



## سرمایه‌ی اجتماعی؛ پیشران مغفول توسعه در اقتصاد تبریز

ساسان نیکرفتار خیابانی، مدیر روابط عمومی اتاق بازرگانی تبریز، طی یادداشتی با عنوان «سرمایه‌ی اجتماعی؛ پیشران مغفول توسعه در اقتصاد تبریز»، با نگاهی به پیشینه تاریخی نهادسازی و نقش شبکه‌های اعتماد در حیات اقتصادی و اجتماعی تبریز، به اهمیت سرمایه‌ی اجتماعی در مسیر توسعه پرداخته و ضمن بررسی نشانه‌ها و پیامدهای فرسایش اعتماد در شرایط کنونی، نقش نهادهای میانی و بخش خصوصی، به‌ویژه اتاق بازرگانی تبریز، را در بازسازی این سرمایه مورد توجه قرار داده است. وی همچنین با اشاره به پویای «در کنار هم برای تبریز»، راهکارهایی همچون شفافیت، توانمندسازی و تقویت شبکه همکاری میان بخش خصوصی، خیریه‌ها و نهادهای مدنی را برای احیای اعتماد و افزایش تاب‌آوری اجتماعی و اقتصادی مطرح کرده است.

در متن یادداشت چنین آمده است:

«وقتی از «توسعه» سخن می‌گوییم، ذهن بیشتر ما به سمت اعداد و ارقام می‌رود: نرخ رشد تولید ناخالص داخلی، حجم صادرات، نرخ بیکاری، تورم. این شاخص‌ها بی‌تردید مهم هستند، اما گویی تنها بخش قابل مشاهده کوه یخ را روایت می‌کنند. آنچه در زیر سطح آب جریان دارد، چیزی است که جامعه‌شناسان اقتصادی از آن با عنوان «سرمایه‌ی نامرئی» یاد می‌کنند؛ سرمایه‌ای که نه در ترازنامه بانک‌ها ثبت می‌شود و نه در آمارهای رسمی دولتی نمود پیدا می‌کند، اما موتور واقعی هر حرکت توسعه‌ای را روشن نگه می‌دارد. این سرمایه چیزی نیست جز «اعتماد».

تبریز، شهری که قرن‌ها به عنوان «دارالسلطنه» و دروازه‌ی ارتباط با غرب، نقشی محوری در تحولات اقتصادی و سیاسی ایران ایفا کرده است، همیشه از این سرمایه‌ی نامرئی به وفور برخوردار بوده. از مکتب اقتصادی تبریز و اعتماد بی‌چون و چرای میان بازاریان گرفته تا نهادهای مدنی و انجمن‌های مردمی که در بزنگاه‌های تاریخی، تاب‌آوری این شهر را تضمین کرده‌اند. اما امروز، در شرایطی که فشارهای اقتصادی و تهدیدات شبه جنگی نفس‌ها را در سینه حبس کرده، این سرمایه‌ی گرانبها رو به فرسایش است.

### «شهر اولین‌ها»؛ روایتی از پیشگامی در نهادسازی

تبریز از دیرباز با عنوان «شهر اولین‌ها» شناخته می‌شود. یکی از این «اولین‌ها» که اغلب نادیده گرفته می‌شود، تأسیس نخستین اتاق بازرگانی ایران در این شهر است. اسناد تاریخی نشان می‌دهد که «اتاق تجارت تبریز» در سال 1237 هجری خورشیدی (1858 میلادی) تأسیس شد؛ اما پیش از این تاریخ رسمی، تبریز دارای نهادهای صنفی و مدنی دیرپایی بود که گاه به قرن‌ها قبل بازمی‌گشت.

سال‌ها پیش از تأسیس رسمی اتاق، تجار تبریزی در قالب «مجلس وکلای تجار» و «دیوانخانه‌ی تجارتی» گرد هم می‌آمدند. در سال ۱۲۳۷ خورشیدی، فرمان تشکیل نخستین مجلس تجارتی ایران در تبریز با نظر ناصرالدین شاه صادر شد؛ مجلسی چهل نفره که در آن، کنار بازرگانان مسلمان و مسیحی تبریز، نمایندگانی از تجار روس، انگلیسی و عثمانی نیز حضور داشتند. این نگاه متکثر، گواهی بود بر مرکزیت بازار تبریز در اداره امور تجاری ایران.

این نهادسازی، ریشه در عمق سرمایه‌ی اجتماعی بازار تبریز داشت. بازار تبریز به واسطه پیوندهای محکم در بافت صنفی بازرگانان، سنت‌های دیرین اعتمادسازی و ارتباط گسترده با شبکه‌های تجاری بین‌المللی، بستر مساعدی برای این شکل از نهادسازی فراهم می‌کرد. نهادهایی که در دل بازار شکل گرفتند، نه تنها پاسخگوی نیازهای اقتصادی بودند، بلکه پیش‌درآمدی بر مشارکت ساختاریافته در تحولات سیاسی سال‌های آینده در وقایعی همچون قیام علیه امتیاز رژی و مبارزات مشروطه بودند.

