مطالعات محیطی هفت حصار شماره پنجاه و ششم/ سال پانزدهم/ تابستان ۱۴۰۵
صفحات ۳۸-۲۳

تسهیل‌گری جامعه‌پذیری محله‌محوری کلان‌شهر تهران از طریق رسانه ملی مبتنی بر رویکرد تحلیل تماتیک*

حمیدرضا چنگی آشتیانی**، پروانه زیویار***، بهمن کارگر****

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۳/۱۲/۲۸
تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۴/۵/۳

چکیده

رسانه‌ها به عنوان تأثیرگذارترین ابزار موجود بر اذهان مردم و محرک فعالیت‌های اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و اقتصادی، نقشی غیرقابل‌انکار در جامعه‌پذیر کردن آحاد جامعه برای مدیریت محله‌محوری ایفا می‌کنند. پژوهش حاضر با هدف شناسایی نقش‌های رسانه ملی در تسهیل‌گری جامعه‌پذیری محله‌محوری کلان‌شهر تهران انجام شد. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر داده‌ها، آمیخته اکتشافی مبتنی بر رویکرد تحلیل تم بود. جامعه کیفی شامل خبرگان حوزه رسانه و مدیریت شهری بود که ۱۹ نفر به روش گلوله‌برفی و اشباع نظری انتخاب شدند. جامعه کمی شامل مدیران و کارکنان محلات و شورایاران شهر تهران به تعداد ۴۰۰۰ نفر بود که ۳۸۰ نفر با جدول مورگان و به روش تصادفی خوشه‌ای چندمرحله‌ای نمونه‌گیری شدند. در بخش کیفی از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته و در بخش کمی از پرسشنامه محقق‌ساخته استفاده شد. تحلیل داده های کیفی با روش تحلیل تماتیک و تحلیل کمی با روش تحلیل عاملی اکتشافی انجام شد. نتایج بخش کیفی حکایت از ۶ مضمون فراگیر، ۱۲ مضمون سازمان‌دهنده و ۴۷ مضمون پایه داشت که در مرحله کمی همه آنها تأیید شدند و عبارتند از: تم فنی (۲ تم فرعی و ۷ کد)، سیاسی (۲ تم فرعی و ۷ کد)، نهادی (۲ تم فرعی و ۱۰ کد)، اجتماعی–فرهنگی (۲ تم فرعی و ۷ کد)، مدیریتی (۲ تم فرعی و ۸ کد) و زیست‌محیطی (۲ تم فرعی و ۸ کد).
یافته‌ها نشان می‌دهد رسانه ملی به عنوان فراگیرترین رسانه کشور، ظرفیت بالایی برای اثرگذاری بر مدیریت شهری دارد و می‌تواند با ایفای نقش‌های چندگانه شامل اطلاع‌رسانی، آموزش، مطالبه‌گری، ایجاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی و پل ارتباطی میان شهروندان و مدیران، بستر مناسبی برای پذیرش رویکرد محله‌محوری فراهم آورد. تحقق این مهم نیازمند برنامه‌ریزی راهبردی، تولید محتوای هدفمند و تعامل سازنده بین رسانه ملی و مدیریت شهری است تا از یک سو شهروندان برای مشارکت در اداره محله‌های خود توانمند شوند و از سوی دیگر، مدیران شهری نسبت به خواسته‌های شهروندان پاسخگو باشند. نتایج حکایت از آن دارد که رسانه ملی باید به صورت کاملاً عملیاتی و حرفه‌ای در حوزه‌های فنی، سیاسی، نهادی، اجتماعی–فرهنگی، مدیریتی و زیست‌محیطی، جامعه‌پذیری محله‌محوری را تسهیل نماید و با شناسایی خلأهای موجود و رفع آنها، نقشی مؤثرتر در تحقق مدیریت شهری مشارکتی و پایدار ایفا کند. تأکید بر تولید برنامه‌های مستند، گفت‌گومحور و تعاملی و ایجاد بسترهای مناسب برای مشارکت فعال شهروندان در فرایندهای تصمیم‌گیری شهری، از راهکارهای کلیدی در این مسیر محسوب می‌شود.

واژگان کلیدی

رسانه ملی، تسهیل‌گری، جامعه‌پذیری، محله‌محوری.

* این مقاله برگرفته از رساله دکتری نگارنده اول با عنوان «نقش رسانه ملی در تسهیل‌گری جامعه پذیری محله محوری کلان شهر تهران» به راهنمایی نگارنده دوم و مشاوره نگارنده سوم در دانشگاه آزاد اسلامی واحد یادگار امام شهر ری است.

** دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد یادگار امام خمینی شهر ری، ایران. ashtiyanihamidreza@gmail.com
*** دانشیار و عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد یادگار امام خمینی شهر ری، ایران (نویسنده مسئول). parvanehzivyar@iau.ir
**** استادیار و عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد یادگار امام خمینی شهر ری، ایران. b_karegar@yahoo.com

ISSN: 2322-5602
©: IAUH

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-16]

مقدمه

محله به‌عنوان یک مکان کالبدی و اجتماعی که می‌تواند شرایط مناسبی را برای افزایش مشارک مردم و استفاده از توان جمعیتی آنان فراهم آورد. در بازتولید هویت محله، تقویت حافظه‌ی تاریخی محله، تقویت حس تعلق و مشارکت شهروندان در محله، ایجاد فضاهای عمومی و گفتگو بین شهروندان و حفظ سازمان محله‌ای بسیار مهم است(Farhana, 2017: 694). محله‌گرایی می‌کوشد تا نظم اجتماعی را برقرار سازد و امنیت اجتماعی، تفاهم و مشارکت مدنی تحقق یابد. مشارکت مدنی در سطح محله موجب وفاق اجتماعی گردیده و از بار تصدی‌گری دولت می‌کاهد. تشکل‌ها، انجمن‌های محلی و شورایاری‌های محلات، حلقه‌ی ارتباطی میان مدیریت محلی و شهروندان هستند که در واقع به تمرین مشارکت مدنی در سطح محلی می‌پردازند و زمینه‌ی لازم برای توانمندسازی و ظرفیت‌سازی ساکنان در حل مسائل و چالشها در سطح محلی را در نظام مدیریت شهری فراهم می‌آورند(Ishom et al, 2021: 157). در حال حاضر رویکردی که به‌عنوان اثربخش‌ترین، کم‌هزینه‌ترین و پایدارترین شیوه اعمال مدیریت شهری معرفی می‌شود محله‌محوری هست. هدف از محله‌محوری تقویت فرایند توسعه محلی است به‌گونه‌ای که زمینه و محیط مناسبی برای زندگی راحت و کارآمد شهروندان و رضایت آنان فراهم شود. اجرای محله‌محوری نیازمند زیرساخت‌هایی است تا بتواند به‌خوبی در شهر اجرا شود. یکی از این زیرساخت‌ها پذیرش جامعه نسبت به اجرای این سبک از مدیریت شهر است که بایستی تسهیل شود.

منظور از تسهیلگری نوعی روش کار با مردم است که آنها را قادر به فهم یک وظیفه یا اجرای یک فعالیت به‌نحوی که رفع‌کننده مشکلات آنان باشد، می‌کند. به عبارت دیگر نوعی روش دستیابی به پایداری اجتماعی در محلات از طریق مشارکت بازیگران محلی و مردم است(Hogan, 2002: 6). بنابراین می‌توان از تسهیلگری به‌عنوان کاتالیزور روند توسعه محلی نام برد که از روش‌های مختلف برای طراحی روند توسعه محلی با مشارکت همه ذینفعان استفاده می‌کند(Dienel et al, 2017: 122). در تسهیلگری اجتماع‌محور مردم یک اجتماع متکی به خود هستند و سایر نهادها و سازمان‌ها به مردم یک اجتماع اعتماد دارند. این مردم می‌توانند درباره محل زندگی خود تصمیم بگیرند و برگزینند که چه کاری باید بکنند، چه کاری برای‌شان دارای اهمیت است، چه کاری در اولویت است و چه کارهایی در حال حاضر مورد نظرشان نیست(وطن پرست، اصفهانی و خزایلی پارسا، ۱۳۹۸: ۲۶)؛ بنابراین برنامه‌های توسعه‌ای که براساس تسهیلگری اجتماع‌محور طراحی شده باشد ضمن اینکه می‌تواند به رفع نیازها و حل مشکلات فراروی جامعه موردنظر بیانجامد باعث می‌شود که توسعه جامعه محلی با مدیریت و مشارکت مردم اتفاق بیفتد(حاجی علی اکبری، ۱۳۹۰: ۴).

در حوزه مدیریت محلی شهر تهران، نهادهای محلی مانند سراهای محله برخی سازمان‌های مردمی طرح‌ها و برنامه‌هایی با هدف مشارکت شهروندان اجرا نموده‌اند، اما مداوم نبوده و نتایج حاصل از آن برای برنامه‌ریزی مؤثر مورد بهره‌برداری قرار نگرفته‌اند(حقیقتیان و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۰۰). محله به عنوان یک مکان فیزیکی و اجتماعی دارای این ظرفیت و قابلیت است که برای کنش‌های جمعی و سازمان یافته مردم می‌تواند شرایطی را فراهم کند که منجر به افزایش مشارکت مردم و استفاده از توان جمعی آنان شود(Enab, Zawawi & Monna, 2024: 3). بنابراین در باز تولید هویت محله تقویت حافظه تاریخی محله، تقویت حس تعلق و مشارکت شهروندان در محله، ایجاد فضاهای عمومی و گفتگو بین شهروندان و حفظ سازمان محله‌ای بسیار مهم است(Choi, 2024: 2).

اما مدیریت محله از طریق جلب مشارکت مردم به خودی خود محقق نمی‌شود و مدیران شهری از طرق مختلف به دنبال این مشارکت هستند. یکی از راه‌های جلب مشارکت مردم، رسانه ها و به خصوص رسانه ملی است که در این خصوص در پاره‌ای از موضوعات ایفای نقش نموده و در برخی موضوعات هم علیرغم توانایی اقناسازی بالای آن، نتوانسته نقش آفرین باشد(Enab et al, 2024: 3). بر این اساس برای جامعه‌پذیر شدن محله‌محوری، می‌توان از رسانه‌های مختلف جهت اطلاع‌رسانی و آشناسازی شهروندان و مدیران استفاده نمود(Bahale & Schuetze, 2023). در این بین رسانه ملی به‌عنوان رسانه اصلی در ایران، می‌تواند در این حوزه بیشترین اثرگذاری را داشته باشد. آنچه که از عملکرد رسانه ملی که منظور همان صداوسیمای جمهوری اسلامی ایران است در حوزه مدیریت شهری مشخص است، این است که در این زمینه محتوای زیادی تولید نشده است و تقریباً می‌توان گفت که رسانه ملی در این زمینه ضعیف عمل کرده است. البته موضوع محله محوری که موضوع جدیدی است در مجموع در کشور ما چندان اجرایی نشده است و می‌توان گفت به‌تبع آن، در رسانه ملی هم چندان در اولویت تولید محتوا و برنامه نبوده است. شاید همین موضوع عامل اجرای ضعیف محله محوری در ایران بوده است. احتمالاً اگر رسانه ملی به اهمیت و ضرورت اجرای این طرح می‌پرداخت، مسئولین و نخبگان هم نسبت به این موضوع حساس می‌شدند و زمینه اجرای این طرح فراهم می‌گردید.

