

محلّه محوری به عنوان یک واحد تصمیم‌گیری خرد برای آموزش ارتباطات و مشارکت شهروندان

غلامرضا لطیفی^۱

آذر شیردل^۲

میثم رضائی^۳

چکیده

اصلی‌ترین هسته‌ی اولیه‌ی شهرها را محلّه‌های آنان تشکیل می‌دهند. تصمیم‌گیری در مورد محلّه‌ها امری می‌باشد که می‌بایستی حقوق شهروندی مردمان آن را نیز مدنظر قرار داد و تغییرات را به صورتی که مردم می‌خواهند اعمال نمود. امروزه دستیابی به اطلاعات نقاط مختلف می‌تواند نقش مهمی را در توسعه و رشد هرچه بهتر شهرها داشته باشد. رسانه‌ها به عنوان منابع آگاهی دهنده می‌باشند که در تنویر افکار عمومی، آگاهی بخشی به جامعه و رفع مشکلات و معضلات جامعه و مردم نقش بسزایی را دارند. کشورهای توسعه یافته با استفاده از رسانه‌ها مشکلات و معضلات جامعه را شناسایی و راهکارهای مناسبی به مدیران شهری ارائه می‌دهند. یک محلّه می‌تواند مکان اجتماع اقوام مختلف و با فرهنگ‌های گوناگون باشد که می‌توان از طریق آموزش یکسان آنها را به مشارکت و تصمیم‌گیری در محلّه‌ی خود تشویق نمود. در این مقاله سعی بر این است که با مبانی محلّه محوری و مشارکت با روش توصیفی به ارائه نتایج این مبحث در مورد محلّه‌ها و آموزش مشارکت به شهروندان خواهیم پرداخت. با توجه به مطالب ذکر شده می‌توان این نتیجه را حاصل کرد که در محلّه محوری در ابتدا می‌بایستی اعتماد، کارایی، مشارکت و عدالت را در مسئولین شهر رویت کرد که بتوان از آموزش برای شهروندان برای اداره‌ی محلّه‌ی خود و مشارکت در تصمیم‌گیری‌ها بهره جست.

۱. دانشیار دانشگاه علامه طباطبایی rlatifi2002@yahoo.com

۲. کارشناسی ارشد دانشگاه علامه طباطبایی shirdel1359@gmail.com

۳. دانشجوی دکتری دانشگاه آزاد نجف آباد meysamrezayi27@gmail.com

واژگان کلیدی: محله، تصمیم‌گیری، آموزش، مشارکت، حقوق شهروندی



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

مقدمه

محلّه‌ها به دلیل خرد بودن نسبت به نواحی و مناطق تصمیم‌گیری از اهمیت بیشتری برخوردار می‌باشند و آن به این علت است که در محلّه انسان‌ها با فرهنگ‌های مختلفی ممکن است وجود داشته باشند و به دلیل مساحت کم محلّه، تصمیم‌گیری به صورت خرد و شروع از آن نتایج بهتری خواهد داشت. نظام متمرکز در کشور (برنامه‌ریزی از بالا به پایین) سبب کمتر شدن مشارکت شهروندان در محلّه‌ها شده است. در برنامه‌ریزی متمرکز شناسایی امکانات و منابع در سطوح بالای برنامه‌ریزی بر اساس اطلاعات تهیه شده در سطوح پایین‌تر انجام می‌گیرد. (معصومی اشکوری، ۱۳۸۷: ۱۹) در محلّه‌ها به دلیل همین شناسایی امکانات در سطوح بالا، به عبارتی برنامه‌ریزی از بالا به پایین مشارکت شهروندان در محلّه‌ها نیز در سطوح پایین برنامه‌ریزی خیلی کم می‌باشد.

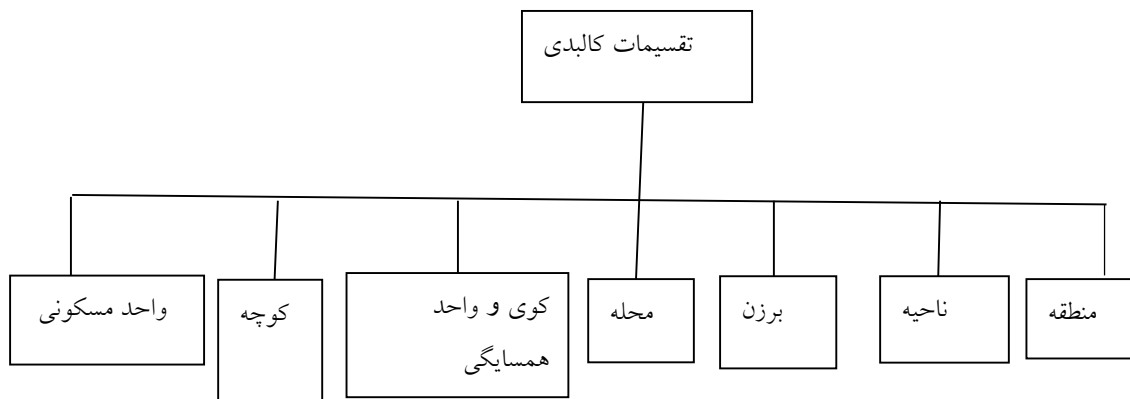
بیان مسأله

چنانچه بخواهیم در توسعه شهرها، پاسخگوی احتیاجات امروزی باشیم و سهم نسل‌های آینده از منابع را نیز در نظر بگیریم، بایستی اداره شهرها را بر پایه مشارکت آگاهانه شهروندان تعریف و برنامه‌ریزی کنیم. در این میان تمرکززدایی و محلّه محوری در حقیقت سپردن امور محلی و اجرایی و تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری به مردم و محلات است. لذا در یک نظام هم‌فکری با مسئولین امور مدیریت شهری می‌توانند مدیریتی پایدار برای محلات و در مراحل بالاتر برای کل مجموعه شهر باشند. برجسته‌ترین اهمیت این پژوهش هویت محلات است که می‌تواند به مثابه الگویی برای حل معضلات و مشکلات هویتی در بافت محلات که آسیب‌ها و مشکلات انسانی و اجتماعی جدی به دنبال داشته است، مطرح شود. بنابراین در این پژوهش سعی بر آن است ضرورت‌ها و کارکردهای محلّه محوری و مشارکت محلّه‌ای در مدیریت شهری در سطح خرد مورد بررسی قرار بگیرد. در این میان، و سایل ارتباط جمعی به عنوان مهم‌ترین مجرای ارتباطی سیاسی می‌توانند نقش تعیین‌کننده و حساسی در میزان مشارکت سیاسی داشته باشند. رسانه‌ها می‌توانند به نگرش، آگاهی و در نهایت مشارکت‌پذیری مردم در عرصه‌ی سیاسی جهت دهند. اما این جهت