### سرمایه‌ی اجتماعی؛ از نظریه تا عمل در بافتار تبریز

برای فهم عمیق‌تر این مسئله، باید به نظریه‌های کلاسیک جامعه‌شناسی اقتصادی بازگردیم. جیمز کلمن، جامعه‌شناسی که تلاش کرد پلی میان «انتخاب عقلانی» اقتصاددانان و «جامعه‌پذیری» جامعه‌شناسان ایجاد کند، مفهوم سرمایه‌ی اجتماعی را در کانون نظریه خود قرار داد.

از نظر کلمن، سرمایه‌ی اجتماعی در ساختار روابط میان کنشگران تعریف می‌شود. سرمایه‌ی اجتماعی یعنی «ارزش شبکه‌های اجتماعی شما»؛ منابعی که از تعلق به یک گروه ناشی می‌شوند و شامل سه مؤلفه است: تعهدات و انتظارات (اعتمادپذیری محیط اجتماعی)، کانال‌های اطلاعاتی (جریان اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی)، و هنجارها و ضمانت‌های اجرایی مؤثر.

در تبریز، این مفاهیم عینیتی تاریخی دارند. تجار تبریزی در قرن نوزدهم، نه تنها کنشگران اقتصادی، بلکه نخبان شهری، سازمان‌دهندگان نهادهای مدنی و حامیان فکری جنبش‌های اجتماعی بودند. آن‌ها دریافته بودند که بدون ایجاد تشکلهایی نیرومند و نهادهایی منسجم، امکان دفاع از منافع خود را ندارند. تشکلهایی که در میان تجار آذربایجان، تنها واکنشی دفاعی به تهدیدهای اقتصادی نبود، بلکه نشانی از تحول در نگاه آنان نسبت به جایگاه خویش در جامعه و دولت نیز داشت. آنان دیگر خود را تنها کنشگران اقتصادی بازار نمی‌دیدند، بلکه به عنوان نیرویی اجتماعی با نقش‌های سیاسی، فرهنگی و حتی آموزشی وارد میدان شدند.

### بازار تبریز؛ شبکه‌ای از اعتماد و نظارت متقابل

بازار تبریز یک نهاد صرفاً اقتصادی نبود، بلکه شبکه‌ای چندلایه از روابط اعتماد، تعهدات متقابل و هنجارهای مشترک را در خود جای داده بود. شبکه‌های خویشاوندی، صنفی و محلی در بازار تبریز، دسترسی به اعتبار، اطلاعات تجاری و حمایت جمعی را ممکن می‌ساختند. تداوم نسلی تجارت در خانواده‌هایی چون خویی، خسروشاهی، صدقیانی و توکلی نشان می‌دهد که تجارت، نه یک انتخاب فردی، بلکه بخشی از هویت خانوادگی و شبکه‌ای بوده است.

این سرمایه‌ی اجتماعی، صرفاً کارکرد اقتصادی نداشت، بلکه به توان بسیج سیاسی و نهادی تبدیل می‌شد. اعتراضات مکرر تجار و اصناف وندash از تعطیلی بازار و تحصن تا تأمین مالی قیام‌ها وندash نشان‌دهنده‌ی آن است که بازار تبریز یک «نهاد کنش جمعی» بود. تأسیس صندوق‌های مالی برای حمایت از قیام مشروطه، پرداخت دستمزد شاگردان در دوره تعطیلی بازار و پیشگامی در تشکیل انجمن‌های ایالتی، همگی مؤید این واقعیت‌اند که کنش اقتصادی و کنش سیاسی در این بستر از یکدیگر تفکیک پذیر نبودند.

## از «شهر بدون گدا» تا بحران اعتماد امروز

پژوهش‌های متعدد نشان داده‌اند که سرمایه‌ی اجتماعی در ایران روندی نزولی داشته‌است. مهم‌ترین شاخص‌های این کاهش عبارتند از: کاهش اعتماد تعمیم‌یافته (تمایل مردم به اعتماد به افراد ناشناس یا نهادهای عمومی)، افزایش شکاف میان نهادهای دولتی و مردم (به گونه‌ای که حتی اقدامات مثبت نیز با تردید مواجه می‌شود) و تحلیل رفتن شبکه‌های میانی (انجمن‌های صنفی، خیریه‌ها و سمن‌ها یا تضعیف شده‌اند یا به حاشیه رانده شده‌اند). تبریز نیز از این قاعده مستثنا نیست. شهری که روزگاری الگوی «شهر بدون گدا» بود، امروز با موجی از بی‌اعتمادی و ناامیدی مواجه است. پیامدهای کاهش سرمایه‌ی اجتماعی منحصر به قلمرو «احساسات» و «روابط اجتماعی» نمی‌ماند، بلکه مستقیماً به اقتصاد لطمه می‌زند. هزینه‌ی مبادله افزایش می‌یابد، سرمایه‌گذاران ریسک‌گریز می‌شوند، بهره‌وری نیروی کار کاهش می‌یابد و مهم‌تر از همه، تاب‌آوری جامعه در برابر بحران تضعیف می‌شود.

