



تبریز در آینه‌ی بحران؛ سرمایه‌ی اجتماعی، هویت جمعی و نقش اتاق‌های بازرگانی

هادی امینی در یادداشتی با عنوان «تبریز در آینه‌ی بحران؛ سرمایه‌ی اجتماعی، هویت جمعی و نقش اتاق‌های بازرگانی» در نشریه شماره 28 اتاق بازرگانی تبریز نوشت: تاب‌آوری و توسعه پایدار تبریز در گرو تقویت سرمایه اجتماعی، حفظ هویت جمعی و گسترش شبکه‌های اعتماد فراگیر است. در این مسیر، اتاق بازرگانی تبریز باید از دایره روابط بسته فراتر رود و به نهادی پل‌ساز میان دولت، بازار، جامعه مدنی و گروه‌های کمتر برخوردار از فرصت تبدیل شود.

در متن یادداشت چنین آمده است:

«مقدمه: فراتر از رشد اقتصادی»

توسعه‌ی شهری در جهان معاصر دیگر صرفاً به معنای رشد اقتصادی یا گسترش زیرساخت‌های فیزیکی نیست؛ بلکه به توانایی یک جامعه برای حفظ انسجام، بازتولید معنا و تداوم حیات فرهنگی در مواجهه با بحران‌ها وابسته است. شهر زمانی در مسیر توسعه‌ی پایدار است که در کنار ظرفیت‌های اقتصادی، از آنچه می‌توان «تاب‌آوری هویتی» نامید، نیز برخوردار باشد؛ یعنی بتواند حافظه‌ی تاریخی، سرمایه‌ی اجتماعی و پیوندهای میان‌نسلی خود را در فرآیند تحول و بزنگاه‌ها حفظ و بازآفرینی کند. رابرت پاتنام، سیاست‌پژوه آمریکایی، در مطالعه‌ی کلاسیک خود درباره‌ی ایتالیا نشان داد که تفاوت شمال ثروتمند و جنوب فقیر، نه در منابع طبیعی یا کمک‌های دولتی، بلکه در تراکم شبکه‌های اعتماد و انجمن‌های مدنی ریشه دارد. این درس برای تبریز هم صدق می‌کند. تبریز نه تنها یک جغرافیا، بلکه یک «مکتب» است؛ مکتبی که در طول تاریخ توانسته میان سنت و نوآوری، تجارت و فرهنگ، و هویت محلی و ارتباطات فرامنطقه‌ای تعادل برقرار کند. اما این تعادل محصول یک ساختار اجتماعی پیچیده است که باید با دقت نظری بیشتری خوانده شود.

بحران به مثابه آشکارکننده‌ی ساختارها

در نگاه ساختارگرایانه، بحران صرفاً یک حادثه مقطعی نیست، بلکه لحظه‌ای است که ساختارهای پنهان جامعه را آشکار می‌کند؛ نشان می‌دهد کدام نهادها توان حفظ انسجام دارند، کدام شبکه‌های اجتماعی هنوز فعالند و چه بخش‌هایی از جامعه دچار گسست و طرد شده‌اند. در تبریز، ساختار تاریخی بازار، شبکه‌های اعتماد میان اصناف، پیوندهای خانوادگی و فرهنگ همکاری اقتصادی، بخشی از همین بنیان‌های پنهان تاب‌آوری شهری را تشکیل می‌دهند.

برای فهم عمیق‌تر این مکانیسم، تجربه‌ی منچستر آموزنده است. در ۲۲ مه ۲۰۱۷، انفجار در سالن کنسرت این شهر ۲۲ نفر را کشت و بیش از هزار نفر را مجروح کرد. در دقیق نخست، پیش از آنکه نهادهای رسمی فرصت واکنش بیابند، شبکه‌های غیررسمی شهروندی وارد عمل شدند؛ رانندگان تاکسی بدون دریافت کرایه مسافران را به بیمارستان‌ها رساندند، هتل‌های اطراف سالن درهایشان را برای پناه گرفتن کودکان گشودند و ساکنان با هشتگ #roomformanchester خانه‌هایشان را در اختیار گذاشتند. این دقیقاً همان چیزی بود که پاتنام «سرمایه‌ی اجتماعی پل‌ساز» می‌نامد: شبکه‌ای که در لحظه‌ی بحران، فراتر از مرزهای گروهی عمل می‌کند.