دهی غالباً به صورت غیرمستقیم یا گاهی مستقیم، به طور گسترده، اطلاعات و آگاهی‌هایی را در این زمینه به مخاطبان خود عرضه می‌دارد. بر این اساس، از رسانه‌ها به عنوان رکن چهارم دموکراسی یاد می‌شود. در این بین نیز مشارکت شهروندان در محله‌ها نیز به همین آسانی امکان پذیر نمی‌باشد و می‌باید سستی مردم را که هر کدام ممکن است خواسته‌ها و نیازهای گوناگونی داشته باشند را آموزش داد که در نهایت در تصمیم‌گیری پیرامون محله‌ی خود بهترین نتیجه حاصل آید. شهروندان به عنوان افرادی که در جامعه زندگی می‌کنند و هدف مدیریت شهری دستیابی به رضایت آنان می‌باشد بایستی اطلاعات مربوط به فعالیت‌ها و خدمات انجام شده را در اختیار داشته باشند که مدیریت شهری این اطلاعات را در اختیار آنها قرار می‌دهد. رسانه‌ها با گردش اطلاعات و آگاهی‌ها و زمینه سازی مناسب برای افزایش ظرفیت مشارکت شهروندان در تحقق اهداف مدیریت شهری نقش بسزایی دارند و همین ایجاد اطمینان و اعتماد به شهروندان خود عاملی در جهت توسعه هرچه بهتر مدیریت شهری می‌شود

مبانی نظری

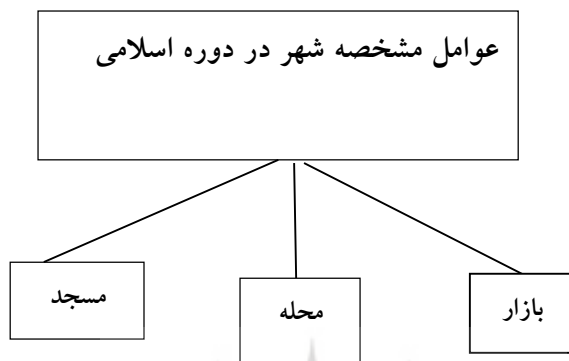
محله: از نظر لغوی در فرهنگ لغات دهخدا از محله به معنای فرود آمدن یاد شده است، به این منظور که مردم با ویژگی‌های مختلف اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و غیره در یک نقطه جمع می‌شوند و تشکیل محله را می‌دهند. بر طبق تقسیمات کالبدی که دکتر محسن حبیبی ارائه نموده است، محله به ترتیب بعد از واحد مسکونی، کوچه (گروه مسکونی)، کوی (واحد همسایگی)، قرار می‌گیرد و پس از آن نیز برزن، ناحیه و منطقه قرار می‌گیرد.



ماخذ: تلخیص به وسیله نگارندگان

در این مقاله به مرحله‌ی چهارم تقسیمات کالبدی (محلّه) خواهیم پرداخت. کوی، محلّه (محلّت) و ربع در بخش بندی‌های شارستان و ربض (بیرونی) بیان‌کننده‌ی یک واحد جغرافیایی، اجتماعی-جمعیتی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی است، که با مشخصه‌هایی از دیگر کوی‌ها/محلّه‌ها متمایز می‌شود. در منابع تاریخی و جغرافیایی به زبان فارسی واژه‌ی کوی و گاه در کنار آن صورت عربی آن- محلّه- به کار می‌رفته است. در ترجمه‌ای که از تاریخ بخارا بازمانده است، از واژه‌ی کوی برای توصیف بخش‌های شهر استفاده شده است. واژه‌ی محلّت (محلّه) در منابع سده‌های چهارم و پنجم قمری بیشتر از کوی دیده می‌شود که دلیل آن نیز کاربرد صورت عربی چنین اصطلاحاتی است. کوچه، گذر، میدانگاه، عناصر کالبدی و فضاهای عمومی است که پیوند دهنده‌ی اجزای هر کوی به یکدیگر و به دیگر کوی‌ها/محلّه‌ها بود، گاه در کنار واژه‌ی کوی یا محلّه معنای کلی‌تری از شکل کارکردی آن بیان می‌شد از این رو زمانی که از کوی، کوچه و محلّه‌ای سخن گفته می‌شد، همه‌ی آن اجزا و کلیت محلّه مورد نظر بود (باستانی راد، ۱۳۹۱: ۴). همان‌طور که گفته شد در گذشته کوی و کوچه نیز با هم در یک محلّه جای می‌گرفتند ولی در تقسیمات کالبدی‌ای که نمودار آن نیز در بالا آمده است هر سه در مراحل جداگانه‌ای جای گرفته‌اند. در گذشته همان‌طور که بارها در منابع گوناگون نیز آمده است عوامل مشخصه شهر در دوره‌ی

اسلامی مسجد، بازار و محله بود که نبود هر کدام از آنها در شناخت یک شهر تأثیر می‌نمود.



علی‌رغم آنکه در بدو تشکیل دولت اسلامی ایجاد هرگونه قشربندی اجتماعی بر مبنای قوم، نژاد و سنت نفی می‌گردد به هنگام تشکیل امپراطوری متمرکز و سپس غیرمتمرکز اسلامی، رجوع به سازمان اجتماعی کهن شهری در سرزمین‌های مفتوحه به سرعت انجام می‌پذیرد. گو اینکه دیگر از تشکیل محلات بر حسب نظام کاستی یا شهروندی خاص خبری نیست ولی در مقابل با ایجاد محلاتی بر حسب قوم و قبیله، نژاد، مذهب، زبان و فرقه مواجه هستیم. در شهرهای اسلامی تقابل‌ها و تضادها برای کسب قدرت بیشتر در حکومت عملاً در تقابل‌ها و تضادهای مملو از خشونت محلات شهری با یکدیگر بروز می‌کند. وجود محلات در تضاد و در تقابل، از خصیصه‌های بارز شهر دوره‌ی اسلامی صرف نظر از مکان آنها هستند. (حبیبی، ۱۳۸۷: ۴۸ و ۴۹)

سرزمین‌های اسلامی، شهر اسلامی مجموعه‌ای است از محلات متجانس و همگن که بر اساس روابط، مناسبات، شکل و وابستگی‌های قومی، مذهبی و حرفه‌ای یا سرزمینی، در مکانی مشخص مجتمع شده و هویت و اصالت خود را سال‌ها به همین صورت نگاه داشته‌اند. (لینچ، ۱۳۹۰: ۲۴)

به طور کلی، مفهوم و واژه محله می‌تواند از ابعاد مختلف اجتماعی، روانشناسی، ذهنی، ادراکی، معماری (کالبدی) و سیاسی تعریف شود. هر یک از ابعاد مختلف،

تعریف خاص خود از محلّه را ارائه می‌دهند. از سوی دیگر، این تعاریف در جوامع مختلف و نیز در مقاطع تاریخی مختلف می‌توانند متفاوت باشند. برای مثال بر اساس ادبیات جهانی، دو واژه Neighbourhood و Township را می‌توان به منزله مفهوم محلّه ترجمه کرد، در حالی که جمعیت آنها به ترتیب برای ۲۰۰۰ تا ۱۰۰۰۰ نفر و ۱۵۰۰۰ تا ۴۰۰۰۰ نفر را در بر می‌گیرد، واژه اول، محلّه مسکونی است که دارای هویت مشخصی است، اما واژه دوم به محدوده‌ای اطلاق می‌شود که علاوه بر بزرگی در اندازه، دارای فرصت‌های شغلی متنوع است. به عبارتی، فرصت‌های شغلی از جمله مهم‌ترین معیارهای تعریف محلّه است. این محلّه دارای تجهیزات لازم از جمله مدرسه، سوپرمارکت و مراکز تفریحی است. (عزیزی، ۱۳۸۵: ۳۶) محلّه‌ای از شهر به ساده‌ترین صورت خود، جایی است که در آن پاره‌ای خصوصیات مشابه موجود باشند و این خصوصیات را که در سراسر محلّه ادامه می‌یابند و هر جا که محلّه پایان می‌یابد، قطع می‌شوند، بتوان در پاره‌ای عوامل محلّه مجسم دید. به عبارتی محلّه‌ها قسمتهایی از شهر هستند که دست کم میان اندازه یا بزرگی باشند، باید واجد دو بعد باشند تا ناظر احساس کند وارد آن شده است. (لینچ، ۱۳۹۰: ۹۱ و ۱۸۹)