## اتاق بازرگانی تبریز؛ بازیگر مسئولیت اجتماعی در شرایط بحران

در چنین شرایطی، اتاق بازرگانی تبریز با بیش از یک قرن سابقه، کارگزاری از سرمایه‌ی اجتماعی انباشته شده در طول تاریخ تجارت آذربایجان است. نام «اتاق بازرگانی تبریز» برای فعالان اقتصادی استان، تداعی‌کننده‌ی شبکه‌ای از اعتماد، تعهدات متقابل و منافع مشترک است. این نهاد، ریشه در همان نهادهای تاریخی تجارت تبریز دارد. از دیوانخانه و مجلس تجارته در سال ۱۲۳۷ تا «هیئت تجار تبریز» در دوران مشروطه و «شامبر دوکومرس» (اتاق بازرگانی) در سال‌های پایانی قاجار، تجارت‌تبریزی نشان داده‌اند که می‌توانند از طریق سازمان‌یابی، خودیاری و مشورت، نهادهایی مستقل بسازند. پویش «در کنار هم برای تبریز» (بیزیم تبریز) در واقع دعوتی است به بازگشت به همین ریشه‌ها. این پویش تلاشی است برای احیای اعتماد میان مردم و نهادها، تقویت شبکه‌های نیکوکاری، هم‌افزایی میان خیریه‌ها و بخش خصوصی و بازتعریف مسئولیت اجتماعی در شرایط بحرانی.

## بازسازی سرمایه‌ی اجتماعی؛ گام‌های عملیاتی پیشنهادی

بازگشت به مکتب اقتصادی تبریز، با اتکا به بخش خصوصی و نهادهای مدنی، اولین گام برای عبور از بحران اعتماد است. تجربیات جهانی نیز نشان داده که در بحران، «نهادهای میانی» (اتاق‌های بازرگانی، خیریه‌ها، سمن‌ها) چابک‌تر، مؤثرتر و مورد اعتمادتر از دولت‌های بوروکراتیک عمل می‌کنند. شفافیت، اولین گام برای بازسازی اعتماد است. در شرایطی که هر اقدام خیریه‌ای با تردید مواجه می‌شود، تنها راه بازسازی اعتماد، شفافیت بی‌چون و چراست. راه‌اندازی سامانه‌ای که در آن تمام وجوه دریافتی و نحوه‌ی هزینه‌کرد به صورت برخط و عمومی قابل رصد باشد و انتشار گزارش‌های ماهانه از عملکرد پویش، از الزامات این مسیر است. دوم، توانمندسازی به جای کمک مقطعی. رویکرد سنتی خیریه، اغلب به «بخشش» محدود می‌شود، اما رویکرد مطلوب، سرمایه‌گذاری روی «قابلیت‌ها» است. اختصاص بخشی از منابع پویش به صندوق قرض الحسنه‌ی کارآفرینی برای حمایت از مشاغل خرد و زودپایی که در اثر بحران آسیب دیده‌اند، از جمله این راهکارهاست. و سوم، شبکه‌سازی و هم‌افزایی. تشکیل کارگروه تخصصی متشکل از نمایندگان اتاق بازرگانی، خیریه‌های همکار و کارشناسان دانشگاهی، به جای موازی‌کاری، می‌تواند حوزه‌های تخصصی را تقسیم کند و از ظرفیت‌های موجود بهترین استفاده را ببرد.

## تبریز؛ فردای بازسازی شده با تکیه بر دیروز

سرمایه‌ی اجتماعی تبریز، محصول قرن‌ها انباشت تجربه، اعتماد و همکاری متقابل است. این سرمایه، مانند یک امانت تاریخی، به دست ما سپرده شده‌است. از دوره‌ی اتابکان و ایلخانان که تبریز به عنوان دارالسلطنه و قطب اقتصادی ایران شناخته می‌شد، تا دوره‌ی صفویه و قاجار که این شهر به «دارالتجاره» ایران تبدیل شد و کارخانه‌ها، مدارس نوین، چاپخانه و بلدیه (شهرداری) در آن تأسیس گردید، تبریز همواره پیشگام بوده‌است. این پیشگامی، بدون سرمایه‌ی اجتماعی غنی و شبکه‌های اعتماد مستحکم میسر نبود. اتاق بازرگانی تبریز نیز به عنوان نخستین نهاد صنفی کشور، میراث‌دار همین سنت است. پویش «در کنار هم برای تبریز» دعوتی است به بازگشت به ریشه‌ها. دعوتی به این واقعیت ساده، اما عمیق: ما در این شهر، به یکدیگر گره خورده ایم. نه از سر اجبار، که از سر انتخاب. انتخابی به نام «همبستگی». و این، همان سرمایه‌ای است که بر خلاف سرمایه‌ی اقتصادی، هرچه بیشتر از آن خرج کنیم، بیشتر می‌شود.

## سامان‌نیکرفتار خیابانی؛ مدیر روابط عمومی اتاق بازرگانی تبریز