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-16]

از آنجا که پیش‌بینی شده جمعیت جهان در سال ۲۰۵۰ به ۹/۶ میلیارد نفر برسد(UN DESA, 2019) و بیش از دو سوم این جمعیت شهرنشین شوند(United Nations, 2018). این افزایش جمعیت شهرنشین، باعث ایجاد طیفی از چالش‌های جدید در تجمعات شهری جهان شده است. این شرایط ناهنجار زیستی به‌ویژه در محدوده‌های پیرامونی شهرها، حیات شهری را در جهت توسعه پایدار با چالش روبرو کرده است(Engin et al, 2020). این شیوه زندگی جدید بر استفاده از منابع، مسکن، ترافیک، بیکاری، جرم و جنایت شهری، مشکلات آب و فاضلاب و گسترش بیماریها تأثیر می‌گذارد(Cheela et al, 2021; Chu et al, 2017). بر همین اساس می‌توان گفت که پیامدهای توسعه شهری و در نتیجه آن کاهش سهم محیط زیست و فضای سبز شهری و پیچیدگی معضلات زیست محیطی، موجودیت محیط زیست سبز و گسترش آن را اجتناب ناپذیر کرده‌اند؛ به گونه‌ای که امروزه مفهوم شهرها بدون وجود محیط زیست سبز در اشکال مختلف آن دیگر قابل تصور نیست(تقوایی و همکاران، ۱۴۰۲: ۳۷). این آمارها و شواهد، منجر به وفاق صاحبنظران در این امر شده است که مدیریت شهری باید بر اساس اصول و ضوابط علمی برای شناخت وضع موجود، آینده‌نگری دقیق و برنامه‌ریزی اثربخش اقدام کند(Paddison, 2000). مدیریت شهری را می‌توان فرآیندی با پیچیدگی و عدم قطعیت بالا دانست که رابطه همزیستی و شهودی با فضای شهری دارد(Engin et al, 2020).

دیدگاه‌های جدید در حوزه مدیریت شهری معتقد به تمرکززدایی، محله محوری و ظرفیت‌سازی نهادی و سازمان‌دهی اجتماعات محلی تأکید دارند. می‌توان گفت که این نظریات معتقدند کار مردم را باید به خود آن‌ها واگذار کرد و مردم برای اداره محله خود بهتر از هرکسی می‌توانند اقدام کنند. محله در تمام شهرهای دنیا به واسطه ظرفیت‌های کالبدی، اجتماعی و فرهنگی نقش مهمی در حل مسائل شهر دارد و آغاز مشارکت از سطوح محله‌ای، چنانچه با سازوکار درستی انجام بگیرد، در نهایت منجر به گسترش فرهنگ مشارکت‌پذیری و مشارکت‌جویی می‌شود. تجارب نشان داده که «مدیریت محله محور»، یکی از بهترین راهکارها برای کاهش مشکلات شهری است؛ زیرا محله به‌عنوان یک واحد جغرافیایی–تاریخی که هویت نمادین آن بر اساس مناسبات و روابط اجتماعی و فرهنگی شکل‌گرفته، مناسب‌ترین و پایدارترین شکل یک سازمان اجتماعی است که بتواند بهترین راه تصمیم‌گیری و اجرا را در اداره امور شهر متجلی سازد. برای «مدیریت محله محور»، امروزه در اداره شهرها تقویت روابط و مناسبات اجتماعی بیش‌ازپیش ضروری به نظر می‌رسد(Ouraee & Fayyaz, 2012).

محله از گذشته جایگاهی هسته‌ای در تجزیه و تحلیل و برنامه‌ریزی فضاهای شهری داشته‌اند(Itma & Monna, 2024). معمولاً از زمان ظهور محله به عنوان یک مفهوم کلیدی در ادبیات علوم اجتماعی، مفهوم آن به‌عنوان نوعی ظرف فضایی شناخته‌شده‌است. لذا، محله یک مفهوم جغرافیایی و اجتماعی است(روستایی، اصغری زمانی و اندستا، ۱۴۰۳). از طرف دیگر، با ظهور رسانه‌ها و فناوری اطلاعات، مفهوم محله دستخوش تغییر شده‌است. به‌گونه‌ای که، در این عصر، کاربردهای جدید رسانه و فناوری قابلیت احیای نقش محله را بیش از پیش برجسته کرده است(Rahman & Pujiyanti, 2023).

یکی از کشورهایی که به خوبی به بحث محله محوری در مدیریت شهری پرداخته است فرانسه بوده است. از جمله اقداماتی که شهردار پاریس خانم آن هیدالگو(Anne Hiddalgo) برنامه ریزی و در حال انجام آن است جنگل کاری گسترده با کاشت ۱۷۰ هزار نهال درخت در شهر پاریس، طرح منطقه بندی موسوم به PLU با هدف سازگاری ساختمان‌ها با تغییرات آب‌وهوایی، تجهیز مسیرهای دوچرخه سواری در سطح محلات شهری، طرح مبارزه با آلودگی هوا موسوم به نفس پاریس، رایگان کردن وسایل نقلیه عمومی، افزایش قیمت پارکومتر، ممنوعیت پارک رایگان در روزهای خاص و تبدیل ۳۰ درصد مسکن شهر به مسکن اجتماعی تا سال ۲۰۳۰ (Euronews, 2022; Choi, 2024). در ایران نیز با تشکیل ستاد توانمندسازی و تحول اجتماع محور ۲۰۲۰ محله کمتر برخوردار و تشکیل شورایاری‌ها اقدامات مطلوبی در بهبود وضعیت مدیریت شهری انجام شده است. یکی از اقدامات مهم در این زمینه بیمه نمودن رایگان بیش از ۱۳ میلیون نفر ار دهک‌های یک تا ۵ بوده است. طرح توانمندسازی با هدف هم‌افزایی و حذف موازی کاری بین دستگاه‌های خدمات‌رسان و استفاده از ظرفیت ساکنین محله جهت احصاء و شناسایی مشکلات و استفاده از جوامع محلی برای رفع آنها انجام شده است(Ministry of Interior Report, September, 2023).

اقدامات صورت گرفته در داخل و خارج کشور در حوزه تسهیلگری محله‌محوری حکایت از آن دارد که دوران مدیریت شهری از طریق محله‌محوری و مشارکت مردم بیش از پیش جایگاه خود را یافته است و بایستی آحاد جامعه در این خصوص جامعه‌پذیر شوند تا بتوان از کلیه ظرفیت‌های موجود در این زمینه استفاده نمود. در واقع جامعه‌پذیری فرایند اجتماعی است که نتایج آن به تقویت هنجارهای حرفه‌ای و شکل‌گیری شخصیت کنشگران حرفه‌ای منجر می‌شود(Kicherova, 2015). از منظر دیگر، جامعه‌پذیری فرایندی است که افراد طی آن، ارزش‌ها، مهارت‌ها، نگرش‌ها، هنجارها و دانش موردنیاز برای عضویت در جامعه، گروه و سازمان معین را یاد می‌گیرند(Gardner, 2020).

مشارکت مردم در اداره امور شهرها آنچنان دارای اهمیت و اولویت است که در چند سال گذشته مدیریت شهری را بر آن داشت تا با برنامه‌ریزی به منظور برقراری تعامل دو سویه بین شهروندان و شهرداری، پایه نهاد مردمی با نام «شورای اجتماعی محله» را بنیان گذارد.

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-16]

این نهاد در سال های بعد به شورایاری تغییر نام داد و در محلات شهر تهران و همچنین سایر شهرها، این نهاد مشارکتی شکل گرفت. شورایاری با هدف اداره محلات به دست خود ساکنین محله ایجاد شد. پس از مدتی طرح مدیریت محله در شهر تهران توسط شهرداری این شهر اجرا گردید و برخی از شهرها مانند مشهد نیز این طرح را اجرا نمودند. رسانه ملی در زمان تبلیغات انتخابات شورایاری در دوره‌های مختلف جهت آشنایی شهروندان با این نهاد نوپا، محتواهایی تولید و منتشر می‌کرد. شهروندان با این محتواهای رسانه ملی، هرچند محدود با نهاد شورایاری آشنایی پیدا کردند؛ اما با اجرای طرح مدیریت محله که در راستای مدیریت محلی شهر توسط ساکنین محله بود رسانه ملی نقش محدودی داشته و محتوای چندانی تولید و پخش نکرده است. به نظر می‌رسد که بهبود این نقش، نیازمند برنامه‌ریزی بهتر و موثرتر در حوزه تولید محتوا برای شناخت بیشتر جامعه نسبت به موضوعات حکمروایی محلی و مشارکت شهروندی است.

با توجه به اهمیت محله‌محوری در حل مشکلات و چالش‌های پیش‌روی شهر تهران و جایگاه رسانه‌ها در توسعه و اهمیت تسهیلگری در پذیرش جامعه نسبت به محله‌محوری که در واقع به روان‌سازی کارها و مساعدت در انجام امور بدون دخالت مستقیم دولت اشاره دارد و بخش‌های عمومی و دولتی برای انجام امور به‌طور غیرمستقیم و با حمایت و فراهم کردن بسترهای مناسب، باید به بخش‌های خصوصی و مردمی یاری برسانند؛ بنابراین در راستای مسئله تعریف شده، پژوهشگر به دنبال پاسخ به این سوال است که نقش رسانه ملی در تسهیل گری جامعه پذیری محله محوری کلان شهر تهران چیست؟ و بر این اساس سوالات زیر مطرح شده است: نقش‌های اصلی و فرعی رسانه ملی در تسهیل‌گری جامعه پذیری محله محوری کلان شهر تهران کدامند؟ و اعتبارسنجی نقش‌های رسانه ملی در تسهیل‌گری جامعه پذیری محله محوری کلان شهر تهران چگونه قابل ارزیابی است؟

پیشینه و مبانی نظری پژوهش

در راستای موضوع پژوهش صاحب نظران و پژوهشگران تحقیقاتی انجام داده‌اند که به تدوین چارچوب نظری پژوهش حاضر کمک می کنند هرچند هیچ یک از آنها به طور دقیق به موضوع نقش رسانه ملی در تسهیل گری جامعه پذیری محله محوری کلان شهر تهران نپرداخته‌اند. بنابراین در راستای موضوع مورد اشاره پژوهش‌هایی انجام شده است که اهمیت موضوع را نمایان ساخته‌اند که از جمله می‌توان به پژوهش ابطحی و آشیانی(۱۳۹۹: ۶۵۵) اشاره کرد که سه مقوله: بافت شهر، چالش‌های مدیریت کلان شهری، موانع سیاسی–قانونی را به‌عنوان موانع مشارکت شهروندان در مدیریت شهری مطرح کرده‌اند. همچنین تحصیلات و رسانه بر حضور فعال شهروندان در مدیریت موثر بوده‌اند؛ دانشفر و همکاران(۱۴۰۱: ۸۲) حکمروایی خوب شهری در کرج بر اساس نیازها و تمایلات شهروندان در حد متوسط است؛ محمدی ده چشمه(۱۳۹۹: ۲۲۲) مدیریت شهری بر شاخص‌های توسعه پایدار شهری(اقتصادی، زیست محیطی، اجتماعی) اثرات معنی‌داری داشته است؛ توکلی‌نیا و همکاران(۱۴۰۰: ۱۰۸) شاخص‌های حکمروایی در مدیریت شهری بابل در سطح نامطلوبی قرار دارد؛ ریکی و و همکاران(۱۴۰۰: ۲۳۴) دو منطقه از پنج منطقه شهرداری زاهدان به دلیل برخورداری بیشتر از خدمات شهری در تقویت مشارکت شهروندان در مدیریت شهری موفقتر بوده‌اند؛ رجبی(۱۳۹۰: ۱۰۱) دستیابی به توسعه شهری عمدتاً وابسته به مشارکت مردم و نهادهای محلی است تا دستگاه‌های دولتی؛ خسروی و همکاران(۱۴۰۱: ۱۳۸) میان وضع موجود و آرمانهای حکمروایی خوب شهری در شهر تهران فاصله زیادی وجود دارد و تبدیل ساختار محله به مدیریت مشارکتی به تمهیدات عمیق‌تر و گسترده‌تری نیازمند است؛ نتایج پژوهش صفری و جعفری(۱۴۰۰: ۱۳۱) با عنوان رسانه‌های محلی و توسعه در استان زنجان نشان داد که رسانه‌های محلی در ابعاد مختلف توسعه استانی به دلایل مختلف دچار ضعف‌هایی جدی از جمله عدم تأثیرگذاری و جریان سازی هستند. راهبرد اصلی پیشنهادی آن است که برای بهره مندی از ظرفیت‌های ارتباطات برای توسعه در ابتدا باید توسعه ارتباطات، مبتنی بر شاخص‌های مختلف اعم از زیرساخت‌ها، رویه‌ها، منابع مالی، کیفیت تولیدات، جذب مخاطب و تأثیرگذاری در دستور کار قرار گیرد؛ شکری یزدان‌آباد، خلیلی و بهزادفر(۱۴۰۰: ۱۱۳) نشان دادند که عوامل مؤثر بر تحقق برنامه‌ریزی محله مبنا مواردی نظیر خدمات محله‌ای، ایمنی و امنیت محله‌ای، ساختار محله‌ای، سرمایه اجتماعی، نظام حمل‌ونقلی، ساخت‌وساز، مشاغل محله‌ای، جامعه مدنی، مشارکت و مسکن همه شمول است که بیشترین تاثیر را در مقیاس محله‌ای دارد.