محلّه را می‌توان از منظر برنامه‌ریزی شهری به صورت بخش قابل شناسایی از محدوده‌ای شهری و یا محدوده‌ای ترکیب شده از کاربری‌های تأمین‌کننده نیازهای ساکنان در ساختار شهر تعریف کرد. (رضایی مجید، ۱۳۹۳: ۶۵)

محلّه از دیدگاه جغرافیای شهری و اجتماعی فرصتی برای مردم فراهم می‌آورد تا با یکدیگر دیدار کنند. (رضایی مجید، ۱۳۹۳: ۶۵)

محلّه از نظر اندیشمندان حوزه علوم اجتماعی به حوزه کوچک مسکونی، ساکنان چنین حوزه‌ای، روابطی که میان ساکنان وجود دارد یا واقعیت و کیفیت نزدیکی آنان با یکدیگر، دلالت دارد. (عبدالهی، ۱۳۸۹: ۸۹)

بعد از اینکه تعاریف محلّه از دیدگاه‌های مختلف بیان شد، به بیان ویژگی‌های محلات مسکونی در قدیم و جدید می‌پردازیم. اصلی که در سازمان بندی فضای اجتماعی محلات مسکونی ایران وجود دارد، یک فرهنگ قوی را در پشتوانه خود معرفی می‌کند. این بدان معنی است که در طرح فضای محلّه‌ای، انسان و خصوصیت

انسانی، مودت، توجه به حریم خانواده، محرمیت‌ها، تعاون و همکاری، ارتباط اجتماعی و فرهنگی، اعتقاد و عقیده اثر گذارده است. (شیعه، ۱۳۹۰: ۱۰۹)

ویژگی های محلات قدیم	ویژگی های محلات جدید
مردم محله دوستانی صمیمی بودند که در یک محیط جمعی به هم پیوند می خوردند.	جنبه های زندگی مادی در محلات بیش از جنبه های معنوی می باشد.
در غم و شادی و گذران وقت و زندگی روزمره مشترک بودند.	دوستی، دلگرمی و پشتوانه های فرهنگی جای خود را به ظواهر مادی داده است.
راهها و توسعه معابر از سلسله مراتب اجتماعی محله نشات می گرفت.	معابر محلات عرصه حرکت اتومبیل و بدون توجه به حرکت پیاده است.
روابط اجتماعی مردم تنگاتنگ و سینه به سینه بود.	در این محلات یک نوع بیکاری پنهان و گذران باطل وقت فراغت برای نوجوانان و جوانان می باشد.
محلات دارای سکون و آرامش بودند.	مرکز محلات به جای فضاهای فرهنگی جای خود را به سوپرمارکت و پاساژهای چند طبقه داده است.

منبع: نگارندگان

تاریخچه مشارکت

ریشه های مفهوم مشارکت را می توان در دولت شهرهای یونان باستان پی جویی کرد. در این دولت شهرها به جز بردگان، بیگانگان و زنان تمامی دیگر اعضای جامعه در صورتی شهروند محسوب می شدند و در شورای مدیریت شهر عضویت داشتند، که با مشارکت سیاسی ارتباط نزدیکی داشته باشند (زیاری، ۱۳۸۸: ۳۷۶).

طرح مفهوم مدیریت مشارکتی و به کارگیری آن ریشه در تغییرات دوران معاصر دارد و ابتدا مشارکت در نظام سیاسی کشورهای غربی دیده می شود و اندیشه

مشارکت در آغاز قرن بیستم توسط فردریک تیلور به عنوان جزئی از مدیریت علمی مطرح شده است (همان منبع).

از اواخر دهه ۱۹۵۰، مفهوم "مشارکت" و "توسعه مشارکتی" به منزله‌ی مفهومی مهم در مباحث توسعه اقتصادی به دنبال شکست برنامه‌های اقتصادی مطرح شد. شکست این برنامه‌ها در دستیابی به اهداف خود، این تصور را تقویت کرد که فقدان مشارکت‌ها در طراحی، اجرا و ارزیابی برنامه‌ها، زمینه‌ی ناکامی آنها را فراهم آورده است. از سوی دیگر طرح‌های توسعه بیش از آنها در خدمت فقرا و محرومان - که گروه‌های هدف محسوب می‌شوند - باشد، به تشدید نابرابری و فقر دامن زد. با رشد و گسترش مفهوم مشارکت، سیستم‌های برنامه‌ریزی هم تغییر یافت و سیستم‌های آموزشی برای مشارکت مردم در برنامه‌ریزی استفاده گردید و «برنامه‌ریزی با مردم» جایگزین «برنامه‌ریزی برای مردم» شده است (رهنما، ۱۳۸۷: ۱۷).

به کارگیری مشارکت مردمی در نوسازی و بهسازی به شیوه‌های امروزی، در دهه ۱۹۹۰ اوج گرفت و در این راستا از تسهیل‌گران و سایر حرفه‌مندان استفاده گردید (ضرابی، ۱۳۸۸: ۴۱).

مفهوم شهروند و شهروندی

در دانشنامه سیاسی شهروند فردی است در رابطه با یک دولت که از سویی برخوردار از حقوق سیاسی و مدنی است و از سوی دیگر در برابر با دولت تکلیف‌هایی بر عهده دارد (کامیار، ۱۳۸۹: ۳۸).

از نظر ارسطو شهروند به معنای کامل را نمی‌توان بهتر از امکان مشارکت او در امر قضا و اشتغال به مقامات قضایی و بالا توصیف کرد. شهروندان کسانی هستند که شریک در «قدرت» شریک‌اند. بدین‌سان بهترین تعریف قابل انطباق به همه اشخاصی که شهروند نامیده می‌شوند همین خواهد بود (ماری‌گای، ۱۳۸۸: ۵۲-۵۳).

به نظر مارشال شهروند پایگاهی است که به تمامی افرادی که عضو تمام عیار اجتماع هستند، داده شده است. این افراد همگی دارای جایگاه برابر و حقوق، وظایف و تکالیف متناسب با این پایگاه هستند. مارشال حقوق شهروندی را دارای سه حوزه‌ی

اصلی می‌داند: حقوق قانون مدنی (مانند: مبتنی بر آزادی‌های فردی، آزادی بیان، حق مالکیت، حق بهره‌مندی از عدالت)، حقوق سیاسی (از قبیل: حق رای، حق شرکت در انتخابات) و حقوق اجتماعی (از جمله: حق بهره‌مندی از امنیت، رفاه اجتماعی، خدمات مدنی و اجتماعی) (نجاتی حسینی، ۱۳۸۰: ۱۰).

