره معضلاتی هستند که می‌توانند با شروع تحریم به وجود آیند و وضعیت اقتصادی را پیچیده‌تر و مشکل‌تر کنند؛ اما راهکار دیگری که می‌تواند به پویایی منابع درونی جغرافیای سرزمینی منتهی شود و از این رهگذر کنشگری دولت در برابر تحریم‌کنندگان افزایش داده و آسیب‌های فوق را کاهش دهد، تکیه بر پیشسازی کلان‌شهرها در رهبری اقتصاد ملی و زمینه‌سازی بازتولید سرمایه‌های منطقه‌ای است. کلان‌شهرها هم دارای توان بالای تولید و عرضه کالا و خدمات به بازار مصرف داخلی و بین‌المللی هستند و هم بازار مصرف و تقاضای وسیعی را در اختیار تولیدکنندگان و کارآفرینان قرار می‌دهند. با توجه به محدودیت‌های ناشی از تحریم، دولت و جامعه به دارایی‌های درونی خوداتکا می‌کنند که یکی از عناصر مهم، استحصال و بهره‌برداری از آن به‌منظور توسعه اقتصادی کلان‌شهرها سرمایه اجتماعی است. سرمایه اجتماعی در کل محصول روابط اجتماعی در بازی‌های مکرر است که زمینه تعامل کنشگران را فراهم می‌آورد. فرآیند کارآفرینی، تابع تخریب خلاق مدرنیته است. ازاین‌رو، به وحدت اجتماعی واکنش نشان می‌دهد؛ به‌عبارت‌دیگر، پیامد نهایی وحدت اجتماعی می‌تواند

به‌صورت کارآفرینی توده‌ای و جمعی بازنمایی شود. سرمایه اجتماعی به‌مثابه پیامد وحدت و انسجام اجتماعی در کارآفرینی و ازاین‌رو در توسعه اقتصادی کلان‌شهر نقش بسیار مهمی ایفا می‌کند. با توجه به ابعاد و انواع گوناگون سرمایه اجتماعی تأثیر آن‌ها نیز می‌تواند به‌مثابه فرآیندی دیالکتیکی جلوه‌گر شود؛ به این صورت که همانند بعضی رویه‌های سرمایه اجتماعی به‌هم‌پیوستگی مانع از تولید و کارآفرینی شود. این بعد سرمایه اجتماعی زمانی اتفاق می‌افتد که گروه‌های سیاسی-اقتصادی محافظه‌کار، از شرایط ناشی از تحریم، رانت انحصاری خاصی را در تولید و عرضه کالاها و خدمات خود به دست می‌آورند. ازاین‌رو، مانع از کارآفرینی می‌شوند؛ چنانکه در جدول نشان داده شده است، مشارکت اجتماعی از مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی به‌هم‌پیوستگی در اشتغال‌زایی و تولید ثروت رابطه هم‌بستگی برقرار می‌کند (Sig:0/000)؛ اما با انتقال فناوری (Sig:0/450)، ترغیب سرمایه‌گذاری (۰/۲۱۲) و فرآیند بازارسازی انبوه و اختصاصی برای تولیدات کارآفرینان (Sig: 0/312) هم‌بستگی ندارد و فرض H_0 رد نمی‌شود. اعتماد غیررسمی مؤلفه دیگر سرمایه اجتماعی به‌هم‌پیوستگی نیز با هیچ یک از مؤلفه‌های کارآفرینی رابطه معنی‌دار ندارد؛ اما سرمایه اجتماعی اتصالی در کارآفرینی تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد. اعتماد تعمیم‌یافته به‌عنوان مؤلفه اول آن با تمام مؤلفه‌های کارآفرینی هم‌بستگی معنی‌دار دارد (Sig:0/000). همچنین، مشارکت مدنی به‌عنوان مؤلفه دوم سرمایه اجتماعی اتصالی هم‌بستگی معنی‌داری با کارآفرینی دارد. بنابراین، تولید و تقویت