همچنین پژوهش‌هایی نیز توسط محققان خارج از کشور انجام شده است. ایشوم و همکاران نشان دادند که نقش تسهیلگر در توانمندسازی گروه‌های کشاورز هدف اصلی در فعالیتهای آموزشی و یادگیری برای ارتقای مهارتهای حرفه‌ای در رفع نیازها و رفاه جامعه و همچنین داشتن شایستگی در برنامه‌ریزی است(Ishom, 2021)؛ وانگ و گائوچن، شواهدی از مشارکت سیاسی در تلویزیون چین نشان دادند که PPTV می‌تواند به‌طور موثر پاسخگویی دولت را در بخش‌های فناوری، امنیت اجتماعی و اشتغال افزایش دهد. بعلاوه پاسخگویی دولت با اتخاذ PPTV در قالب فعالیت‌های پخش زنده سالانه با رتبه‌بندی عمومی و همکاری با رسانه‌های چاپی به‌طور موثرتری افزایش می‌یابد

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-16]

(Yu Qi & Gao Chen, 2021)؛ بک و دی ساتر با بررسی نقش تسهیلگران مناطقی روستایی نشان دادند که تسهیلگران نقش خود را در سه بخش می‌بینند: آئین دادرسی رویه‌های، حل مسئله غیررسمی و حمایت والدین(Beck & DeSutter, 2020)؛ ادبیات بررسی شده توسط الوائر و کوپر در خصوص نقش تسهیلگران نشان می‌دهد که انتظارات زیادی از تسهیلگران وجود دارد اما هیچ استانداردی برای نحوه عمل تسهیلگران وجود ندارد و هیچ توافقی درباره اینکه چه زمانی کمک‌های آنها ممکن است بهترین اثر را داشته باشد وجود ندارد(Alwaer & Cooper, 2019)؛ یوشنگ و همکاران با بررسی رابطه بین مدیریت محلی و رسانه های محلی نشان دادند که هم رسانه‌ها و هم دولت‌های محلی نقش‌های مهمی را برای تأثیرگذاری بر زندگی شهروندان ایفا می کنند. همچنین یک سیستم رسانه‌ای شکل‌گرفته که به شهروندان خود آموزش و اطلاع‌رسانی می‌کند، حکومت‌داری خوب و دموکراسی را تقویت می‌کند(Yusheng et al, 2019)؛ گیلم و همکاران به بررسی تأثیر جمعی تسهیلگران نشان دادند که دستورات خط‌مشی دارای همبستگی مثبت و معنادار با همکاری است و تنها پیش‌بینی کننده مهم همکاری، روابط غیررسمی است(Gillam et al, 2016)؛ سوباچی با بررسی رسانه‌های اجتماعی و حکومت‌های محلی، نشان داد دولت‌های محلی از فناوری‌های نوآورانه مبتنی بر اینترنت استفاده می‌کنند که مکمل روش‌های سنتی در اجرای عملکردهای مختلف است(Sobaci, 2015)؛ نهایتاً وارن و همکاران با بررسی اثرات رسانه‌ها بر ارتقای مشارکت شهروندان و افزایش اعتماد آن‌ها به نهادهای شهری بیان کردند که تحقق طرح مشارکت مدنی شهروندان بر ایجاد اعتماد شهروندان به نهادهای مدیریت شهری، پلیس و سیستم قضایی باید از طریق ایجاد سرمایه اجتماعی و مشارکت مدنی آنلاین صورت گیرد(Warren et al, 2014).

روش پژوهش

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی؛ از نظر داده‌ها، آمیخته (کیفی و کمی) مبتنی بر رویکرد تحلیل تم؛ از نظر ماهیت مطالعه، اکتشافی مبتنی بر رویکرد استقرایی و توصیفی- پیمایشی بود. از آنجا که تاکنون در این خصوص پژوهشی انجام نشده است لذا مبتنی بر رویکرد تحلیل تم، نقش‌های رسانه ملی برای تسهیل گری شناسایی و تایید شده است. جامعه آماری کیفی پژوهش کلیه صاحب‌نظران حوزه رسانه و مدیریت شهری شامل مدیران ارشد صدا و سیما و شهرداری تهران بودند که تا حد اشباع نظری مصاحبه با ۱۹ نفر از خبرگان با رویکرد آگاهانه و به روش گلوله برفی انجام شد. معیار انتخاب مدیران داشتن حداقل ۴ سال سابقه مدیریت ارشد و داشتن مدرک دکتری بود. جمع‌آوری اطلاعات به شیوه کتابخانه‌ای و میدانی و با ابزار مصاحبه نیمه‌ساختاریافته انجام شده است. به منظور اعتبارسنجی ابزار داده‌های بدست آمده از سه روش کثرت‌گرایی استفاده شد که بازآزمون روش انجام کار با ۸۹ درصد پایایی، آزمون قابلیت اطمینان بین کدگذاران با ۸۱ درصد و استفاده از مصاحبه‌شوندگان جدید برای آزمون قابلیت اطمینان مدل با ۸۳ درصد پایایی حکایت از قابلیت اعتماد کدگذاری‌ها داشت و داده‌ها از اعتبار کافی برخوردار بودند.

جامعه آماری کمی پژوهش کلیه مدیران و کارکنان محلات و شورایاران محلات شهر تهران به تعداد ۴ هزار نفر بودند. برای تعیین حجم نمونه از جدول کرجسی و مورگان استفاده و ۳۸۰ نفر تعیین شد و سپس به روش تصادفی خوشه‌ای چند مرحله‌ای اقدام به نمونه گیری شد. جمع‌آوری اطلاعات به شیوه میدانی و با ابزار پرسشنامه محقق ساخته شامل ۴۷ سوال و ۱۲ مولفه در قالب طیف ۷ گزینه‌ای لیکرت انجام شده است. به منظور سنجش روایی از روایی صوری و محتوایی و برای تعیین پایایی از آلفای کرونباخ استفاده شد. شناسایی و استخراج کدهای بخش کیفی با کمک نرم افزار MAXQDA انجام شد. در بخش کیفی، تحلیل مصاحبه‌ها با استفاده از روش تحلیل تماتیک و استفاده از روش براون و کلارک(۲۰۰۶) طی چند گام شامل آشنایی با داده‌ها و تولید کدهای اولیه، جستجو برای تم‌ها و تولید تم، بررسی و مرور تم‌ها، تعریف و نام گذاری تم‌ها و نوشتن گزارش انجام شد و سه دسته مضامین پایه، سازمان دهنده و فراگیر شناسایی شد. تحلیل داده‌های کمی به روش تحلیل عاملی اکتشافی و با استفاده از نرم افزار SPSS انجام شد.

محدوده مورد مطالعه

جمعیت: کلان‌شهر تهران پرجمعیت‌ترین شهر و پایتخت ایران، مرکز استان تهران و شهرستان تهران است. این شهر در برآورد سال ۱۴۰۱، بالغ بر نه میلیون و سی و نه هزار تن جمعیت داشته است و بر اساس برآورد سال ۲۰۱۸ سازمان ملل متحد، سی و چهارمین شهر پرجمعیت جهان و پرجمعیت‌ترین شهر غرب آسیا است. کلان‌شهر تهران نیز دومین کلان‌شهر پرجمعیت خاورمیانه است(World Urbanization Prospects 2018, United Nations, 2019)

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-16]

موقعیت جغرافیایی: تهران در پهنه‌ای بین دو وادی کوه و کویر و در دامنه‌های جنوبی البرز گسترده شده‌است و ۷۳۰ کیلومتر مربع مساحت دارد. از نظر جغرافیایی نیز در ۵۱ درجه و ۱۷ دقیقه تا ۵۱ درجه و ۳۳ دقیقه طول خاوری و ۳۵ درجه و ۳۶ دقیقه تا ۳۵ درجه و ۴۴ دقیقه عرض شمالی قرار دارد. گستره کنونی تهران از ارتفاع ۹۰۰ تا ۱۸۰۰ متری از سطح دریا امتداد یافته‌است؛ این ارتفاع از شمال به جنوب کاهش می‌یابد. برای مثال، ارتفاع در میدان تجریش، در شمال شهر حدود ۱۳۰۰ متر و در میدان راه‌آهن که ۱۵ کیلومتر پایین‌تر است، ۱۱۰۰ متر است.

وضعیت اداری: از نظر اداری، تهران به ۲۲ منطقه و ۱۲۲ ناحیه شهری تقسیم شده‌است و شهرهای تجریش و ری را در بر گرفته است (گزارش سالنامه آماری شهر تهران، ۱۳۹۶). کلان‌شهر تهران براساس آخرین تقسیمات شهری، ۳۵۵ محله در قالب ۲۲ منطقه دارد. در این بین، مناطق ۴، ۵، ۲، ۱۵ و ۱۴ بیشترین میزان تراکم جمعیتی را دارند(گزارش سالنامه آماری شهر تهران، ۱۳۹۶).

یافته‌های پژوهش

با توجه به پرسش‌های مطرح شده در پژوهش حاضر، پژوهشگر از طریق فرایند کدگذاری مبتنی بر رویکرد تحلیل تم، به تحلیل داده‌ها پرداخته و سپس با اجرای تحلیل عاملی اکتشافی با رویکرد کمی، شاخص‌های بدست آمده را تایید نموده است. مراحل تحلیل داده‌ها به روش براون و کلارک(۲۰۰۶) به شرح زیر انجام شد:

آشنایی با داده‌ها و تولید کدهای اولیه: مصاحبه‌های بدست‌آمده توسط محقق، دو بار بطور کامل مطالعه شد، بخش‌هایی از متن مصاحبه‌ها که کلیدی بودند برجسته شدند، فهرستی اولیه از نکات برجسته موجود در داده‌ها تهیه شد و برای تبدیل داده‌های متنی به داده‌های قابل استفاده و فهمیدنی از «بند»، «عبارت» و «کلمه» استفاده شد. در مجموع ۱۸۴مفهوم کلیدی از متن مصاحبه‌ها استخراج شد که برخی از آنها مشابهت‌هایی با هم داشتند.

جستجو برای تم‌ها و تولید تم: محقق کدهای اولیه بدست آمده را تجزیه و تحلیل نمود. برخی از کدها مشابه و هم معنی بودند و محقق اقدام به یکسان سازی آنها نمود. در نهایت با ترکیب و تلفیق کدهای مختلف، ۴۷ کد اولیه شناسایی شد. سپس کدهای اولیه شناسایی شده، ترکیب و تلخیص شدند و در قالب دسته‌های موضوعی قرار گرفتند. بر این اساس ۴۷ کد اولیه بدست آمده در قالب ۱۲ تم فرعی طبقه بندی شدند. مجدداً ترکیب تم‌ها توسط محقق انجام شد و تم‌های فرعی بدست آمده دسته بندی انتزاعی تری را تشکیل دادند و به این شکل ۶ دسته تم اصلی بدست آمد.