هسته مشترک تمام تعاریف شهروندی، با محوریت دو مقوله کلیدی حق و وظیفه همراه است شهروندی مفهومی به هم پیوسته از حقوق و وظایف مدنی سیاسی اجتماعی است که به مثابه نوعی پایگاه شأن و عضویت اجتماعی به تمامی افراد جامعه اعطا شده است و فارغ از تعلقات طبقاتی، نژادی، قومی، مذهبی، اقتصادی همگان یکسان و برابر می‌باشد و آنها واجد حق برخورداری از تمامی امتیازات، منابع و مزایای حاصله از جامعه هستند و نهایتاً مسئول، مکلف و موظف به مشارکت در جامعه‌ای که در آن زندگی می‌کنند می‌باشند (نجاتی حسینی، ۱۳۸۵: ۲۳).

شهروندی و شهروند شدن نیازمند وجود جامعه‌ای است که در آن زیر ساخت‌های اجتماعی و اقتصادی بر اساس یک نظام دموکراتیک و مردم سالار باشد و فضایی ایجاد شود که همه‌ی مردم اعم از فقرا، اغنیا، سرمایه‌گذاران، کارمندان و کارگران بتوانند و بدون هیچ محدودیتی آرا و نظرات خود را بیان کنند و موقعیت حقوقی برابر برای همه‌ی اقشار جامعه ایجاد شود و همگان با این وظایف مشترکی هم برای آن‌ها تعریف می‌شود.

مشارکت شهروندی به مثابه یک کنش اجتماعی

مشارکت، رفتارهای جامعه، آگاهانه و داوطلبانه است که به قصد کسب منافع فردی یا جمعی صورت می‌گیرد، صفاتی که برای رفتار مشارکتی بر شمرده می‌شود، ناظر بر نوعی تمایل ذهنی و روانی برای انجام کنش‌هایی است (علوی تبار، ۱۳۸۰: ۲۶).

در صورت آماده بودن شرایط و گرایشی، ابزارها و زمینه‌های نهادی لازم برای وقوع مشارکت لازم است. رفتار مشارکتی را با استفاده از اصطلاح وبر می‌توان کنش عقلانی معطوف به هدف دانست. در این کنش، کسب منافع و پرهیز از هزینه از

طریق مشارکت فراهم می‌شود به عبارتی دیگر از شرایط ذهنی و نهادی فراهم باشد و هزینه کنش فردی بالاتر از کنش جمعی و مشارکت باشد، زمینه برای رشد مشارکتی فراهم است. اگر شرایط مساعد فراهم باشد، هزینه کنش جمعی و در نتیجه منافع فردی آن بالاتر باشد و دلیل عقلانی برای مشارکت وجود ندارد. افراد تنها در صورتی اقدام به مشارکت می‌کنند که فواید آن را بیشتر از هزینه‌های آن دانسته و به ثمربخشی آن امیدوار باشند (همان منبع: ۲۸-۲۶).

از آن جا که اخلاق ارتباطی بستگی تمام به عقلانیت ارتباطی دارد و این دو مقوله بستگی به آمادگی عقلانی و اخلاقی کنشگران ارتباطی برای وارد شدن در بحث و استدلال عقلانی دارد تا بتوانند با اثبات، دفع و نجات ادعاهای حاکی از اعتبار ناظر به دعاوی مطرح شده خود به تفاهم و توافق مشارکتی نائل گردند. لذا ضروری است که این کنشگران بتوانند در چارچوب عقلانیت، اخلاق و کنش ارتباطی به تفاهم و توافق مشارکتی بر سر هنجارهای اخلاقی عینی مبنای عمل که مقبول تمامی مشارکت‌کنندگان باشد دست پیدا کرد. دستیابی به چنین مهمی مستلزم برابری مشارکت‌کنندگان در کنش ارتباطی، فقدان هرگونه سلطه و سرکوب و اعمال قدرت و وجود آزادی عمل آگاهانه و خودمختارانه و مسؤولانه برای تمامی کنشگران ارتباطی است.

سطوح مشارکت شهروندی

مشارکت شهروندان در سطوح مختلف و درجات متفاوت تحقق می‌یابد، به عبارت دیگر بین وارد شدن در مشارکتی تشریفاتی و ساختگی و مشارکتی که نشانگر قدرت واقعی تأثیر در نتایج و فرآیند برنامه‌ریزی‌هاست، تفاوت دارد (زیاری، ۱۳۸۸، ۲۱۲).

مشارکت چهار سطح دارد که پایین‌ترین سطح مشارکت در تأمین نیروی کار و بالاترین سطح مشارکت در تصمیم‌گیری است.

به طور کلی مشارکت مردم در طرح‌ها عبارتند از:

مشارکت در برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری.

مشارکت در اجرای طرح‌ها.

۳) مشارکت در بهره‌برداری.

۴) مشارکت در ارزشیابی (صالحی امیری، ۱۳۸۹: ۴۴۵).

پیش شرط‌های اصلی تحقق مشارکت شهری

جامعه شهری ایران با توجه به گذار از یک نظام استبداد شرقی به سمت یک نظام نیمه دموکرات و تبدیل به یک نظام دموکرات در گذار است. یکی از مهم‌ترین الزامات مشارکت شهری وجود پیش شرط‌های لازم برای تحقق مشارکت شهری است. مهم‌ترین این پیش شرط‌ها عبارتند از:

وجود فرهنگ مشارکتی.

فراهم شدن ساختارهای اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و حقوقی شهری مناسب و متناسب با مشارکت شهری در سطوح محلی، منطقه‌ای و ملی. وجود نظام مدیریت شهری (شهرداری‌ها و شورای شهری) مشارکت خواه، مشارکت گستر در کنار آن پیش شرط‌ها نباید از نقش شهروندان آگاه و مشارکت خواه، رهبران محلی اعضا شورای شهر و دانش پژوهان علوم اجتماعی در بسط و گسترش فرهنگ مشارکت شهری غافل شد.

موانع و بازدارنده‌های مشارکت شهری

برای تحقق مشارکت باید بسترها و زیرساخت‌های آن فراهم باشد. در این میان عوامل تأثیرگذار که به عنوان عوامل بازدارنده ایفای نقش می‌نمایند، تأثیر بسزایی در عدم تحقق مشارکت دارند این عوامل را می‌توان به شکل زیر دسته بندی نمود:

الف: موانع سیاسی

شامل وجود نظام برنامه‌ریزی متمرکز، فقدان مدیریت مشارکتی، وجود نگرش تک بعدی مسئولان و دست اندرکاران نسبت به موضوع مشارکت.

ب: موانع اجتماعی فرهنگی

محلله محوری به عنوان یک واحد تصمیم‌گیری خرد برای آموزش ارتباطات و مشارکت // ۶۷

شامل پائین بودن سطح سواد و آگاهی‌های جامعه، ناهمگونی اجتماعی (وجود قومیت‌ها یا تعدد زبانی و...)، داشتن تجارب ناموفق از انجام پروژه‌های مشارکتی، محافظه کاری و بی‌اعتمادی مردم نسبت به مسئولین دولتی.

ج: موانع اقتصادی

شامل ضعف بنیه مالی، ترجیح منافع شخصی بر منافع جمعی، سوء استفاده‌های مالی از اجرای برخی پروژه‌ها، نبود ساز و کارهای مشخص نامناسب با توان اقتصادی مردم.