به‌مثابه دو مؤلفه آن در نظر گرفته شده است. کنش سیاسی در ترغیب سرمایه‌گذاری تأثیر معنی‌دار دارد (Sig: 0/000)؛ اما با تولید ثروت و بازسازی نیز هم‌بستگی معنی‌داری ضعیفی برقرار می‌کند (Sig:0/001) و با اشتغال‌زایی (Sig:0/211) و انتقال فناوری (Sig:101) هم‌بستگی نشان نمی‌دهد. اعتماد نهایی با تمام مؤلفه‌های کارآفرینی رابطه هم‌بستگی دارد (Sig:0/000). سرمایه اجتماعی اتصالی در سطح اول، سرمایه اجتماعی مربوط‌کننده در سطح دوم و سرمایه اجتماعی به‌هم‌پیوستگی در سطح سوم اهمیت از نظر کارآفرینی و توسعه اقتصادی کلان‌شهر در شرایط تحریم قرار دارند.

این نوع سرمایه اجتماعی می‌تواند به بروز کارآفرینی جمعی و توده‌ای منجر شده و توسعه اقتصادی کلان‌شهر را فراهم آورد. همچنین، با برقراری دیپلماسی شهری با کارآفرینان سایر شهرها از تبعات ناشی از تحریم بکاهد. در شرایط تحریم دیپلماسی دولت مرکزی با مشکلاتی از نظر تعامل با کارآفرینان سایر کشورها برخورد می‌کند؛ اما کارآفرینان جمعی می‌توانند از رهگذر سرمایه اجتماعی اتصالی خود با همکاران خود در سایر شهرها تعامل اقتصادی داشته باشند. نوع سوم سرمایه اجتماعی که در این تحقیق به آن پرداخته شد، سرمایه اجتماعی مربوط‌کننده است. کنش سیاسی و اعتماد نهادی یا اعتماد به دولت

کتاب‌نامه

۱. پیری، ع. (۱۳۹۰). تبیین علمی حکمروایی مطلوب و کارآیی ارتباطی شهر (مطالعه موردی: نظام شهری استان آذربایجان شرقی). رساله منتشر نشده دکتری دانشگاه تبریز. تبریز، ایران.
۲. تاجبخش، ک. (۱۳۸۹). سرمایه اجتماعی؛ اعتماد، دموکراسی و توسعه. (مترجم: حسن پویان و افشین خاکباز). تهران: نشر شیرازه.
۳. جان، ف. (۱۳۹۲). سرمایه اجتماعی. (مترجم: غلامرضا غفاری و حسین رضائی). تهران: نشر کویر.
۴. ژان، ب. (۱۳۹۳). جامعه مصرفی؛ اسطوره‌ها و ساختارها. (مترجم: پیروز ایزدی). تهران: نشر ثالث.
۵. فکوهی، ن. (۱۳۸۳). انسان‌شناسی شهری. تهران: نشر نی.
۶. لش، ا. (۱۳۸۳). جامعه‌شناسی پست‌مدرنیسم. (مترجم: حسن چاوشیان). تهران: نشر مرکز.
7. Alonso, W. (1971). The economics of urban size. *Papers in Regional Science*, 26(1), 67-83.
8. Andrews, R. (2008). Civic engagement, ethnic heterogeneity, and social capital in urban areas: Evidence from England. *Urban Affairs Review*, 44(3), 428-440.
9. Baker, B. (2012). *Destination branding for small cities* (2nd ed.). Portland, CO: Creative Leap Books Press.
10. Besser, T. L. (2009). Changes in small town social capital and civic engagement. *Journal of Rural Studies*, 25(2), 185-193.
11. Carpiano, R. M. (2008). Actual or potential neighborhood resources and access to them: Testing hypotheses of social capital for the health of female caregivers. *Social Science & Medicine*, 67(4), 568-582.
12. Castells, M. (2006). *The network society: From knowledge to policy*. Washington, WA: Center for Transatlantic Relations.
13. Chu, W.-W. (2009). Can Taiwan's second movers upgrade via branding? *Research Policy*, 38(6), 1054-1065.