بررسی و مرور تم‌ها: در این مرحله محقق بررسی نمود که آیا تم‌های فرعی ایجاد شده به خوبی مفاهیم تحت شمول خود را پوشش می‌دهند یا خیر؟ و اینکه آیا تم‌های اصلی مناسب قیومیت تم‌های فرعی تحت شمول خود هستند یا نه؟ با بررسی تم‌ها مشخص شد مفاهیم دسته بندی شده، تم‌ها را پشتیبانی می‌کنند، مفاهیم به طور کامل بر یک تم منطبق هستند و با تم دیگر ارتباط حسی یا معنایی ندارند، تم‌های بدست آمده با همدیگر همپوشانی ندارند و یک تم مجزا هستند و نهایتاً تم‌های فرعی بدست آمده از لحاظ معنایی در درون تم‌های اصلی قرار گرفته‌اند و هر تم از سایر تم‌ها متمایز است و با هم انسجام دارند به گونه‌ای که نقش رسانه ملی را در تسهیلگری جامعه پذیری محله محوری نشان می‌دهد.

تعریف و نام گذاری تم‌ها: مرحله پنجم تحلیل تماتیک، به اصلاح تم‌ها اختصاص دارد. لذا تم‌های فرعی بر اساس کدهای اولیه اصلاح و نامگذاری مجدد شدند و تم‌های اصلی نیز نامگذاری و تعریف شدند. بر این اساس محقق با بررسی مبانی نظری و پیشینه موضوع و اخذ نظر چند نفر از خبرگان حوزه رسانه، مجدداً کدهای فرعی را بررسی نمود و نهایتاً همان تم‌ها تایید و نهایی شدند. در خصوص تم‌های اصلی نیز جمع بندی صورت گرفت و نام گذاری شد.

نوشتن گزارش: در راستای ۶ تم اصلی و ۱۲ تم فرعی بدست آمده از ۴۷ کد، نقش‌های رسانه ملی در تسهیل‌گری جامعه پذیری محله محوری کلان شهر تهران بدست آمد.

نتیجه پنج مرحله تحلیل تم منجر به شناسایی تم‌ها و کدها جدول شماره (۱) به شرح زیر شده است.

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-16]

جدول ۱- تم‌های اصلی، تم‌های فرعی و کدهای بدست آمده

تم اصلی	تم های فرعی	کدها(شاخص‌ها)
بعد فنی	زیرساخت فناوری	سرعت بخشی به تعامل مردم و مدیران شهری
		اثرگذاری فناوری‌های امروزی در پیشرفت‌های فنی دولت/مدیریت محلی
		ترویج و انتشار فناوری های موردنیاز محله و ترغیب و آماده سازی ذهن مردم برای استفاده از آنها
		توجه به روز آمدی فناوری اطلاعات محلات
	نمای محیطی	ایجاد توانمندی‌های فنی در گسترش مدیریت مردمی
		شکل‌گیری ابعاد فنی و زیرساختی در سبک مدیریت مردم محور
		کمک فنی به پیشرفت محله به لحاظ شکل ظاهری با دعوت از متخصصان شهرسازی و نمای شهری
بعد سیاسی	مشارکت سیاسی	تشویق به مشارکت در کنش‌های سیاسی- اجتماعی نظیر انتخابات
		آسیب شناسی وضعیت موجود محله‌ها از طریق دریافت نظرات مردم محله
		اطلاع رسانی نیازهای مردم به سیاسیون و نخبگان حکومتی با تجمیع خواسته‌های عمومی مردم
	آگاهی سیاسی	اطلاع رسانی و آگاه سازی اتفاقات سیاسی و حضور فعال مردم در اجتماع
		هدایت و جهت‌دهی افکار عمومی له یا علیه موضوعات مختلف
		کمک به شکل‌گیری رقابت‌های سیاسی و اجتماعی در سبک مدیریت مردمی محلات
		ایجاد روشنفکری سیاسی در مورد مسائل مختلف جامعه
بعد نهادی	شکل‌گیری و تقویت نهادها	تقویت فرهنگ‌های نهادینه شده در سبک مدیریت مردم محور
		کمک به شکل‌گیری نهادها و سازمان‌های محلی با جریان سازی رسانه‌ای
		اختصاص برنامه‌های متنوع به نهادهای امنیت‌ساز و مجری قانون با هدف دلگرمی و اطمینان دادن به مردم
		نقش‌آفرینی در آینده پژوهی با هدف بهبود عملکرد موجود نهادها و ایجاد تحولات در محلات
	افزایش ضریب اثرگذاری	تاثیرگذاری فعالیت‌های نهادها در قانونمندی و رعایت آن
		تاثیرگذاری فعالیت‌های نهادها در ایجاد تعادل و جامعه پذیری آحاد جامعه
		افزایش ضریب احساس امنیت مردم با تولید برنامه‌های مختلف سیاسی-فرهنگی
		کمک به برقراری آرامش و امنیت در مناسبت‌های ملی، مذهبی، سیاسی، فرهنگی، اجتماعی
		کمک به نهادها و سازمان‌های دولتی در ایجاد امنیت پایدار در جامعه
		ایفای نقش کنترلی و مطالبه گری از مدیران مبتنی بر واقعیت‌ها به عنوان چشم بینای جامعه و مردم
بعد فرهنگی- اجتماعی	توسعه فرهنگی	ترویج فرهنگ اسلامی و توسعه شهری
		تقویت هویت فرهنگی مردم با هدف هماهنگی بین اقوام و طوایف محله
		کمک به حذف یا کاهش فرهنگ خودمحوری و خودپسندی در جامعه و بهبود روحیه منفعت جمعی
	مشارکت اجتماعی	افزایش مشارکت مردمی در امور محله و مدیریت محله
		آگاهی بخشی و آموزش جامعه در خصوص تحقق یک محله خوب از طریق مردم
		توجه به نیازهای فرهنگی و تفریحی مردم و مطالبه گری از مسئولان و مدیران
		کمک رسانه به ساختمند شدن زندگی روزمره و عادت بخشیدن به زندگی
بعد مدیریتی	توان مدیریت شهری	اقناع سازی و تنویر افکار عمومی با هدف مدیریت همراهی مردم
		شناسایی و معرفی ظرفیت‌های مدیریت شهری برای جلب مشارکت شهروندان در امور محله و شهر
		نشان دادن نقاط قوت و توانمندی‌ها و ضعف‌ها و اشکالات محله به مدیران محلی
		فراهم کردن شرایط حضور مسئولان شهری و محلی در اجتماعات مردم با هدف کم کردن بی اعتمادی
		مدیریت افکار عمومی به منظور استفاده آن در مدیریت محله و شهر
	بکارگیری توان مردمی	ترسیم و تسهیل فرایند دخالت دادن مردم در فرایند تصمیم‌گیری
		کمک به مدیریت شهری از طریق آگاهی‌رسانی نیازهای متعدد و متنوع مردم به مدیران شهری و محلی
		مجهز کردن مردم به دانش و مهارت موردنیاز زندگی در اجتماع شهری

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-16]

تم اصلی	تم های فرعی	کدها(شاخص‌ها)
بعد زیست محیطی	ایجاد مسئولیت همه جانبه و متقابل	ایجاد مسئولیت اجتماعی در بین آحاد جامعه
		بهبود رفتارهای زیست محیطی و پاسخگو کردن مسئولان شهری
		تولید برنامه‌های کارشناسانه برای افزایش دانش و سواد زیست محیطی مردم
	اطلاع رسانی و آگاه سازی	اطلاع‌رسانی و برجسته‌سازی مسائل زیست‌محیطی شهر و محله
		اطلاع رسانی برنامه‌ها و سیاست‌گذاری‌های محیط زیستی دولت کلان و محلی
		اطلاع‌رسانی درباره تخریب محیط زیست و بزرگ‌نمایی نتایج تخریب محیط زیست
		افشای تخلفات زیست‌محیطی و تاکید بر مسئولیت دولت و اشخاص از طریق خبرنگاران متخصص
		رشد و توسعه آگاهی زیست محیطی آحاد جامعه

پاسخ سوال اول پژوهش: نقش‌های اصلی و فرعی رسانه ملی در تسهیل‌گری جامعه‌پذیری محله محوری کلان شهر تهران کدامند؟

بر اساس تحلیل تم صورت گرفته طی ۵ گام پیش گفته، برای رسانه ملی ۶ نقش اصلی و ۱۲ نقش فرعی به شرح زیر شناسایی شده است که می تواند به تسهیل جامعه پذیری محله محوری در شهر تهران کمک کند.

- **نقش رسانه ملی در بعد فنی:** بعد فنی از دو تم فرعی زیرساخت فناوری و نمای محیطی و ۷ کد اولیه تشکیل شده است. زیرساخت فناوری با توجه به اینکه نیازمند تکنولوژی، سخت افزار و نرم افزار می‌باشد لذا به بعد فنی مرتبط است. همچنین محیط شهری و نمای آن به لحاظ بصری و معماری نیز موضوعی کاملاً فنی است که رسانه ملی باید نظرات مردم را به مدیران شهری منتقل نماید و لذا به بعد فنی مرتبط است.

- **نقش رسانه ملی در بعد سیاسی:** بعد سیاسی از دو تم فرعی مشارکت سیاسی و آگاهی سیاسی و ۷ کد اولیه تشکیل شده است. دو تم فرعی مشارکت سیاسی و آگاهی سیاسی هر دو موضوعی است که به بعد سیاسی مرتبط هستند و برای اینکه مشارکت سیاسی افزایش یابد قاعدتاً بایستی آگاهی سیاسی افزایش یابد و بین دو تم فرعی انسجام برقرار است و تم اصلی قیم خوب و مناسبی برای تم‌های فرعی تحت شمول است.

- **نقش رسانه ملی در بعد نهادی:** بعد نهادی از دو تم فرعی شکل‌گیری و تقویت نهادها و افزایش ضریب اثرگذاری و ۱۰ کد اولیه تشکیل شده است. در بعد نهادی ابتدا شکل گرفتن نهادها و سپس تقویت آنها مدنظر قرار گرفته است و در درجه بعدی اثرگذاری این نهادها روی مردم به واسطه برنامه‌های رسانه ملی قابل توجه است. به عبارتی تم‌های فرعی با همدیگر همپوشانی ندارند و کاملاً از هم مجزا هستند ولی از طرف دیگر به لحاظ معنایی درون تم اصلی قرار گفته‌اند. بنابراین رسانه ملی در دو حوزه نهادی نقش‌آفرینی می‌نماید که می تواند به تسهیلگری جامعه پذیری کمک نماید.

- **نقش رسانه ملی در بعد فرهنگی-اجتماعی:** بعد فرهنگی-اجتماعی از دو تم فرعی توسعه فرهنگی و مشارکت اجتماعی و ۷ کد اولیه تشکیل شده است. دو تم فرعی بدست آمده به خوبی توسط کدهای اولیه پشتیبانی شده‌اند و از یک طرف به توسعه و ترویج فرهنگ توجه شده است و از طرف دیگر مشارکت مردم در اجتماع را در پرتو توسعه فرهنگی محقق می‌نماید. به این طریق دو تم فرعی بدون همپوشانی با یکدیگر، از همدیگر حمایت نموده و با انسجام ایجاد شده بین آنها تم اصلی را تعریف کرده‌اند. رسانه ملی با تولید و ارائه برنامه‌های متنوع به توسعه فرهنگی و مشارکت اجتماعی مردم کمک می‌کند که این نمودی از نقش تسهیلگر آن در جامعه پذیری است.