روش‌های جلب مشارکت مردم در طرح‌های توسعه شهری

فراهم نمودن بستر مشارکت

مشارکت یک فرآیند است نه یک رخداد، بنابراین برای تحقق آن مجموعه‌ای از عناصر مختلف تأثیرگذار خواهد بود که بخشی از آنها به‌عنوان پیش‌نیازها و بخشی دیگر به‌عنوان پیامدهای مشارکت مطرح هستند. برخی از مهم‌ترین عناصر عبارتند از:

تغییر نگرش مسئولین نسبت به موضوع مشارکت.

ارتقاء سطح آگاهی شهروندان از طریق فعالیتهای آموزشی و ترویجی. انجام فعالیتهای تبلیغاتی و اطلاع‌رسانی از قبیل برنامه تلویزیون محلی، برنامه‌های رادیویی، پلاکاردهای آموزشی، بروشورها و جزوات آموزشی. برگزاری دوره‌های آموزشی. استفاده از تابلوهای ترویجی. ساخت و ترجمه فیلم‌های آموزشی و ترویجی.

آموزش مشارکت شهروندان

بعد از تعریفی که از محلات و مشارکت ارائه شد و به ویژگی‌های محلات نیز در قدیم و جدید اشاره شد، حال به این نکته خواهیم پرداخت که در دوران جدید می‌بایست محله‌ها را به دست مردمان خودشان اداره کرد. یکی از اصولی که امروزه به

عنوان محله محوری نیز نامیده می‌شود به همین مشارکت شهروندان محلات در اداره‌ی محله خود بر می‌گردد.

در محله محوری مهم‌ترین ویژگی آن داشتن مرکز است. محله به هر شکلی که باشد در حول محوری به نام مرکز محله پدید می‌آید، مرکزی که مکان جمع شهروندان و تصمیم‌گیری پیرامون محله‌ی خود می‌باشد. نوع تصمیم‌گیری میان شهروندان در محله نیز به علت خرد بودن آن واجد اهمیت می‌باشد. مردم محله برای تعیین و تدوین مسیر اقدامات برای رسیدن به اهداف خود می‌بایستی تصمیم بگیرند که خود تصمیم به دو صورت می‌باشد. تصمیم‌سازی به معنی آماده نمودن و در نظر گرفتن مواردی است از طرف مشاور، برای آنهاییکه مسئولیت تایید یا نهایی کردن تصمیم را دارند و این به این معنی است که مشاور بر اساس داده‌ها و ستانده‌ها، اهداف و معیارها و تخصص خود جواب‌های مناسبی را جهت رسیدن به آنچه که هدف قرار داده شده، تدوین می‌کند. در حالی که تصمیم‌گیری به معنی انتخاب و نهایی کردن موارد تصمیم‌سازی شده است و به نوعی مترادف با تصویب و وجهه قانونی دادن به موارد لازم جهت هدایت تا رسیدن به وضع مطلوب. در ایران معمولاً تصمیم‌گیری توسط بخش عمومی و یا دولتی انجام می‌پذیرد. (پاکزاد، ۱۳۹۱: ۱۷۱)

چاپوب نظری

می‌توان چنین بیان کرد که به دلیل سطح تصمیم‌گیری و مشارکت شهروندان به صورت خرد برنامه‌ها و نظرات شهروندان می‌بایستی به صورت تصمیم‌گیری شده باشد یعنی حرف نهایی بعد تصمیم‌سازی کردن بر عهده شهروندان آن محله باشد. میان دو واژه تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری تمایز وجود دارد و در این بخش در مقیاس خرد که محله محوری می‌باشد به مدیریت عملیاتی (تصمیم‌گیری) پرداخته می‌شود و مدیریت راهبردی (استراتژیک) در بحث کلان مطرح می‌شود. (مهدی زاده، ۱۳۹۲: ۷۲)

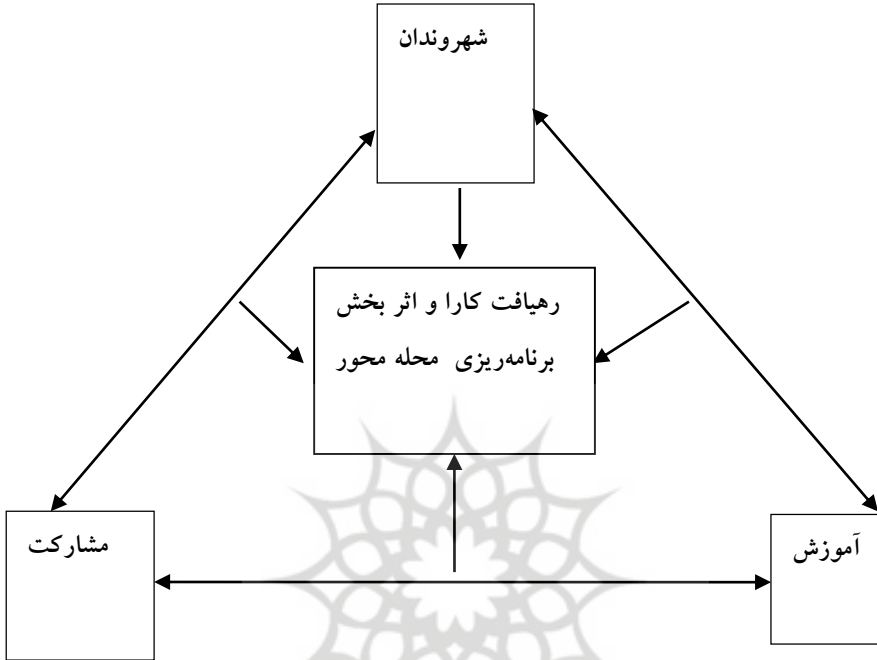
در قسمت برنامه‌ریزی در سطح خرد مشارکت شهروندان از اصول اساسی در محلات می‌باشد و در کنار این مشارکت آموزش به مشارکت‌کنندگان هم می‌بایست مد نظر قرار داد.

محلّه محوری به عنوان یک واحد تصمیم‌گیری خرد برای آموزش ارتباطات و مشارکت // ۶۹

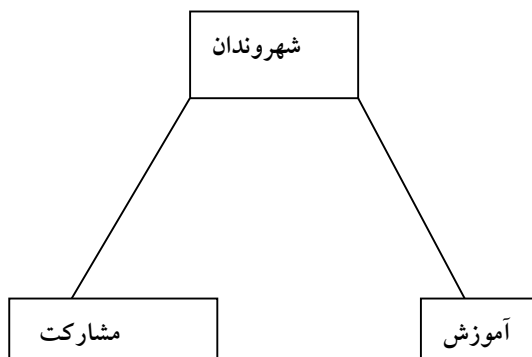
می‌توان مدل ذیل را با تحقق مشارکت برای شهروندان در محله‌های شهری
مورد نظر قرار داد.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی



در نمودار بالا ارتباط بین هر سه گزینه بدون روزه ساختاری می باشد و هر سه گزینه با هم در تماس هستند و هیچ کدام به دیگری برتری ندارد و هر سه به یک اندازه از سرمایه اجتماعی بهره می برند ولی در بعضی مواقع این ساختار ممکن است به صورت زیر در آید.