14. Chuang, Y.-C., & Chuang, K.-Y. (2008). Gender differences in relationships between social capital and individual smoking and drinking behavior in Taiwan. *Social Science & Medicine*, 67(8), 1321-1330.
15. Fanni, Z. (2006). Cities and urbanization in Iran after the Islamic revolution. *Cities*, 23(6), 407-411.
16. Folland, S. (2007). Does "community social capital" contribute to population health? *Social Science & Medicine*, 64(11), 2342-2354.
17. Franke, S. (2005). *Measurement of social capital, reference document for public policy, research, development and evaluation, policy research initiative*. Retrieved from <http://publications.gc.ca/collections/Collection/PH4-27-2005E.pdf>
18. Harper R., & Kelly, M. (2003). *Measuring social capital in the United Kingdom*. Retrieved from <https://www.ons.gov.uk/ons/guide-method/user-guidance/social-capital-guide/the-social-capital-project/harmonised-question-set.pdf>
19. Harvey, D. (1985). *Urbanization of capital*. London, England: Basil Blackwell.
20. Harvey, D. (1989). *Condition of postmodernity: An inquiry into the origins of cultural change*. Malden, MA: Wiley-Blackwell.
21. Harvey, D. (2005). *A brief history of neoliberalism*. Oxford, England: Oxford University Press
22. Henderson, V. (2000). *How urban concentration affects economic growth*. Retrieved from https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/18840/multi_page.pdf?sequence=1&isAllowed=y:
23. Huang, J., Maassen van den Brink, H., & Groot, W. (2009). *A meta-analysis of the effect of education on social capital*. Retrieved from <http://www.tierweb.nl/assets/files/UvA/Jian%20Huang.%20A%20Meta-Analysis%20of%20the%20Effect%20of%20Education%20on%20Social%20Capital.pdf>: <https://EconPapers.repec.org/RePEc:wpaper:22>
24. Ishihara, H., & Pascual, U. (2009). Social capital in community level environmental governance: A critique. *Ecological Economics*, 68(5), 1549-1562.
25. Jones, N. (2010). Environmental activation of citizens in the context of policy agenda formation and the influence of social capital. *The Social Science Journal*, 47(1), 121-136.
26. Maru, Y. T., McAllister, R. R. J., & Smith, M. S. (2007). Modelling community interactions and social capital dynamics: The case of regional and rural communities of Australia. *Agricultural Systems*, 92(1), 179-200.
27. McLuhan, M. (1962). *Global village*. Toronto, Canada: Toronto University Press.
28. Mohan, J., Twigg, L., Barnard, S., & Jones, K. (2005). Social capital, geography and health: A small-area analysis for England. *Social Science & Medicine*, 60(6), 1267-1283.
29. Nakamura, R. (1985). Agglomeration economies in urban manufacturing industries: A case of Japanese cities. *Journal of Urban Economics*, 17(1), 108-124.
30. Quigley, J. M. (1998). Urban diversity and economic growth. *Journal of Economic Perspectives*, 12(2), 127-138.
31. Sabatini, F. (2009). Social capital as social networks: A new framework for measurement and an empirical analysis of its determinants and consequences. *The Journal of Socio-Economics*, 38(3), 429-442.
32. Schneider, J. A. (2007). Connections and disconnections between civic engagement and social capital in community-based nonprofits. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 36(4), 572-597.
33. Schumpeter, J. (1934). *The theory of economic development*. London, England: Cambridge University Press.

34. Snelgrove, J. W., Pikhart, H., & Stafford, M. (2009). A multilevel analysis of social capital and self-rated health: Evidence from the British Household Panel Survey. *Social Science & Medicine*, 68(11), 1993-2001.
35. Suzuki, E., Takao, S., Subramanian, S. V., Komatsu, H., Doi, H., & Kawachi, I. (2010). Does low workplace social capital have detrimental effect on workers' health? *Social Science & Medicine*, 70(9), 1367-1372.
36. Titeca, K., & Vervisch, T. (2008). The dynamics of social capital and community associations in Uganda: Linking capital and its consequences. *World Development*, 36(11), 2205-2222.