اما پیر بوردیو، جامعه‌شناس فرانسوی، نکته‌ی کامل‌تری را اضافه می‌کند: سرمایه‌ی اجتماعی، ممکن است همزمان ابزار بازتولید نابرابری هم باشد. پژوهش‌های بعدی درباره‌ی بازماندگان منچستر نشان داد که کسانی که شبکه‌های اجتماعی قوی‌تر قرار داشتند، سریع‌تر بهبود یافتند، در حالی که افراد خارج از این دایره سال‌ها بعد همچنان دچار آسیب روانی بودند. منچستر نشان داد که سرمایه‌ی اجتماعی در بحران کار می‌کند، اما نامتوازن. این درس برای تبریز هم باید جدی گرفته شود.

دو سرمایه‌ی نامرئی

پاتنام میان دو نوع سرمایه‌ی اجتماعی تمایز می‌گذارد: «پیوندهنده» (Bonding) که درون یک گروه همگن را به هم وصل می‌کند و «پل‌ساز» (Bridging) که بین گروه‌های مختلف ارتباط برقرار می‌سازد. در تبریز، هر دو نوع به طور همزمان وجود داشته‌اند: پیوندهای درونی اصناف بازار از یک سو و ارتباطات تجاری فرامنطقه‌ای این شهر با قفقاز، آناطولی و اروپا از سوی دیگر. همین دوگانگی است که تبریز را از بسیاری شهرهای ایرانی متمایز کرده؛ شهری که هویت محلی‌اش نه در انزوا، بلکه در تعامل مستمر با دیگر فرهنگ‌ها شکل گرفته است.

اما این ظرفیت تاریخی نباید به یک روایت ایده‌آل و شعاری تبدیل شود. پرسش جدی این است: آیا شبکه‌های سنتی مانند بازار و اتاق بازرگانی تبریز فرصت را برای همه توزیع می‌کنند یا فقط برای «خودی‌ها»؟ آیا کارآفرینان تازه وارد، زنان صاحب کسب و کار و مهاجران شهری به همان اندازه از این شبکه‌های اعتماد بهره‌مند می‌شوند؟ وقتی هویت مکانی از یک سرمایه به یک انحصار تبدیل می‌شود، تفرعن و تعصب مانع از تعامل با غریبه‌ها خواهد شد و فرصت اولیه به بحران عمیق منجر می‌شود.

هویت جمعی و انتقال میان نسلی

هویت جمعی در تبریز را نمی‌توان صرفاً یک احساس تعلق ساده دانست؛ این هویت، نظامی از ارزش‌ها، حافظه‌ی تاریخی و الگوهای رفتاری است که نسل به نسل منتقل شده و شهر را در برابر گسست‌های اجتماعی مقاوم ساخته است. مفهوم «تبریزی بودن» در طول تاریخ با مسئولیت‌پذیری اجتماعی، سخت‌کوشی، مشارکت مدنی و خرد اقتصادی پیوند خورده است. این پیوند به تعبیر پاتنام، زمانی که به «اعتماد تعمیم یافته» تبدیل شود، یک دارایی واقعی برای توسعه است.

یکی از مهم‌ترین ابعاد تاب‌آوری هویتی، توانایی جامعه در ایجاد پیوند میان نسل‌هاست. هر جامعه‌ای که نتواند حافظه‌ی تاریخی خود را به نسل جدید منتقل کند، در مواجهه با بحران‌ها دچار فرسایش هویتی خواهد شد. در تبریز، بازار، خانواده، محافل فرهنگی و نهادهای مدنی همگی بستری برای این انتقال بوده‌اند، اما این انتقال در مکتب تبریز صرفاً بازتولید سنت نیست، بلکه بازآفرینی خلاقانه‌ی آن است. نسل جدید باید نه تنها وارث سرمایه‌ی اقتصادی، بلکه وارث معنا و هویت نیز باشد؛ وارثانی که میراث را با نیازهای عصر خود پیوند بزنند.

اما نسل جدید تبریز با مفهوم جهانی شدن و شبکه‌های دیجیتال و بازارهای بین‌المللی ارتباط دارد. این نسل به هویتی نیاز دارد که «پل‌ساز» باشد، نه «حصارساز». هویت مکانی زمانی از یک مفهوم نوستالژیک فراتر می‌رود که به موتور تولید اعتماد، خلاقیت و مشارکت اجتماعی تبدیل شود، نه ابزاری برای طرد دیگران.