در نمودار بالا شهروندان از مزیت سرمایه‌ی اجتماعی بالاتری برخوردار می‌باشد و این بدان معناست که در صورتی می‌توان به مشارکت ایده آل رسید که در آن آموزش درست به شهروندان برای مشارکت تعمیم پذیرد. گزینه شهروندان در نمودار بالا این را نشان می‌دهد که فرد برای دستیابی به مشارکت آن هم در سطح خردی مانند محلّه نیاز به آموزش دارد (نگارنده). علاوه بر نوع اندازه و ظرفیت شبکه، توانایی تمایز قائل شدن بین روابط اجتماعی در خانه، محلّه، اجتماع محلی و دیگر محدوده‌های جغرافیایی، ممکن است بخش مهمی از تحقیق در سرمایه‌ی اجتماعی را تشکیل دهد. همان‌طور که قبلاً توضیح داده شد گرچه شماری از تحقیق‌های سرمایه‌ی اجتماعی موجود در درون خانه رخ داده یعنی خانواده را بررسی کرده‌اند لیکن بیشتر این تحقیقات روی محلّه‌ها و اجتماعات محلی تأکید داشته‌اند و به روابط بیرون از این اجتماعات کمتر توجه کرده‌اند. (پیران، ۱۳۹۲: ۹۳)

ایجاد اعتماد در بین شهروندان از طرف مسئولین شهر.
کارایی بالای مسئولین شهر در اداره‌ی محلات شهری.
مشورت گرفتن از شهروندان برای برقراری پایداری در محلات.
برقراری عدالت و مساوات در میان اقشار مختلف جامعه در محلات.

برای شروع آموزش به شهروندان برای ایجاد محلّه محوری، در ابتدا می‌بایست نکات زیر را در اولویت قرار داد:

شهرسازی مشارکتی بدون تشکیل نهادهای محلی و پشتیبانی بخش عمومی (شهرداری) با موفقیت همراه نخواهد شد. ایجاد یک هسته‌ی مشارکت محلی که در فرآیند تکامل خود به سازمان محلی عمران و به‌سازی تبدیل می‌شود، بنیان اصلی تأمین مشارکت خواهد بود. برای شکل دادن به این نهاد لازم است اقدامات زیر صورت گیرد:

- اختصاص بخشی از بودجه تهیه و اجرای طرح به تشکیل نهاد مشارکت محلّه.

- فراهم آوردن اعتبارات ارزان و قابل تمدید زمانی برای آن.
- ارائه‌ی طرح‌ها و برنامه‌های اجرایی مشخص که با هم نظری جامعه محلی تهیه شده باشد.
- انعقاد قراردادی بین سازمان عمران و به‌سازی یا شهرداری منطقه با این نهاد مشارکت برای سپردن پاره‌ای اقدامات اجرایی به آن.
- آموزش روش‌های ساخت با دوام و ارزان قیمت به علاقه‌مندان.
- تدارک یارانه مستقیم برای برخی اقدامات به‌سازی که به منافع عمومی کمک کند از جمله تعمیر مدارس، حمام‌ها و ... (طالب، ۱۳۷۶: ۴۱۵-۴۱۳).
- محله بخشی از تقسیم بندی کالبدی - فرهنگی شهر با حوزه یا فضای جغرافیایی مشخص، جامعه وابستگی‌ها، علاقه‌ها، احساسات، تعلقات اجتماعی، روابط همسایگی و الگوی مشترک زندگی همراه است که در استیلای سلسله مراتب فضای شهر قرار دارد و محلات معمولاً دارای همگونی از نظر ویژگی‌های قومی، نوع مسکن، ارزش‌های اقتصادی و یا ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی این واحدها می‌باشد. در صورتی که با دگرگون شدن این متغیرها، تمایز میان محلات آشکار می‌گردد (هاشم زاده، ۱۳۷۴: ۷۲). در نهاد مشارکت، ساکنان و شاغلان محل و دیگر افراد علاقه‌مندی که نوعی وابستگی با این محله دارند می‌توانند عضویت پیدا کنند. این نهاد باید خصوصیات زیر را در بر داشته باشد:
- فراگیر باشد و همه‌ی افراد ذی نفع و علاقه‌مند به به‌سازی محله را در خود جای دهد.
- ضد تبعیض باشد و امکان ابراز نظر، عقیده و مشارکت را برای ساکنان و شاغلان محله فراهم آورد و نسبت به زن یا مرد بودن، نژاد، قومیت و مذهب اعضا پیش داوری نداشته باشد.
- تنوع داشته باشد و افراد را از گروه‌های اجتماعی، درآمدی و قومی گوناگون به خود جذب کند.
- مدیریت دموکراتیک داشته باشد و از طریق انتخاب مردم تشکیل شود و همواره در تشویق و ترغیب مردم به مشارکت بیشتر در امور بکوشد.

- شفاف و پاسخگو باشد و همه اقدامات، فعالیت‌ها و برنامه‌های خود را در معرض داوری مردم قرار دهد و به طور منظم به مردم گزارش دهد.
- همکاری را دنبال کند و با شهرداری، سازمان عمران و به سازی، دیگر ارائه‌کننده‌ی خدمات و تأسیسات شهری و دیگر بخش‌ها و نهادهای اجتماعی (مانند شورای محلّه) و اقتصادی (مانند صندوق‌های قرض الحسنه) هم‌فکری و همکاری مشارکت داشته باشد (علوی تبار، ۱۳۷۸: ۱۷).

نقش رسانه‌ها بر ارتقاء مشارکت:

«یان رابرتسون» جامعه‌شناس معتقد است که از اوایل قرن بیستم، رشد و گسترش تدریجی رسانه‌های جمعی و وسایل ارتباط جمعی چنان بر زندگی بشر سایه افکند. که اثرات مثبت و منفی فراوانی بر زندگی بشر گذاشته است. از همه مهم‌تر این که در عصر کنونی با ظهور اینترنت و تکنولوژی‌های ارتباطات و اطلاعات و به ویژه اینترنت، فضای ارتباطات و تاثیرگذاری آنها توسعه زیادی یافته است، به طوری که ما هم اکنون تحت تأثیر این رسانه‌های نوین «دهکده جهانی» به سر می‌بریم. به عبارتی مخاطبان جهانی رسانه‌ها و نسل‌های کنونی در معرض انتشار و نمایش پیام‌های متنوع رسانه‌ای قرار دارند و پیام‌هایی را دریافت می‌کنند که می‌تواند سنت‌ها و الگوهای فرهنگی و اجتماعی و نسلی جوامع و همچنین روابط نسلی آن را دستخوش چالش و دگرگونی کند (عزیزپور، ۱۳۳۷). اولین وظیفه رسانه‌ها در امر مشارکت بسترسازی است. اگر بستر کافی و مناسب برای مشارکت وجود نداشته باشد، کارگزاران در مراحل بعدی نیز در جلب مشارکت عمومی ناکام خواهند ماند، عوامل مهم در بستر سازی مشارکت به چند موضوع قابل تقسیم است. آموزش شهروندان درباره مشارکت است. متأسفانه اکثر مواقع شهروندان اطلاع و آگاهی مناسبی از مشارکت یا نحوه مشارکت صحیح و منطقی ندارند؛ یعنی یا نمی‌دانند که مشارکت چه فوایدی برای آنها دارد و چگونه این مشارکت در سرنوشت آنها مؤثر است و اگر هم به صورت کلی از فواید مشارکت آگاه باشند، اما نمی‌دانند به صورت مصداقی مشارکت در زندگی آنها چه تأثیری خواهد داشت. از این‌رو، دستیابی به مشارکت توسط رسانه‌ها دارای سازوکاری است که می‌توانند موجبات آن را: دخالت دادن در فرآیند

