

عنوان مقاله:

بررسی جریان های سرمایه اجتماعی در بازارهای تاریخی برحسب مشاغل و فضاهای معماری مطالعه موردی: بازار تاریخی تبریز

محل انتشار:

هویت شهر، دوره 15، شماره 4 (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

علی مجنونی توتاخانه - دانشجوی دکتری، مدرس گروه مهندسی معماری، دانشگاه بناب.

حسین اسمعیلی سنگری - عضو پژوهشکده میراث فرهنگی و گردشگری

خلاصه مقاله:

هدف پژوهش بررسی سرمایه اجتماعی بازار تاریخی تبریز بر حسب عوامل انسانی و معماری است. جامعه آماری تحقیق، شهروندان مراجعه کننده به بازار است. با استفاده از روش نمونه گیری با جامعه آماری نامعلوم، ۳۸۳ نفر به عنوان نمونه انتخاب گردید. پایایی پرسشنامه با استفاده از آلفای کرونباخ، ۸۹۶/۰ به دست آمد. یافته های پژوهش با استفاده از تحلیل عاملی منجر به کاهش ۸۲ شغل در ۱۵ گروه شغلی شده که سه گروه شامل مشاغل فرهنگی- مذهبی، جواهرسازی و صنایع دستی از اهمیت بیشتری برخوردار هستند. همچنین برحسب یافته ها، بیشترین ارتباط بین مشاغل با بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی است. همچنین از نظر ارتباط بین فضاهای معماری با سرمایه اجتماعی، میزان سرمایه اجتماعی در راسته ها، مساجد و حسینیه به ترتیب با ۴۵۲/۰، ۴۲۱/۰ و ۳۸۷/۰، بیشتر از سایر فضاهاست. در نهایت، سه متغیر سن شهروندان، سن مغازه دار و تعداد دفعات خرید به ترتیب با دارای بیشترین همبستگی مثبت و معنادار با سرمایه اجتماعی هستند.

کلمات کلیدی:

بازار تاریخی، سرمایه اجتماعی، عوامل انسانی، فضاهای معماری، تبریز

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1393771>

