

عنوان مقاله:

بررسی عوامل موثر بر مشارکت اجتماعی ساکنین در تحقق طرح های توسعه شهری نمونه موردی: پیاده راه سازی حوزه تاریخی شهر تهران منطقه

محل انتشار:

فصلنامه برنامه ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، دوره 4، شماره 13 (سال: 1391)

تعداد صفحات اصل مقاله: 28

نویسندگان:

افسانه ادیسی - استادیار جامعه شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال

مرجان شجاعی - کارشناسی ارشد جامعه شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال

خلاصه مقاله:

هدف این پژوهش شناسایی عوامل موثر بر مشارکت اجتماعی کسبه بافت تاریخی شهر تهران منطقه 12 در تحقق طرح های شهری پیاده راه سازی است روش مورد استفاده در این پژوهش کمی و پیمایشی است و از ابزار پرسشنامه برای گردآوری اطلاعات استفاده شده است حجم نمونه این تحقیق 155 نفر بوده که با روش نمونه گیری خوشه ای توأم با روش تصادفی انتخاب شده اند. چارچوب مفهومی این تحقیق، تلفیقی است از مفاهیم موجود در آراء نظریه پردازانی چون پارسونز، هومنز، لرنر، دال، امرسون، لیپست، گیدنز و کلمن در باب مشارکت اجتماعی و نیز دیدگاه کسانی چون لوهمان، افه، پاکستون و گیدنز در مورد اعتماد از نظریه دورکیم، هالبواکس و ریکور نیز پرامون موضوع خاطرات جمعی در این تحقیق استفاده شده است. از انجایی که بخشی از این تحقیق در مورد نقش رابطه اجتماعی و همچنین انگیزه اقتصادی در فرایند مشارکت است سعی شده است از نظریات پارسونز، زیمل و تونیس و نظریه کنش عقلانی نیز استفاده می شود. این پژوهش بدنبال فهم رابطه بین مشارکت اجتماعی متغیر وابسته با مقولاتی چون خاطره جمعی، انگیزه اقتصادی، اعتماد و رابطه اجتماعی به عنوان متغیرهای اصلی و نوع شغل، مالکیت، موقعیت مکانی مغازه، تحصیلات و درآمد به عنوان متغیر فرعی است نتایج حاصل از آزمون همبستگی پیرسون و سایر آزمون ها نشان می دهد. به غیر از متغیر مالکیت رابطه معناداری میان متغیرهای یاد شده و مشارکت وجود دارد نتایج حاصل از آزمون چند متغیره نیز نشان داد که متغیرهای مستقل مجموعاً 59 درصد از واریانس متغیر وابسته را تبیین می کنند در این میان انگیزه اقتصادی سهم بیشتری را نسبت به سایر متغیرها به خود اختصاص داده است. نتایج این تحقیق بطور کلی نشان می دهد که مشارک اجتماعی در بین کسبه بافت تاریخی تهران، به عنوان یک عنصر تاثیرگذار در محیط اجتماعی شناخته شده است و کسبه درک مناسبی از اهمیت مشارکت اجتماعی در محل کسب و کار خود دارند.

کلمات کلیدی:

مشارکت اجتماعی، خاطره جمعی، اعتماد اجتماعی، انگیزه اقتصادی، رابطه اجتماعی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/683874>