تصمیم‌گیری؛ ۲- مجهز کردن مردم به دانش‌ها و مهارت‌های مورد نیاز؛ ۳- اهداف فردی و سازمانی را به وجود آورد (نیرومند و واحد ناوان، ۱۳۵۱). وسایل ارتباط جمعی به عنوان یک نهاد اجتماعی، با دیگر نهادهای موجود در جامعه روابط مبادلاتی متقابل دارد. بدون شک این نهاد اجتماعی در روند تغییرات اجتماعی و رشد اقتصادی، عامل مهمی تلقی می‌شود. رسانه‌های جمعی از میان تمامی ابزارها و فنون جدید، بیشترین تأثیرات را دارند. این رسانه‌ها در پیدایش عادات تازه، تغییر در باورها و خلق و خوی و رفتار انسان‌ها، تکوین فرهنگ جهانی و نزدیک کردن جوامع و ملل، سهمی شگرف دارند (رشکیانی، ۱۳۳۵).



نتیجه‌گیری و پیشنهادها

با توجه به مطالب ذکر شده می‌توان این نتیجه را حاصل کرد که در محلّه محوری در ابتدا می‌بایستی اعتماد، کارایی، مشارکت و عدالت را در مسئولین شهر رویت کرد که بعد بتوان از آموزش برای شهروندان برای اداره‌ی محله‌ی خود و مشارکت در تصمیم‌گیری‌ها بهره‌جست. برای ایجاد یک اجتماع محلی ایده‌آل برای مشارکت شهروندان می‌بایست کمک به ساخت و حفظ حس جمعی و ارزش زندگی عمومی را در محلات به وجود آورد. این موضوع برای متخصصان حکومت محلی واجد اهمیت بسیاری است. این روند اصل بدیعی را که می‌گوید سازمان‌ها در سایه تغییرات محیطی در تعامل اند و سازگار می‌شوند، تقویت می‌کند. امروزه به دلیل خواست‌های شفاهی و آرای عمومی، تأکید بیشتری بر وارد کردن و مداخله دادن شهروندان دیده می‌شود. (برک پور، ۱۳۹۰: ۴۲)

مشارکت واقعی مردم نیز زمانی تحقق می‌یابد که مردم را به عنوان شهروندانی صاحب حقوق ولی در عین حال مسئول تلقی کرد و عملاً زمینه‌ی تحقق شهروندی را فراهم آورد. شعار حضور مردم بی‌معناست مگر آنکه مردم آگاه و توانمند باشند. لذا آگاه‌سازی دائمی، ظرفیت‌سازی، توانمندسازی آن‌هم در چارچوب آموزش از تولد تا مرگ محور مهم مشارکت می‌باشد (پیران، ۱۳۸۸: ۹). در استفاده مردم از رسانه‌ها، جنبه لذت‌جویان‌های وجود دارد که یکی از این لذت‌ها، لذت با تأخیر است؛ به این معنا که رسانه‌ها محتوایی در اختیار مردم قرار می‌دهند که در مواقع دیگر درباره آنها گفتگو و صحبت می‌کنند. بنابراین لذت رسانه‌ها به لحظه مصرف محدود نمی‌شود. رسانه‌ها به ساخت‌مند شدن زندگی روزمره کمک می‌کنند. زندگی روزمره مبتنی بر عادت‌هاست و از رسانه‌ها برای عادت بخشیدن به زندگی استفاده می‌شود. مردم هنگام صرف صبحانه روزنامه می‌خوانند، در اتومبیل هنگام رفتن به محل کار به رادیو گوش می‌دهند و هر شب تلویزیون تماشا می‌کنند. یک نقش مهم رسانه‌ها در ساخت‌مند کردن زندگی روزمره این است که آنها حوزه‌های خصوصی و عمومی زندگی را به یکدیگر مرتبط می‌سازند. به گونه‌ای که رسانه‌ها به رکن چهارم دموکراسی در کنار مردم، احزاب سیاسی، نظام‌ها شناخته می‌شود که سه مسئولیت

ذیل را دارا می‌باشند. ۱: هدایت افکار عمومی آموزش فرآیند مستمر یادگیری است که افراد ضمن کسب اطلاعات و تجربیات به وظایف و حقوق و نقش خویش در جامعه پی می‌برند. رسانه‌های گروهی از طریق آموزش در افزایش آگاهی جامعه موثر می‌باشد و از این طریق هم می‌تواند حکومت را به ارائه‌ی مناسب خدمات و پاسخگویی سوق دهد. در این فرآیند افراد می‌آموزند با مشارکت در تصمیم‌گیری‌ها در سرنوشت خود مشارکت کنند. ۲: جمیع خواسته‌ها مردم از طریق رسانه‌ها جمعی، احزاب و گروه‌های ذی نفوذ خواسته‌های خود را به اطلاع سیاسیون و نخبگان حکومتی می‌رسانند. اگر این سه گروه مستقل عمل کنند و از جایی خط دهی نشوند، سیاست عمومی انعکاس خواست مردم خواهد بود. رسانه‌های مستقل و کارآمد می‌توانند با بیان و تجمیع خواسته‌ها پیگیری آن را از سوی حکومت مطالبه کنند.

در زمینه‌ی جلب مشارکت مردم در روند تصمیم‌گیری‌ها و مدیریت شهری، این مشارکت در حال حاضر مراحل آغازین و ابتدایی خود را طی می‌کند. در این مرحله هنوز تشخیص مصالح و منافع شهر و تمایز آن از منافع تک‌تک افراد به روشنی انجام نشده است. در این زمینه انتخابات شورایی‌ها و سایر نهادهای مردمی می‌تواند تمرینی برای وقوف افراد به حقوق مردمی و تفکیک آن از حقوق فردی به شمار آید. در همین زمینه باید گفت که حتی در صورت انتخابی بودن شهردار منطقه از میان اهالی و ساکنین هر منطقه ممکن است نتایج مطلوب را از حیث انتخاب فرد بهینه نداشته باشد که این امر مستلزم آگاهی بیشتر شهروندان از نحوه‌ی اداره‌ی امور شهر و منافع عمومی می‌باشد (همایش بهسازی و بازآفرینی، ۱۳۸۹).