اتاق بازرگانی: میانجی ساختاری یا باشگاه خصوصی؟

اتاق بازرگانی تبریز را نباید صرفاً یک نهاد اجرایی یا اقتصادی تلقی کرد. در خوانش ساختارگرایانه، این نهاد بخشی از سازوکار بازتولید نظم اقتصادی و اجتماعی شهر است و از طریق ایجاد ارتباط میان دولت، بازار و جامعه‌ی مدنی، نقش میانجی ساختاری ایفا می‌کند. در زمان بحران، کارکرد اصلی آن تنها حمایت مالی نیست؛ بلکه حفظ انسجام شبکه‌های اقتصادی، افزایش امنیت روانی و جلوگیری از فروپاشی اعتماد عمومی است.

اما همین جاست که پرسش بوردیویی اهمیت می یابد. اتاق بازرگانی در این نظریه باید نقش «پل ساز» پاتنام را بازی کند: نهادی که سرمایه ی اجتماعی را از سطح روابط شخصی به سطح نهادی ارتقا می دهد، اما وقتی این نهاد تنها صدای بنگاه های بزرگ و تثبیت شده را بازتاب می دهد، دیگر یک پل نیست، یک دیوار است. پرسش جدی اینجاست: چه مکانیسمی برای ورود گروه های طردشده -زنان کارآفرین، کسب وکارهای کوچک، تازه واردان - به شبکه های اعتماد وجود دارد؟

اتاق بازرگانی می تواند با تولید روایت های مشترک از بحران، تقویت حس تعلق شهری و ایجاد همکاری میان بنگاه ها، نوعی «معنای مشترک» از توسعه و بازسازی بیافریند. اما این ظرفیت تنها زمانی تحقق می یابد که این نهاد از یک نهاد نمایندگی «سرمایه داران تثبیت شده» به یک پلتفرم فراگیر برای توسعه ی سرمایه ی اجتماعی تبدیل شود.

توسعه در امتداد تاب آوری

توسعه ی پایدار زمانی ممکن است که ساختارهای اجتماعی تولیدکننده ی نابرابری، اصلاح شوند. بنابراین، توسعه ی پس از بحران نباید صرفاً به بازگشت شاخص های اقتصادی محدود شود؛ بلکه باید به بازسازی روابط اجتماعی، تقویت اعتماد عمومی و گسترش مشارکت جمعی بینجامد. بحران می تواند نقطه ای برای گذار از «تاب آوری انفعالی» به «توسعه ی فعال» باشد، اما این در صورتی است که نهادهای واسط مانند اتاق بازرگانی این فرآیند را به درستی هدایت کنند.

تاب آوری واقعی زمانی شکل می گیرد که سرمایه ی اجتماعی از دایره های بسته به شبکه های باز تبدیل شود. وقتی اتاق بازرگانی برای کارآفرین جوان به اندازه ی بازرگان باتجربه در دسترس باشد؛ وقتی هویت تبریزی نه دفع، بلکه جذب کند؛ وقتی انتقال میان نسلی هویت با نیازهای عصر جدید پیوند بخورد. آنگاه توسعه دیگر یک شعار نیست، بلکه یک واقعیت ساختاری است.

نتیجه گیری

خوانش تلفیقی ساختارگرایانه و نظریه ی سرمایه ی اجتماعی نشان می دهد که پایداری شهری محصول واکنش های فردی یا تصمیم های کوتاه مدت نیست، بلکه حاصل عملکرد ساختارهای اجتماعی و هویتی عمیق است. در تبریز، پنج رکن مکتب این شهر &ndash؛ سرمایه ی اجتماعی، سنت خردورز، نوآوری بومی، تکتگرایی و فرهنگ کار- تنها زمانی به موتور توسعه تبدیل می شوند که از دایره های بسته فراتر روند و به شبکه های باز و فراگیر تبدیل شوند.

تجربه ی منچستر نشان داد که هویت شهری مستحکم می تواند در لحظه ی بحران معجزه کند، اما همان تجربه نشان داد که این معجزه برای همه یکسان نیست. درس نهایی برای تبریز این است: هویت جمعی و سرمایه ی اجتماعی، دارایی های ارزشمندی هستند که باید آگاهانه مدیریت شوند. نهادهایی مانند اتاق بازرگانی می توانند این مدیریت آگاهانه را عهده دار شوند، اما تنها زمانی که خود را نه نگهبان وضع موجود، بلکه معمار توسعه ای فراگیر بدانند.»