- **نقش رسانه ملی در بعد مدیریتی:** بعد مدیریتی از دو تم فرعی توان مدیریت شهری و بکارگیری توان مردمی و ۸ کد اولیه تشکیل شده است. در بعد مدیریتی به دو مقوله توجه شده است ابتدا توان مدیران و مسئولان شهری برای مدیریت محله محور و سپس استفاده از توان مردم در مدیریت محله. این دو تم نیز کاملاً از یکدیگر تفکیک شده‌اند و بعد مدیریتی قیم مناسبی برای آنها می‌باشد. رسانه ملی از طریق نشان دادن توانایی‌ها، ضعفها و قوتهای محله و مدیران شهری می‌تواند به مردم این اطمینان را بدهد که اجتماع محلی به خوبی اداره می‌شود و از طرف دیگر توانایی‌های مردم را افزایش می‌دهد و آن را به مسئولان نشان می‌دهد تا در جاهایی که نقاط ضعفی وجود دارد و نیازمند کمک مردم هستند از آنها استفاده کنند.

- **نقش رسانه ملی در بعد زیست‌محیطی:** بعد زیست محیطی از دو تم فرعی ایجاد مسئولیت همه‌جانبه و متقابل و اطلاع‌رسانی و آگاه‌سازی و ۸ کد اولیه تشکیل شده است. در نهایتاً تم فرعی ایجاد مسئولیت همه‌جانبه برای مردم و مسئولان به عنوان یک نقش اساسی برای

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-16]

رسانه ملی ترسیم شده است که از طرق مختلف بایستی به آن اقدام کند تا تسهیلگر مناسبی برای جامعه پذیری محله محوری باشد. همچنین آگاه کردن مردم و دادن اطلاعات مرتبط با محیط زیست زندگی از دیگر نقشهای رسانه ملی است که می‌تواند در جامعه پذیری کمک کننده باشد. لذا این دو تم به صورت منسجم از تم اصلی بعد زیست محیطی حمایت و پشتیبانی می‌کنند و از لحاظ معنایی در درون تم اصلی قرار گرفته‌اند.

پس از شناسایی تم‌های اصلی و فرعی تسهیل‌گری جامعه‌پذیری محله محوری کلان شهر تهران به عنوان نقش‌های رسانه ملی در کلانشهر تهران، اعتبارسنجی تم‌ها انجام شده و سپس یک چارچوبی برای نقش‌آفرینی رسانه ملی تدوین شده است که در ادامه ارائه شده است.

پاسخ سوال دوم پژوهش: اعتبارسنجی نقش‌های رسانه ملی در تسهیل‌گری جامعه پذیری محله محوری کلان شهر تهران چگونه است؟

برای پاسخ به این سوال از روش تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شد و تم‌های اصلی و فرعی و کدهای بدست آمده برای نقش رسانه ملی در تسهیلگری جامعه پذیری محله محوری در شهر تهران تایید/رد شدند و با این کار اهمیت هر یک از تم‌ها نیز مشخص شده است. به عبارت دیگر از تحلیل عاملی اکتشافی با هدف کشف متغیرهای مکنون استفاده شد. در تحلیل عاملی اکتشافی با رویکرد تحلیل مولفه اصلی، چهار گام ذیل برداشته شده است:

۱- تهیه ماتریس همبستگی و شناخت امکان انجام تحلیل عاملی بر روی داده‌ها: با اجرای آزمون KMO امکان تقلیل داده‌ها به عامل‌های زیربنایی و با آزمون کرویت بارتلت در سطح خطای کوچکتر ۰/۰۱ از ناهمانی ماتریس همبستگی اطمینان حاصل شد.

۲- استخراج عامل‌ها: در این پژوهش برای استخراج عامل‌ها از روش تحلیل مولفه اصلی استفاده شد.

۳- انتقال یا چرخش عامل‌ها: چرخش عامل‌ها به معنی تحول ساختار عاملی به یک ساختار ساده از بار عاملی است که به منظور سهولت بیشتر تفسیر این ساختار انجام می‌گیرد. در این پژوهش از چرخش متمایل با روش پروماکس استفاده شد.

۴- تفسیر نتایج و تصمیم‌گیری: بر اساس معیار KMO تنها عامل‌هایی انتخاب می‌شوند که مقدار ویژه آنها بالاتر از یک باشد. سایر عامل‌ها با مقادیر کمتر از یک حذف می‌شوند. لذا تنها متغیرهایی مورد توجه قرار گرفتند که مقدار بار عاملی آنها ۰/۴ و بیشتر بودند.

جدول ۲- نتایج آزمون KMO و کرویت بارتلت

تم اصلی	KMO	کرویت بارتلت		
		X^2	df	p-value
فنی	۰/۷۱۹	۸۷۹/۹۰۱	۳۳۴	۰/۰۰۰
سیاسی	۰/۷۱۱	۱۹۲۴/۹۲۴	۳۵۵	۰/۰۰۰
نهادی	۰/۷۲۳	۳۱۸۹/۸۴۶	۲۵۳	۰/۰۰۰
فرهنگی-اجتماعی	۰/۴۷۷	۲۱۵۴/۱۲	۲۳۸	۰/۰۰۰
مدیریتی	۰/۶۱۹	۱۸۷۳/۷۱۴	۲۴۴	۰/۰۰۰
زیست محیطی	۰/۶۴۲	۱۹۱۲/۷۰۶	۲۴۴	۰/۰۰۰

جدول ۳- ماتریس عاملی پس از چرخش به شیوه واریماکس

شماره گویه	عامل ۱	عامل ۲	عامل ۳	عامل ۴	عامل ۵	عامل ۶	عامل ۷	عامل ۸	عامل ۹	عامل ۱۰	عامل ۱۱	عامل ۱۲
۱	۰/۷۶۴											
۲	۰/۷۱۴											
۳	۰/۸۵۵											
۴	۰/۵۳۲											
۵		۰/۶۲۰										
۶		۰/۷۲۷										
۷		۰/۶۵۳										
۸			۰/۵۸۱									
۹			۰/۷۳۶									

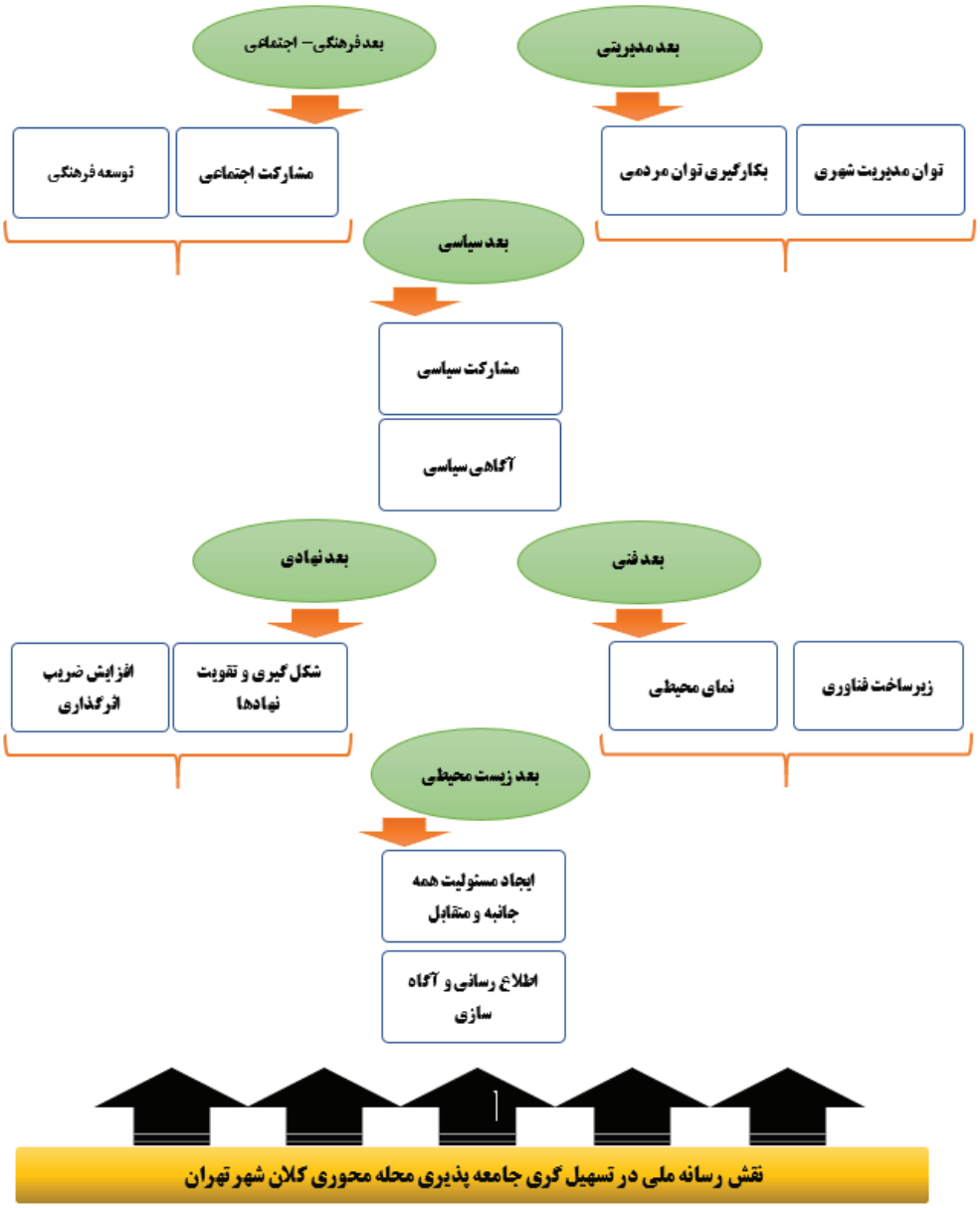
[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-16]

شماره گویه	عامل ۱	عامل ۲	عامل ۳	عامل ۴	عامل ۵	عامل ۶	عامل ۷	عامل ۸	عامل ۹	عامل ۱۰	عامل ۱۱	عامل ۱۲
۱۰			۰/۴۵۷									
۱۱				۰/۶۸۰								
۱۲				۰/۴۶۵								
۱۳				۰/۳۱۹								
۱۴				۰/۶۱۱								
۱۵					۰/۵۸۸							
۱۶					۰/۷۲۲							
۱۷					۰/۶۳۹							
۱۸					۰/۶۶۱							
۱۹					۰/۶۰۵							
۲۰					۰/۵۹۹							
۲۱						۰/۷۱۲						
۲۲						۰/۶۸۰						
۲۳						۰/۵۲۵						
۲۴						۰/۴۹۳						
۲۵							۰/۶۸۲					
۲۶							۰/۴۴۹					
۲۷							۰/۴۸۹					
۲۸							۰/۷۳۰					
۲۹								۰/۵۹۹				
۳۰								۰/۶۶۷				
۳۱								۰/۴۶۷				
۳۲									۰/۸۳۴			
۳۳									۰/۶۲۹			
۳۴									۰/۴۷۴			
۳۵									۰/۵۵۴			
۳۶										۰/۶۲۶		
۳۷										۰/۵۹۱		
۳۸										۰/۶۳۳		
۳۹										۰/۶۹۴		
۴۰											۰/۶۶۵	
۴۱											۰/۶۱۳	
۴۲											۰/۴۴۸	
۴۳											۰/۵۰۸	
۴۴												۰/۵۹۹
۴۵												۰/۷۳۵
۴۶												۰/۴۶۹
۴۷												۰/۵۹۲

منبع: مطالعات میدانی نویسندگان، ۱۴۰۳

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-16]

در تحلیل عاملی اکتشافی انجام‌شده، مجموعاً دوازده عامل اصلی شناسایی شد که در شش حوزه کلیدی قابل دسته‌بندی هستند. در حوزه تم فنی، عامل اول با عنوان «توسعه فناوری» با ۴ سوال و عامل دوم با عنوان «زیرساخت فناوری» با ۳ سوال همبستگی قوی نشان دادند. در حوزه تم سیاسی، عامل سوم با عنوان «مشارکت سیاسی» با ۳ سوال و عامل چهارم با عنوان «آگاه‌سازی سیاسی» با ۴ سوال به ترتیب بیشترین همبستگی را داشتند. در حوزه تم نهادی، عامل پنجم با عنوان «تقویت نهادهای محلی» با ۶ سوال و عامل ششم با عنوان «ایجاد امنیت و آرامش» با ۴ سوال از قدرت تبیین بالایی برخوردار بودند. در حوزه تم فرهنگی-اجتماعی نیز عامل هفتم با عنوان «توسعه فرهنگ اجتماعی» با ۴ سوال و عامل هشتم با عنوان «ارتقاء زندگی محلی» با ۳ سوال همبستگی قوی را نشان دادند. در حوزه تم مدیریتی، عامل نهم با عنوان «بکارگیری مردم در مدیریت شهری» با ۴ سوال و عامل دهم با عنوان «هدایت برنامه‌های مدیریت شهری» با ۴ سوال شناسایی شدند. نهایتاً در حوزه تم زیست‌محیطی، عامل یازدهم با عنوان «مطالبه‌گری زیست‌محیطی» با ۴ سوال و عامل دوازدهم با عنوان «رشد و ارتقاء مسئولیت اجتماعی» با ۴ سوال همبستگی معناداری با گویه‌های مربوطه داشتند.



تصویر ۱- چارچوب نقش‌آفرینی رسانه ملی در تسهیل‌گری جامعه‌پذیری محله‌محوری کلان‌شهر تهران

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-16]

یافته‌های پژوهش حاضر بیانگر آن است که نقش‌های رسانه ملی در تسهیل گری جامعه پذیری محله محوری کلان شـهر تهـران شـامل ۴۷ کد، ۱۲ تم فرعی و ۶ تم اصلی قابل ترسیم به شرح شکل شماره (۱) می‌باشد. تم‌ها و نقش‌های بدسـت آمـده بـر اسـاس یـک کـار آمیختـه اکتشافی از طریق رویکرد تحلیل تماتیک و مصاحبه با خبرگان بدست آمده است. این چارچوب بیانگر آن است که رسانه ملی برای ایفای نقش صحیح و اثرگذار خود باید به طور همه جانبه به موضوع نگاه کند و نقش خود را به صورت هدفمند با در نظر گرفتن دیدگاه و خواسته‌های کلیه ذینفعان یعنی آحاد جامعه که شهر تهران و محله‌های آن ساکن هستند و مدیران و مسئولان شهری شهر تهران ایفا نماید.

رسانه ملی به عنوان دردسترس ترین و فراگیرترین رسانه بیشترین تاثیرگذاری را بر روی ذینفعان دارد. لذا در بعد مدیریتی باید توجه ویژه‌ای به تسهیلگری داشته باشد؛ از طرف دیگر رسانه ملی می‌تواند اثرات فرهنگی- اجتماعی زیادی داشته باشد و یک نقش رسانه به ایـن موضـوع بـر می‌گردد؛ سیاست جزء لاینفکن رسانه‌ها می‌باشد و معمولاً رسانه‌های ملی منعکس کننده دیدگاه حاکمیت هم هست و از این طریق مـی‌توانـد نقش سیاسی ایفا کند؛ بخشی از برنامه‌های رسانه ملی به نهادها و دستگاه‌های دولتی برمی‌گردد و تشریح اقدامات آنها و تقویت این نهادهـا و افزایش اثر آنها به عنوان یکی از فعالیتهای درخور رسانه ملی می‌باشد؛ رسانه‌ها و بخصوص رسانه ملـی در حـوزه محـیط زیسـت نیـز فعالیـت گسترده ای دارد و فعالان و دلسوزان این حوزه نیز از طریق رسانه ملی فعالیتهای خود را بازنشر می‌دهند بنابراین رسانه ملی در کنار آنها نقـش زیست محیطی خود را دارد و نهایتاً در حوزه فنی، رسانه ملی با استفاده از نظر متخصصان و ساخت برنامه‌های علمی، فناوری محور و ارتباطی سعی در هدایت اجتماع و شهر به سمت استفاده از آخرین فناوری روز می‌باشد که با بکارگیری ایـن فنـاوری‌هـا در ارتباطـات، سـاخت و سـاز، هوشمندسازی محیط شهری و ... نقش بسزایی ایفا می‌کند. بر این اساس رسانه ملی می‌تواند با عملیاتی نمودن نقـش‌هـای شناسـایی شـده و چارچوب ترسیم شده، نقش خود را در تسهیلگری جامعه پذیری محله‌محوری کلان شهر تهران به خوبی ایفا کند و با رفع خلاءها و کمبودهای موجود، نقش‌آفرینی موثرتری در این خصوص داشته باشد.

بحث و نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادها

این پژوهش با هدف شناسایی نقش رسانه ملی در تسهیل گری جامعه پذیری محله محوری کلان شهر تهران انجام شد. نتـایج بدسـت آمـده حکایت از آن داشت که رسانه ملی نقش‌های متفاوتی را در قالب ۶ بعد ایفا می‌کند تا جامعه پذیری محله محوری شهر تهران را تسهیل نمایـد که این ابعاد عبارتند از: بعد مدیریتی، بعد فرهنگی- اجتماعی، بعد سیاسی، بعد نهادی، بعد زیست محیطی و بعد فنی.

امروزه در مدیریت شهری بحث توسعه اجتماع‌محور و محله محور و همچنین مشارکت و انسجام اجتماع از مهمترین مسائل به شمار مـی‌رود و تحقق الگوی بهینه مدیریت شهری با محوریت محله یکی از اصلی‌ترین آرمان‌های جامعه شهری می‌باشد. بر همین اساس نقش رسـانه‌هـای گروهی در جلب مشارکت اجتماعی به عنوان ابزاری برای تقویت مدیریت شهری در جوامع پیشرفته امروزی و از شاخص‌هـای زنـدگی جوامـع مختلف محسوب می‌شود. تنوع و پیچیدگی مسائل شهری در کنار معضل‌های اجرایی و مدیریتی، مشارکت رسانه ها و بخصوص رسانه ملـی را در مسائل شهری و تسهیل گری جامعه پذیری ضروری نشان می‌دهد.

توجه به رویکرد محله‌محور و به‌کارگیری آن در مدیریت شهری به‌ویژه در تصمیم‌گیری‌ها، انتخاب‌هـا، برخوردهـا و ارتباطـات مهـم از طریـق رسانه ملی، در عملکرد و رضایت‌مندی شهروندان و اجتماع مهم و تعیین کننده است. از این‌رو است که امروزه مدیریت شهری محله محور بـه یکی از مباحث عمده در بحث مدیریت شهری تبدیل شده است. لذا نقش رسانه ملی در تسهیلگری جامعه پذیری محله محوری بسیار مهـم و اساسی است. رسانه ملی به عنوان پر بازدیدترین رسانه کشور در حوزه‌های مختلف مـدیریت شـهری نقـش آفـرین اسـت و بـا تهیـه و تولیـد برنامه‌های متنوع از مستند گرفته تا برنامه‌های گفتگومحور، گزارش‌های میدانی، اخبار، تبلیغات، سـریال‌هـای اجتمـاعی، و ... بـه همشـهریان مسائل مختلف را طوری ارائه می‌کند که مردم به خوبی درک کنند اگر نقش آفرینی و مشارکت نداشته باشند، مدیران شـهری و محلـه بـدون توجه به خواسته‌ها، نیازها، علایق، دل مشغولی‌ها، نگرانی‌های مردم اقدامات و برنامه‌های خود را عملی می‌کنند. لذا این نکته که رسانه ملی در این خصوص چه نقش‌هایی می‌تواند ایفا کند یافته‌های پژوهش حاضر است.

رسانه ملی در بعد مدیریتی دو نقش را در راستای جامعه پذیری محله محوری تسهیل می‌کند: نشان دادن توان مدیریت شهری و بکـارگیری و استفاده از توان مردم در مدیریت محله. رسانه ملی با اقناع سازی و تنویر افکار عمومی، معرفی ظرفیتهای مدیریت شـهری، نشـان دادن نقـاط قوت و ضعف محله‌های شهر، فراهم کردن شرایط حضور مسئولان در اجتماعات محلی، همراهی و مشارکت مردم را با مـدیران شـهری رقـم می‌زنند. همچنین رسانه ملی با تولید برنامه‌ها، فراینـد مشـارکت و دخالـت مـردم در تصـمیم گیـری‌هـای شـهری و آگـاه سـازی و رسـاندن نیازمندی‌های آحاد جامعه به مدیران محله و شهر را تسهیل می‌کنند تا مدیران شهری از ظرفیتها و توان مردمی حداکثر استفاده را ببرند.

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-16]

رسانه ملی در بعد فرهنگی–اجتماعی دو نقش را در راستای جامعه‌پذیری محله محوری تسهیل می‌کند: توسعه فرهنگی و مشارکت اجتماعی. رسانه ملی از طریق برنامه‌های صوتی و تصویری به ترویج فرهنگ اسلامی در توسعه شهری کمک می‌کند؛ با نشان دادن هویت اقوام و طوایف شهر و محله، هویت فرهنگی مردم را ارتقاء می‌دهد و همچنین با محور قرار دادن منافع جمعی مردم و حذف خودمحوری و منفعت‌طلبی در راستای توسعه فرهنگی گام بر می‌دارد. از طرف دیگر مشارکت مردم را با فراخوان همکاری، ارائه آموزش‌های محله محوری و مطالبه‌گری از مسئولان در خصوص نیازها و خواسته‌های مردم دنبال می‌کند.

رسانه ملی در بعد سیاسی دو نقش را در راستای جامعه‌پذیری محله محوری تسهیل می‌کند: مشارکت سیاسی و آگاهی سیاسی. رسانه ملی بخش قابل توجهی از برنامه‌های خود را در قالب موضوعات سیاسی ذیل معاونت سیاسی سیما شکل داده است و به دنبال تحریک آحاد جامعه برای مشارکت در مسائل سیاسی کشور از انتخابات گرفته تا راهپیمایی‌ها، جشن‌ها و برنامه‌های سیاسی می‌باشد. لذا از یک طرف با تولید برنامه‌ها به اطلاع رسانی، آگاه سازی مردم نسبت به مسائل و اتفاقات سیاسی و ایجاد روشنفکری و هدایت افکار عمومی می‌پردازد و از طرف دیگر به دنبال افزایش مشارکت سیاسی مردم محلات می‌باشد که گاهی در این راه موفق بوده و گاهی نیز مردم تمایلی به این مشارکت نشان نداده‌اند یا کمتر به آن تمایل داشته‌اند.

رسانه ملی در بعد نهادی دو نقش را در راستای جامعه‌پذیری محله محوری تسهیل می‌کند: شکل‌گیری و تقویت نهادها و افزایش ضریب اثرگذاری. رسانه ملی به عنوان نهاد اثرگذار در افکار عمومی می‌تواند به شکل‌گیری نهادهای محلی کمک کند. به عبارتی شکل گیری شوراها، خانه‌های سلامت، خیریه‌ها، بازارچه‌های محلی، موسسات حامی کودکان کار و ... می‌تواند توسط رسانه ملی جریان سازی شود و مردم با اهداف و نحوه فعالیت آنها آشنا شوند و از این طریق به بهبود علمکرد محله‌ها در آینده کمک کنند. از طرف دیگر رسانه ملی قدرت اثر آن به قدری است که می‌تواند در تصویب قوانین و قانون مند کردن برخی فعالیتها و امور جاری محله نقش آفرینی کند، احساس امنیت در جامعه را با تهیه برنامه‌های مربوط به اقدامات اطلاعاتی– امنیتی– نظامی و گزارش‌های محلی از احساس مردم و مسئولان بالا ببرد، و به صورت مستمر مطالبه گری از مسئولان را به عنوان چشم بینای مردم و جامعه در دستور کار قرار دهد تا مردم به یقین برسند رسانه ملی همراه آنها و به دنبال تحقق خواسته‌ها و نیازهای مردم محله و شهر است تا خواسته‌های پنهان مدیران و مسئولان.

رسانه ملی در بعد فنی دو نقش را در راستای جامعه‌پذیری محله محوری تسهیل می‌کند: زیرساخت فناوری، نمای محیطی. یکی از نقش‌های رسانه ملی برای تسهیل جامعه پذیری محله محوری، نشان دادن رشد تکنولوژی و فناوری در عرصه مدیریت شهری است. به عبارتی رسانه ملی با نشان دادن تجربیات و اقدامات مدیران شهری سایر شهرهای پیشرفته جهان بایستی مسئولان و مدیران شهری را ترغیب به استقرار فناوری‌های تعاملی مردم و مسئولان شهری بکنند تا به این صورت ضمن اطلاع رسانی و آگاهی مردم از اقدامات مدیران محله، مردم را هم ترغیب کنند نسبت به اقدامات مسئولان شهری پیشنهادات و انتقادات خود را مطرح کنند و در صورت لزوم مسئولان بتوانند از ظرفیت‌های آنها استفاده کنند. از طرف دیگر رسانه ملی باید و می‌تواند معماری شهری در کشورهای دیگر را به عنوان الگویی مطلوب ارائه کنند و از مسئولان بخواهند شهر و محله بر اساس فرهنگ و سبک معماری خاص مردمان و بافت جغرافیایی آن نماسازی و بازطراحی شود.

رسانه ملی در بعد زیست محیطی دو نقش را در راستای جامعه‌پذیری محله محوری تسهیل می‌کند: ایجاد مسئولیت همه جانبه و متقابل و اطلاع رسانی و آگاه سازی. یکی از موضوعات و چالش‌های همیشگی محلات، محیط زیست محلات است. معمولاً مردم از این موضوع گلایه‌ها و شکایاتی دارند که یا در اولویت اقدامات مسئولان نیست یا به گوش آنها نمی‌رسد. رسانه ملی به عنوان مرجعی که بیشترین مخاطب را داراست و اثرگذاری آن زیاد است و می‌تواند موضوعات را برای افراد جامعه درونی کنند یا به اصطلاح جامعه پذیر کنند در حوزه محیط زیست نیز بسیار نقش آفرین هستند. مسئولیت و نقش اصلی رسانه ملی، تولید برنامه‌هایی است که از طریق آن مردم بپذیرند همه در قبال محیط زیست زندگی مسئول هستند و باید نسبت به اقدامات منفی مسئولان و برخی شهروندان واکنش نشان بدهند چرا که آنها هم از محیط سهم دارند و اگر آسیبی برسد متوجه سهم همگانی می‌شود. همچنین باید در حفظ و نگهداری محیط زیست زندگی سهیم باشند. این رسانه ملی است که در این خصوص تولید برنامه می‌کند و مردم را نسبت به محیط محله خود آگاه می‌کند و مسئولان را نسبت به مشکلات محیط زیست پاسخگو می‌کند. تولید برنامه‌های مستند، گفتگو محور و گزارش‌های مربوط به محیط زیست در راستای افشای تخلفات زیست محیطی مردم، مسئولان، شرکتهای خصوصی و ... و همچنین بزرگنمایی مسائل توسط رسانه، می‌تواند مردم و مسئولان را به عواقب اقدامات خود واقف نماید و از ادامه آن جلوگیری شود و یا اینکه درصدد اصلاح آن برآیند. بنابراین رسانه ملی در جامعه پذیری محله محوری در بعد زیست محیطی نقش اثرگذار، پررنگ و غیرقابل انکاری دارد.

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-16]

پژوهش‌های انجام شده بسیاری بر ضرورت نقش رسانه ملی در تسهیلگری جامعه پذیری محله محوری تأکید دارند. از جمله پژوهش‌های خسروی و همکاران(۱۴۰۱)، ریکی و همکاران(۱۴۰۰)، شتابان و همکاران(۱۳۹۹)، صفری و جعفری(۱۴۰۰)، شکری یزدان‌آباد و همکاران(۱۴۰۰)، کریمی زاده اردکانی(۱۳۹۶) و پژوهش‌های (Yusheng et al, 2019; Warren et al, 2014, Yu Qi & Gao Chen, 2021; Sobaci, 2015; Ishom, 2021; Beck & DeSutter, 2020,) که نتایج آنها تا حدی با نتایج پژوهش حاضر همخوانی دارد و نشان دادند که از طریق رسانه‌ها و به خصوص رسانه‌های تاثیرگذار می‌توان به مدیریت شهری و محله محوری کمک کرد و تاحد ممکن موضوع جامعه پذیری را تسهیل نمود. از نظر همخوانی نتایج پژوهش باید گفت وانگ و گائوچن(۲۰۲۱) در مطالعه خود نشان دادند که تلوزیون می‌تواند به تقویت پاسخگویی دولت کمک کند و می‌تواند به‌طور مؤثر پاسخگویی دولت را در بخش‌های فناوری، امنیت اجتماعی و اشتغال افزایش دهد؛ یوشنگ و همکاران(۲۰۱۹) بیان کردند که هم رسانه‌ها و هم دولت‌های محلی نقش‌های مهمی را برای تأثیرگذاری بر زندگی شهروندان ایفا می‌کنند و در این بین رسانه‌های تصویری به عنوان یک سیستم رسانه‌ای در آموزش و اطلاع‌رسانی به شهروندان بسیار اثرگذار هستند؛ سوباچی(۲۰۱۵) در پژوهش خود نشان داد که رسانه‌ها توجه بازیگران سیاسی و نهادهای اداری را به خود جلب کرده‌اند تا به شهروندان به‌عنوان پیش‌نیاز مدیریت باز و شفاف، ارائه خدمات عمومی، تماس با سهامداران، احیای دموکراسی، تشویق همکاری بین سازمانی و کمک به مدیریت دانش، کمک کنند و از این رهگذر جامعه پذیری محله محوری را تسهیل می‌کنند.

این نکته نیز قابل ذکر است که پژوهش حاضر در حوزه مدیریت شهری کلان شهر تهران انجام شده و نمی‌توان نتایج آن را به سایر سازمان‌ها و نهادها تعمیم داد. همچنین بافت جمعیتی استان تهران به دلیل تعداد زیاد مهاجران بسیار متنوع است و با توجه به تفاوت‌های موجود، نحوه و میزان مقاومت و همراهی ساکنان محلات شهر تهران برای پذیرش جامعه پذیری از طریق رسانه ملی متفاوت است و لذا نمی‌توان گفت عوامل شناسایی شده روی همه افراد به یک میزان اثرگذار است.

در پایان به مسئولان و مدیران شهری پیشنهاد می‌شود با توجه به نقش پررنگ و اثرگذار رسانه ملی در تحولات و برنامه‌های محلی و شهری در حوزه‌های مختلف ۶ گانه شناسایی در این پژوهش یعنی ابعاد فنی، سیاسی، فرهنگی-اجتماعی، زیست محیطی، نهادی و مدیریتی:

- معرفی نهادهای جامعه محلی به مردم با هدف مراجعه مردم به آنها برای رفع مشکلات شهری؛ برگزاری میزگردها و برنامه‌های تبلیغاتی برای شکل‌گیری رقابت های سیاسی و اجتماعی؛ کمک به شکل گیری نهادهای محلی از طریق جریان سازی رسانه‌ای؛ نشان دادن هویت فرهنگی اقوام مختلف محلات شهر تهران برای تقویت هویت فرهنگی مردم؛ کمک به جمع‌آوری نظرات مردم در داخل نهادهای محلی برای مطالبه‌گری از مسئولان شهر تهران.
- برجسته‌سازی مسائل زیست‌محیطی شهر و محله در قالب تهیه برنامه‌های تلویزیونی؛ اطلاع رسانی برنامه‌ها و سیاست‌های زیست محیطی دولت و مدیران شهری به مردم؛ افشای تخلفات زیست محیطی و تاکید بر مسئولیت‌های دولت و اشخاص از طریق خبرنگاران متخصص؛ شناسایی و معرفی ظرفیت‌های مدیریت شهری برای جلب مشارکت شهروندان در امور محله و شهر.
- ساخت برنامه‌های علمی در حوزه مدیریت شهری و افزایش دانش و مهارت مردم برای زندگی در اجتماع؛ تنویر افکار عمومی برای کاستن از مقاومت مردم در برابر برنامه‌ها و سیاستها و همراه کردن مردم؛ آشناسازی و آموزش آحاد جامعه برای تحقیق محله خوب؛ مطالبه گری از مسئولان در خصوص نیازهای ورزشی، تفریحی، سرگرمی و ... مردم تهران.
- همکاری با مدیریت شهری در به روز آوری سامانه های فناوری اطلاعات و زیرساختهای آن؛ تولید برنامه های متنوع در خصوص ترغیب و تشویق مردم به مشارکت در فعالیتهای سیاسی شهر و کشور؛ تولید برنامه‌های زنده برای سرعت بخشیدن به تعامل و ارتباط بین مردم و مدیران شهری تهران؛ ایجاد سامانه‌های برخط، تلفنی، پیامکی و ... برای ایجاد ارتباط و اخذ نظرات مردم.

منابع

- ابطحی، سید حسن، و آشیانی، محمد. (۱۳۹۹). شناسایی موانع مشارکت مردم در مدیریت شهری تهران: یک تحلیل محتوای کیفی. *توسعه محلی(روستایی- شهری)*، ۱۲(۲)، ۶۴۳-۶۵۵.
- تقوایی، زهرا، متولی، صدیقه، جانباز قبادی، غلامرضا، عظیمی آملی، جلال. (۱۴۰۲). تحلیلی بر فضاهای سبز شهری به منظور توسعه پایدار گردشگری شهری با تأکید بر بعد زیست محیطی(مطالعه موردی: شهر نور). *فصلنامه علمی و پژوهشی پژوهش و برنامه‌ریزی شهری*، ۱۴(۵۳)، ۳۳-۴۶.

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-16]

- توکلی‌نیا، جمیله، ایمانی‌جاجرمی، حسین، و یدالله نیا، حبیب‌الله. (۱۴۰۰). تحلیل جایگاه حکمروایی خوب در عملکرد مدیریت شهری(مطالعه موردی: شهر بابل)، *آمایش محیط*، ۱۴(۵۳)، ۸۵-۱۰۸.
- حاجی علی‌اکبری، کاظم. (۱۳۹۰). مرور تجار دو ساله تسهیل‌گری سازمان نوسازی شهر تهران در دفترهای محلی نوسازی. *نشریه اینترنتی نوسازی*، ۲(۱۲)، ۱-۱۴.
- حقیقتیان، منصور، اسماعیلی، رضا، و کریمی زاده اردکانی، سمیه. (۱۳۹۴). تبیین جامعه شناختی تأثیر توسعه محله محوری در اداره کلان شهر تهران (موردمطالعه محله‌های ازگل، جنت‌آباد، حکیمیه، خانی‌آباد نو). *پژوهش و برنامه‌ریزی شهری*، ۶(۲۰)، ۹۹-۱۲۰.
- خسروی، سمانه، کلانتری، محسن، و توکلی‌نیا، جمیله. (۱۴۰۱). ارزیابی کارآمدی شورایاری‌ها در نهاد مدیریت محله تهران از منظر حکمروایی شایسته شهری. *اقتصاد و برنامه‌ریزی شهری*، ۳(۲)، ۱۳۸-۱۵۲.
- دانش فر، الناز، طبیبیان، منوچهر، و معینی فر، محمدرضا. (۱۴۰۱). بررسی و ارزیابی جایگاه مدیریت شهری در ایران بر اساس شاخص‌های حکمروایی خوب (نمونه مورد بررسی: شهر کرج). *فصلنامه علمی برنامه‌ریزی منطقه ای*، ۱۲(۴۵)، ۶۷-۸۲.
- رجبی، آرش. (۱۳۹۰). شیوه‌های مشارکت شهروندی در فرآیندهای توسعه شهری. *آمایش محیط*، ۴(۱۲)، ۱۰۱-۱۱۶.
- روستایی، شهرام، اصغری زمانی، اکبر، اندستا، فاطمه. (۱۴۰۳). تبیین الگوی مدیریت محله‌ای در جامعهٔ شبکه‌ای با تأکید بر شهرهای ایران. *فصلنامه علمی و پژوهشی پژوهش و برنامه‌ریزی شهری*. https://doi.org/10.30495/jupm.2024.33555.4523
- ریکی، جمشید، میری، غلامرضا، و حافظ رضازاده، محمد. (۱۴۰۰). واسنجی مشارکت شهروندان در بسترهای مختلف در مدیریت مناطق شهری (موردمطالعه: شهر زاهدان). *نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی(جغرافیای انسانی)*، ۱۳(۳)، ۲۱۵-۲۳۴.
- شتابان، سعیده، کاووسی، اسماعیل، و قیومی، عباسعلی. (۱۳۹۹). مدیریت فرهنگی محله‌محور و نقش آن در اثربخشی عملکرد فرهنگی در کلان شهر تهران. *مدیریت بهره‌وری (فراسوی مدیریت)*، ۱۴(۵۴)، ۲۰۸-۲۲۴.
- شکری یزدان آباد، شادی، خلیلی، احمد، و بهزادفر، مصطفی. (۱۴۰۰). تحلیل عوامل موثر بر تحقق برنامه‌ریزی محله مبنا(مورد مطالعاتی: محله سنگلج تهران). *مطالعات ساختار و کارکرد شهری*، ۸(۲۸)، ۱۱۳-۱۳۷.
- صفری، محمدرضا، و جعفری، مهدی. (۱۴۰۰). رسانه‌های محلی و توسعه؛ مطالعه موردی استان زنجان. *جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه*، ۱۰(۱)، ۱۳۱-۱۵۹.
- کریمی زاده اردکانی، سمیه. (۱۳۹۶). بررسی جامعه‌شناختی پیامدهای محله‌محوری و نقش آن در شکوفایی مدیریت در کلان‌شهرها. *فصل‌نامه تحقیقات جغرافیایی*، ۳۲(۳)، ۱۰۰-۱۱۳.
- محمدی ده چشمه، پریسا. (۱۳۹۹). بررسی وضعیت شاخص‌های زیست‌پذیری شهری در شهرکرد بر مبنای جایگاه مدیریت شهری. *تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی (علوم جغرافیایی)*، ۲۰(۵۷)، ۲۰۵-۲۲۲.
- وطن‌پرست، احسان، اصفهانی، زهرا، خزایلی‌پارسا، فاطمه. (۱۳۹۸). *رویکرد اجتماع‌محور: راهنمای مداخله‌ای محله‌های ویژه تسهیلگران و فعالان برنامه‌های اجتماع‌محور*. تهران: سازمان بهزیستی کشور. ویرایش دوم.
- Alwaer, H., Cooper, I. (2019). A review of the role of facilitators in community-based, design-led planning and placemaking events. *Built Environment*, 45(2), 190-211. https://www.ingentaconnect.com/content/alex/benv/2019/00000045/00000002/art
- Bahale, S., Schuetze, T. (2023). Comparative Analysis of Neighborhood Sustainability Assessment Systems from the USA (LEED–ND), Germany (DGNB–UD), and India (GRIHA–LD). *Land*, 12(5), 1002. https://doi.org/10.3390/land12051002
- Beck, S. J., DeSutter, K. (2020). Special Education Meetings: The Role of the Facilitator in Districts Serving Rural Communities. *Rural Special Education Quarterly*, 40(1), 33-41.
- Cheela, V.R.S., John, M., Biswas, W., & Sarker, P. (2021). Combating Urban Heat Island Effect-A Review of Reflective Pavements and Tree Shading Strategies. *Buildings,* 11(93), 1-24. https://doi.org/10.3390/buildings11030093
- Choi, H. S. (2024). Reinventing Sustainable Neighborhood Planning: A Case Study of Le Rheu, France. *Buildings*, 14(536), 1-15. https://doi.org/10.3390/buildings14020536
- Chu, A., Lin, Y.C., & Chiueh, P.T. (2017). Incorporating the effect of urbanization in measuring climate adaptive capacity. *Land Use Policy*, 68, 28-38. https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2017.07.019

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-16]

- Dienel, H., Shirazi, M. R., Schröder, S., & Schmithals, J. (2017). Citizens' Participation in Urban Planning and Development in Iran Dienel. Routledge Taylor & Francis Group. https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781315572154-11/evaluation
- Enab, D., Zawawi, Z., & Monna, S. (2024). Sustainable Urban Design Model for Residential Neighborhoods Utilizing Sustainability Assessment Based Approach. *Urban Sci*, 8(33), 1-25. https://doi.org/10.3390/urbansci8020033
- Engin, Z., Dijk, J., Lan, T., & Longley, P. A. (2019). Treleavena, Philip; Battyc, Michael; Pennd, Alan. (2020) "Data-driven urban management: Mapping the landscape. *Journal of Urban Management*, 9 (2), 140-150. https://doi.org/10.1016/j.jum.2019.12.001
- Farhana, R. (2017). Role of Mass Media in Facilitating Citizen's Participation in Bangladesh Public Procurement. *Cultural and Religious Studies*, 5(12), 691-702.
- Gardner, S. K. (2020). Faculty Perspectives on Doctoral Student Socialization in Five Disciplines. *International Journal of Doctoral Studies*, 5, 39-53.
- Gillam, R. J., Counts, J. M., & Garstka, T. A. (2016). Collective impact facilitators: How contextual and procedural factors influence collaboration. *Community Development*, 47(2), 209-224.
- Hogan, C (2002). *Understanding Facilitationtheory and principles*. Kogan Page Publishers. https://doi.org/10.1108/00197850410516120
- Ishom, M., Raharjo, K. M., Avrilianda, D., & Fatihin, M. K (2021). The Role of Facilitators in Community Empowerment Based on Learning Community to Improve Vocational Skills. *In International Conference on Information Technology and Education* (ICITE 2021) (156-159). Atlantis Press. https://www.ingentaconnect.com/content/alex/benv/2019/00000045/00000002/art00006
- Itma, M., Monna, S. (2024). Sustainable Housing Design Potentials in Palestine: A Focus on the Spontaneous Urban Design Form. *J. Urban Plan. Dev*, 150, 4023050. https://doi.org/10.1061/JUPDDM.UPENG-4589
- Kicherova, M., N. Efimova, G. Z., & Khvesko, T.V. (2015). Early Professional Socialization of University Students in Russia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 200, 442-448.
- Kourtit, K., Nijkamp, P., Turk, U., & Wahlström, M. (2024). Villages in the City – Urban Planning for Neighbourhood Love. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, *115*(4), 518-536. https://doi.org/10.1111/tesg.12618
- Ouraee, G. R., Fayyaz, S. (2012). *A short reflection on the neighborhood system and its functions based on some of the sayings of Azoit*. Mashhad: Boye Behesht Publications, affiliated with the Cultural Organization and Municipality of Mashhad. [In Persian].
- Rahman, N. A., Pujiyanti, I. (2023). Principles of a healthy neighborhood for sustainable development and social well-being: A review paper. *Geogr. Malays. J. Soc. Space*, 19, 46-60.
- Sobacı, M. Z. (2015). social media and Local Governments: Theory and Practice. Uludag University. https://doi.org/10.1007/978-3-319-17722-9
- UN DESA. (2019). *World population projected to reach 9.6 billion by 2050*. Department of Economic and Social Affairs, United Nations. https://www.un.org/development/desa/en/news/population/unreport-world-population-projected-to-reach-9-6-billion-by-2050.html
- United Nations. (2018). *Revision of world urbanization prospects*. Booklet Urbanization Policies.pdf, https://population.un.org/wup/publications/Files/WUP2018-Report.pdf
- Wang, Y., Yu, Q., & Gao, C. (2022). Participatory governance and local government responsiveness: evidence from participation in politics on television in China. Local Government Studies, *Taylor & Francis Journals*, 48(5), 995-1016.
- Warren, A., M. Sulaiman, A., & Jaafar, N. Ismawati. (2014). Social media effects on fostering online civic engagement and building citizen trust and trust in institutions. *Government Information Quarterly*, 31(2), https://doi.org/10.1016/j.giq.2013.11.007
- Yusheng, K., Asare, I. J. K., Tampuri Jr, M. Y., & Bawuah, J. (2019). Review of the relationship between local government and local media: Focus on theory, history and reforms towards improving local level governance of Ghana. *International Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 6(9), 30-38.

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-16]

Facilitating neighborhood-oriented socialization in Tehran Metropolis through national media based on thematic analysis approach

Hamidreza Changi Ashtiani, *PhD student, Geography and Urban Planning, Islamic Azad University, Yadegar-e-imam Khomeini Shahr-e-rey Branch, Iran.*
Parvaneh Zaviyar*, *Associate Professor and Faculty Member of Islamic Azad University, Yadegar-e-imam Khomeini Shahr-e-rey Branch, Iran.*
Bahman Kargar, *Assistant Professor and Faculty Member of Islamic Azad University, Yadegar-e-imam Khomeini Shahr-e-rey Branch, Iran.*

Received: 2025/3/18 *Accepted: 2025/7/25*

Extended Abstract
Introduction: Neighborhoods, as physical and social spaces, can strengthen public participation, collective capacities, neighborhood identity, sense of belonging, and citizen–manager interaction. Neighborhood-oriented management is an effective and sustainable approach to urban management, but its realization requires public participation and effective communication. Media, particularly national media, can play a significant role in shaping public attitudes and facilitating participation. Despite its extensive reach in Iran, national media has made limited contributions to neighborhood-oriented urban management. Given increasing urbanization and the growing need for decentralized and participatory management, this study examines the role of national media in facilitating neighborhood-oriented socialization in Tehran metropolis.
Methodology: This applied study employed an exploratory mixed-methods design based on thematic analysis. In the qualitative phase, 19 experts in media and urban management were selected through snowball sampling until theoretical saturation. Semi-structured interviews were conducted, with reliability assessed through test-retest (89%), inter-coder reliability (81%), and new-interviewee reliability (83%). In the quantitative phase, 380 of 4,000 managers, employees, and neighborhood councilors in Tehran were selected using multi-stage cluster sampling. Data were collected through a researcher-made 47-item questionnaire covering 12 components on a seven-point Likert scale. Qualitative data were analyzed using Braun and Clarke's thematic analysis, while exploratory factor analysis was conducted using SPSS.
Results: The analysis identified 6 overarching dimensions, 12 organizing themes, and 47 basic themes. Factor analysis confirmed six dimensions of national media's role: technical (technology development and infrastructure), political (participation and awareness), institutional (strengthening local institutions and security), socio-cultural (social culture and local life), managerial (citizen involvement and management guidance), and environmental (environmental advocacy and social responsibility).
Discussion: National media can facilitate neighborhood-oriented socialization by acting as an informer, educator, mobilizer, accountability facilitator, and bridge between citizens and urban managers. Its effectiveness requires an integrated strategy across the six dimensions. Key recommendations include introducing local institutions to citizens, producing specialized urban and environmental programs, developing interactive platforms for citizen feedback, strengthening citizens' management skills, supporting urban information technologies, and promoting accountability through investigative and participatory media.
Keywords: National Media, Facilitation, Socialization, Neighborhood-Oriented, Tehran Metropolis, Thematic Analysis, Urban Management, Public Participation

* Corresponding Author's E-mail: parvanehzivyar@iau.ir

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-16]