اکثر شورایی‌ها عقیده دارند بسیاری از مشکلات محلات ناشی از مشکلات خود مردم است و آن‌ها می‌بایست در رفع این مشکلات سهیم باشند. از جمله این موارد همکاری مردم در تفکیک و دسته‌بندی و ارائه‌ی به موقع زباله واحدهای مسکونی، آگاه کردن منظم مسئولین از مشکلات و معضلات ناحیه‌ها و محلات و اطلاع‌رسانی به موقع از مسائل محلات را می‌توان ذکر کرد. در مورد اطلاع‌رسانی و رابطه رسانه‌ها با مشارکت مردم در مدیریت شهری شهروندان معتقدند تا زمانی که مسئولین و مدیران شهری برای برنامه‌ریزی، سیاستگذاری و اجرای طرح‌های مختلف

در سطح شهر، مشارکت دو سویه و متقابل با مردم نداشته باشند رسانه‌ها به خودی خود نمی‌توانند نقش تأثیرگذاری ایفا کنند، چرا که بسستر این تعامل و مشارکت علیرغم اطلاع‌رسانی و فرهنگ‌سازی وجود نداشته و مقبول نیست و تا زمانی که میان رابطه رسانه‌ها و مشارکت مردم در مدیریت شهری رابطه از سوی مردم مورد تأیید نباشد، به الطبع نمی‌توان در خصوص افزایش مشارکت از سوی رسانه‌ها در مدیریت شهری سخنی به میان آورد. عملکرد رسانه‌ها نسبت به رویدادهای مدیریت شهری از یک سو منعکس‌کننده نیازها و تقاضاها و مطالبات مردم است و از دیگر سو عامل اطلاع‌رسانی فعالیت‌های انجام‌گرفته از سوی مسئولین عرصه مدیریت شهری است که باعث آگاهی مردم از این فعالیت‌ها، استفاده از خدمات ارائه شده و یا مشارکت در آنها می‌شود و در مجموع ارتباط مستقیمی با مقوله توسعه شهری و به تبع آن توسعه همه‌جانبه جوامع دارد.



منابع

۱. باستانی راد، حسن (۱۳۹۱)، مقاله کوی (محل) در شهرهای ایرانی سده‌های نخستین اسلامی، مجله پژوهش‌های تاریخی ایران و اسلام.
۲. برک پور، ناصر، اسدی، ایرج (۱۳۹۰)، مدیریت و حکمروایی شهری، انتشارات دانشگاه هنر تهران.
۳. پاکزاد، جهان‌شاه (۱۳۹۱)، مبانی نظری و فرآیند طراحی شهری، انتشارات شهیدی.
۴. پاکزاد، جهان‌شاه. (۱۳۸۹)، معیارهای کیفی سنجش فضا، مجله آبادی، سال سیزدهم، شماره ۳۹، تابستان.
۵. پیران، پرویز (۱۳۹۲)، مبانی مفهومی و نظری سرمایه‌ی اجتماعی، انتشارات نشر علم.
۶. پیران، پرویز (۱۳۸۸)، از اسکان غیر رسمی تا اسکان نایب: در جستجوی راه حل، مجله هفت شهر.
۷. حبیبی، محسن، مسائلی، صدیقه (۱۳۷۸)، سرانه کاربری‌های شهری، انتشارات سازمان ملی زمین و مسکن.
۸. حبیبی، محسن (۱۳۸۷)، از شار تا شهر، انتشارات دانشگاه تهران.
۹. دومین همایش سراسری بهسازی و بازآفرینی بافت‌های تاریخی و فرسوده شهری و سکونت‌گاه‌های غیر رسمی، شیراز، (اردیبهشت ۱۳۸۹)، شرکت عمران و مسکن سازان استان فارس.
۱۰. رضایی مجید، میثم (۱۳۹۳)، راهنمای آموزشی درآمدی بر شهرشناسی، انتشارات آرنا.
۱۱. -رحمانزاده، سیدعلی و دیگران (۱۳۵۱)، بررسی نقش رسانه ملی در توسعه ارتباطات بین فرهنگی در میان اقوام ایرانی از دیدگاه صاحب‌نظران. فصلنامه مطالعات رسانه‌ای، شماره سیزدهم.
۱۲. -زیاری، کرامت اله، و پرهیز، فریاد، و مهدنژاد، حافظ. (۱۳۸۸)، مبانی و تکنیک‌های برنامه‌ریزی شهری، انتشارات دانشگاه بین‌المللی چابهار، چاپ اول. شش‌میعه، اسماعیل (۱۳۹۰)، با شهر و منطقه در ایران، انتشارات دانشگاه علم و صنعت ایران.
۱۳. شکیان، مهدی (۱۳۳۵). کارکردها و تأثیرات تلفن همراه: رسانه شخصی، رقیب رسانه جمعی.

۱۴. سلطان زاده، حسین (۱۳۹۰)، تاریخ مختصر شهر و شهرنشینی در ایران از دوره باستان تا ۱۳۵۵ ه.ش، انتشارات چهارطاق.
۱۵. -ضرابی، المیرا، و فرید طهرانی، سایه. (۱۳۸۸)، رویکرد مشارکت جویانه در نوسازی و بهسازی بافت‌های فرسوده شهر، آرمانشهر، شماره ۲.
۱۶. طالب، مهدی. (مهرماه ۱۳۷۶)، مشارکت شرط لازم دخالت در بافت‌های شهری، مجموعه مقالات همایش تخصصی بافت‌های شهری، ناشر: وزارت مسکن شهرسازی، مشهد.
۱۷. عبدی دانشپور، زهره (۱۳۹۰)، درآمدی بر نظریه‌های برنامه‌ریزی شهری با تاکید ویژه بر برنامه‌ریزی شهری، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی. - عبدالهی، مجید، صرافی، مظفر، توکلی نیا، جمیله (۱۳۸۹)، مقاله بررسی نظری مفهوم محلّه و باز تعریف آن با تاکید بر شرایط محلّه‌های شهری ایران، مجله پژوهش‌های جغرافیای انسانی.
۱۸. عزیزی، محمدمهدی (۱۳۸۵)، مقاله محلّه مسکونی پایدار: مطالعه موردی نارمک، نشریه هنرهای زیبا.
۱۹. -علوی تبار، علیرضا. (۱۳۷۸)، الگوی مشارکت در جامعه مردم سالار، شهرداری‌ها، سال اول، شماره ۶.
۲۰. -علوی تبار، علیرضا. (۱۳۸۰)، الگوی مشارکت شهروندان در اداره امور شهرها، انتشارات سازمان شهرداری‌های کشور، چاپ اول.
۲۱. کامیار، غلامرضا. (۱۳۸۹)، حقوق شهری و شهر سازی، انتشارات مجد، چاپ چهارم.
۲۲. لینچ، کوین (۱۳۹۰)، مترجم: مزینی، منوچهر، سیمای شهر، انتشارات دانشگاه تهران.
۲۳. مشهدی زاده دهقانی، ناصر (۱۳۹۰)، تحلیلی از ویژگی‌های برنامه‌ریزی شهری در ایران، انتشارات دانشگاه علم و صنعت ایران.
۲۴. معصومی اشکوری، حسن (۱۳۸۷)، راهنمای عملی برنامه‌ریزی و آینده پژوهی، انتشارات پیام.
۲۵. مهدی زاده، جواد (۱۳۹۲)، برنامه‌ریزی راهبردی توسعه شهری، انتشارات آرمان شهر.
۲۶. -ماری، گای. (۱۳۸۸)، شهروند در تاریخ اندیشه غرب، (ترجمه عباس باقری)، نشر و پژوهش فرزنان روز، چاپ اول.

۲۷. -نجاتی حسینی، محمود. (۱۳۸۰)، جامعه مدرن، شهروندی و مشارکت، فصلنامه مدیریت شهری، شماره ۵.
۲۸. نادری بوانلو، محمد، پرتوی، پروین (۱۳۸۹)، مقاله تدوین الگوی محله محوری در مدیریت شهری، با توجه به ویژگی‌های شهر مشهد، فصلنامه دانشگاه هنر.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی