

The Role of Local Media in Achieving Good Urban Governance in Iran

Ali Rajabi

MA graduate, social communication, IRIB university, Tehran, Iran
(Corresponding author).

ali.rajabi@ut.ac.ir

 0009-0006-7831-0158

Ali Darabi

Associate professor, Department of media management, IRIB university, Tehran, Iran.

adarabi@iribu.ac.ir

 0000-0003-4373-2669

Ali Akbar Razmjoo

Assistant professor, Department of social communication, IRIB university, Tehran, Iran.

arazmjoo@iribu.ac.ir

 0000-0002-8541-8857

Abstract

Local media can fulfill a significant institutional role in advancing the concept of good urban governance. Focusing on this matter is likely to result in an enhanced effectiveness of this social intermediary institution. This paper, based on the assumption mentioned above, explores the existing theoretical literature related to the concepts of governance and good governance in conjunction with other concepts such as local media, structural functionalism, and media social responsibility. It critically assesses the concept of good governance, which represents a novel approach to public administration, within the urban context, with local media as its focal point. Subsequently, utilizing data derived from comprehensive theoretical studies, explorations, deep interviews, and content analysis methodologies, this paper addresses the pertinent questions and objectives through MAXQDA software. As a result, this research identifies three comprehensive dimensions of the role of local media in advancing good urban governance in Iran (responsiveness to officials, city oversight, and public participation in governance), and offers corresponding strategies and recommendations. The findings of this research emphasize the independent and influential role of media in governance. While formal media outlets in Iran face limitations in serving as a public tool due to existing structures, their capacity to hold officials accountable remains substantial.

Moreover, empowering citizens through media, especially non-formal media, is achievable within the broader governance framework. Ultimately, the enduring and supervisory role of the media in monitoring the environment and exercising societal oversight, is particularly concerning urban issues. This focus is more readily accessible and fundamental for local media. It is, however, acknowledged that local media, especially in small communities, confronts numerous challenges and hardships.

Keywords: Local media, governance, good urban governance, urban communications, structural functionalism, media social responsibility.

نقش رسانه‌های محلی در تحقق حکمرانی خوب شهری در ایران

علی رجبی

دانش آموخته کارشناسی ارشد علوم ارتباطات، دانشگاه صداوسیما، تهران، ایران (نویسنده مسئول).
ali.rajabi@ut.ac.ir

0009-0006-7831-0158

علی دارابی

دانشیار گروه مدیریت رسانه، دانشگاه صداوسیما، تهران، ایران.
adarabi@iribu.ac.ir

0000-0003-4373-2669

علی اکبر رزمجو

استادیار گروه علوم ارتباطات، دانشگاه صداوسیما، تهران، ایران.
arazmjoo@iribu.ac.ir

0000-0002-8541-8857

چکیده

رسانه‌های محلی می‌توانند نقش نهادی مهمی را در راستای حکمرانی خوب شهری ایفاء کنند که توجه به آن، احتمالاً به اثرگذاری بهتر این نهاد میانجی اجتماعی منجر شود. بر این مبنا، موضوع این نوشتار بررسی نقش رسانه‌های محلی در راستای نیل به حکمرانی خوب شهری است. از این‌رو اهدافی به مانند: شناخت نقش رسانه‌ها در تحقق حکمرانی خوب شهری؛ بررسی نقش رسانه‌های محلی در تحقق حکمرانی خوب شهری؛ و ذیل آن، شناخت چالش‌ها و موانع پیش‌روی رسانه محلی در جایگاه نهاد اجتماعی مورد توجه بوده است. سپس با استفاده از مفاهیم دیگری مثل کارکردگرایی اجتماعی، رسانه محلی و مسئولیت اجتماعی رسانه، به موضوع پرداخته شد. در ادامه با استفاده از نماگرهای احصاء شده از دل مطالعات نظری و با استفاده از روش پژوهشی مصاحبه عمیق و شیوه تحلیلی تحلیل مضمون، از طریق نرم‌افزار MAXQUDA به سؤالات مدنظر پاسخ داده شد. در نهایت آنکه، خروجی پژوهش حاکی از نقش اثرگذار رسانه در حکمرانی بوده است. با وجود اینکه به علت ساختارهای موجود در ایران، توانایی رسانه رسمی برای ابزار مردمی بودن کم است، اما درعین حال توان آن در پاسخ‌گویی به مسئولان بالاست. از طرفی توانمندشدن مردم در کلیت حکمرانی توسط رسانه، خصوصاً توسط رسانه‌های غیررسمی با وجود تهدیدها و آسیب‌ها وجود دارد. همچنین نقش نظارتی و همیشگی رسانه در پایش و نظارت اجتماعی، خصوصاً درباره مسائل شهری قابل ذکر است که امکان این کارویژه با وجود دشواری‌ها برای رسانه محلی فراهم است. در نتیجه می‌توان کارویژه رسانه‌های محلی را در راستای حکمرانی خوب شهری در ایران در سه مقوله فراگیر (پاسخ‌گوکننده مسئولان؛ چشم‌ناظر بر شهر؛ عامل مردمی در حکمرانی) برشمرد.

کلیدواژه‌ها: ارتباطات شهری، رسانه محلی، حکمرانی، حکمرانی خوب شهری، کارکردگرایی اجتماعی، مسئولیت اجتماعی رسانه.

شاپای الکترونیک: ۶۵۵X-۲۵۸۸ / پژوهشکده تحقیقات راهبردی / فصلنامه علمی راهبرد اجتماعی فرهنگی

doi 10.22034/scs.2024.415649.1494



مسئولیت مقاله از نظر محتوای علمی و نظرات مطرح‌شده در متن آن، به عهده نویسندگان و یا نویسنده مسئول مقاله می‌باشد و مورد تأیید / عدم تأیید صاحب امتیاز نشریه راهبرد اجتماعی فرهنگی نمی‌باشد.

مقدمه و بیان مسئله

رویکرد حکمرانی در ایران، امروزه بیش از پیش مورد توجه دستگاه‌های حاکمیتی و نخبگان دانشگاهی و سیاسی قرار گرفته است. دلیل این امر چه برداشت و مصادره به مطلوب برای اعتباربخشی به حکومت کردن باشد، چه مردمی‌سازی اداره امور عمومی برای رسیدن به خیر جمعی که در لسان مقامات عالی کشور هم بیان می‌شود. به هر حال تلاشی است برای اثرگذاری بهتر و گذر از سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی به حکمرانی که صرفاً سویه‌های تک‌بعدی مثلاً اقتصادی نداشته و تمامی ابعاد اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و... را دربرگیرد. مفهومی که در ابتدا مقابل حکومت کردن طرح شد. اگرچه، برایان مک لاین^۱ اولین نظریه‌پردازی بوده است که در دهه ۱۹۷۰م آن را مطرح نمود؛ اما عملاً بسط آن در دهه ۱۹۸۰م و در کشورهای آفریقایی بود است که بانک جهانی در مطالعات خود دریافت، شیوه اداره کشور یا رابطه شهروندان با حکومت‌کنندگان موضوع اصلی توسعه است (تقوایی و تاجدار، ۱۳۸۸، ص. ۴۷). پس، بحث بیشتر بر شکل و فرایند مطلوب اداره امور اجتماعی توسط نهادهای تنظیم‌گر است. موضوعی که اقتضائات کنونی کشور و دنیا توجه به آن را بیش از پیش کرده است. پس از آن است که مفهوم حکمرانی خوب شهری^۲ یا به عبارتی (حاکمیت شایسته) مطرح می‌شود. مفهومی در ادامه مفهوم حکمرانی که از اواخر دهه ۱۹۹۰ و در پی نارضایتی نسبت به رویکرد دولت حداقل شکل گرفت و از پایان آن دهه بود که رویکرد حکمرانی خوب مورد استقبال گسترده قرار گرفت (میدری، ۱۳۸۵، ص. ۲۶۷). در تعریف آن گفته‌اند: فرایندی از حکمرانی در شهر بوده که از ارتباط سه بخش دولتی، مدنی و شهروندان با یکدیگر در مسائل مختلف شکل گرفته و مؤلفه‌هایی چون شفافیت، پاسخ‌گویی و... را دربردارد. یعنی در فرایندی دیالکتیکی و بعضاً تعاملی، مابین شهروندان و نهادهای شهری است که حکمرانی خوب قوام می‌یابد. صورتی توافق‌گونه که ماحصل تصادم و درنهایت استحاله منافع و تصمیم‌های مختلف در شکلی تجمیع شده بین همه بازیگران تأثیرگذار و تأثیرپذیر از برنامه‌ها است.

حال، مسائل به وجود آمده سال‌های اخیر در حوزه مدیریت شهری، اعم فسادها و ناکارآمدی‌ها از لواسان، ساری و ... گرفته تا شهریار، تبریز و... ضرورت تجدیدنظر در نگاه به مقوله مدیریت شهری کشور را ضروری ساخته است. نمونه‌های آشنا برای

1. Brayan Mac Lain

2. Good Urban Governance

مخاطب دهه نود ایران که بهتر از نوشتن چند بند درباره وظایف قانونی شهرداری‌ها، نمایانگر کاستی‌های موجود است (موحد، ۱۳۸۷، ص. ۲۲). این موضوع باعث خدشه بر میزان اعتماد مردم به دستگاه حاکمیت، مشروعیت آن و کاهش مشارکت مردم می‌شود. چراکه صور سنتی اداره امور شهری در ایران را دیگر توان پاسخگویی به مسائل عدیده در جامعه پیچیده کنونی نیست. اگرچه مشکلات نظام مدیریت شهری ایران از زمان شکل‌گیری نهادها، شهرداری‌ها و شهرنشینی معاصر از عصر پهلوی تا به حال به انحاء مختلف وجود داشته است؛ اما به مدد رسانه‌ها بالاخص رسانه‌های نوین بود که این ناکارآمدی‌ها بیش‌ازپیش بازنمایی شد. به‌عبارتی نظام دیوان‌سالار از بالا به پایین مدیریت شهری ایران که به دور از نظارت همگانی است، دچار نوعی استبداد نخبگانی - دیوان‌سالاری و شاید شکاف‌ساز بین مردم و حاکمیت بوده است. حال این مسئله با فلسفه ارزشی نظام اسلامی چون مردم‌سالاری دینی، خدمت، مطالبه‌گری و... در تضاد بوده و به شکاف بیشتر جامعه با حاکمیت منجر می‌شود. خصوصاً در جایی که انقلاب اسلامی ایران را هم اساساً انقلابی شهری می‌نامند که بعضاً اعتراضی اساسی بود بر مشکلات عدیده در بحث مسکن، حاشیه‌نشینی و... در اینجا است که رسانه در حکمرانی نقش نهاد اجتماعی تنظیم‌گر، در کنار سایر اجزاء سازمان اجتماعی نقش ایفا می‌کند. با چنین پیش‌فرضی می‌توان مسئله نقش رسانه در حکمرانی را بررسی نمود.

بدین ترتیب مسئله خاص ما در این پژوهش، بررسی نقشی بوده است که رسانه‌ها (به‌طور خاص رسانه‌های محلی) به‌عنوان نهاد اجتماعی میانجی و تنظیم‌گر در شیوه حکمرانی خوب شهری می‌توانند ایفا کنند. موضوعی که می‌توان آن‌را هم ذیل مبحث ارتباطات شهری یا شهر ارتباطی، یعنی در نقطه تلاقی و اشتراک مفهومی بین رسانه و شهر قرار داد. شهر ارتباطی^۱ توجه خود را بر الگوهای ارتباطی، ارتباطات مردم در شهر و رابطه بین زمینه شهری با پدیده ارتباط قرار می‌دهد. به‌بیان دیگر تأثیر متقابل ارتباطات را بر برنامه‌ریزی، طراحی و مدیریت شهرها و شهروندان، بررسی می‌کند (Jeffres, 2010, p. 99)؛ ضمن آنکه برای فهم بهتر موضوع لازم است ابتدا به مشخص کردن منظورمان از رسانه‌ی محلی بپردازیم.

الی نوام^۲ می‌گوید: رسانه‌های محلی دارای بعد محلی بوده و اطلاعات را در حوزه‌ی محلی منتشر می‌کنند (کریمی، ۱۳۸۵، ص. ۲۲). مقصود ما از محلی در

1. Communicative city

2. Eli Noam

اینجا، نه تعاریف متداول در شهرسازی از محله یا تعاریف اقتصادی - سیاسی یا مرکز - پیرامون بلکه منطقه تحت اداره نهادهای سیاسی - حاکمیتی محلی به مانند شهرداری‌ها می‌باشد که گستره و شعاع آن می‌تواند از یک شهر کوچک تا یک کلان‌شهر را شامل شود. رسانه محلی در اینجا، رسانه‌ای است که برای محدوده جغرافیایی مشخص تولید محتوا می‌کند. این پرسش بنیادین که رسانه چگونه می‌تواند ایفاگر نقش نظارت‌گر خود در حفظ تعادل و ثبات و درعین حال پویایی جامعه باشد. ضمن اینکه تلاش شده تا حکمرانی خوب شهری با وجود رسانه (رسانه محلی) مورد ارزیابی قرار بگیرد. بی‌توجهی به موضوع اهمیت رسانه و تأثیرات آن در مسائل محلی (از یک شهر کوچک و روستا گرفته تا کلان‌شهرها) هم، نه تنها کارکرد نظارتی و نگهداری رسانه بر جامعه را دچار ضعف و نقصان کرده بلکه درنهایت باعث کاهش اعتماد عمومی و فرصت یافتن جریان‌های معاند و مخالف خواهد شد. همین‌طور که در نظریه مسئولیت اجتماعی رسانه بیان می‌شود، رسانه‌ها علاوه بر اطلاع‌رسانی، سرگرمی و فروش، باید موجب تضارب آراء شوند و مباحثه را رشد دهند (سورین و تانکارد، ۱۳۸۱، ص. ۴۴۵). همچنان که یکی از مقولات مهم در نظریات متأخر مدیریت شهری، ناظر به شفافیت و پاسخگویی نهادهای شهری و مشارکت شهروندی است.

از بُعد دیگر، نفوذ روزافزون رسانه‌ها بر تمامی شئون زندگی اجتماعی، توجه به ارتباط این دو در حوزه مشترک عملکردی را لازم می‌سازد. با این اوصاف، پژوهش حاضر به دنبال یافتن نقش رسانه در حکمرانی خوب شهری با تأکید بر رسانه محلی است. چراکه رسانه‌ها می‌توانند به عنوان نگهدارنده ارزش‌های جامعه، تسهیل‌کننده همبستگی اجتماعی، مشارکت مردم در امور اجرایی، عامل افزایش حس تعلق شهروندان به شهر و منطقه خود باشند. به عبارتی، رسانه‌ها ابزار گفت‌وگو مابین شهروندان با مدیریت شهری هستند و رسانه‌ای شدن راهی برای «توسعه مشارکت مردم» در زندگی شهری است (فاضلی، ۱۳۹۲، ص. ۲۶۴).

پس برای افزایش کیفیت مدیریت شهری و درنهایت افزایش کیفیت زندگی، توجه به همه ابعاد اثرگذار بر آن ضروری است که رسانه هم می‌تواند ابزاری در این راستا باشد. درنهایت امر این اتفاق می‌تواند، عدالت شهری، حفظ و حراست از زیست بوم‌های شهری، ارتقاء مشارکت شهری، افزایش حس تعلق و مشارکت شهروندان و افزایش اعتماد آنان به نهادهای شهری به‌طور اخص نهادهای حاکمیتی شهری را در پی داشته باشد.

۱. اهداف و پرسش‌های پژوهش

یک هدف این پژوهش شناخت نقش رسانه‌ها (به‌طور کلی) در تحقق حکمرانی خوب شهری بوده است. هدف دیگر نوشتار، بررسی نقش رسانه‌های محلی در تحقق حکمرانی خوب شهری می‌باشد که هدف فرعی ذیل آن، شناخت چالش‌ها و موانع پیش‌رو رسانه محلی در جایگاه نهاد اجتماعی برای تحقق حکمرانی خوب شهری در ایران است. بدین ترتیب، سؤال‌هایی که پژوهش حاضر به دنبال آن است شامل موارد زیر است:

- ۱- نقش رسانه در تحقق حکمرانی خوب در ایران چیست؟
- ۲- نقش رسانه‌های محلی برای حکمرانی خوب شهری در ایران چیست؟
- ۳- چالش‌ها و فرصت‌های رسانه محلی در جایگاه نهاد اجتماعی برای تحقق حکمرانی خوب شهری در ایران چیست؟

۲. پیشینه پژوهش

اگرچه پژوهش‌های متعددی با محوریت رویکرد حکمرانی خوب در ایران صورت پذیرفته که ارتباط رسانه را هم با آن مورد بررسی قرار داده‌اند؛ اما خلأ پرداختن به نقش رسانه محلی در حکمرانی خوب شهری در این رابطه احساس می‌شود. در ایران از جمله محققانی به مانند برک‌پور (۱۳۸۱)، تقوایی و تاجدار (۱۳۸۸) به موضوع حکمرانی و صلواتیان و خوش‌بیان (۱۳۹۷)، کریمی (۱۳۸۵) به موضوع رسانه‌های محلی و در تحقیقات خارجی، دونو (۲۰۱۳) در رابطه با رسانه و حکمرانی خوب شهری، به پژوهش پرداخته‌اند.

ناصر برک‌پور (۱۳۸۱) در رساله دکترای خود تحت عنوان «گذر از حکومت شهری به حاکمیت شهری در ایران؛ موردپژوهی: همدان - اسلامشهر»، ضمن تعریف مفهوم جدید در آن سال‌ها یعنی حکمرانی که وی تحت عنوان حاکمیت و حکمروایی از آنها نام برده است. تقریباً اولین پژوهش جدی داخلی در این زمینه را با مرور زمینه‌های شکل‌گیری این رویکرد در دنیا انجام داده است. وی در ادامه با استفاده از چهارچوب روشی شامل: مصاحبه اکتشافی، پیمایش، مفهوم‌سازی و مدل‌سازی، نماگرهای رویکرد حکمرانی خوب را با در نظر گرفتن شرایط بومی ایران، در مورد دو شهر همدان و اسلامشهر به شکل آماری و با آزمون فرضیه‌ها سنجیده است. نتیجه پژوهش وی که هدف اصلی آن بر بومی کردن این مفهوم و سنجش وضعیتش در شهرهای کشور استوار بوده است، در گام اول توصیف و تبیین نظام

مدیریت و اداره عمومی شهر در ایران شده که نمره پایین حکمرانی را برای دو شهر مذکور نشان داده است. در گام دوم با مدل‌سازی‌های صورت داده بر اساس ضعف‌ها و تهدیدات، نقاط قوت و فرصت‌ها، به ارائه راهکارها برای گذار از حکومت شهری به حاکمیت شهری پرداخته است.

علی‌اکبر تقوایی و رسول تاجدار (۱۳۸۸) در مقاله‌ای با عنوان «درآمدی بر حکمروایی خوب شهری در رویکرد تحلیلی» به بیان تعاریف نظری و اسنادی از مفهوم حکمرانی خوب پرداخته و با هدف بررسی الزامات این نوع حکمرانی مدیریت شهری ایران شاخص‌های مربوطه را بررسی کرده‌اند. درنهایت آنها با تحلیل مفاهیم و اصول مرتبط با حکمروایی خوب شهری و بررسی نمونه‌ای از تجارب داخلی مرتبط با این رویکرد، به ارائه راهکارهایی برای حکمرانی خوب شهری در ایران پرداخته‌اند که درنهایت پیشنهادی مدیریت مجموعه‌های شهری در نظام مدیریت شهری کشور را بر اساس رویکرد «حکمروایی خوب شهری» به عنوان اثربخش‌ترین، کم‌هزینه‌ترین و پایدارترین شیوه اعلام کرده است. این سه پژوهش از جهت آنکه به زمینه حکمرانی خوب شهری در ایران و بررسی این مفهوم پرداخته‌اند با این پژوهش قرابت دارند.

محمود کریمی (۱۳۸۵) در پایان‌نامه تحت عنوان «تحلیل محتوای اخبار ساعت ۲۳ شبکه استانی زنجان بر اساس کارکردهای رسانه محلی و اصول حرفه‌ای روزنامه‌نگاری»، ابتدا با هدف تعریف رسانه محلی و تدوین کارکرد آن به تحلیل محتوای شبکه مذکور بر اساس اصول روزنامه‌نگاری حرفه‌ای هم پرداخته است. وی این کار را با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی انجام داده است. در انتها نیز چهارچوبی از کارکردهای رسانه محلی برشمرده و درنهایت به ارائه پیشنهادها و راهکارهایی در این زمینه اقدام کرده است. نتیجه این پژوهش حاکی از عملکرد ضعیف شبکه اشراق به مثابه رسانه محلی و عملکرد ضعیف‌تر آن در روزنامه‌نگاری حرفه‌ای بوده است. این پژوهش از جهت تعریف و ارائه کارکردهای رسانه محلی با پژوهش ما همسو است، ولی زمینه و چهارچوب مورد بررسی و نیز روش پژوهش باهم متفاوت است.

سیاوش صلواتیان و ابوذر خوش‌بیان (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان «تدوین راهبردهای مطلوب برای شبکه‌های تلویزیونی استانی صداوسیما از دیدگاه مدیران رسانه ملی و کارشناسان رسانه»، با هدف پیشنهاد راهبردهای مطلوب برای شبکه‌های تلویزیونی استانی صداوسیما و با استفاده از روش مصاحبه و فراتحلیل به ارائه راهکارهای مطلوب از طریق ماتریس SOWT برای شبکه‌های استانی صداوسیما

اقدام کرده‌اند. مهم‌ترین نتیجه این پژوهش علاوه بر اهداف اولویت‌داری چون ارتقاء جایگاه شبکه‌های استانی با افزایش رضایت و اعتماد آنان، در کنار حفظ خرده‌فرهنگ‌های محلی، لزوم بازتعریف سازمانی این مراکز، لزوم توجه به ذائقه و نیاز مخاطبان در کنار نیاز به افزایش و تأمین بودجه برای آنها بوده است. این پژوهش نیز از آن جهت که رسانه‌های محلی (مراکز صداوسیما) را مسئله خود قرار داده، به پژوهش ما نزدیک بوده است، با این تفاوت که دو پژوهش آخر، مسئله شهر و بررسی تأثیرات رسانه‌های محلی بر مدیریت مطلوب شهری و به‌طور کلی حکمرانی، موضوعشان نبوده است.

ایفوئما دونو^۱ (۲۰۱۳) در مقاله‌ای با عنوان «حکمرانی خوب در نیجریه: نقش رسانه‌ها چیست؟»، با روش پیمایش و انجام آزمون‌های آماری، و با طرح این سؤال که چرا و چگونه رسانه‌ها بخش حیاتی در شکل‌دادن به حکومت هستند، به بیان فرصت‌ها و چالش‌های اصلی به بیان نقش رسانه‌ها در رسیدن به حکمرانی خوب پرداخته است. در متن مقاله نویسنده از شرایطی نام می‌برد که در آن رسانه‌ها صدای شهروندان هستند. علاوه بر این بیان می‌دارد، همچنین رسانه‌ها می‌توانند ترجیحات و اولویت‌های حکومت را برای شهروندان بیان کنند.

وی نتیجه می‌گیرد که سهم و وظایف رسانه‌ها با در نظر گرفتن و بازنمایی اصول حکمرانی خوب از جمله مؤلفه‌هایی به مانند مسئولیت‌پذیری، دسترس‌پذیری، شفافیت و عینیت در انجام وظایف، و اصول اساسی میهن‌پرستی در کنار حقیقت و انصاف می‌باشد. این پژوهش از جهت کاوش وظایف رسانه در حکمرانی خوب، شباهت بیشتری با کلیت پژوهش ما دارد؛ اما تفاوت آن حوزه مکانی و زمینه متفاوت دو پژوهش است (Dunu, 2013, p. 178).

در بررسی اغلب تحقیقات مرتبط، خصوصاً تحقیقات مشابه داخلی، شاهد بودیم که محققان، بیش از آنکه به جنبه‌های اجتماعی - ارتباطی رسانه‌ها در حوزه مسائل شهری بپردازند، به نقش فنی و ابزاری، فناوری‌های ارتباطی که در حوزه IT^۲ و ICT^۳ قرار می‌گیرد، پرداخته‌اند. به عبارتی، غالب این تحقیقات در زمینه‌های علمی متفاوت با علوم ارتباطات، به‌طور مثال در رشته‌های شهرسازی، جغرافیا و مدیریت انجام شده بودند. در نتیجه، این تحقیقات بیش از آنکه نقش رسانه را مسائل شهری از دید

1. Ifeoma Dunu

۲. فناوری اطلاعات

۳. فناوری ارتباطات و اطلاعات

ارتباطات اجتماعی ببینند، بر جنبه‌های فنی رسانه‌ها بدون توجه عمیق به تأثیرات اجتماعی آن تأکید داشته‌اند. دیگر آنکه ماحصل مطالعه این تحقیقات استوار گشتن مفهوم نهاد میانجی اجتماعی در راستای تحقق حکمرانی خوب شهری بوده است؛ البته که استفاده از روش تحلیل مضمون با محوریت روش مصاحبه عمیق، به‌علاوه پرداخت همزمان به رسانه‌های محلی و موضوع حکمرانی، وجه تمایز این پژوهش با آن پژوهش‌هاست.

۳. ملاحظات نظری

۳-۱. مبانی نظری

۳-۱-۱. حکمرانی خوب

حکمرانی خوب گذر از سمت محوریت نهادهای دولتی به سمت نهادهای اجتماعی است. به‌واقع سیر تکامل و تطوری است که با حکومت شروع و رشد می‌یابد. یعنی تجاری که پس از بحران‌های بزرگ اقتصاد لیبرال، افول کمونیسم و اتفاقات این چنین رخ داد، دوره را رقم زد که با گذر از دولت حداقل و پس از آن دولت بزرگ به دوره سوم یعنی حکمرانی خوب رسیده‌ایم (میدری، ۱۳۸۵، ص. ۲۶۸). در این رابطه نیز نهادهای بین‌المللی چون بانک جهانی، صندوق بین‌المللی پول، برنامه توسعه ملل متعهد و سازمان ملل دست به تعریف چستی و حدود و ثغور آن زدند. تا بدان‌جا که در کنار بخش خصوصی و جامعه با توازن، تعاملی در شبکه‌ای هم‌عرض با یکدیگر داشته باشند. اندیشمندان نظریه‌پرداز در این حوزه بیشتر اقتصاددانانی چون داگلاس نورث، رونالد کوز و بیش از همه استگلیتز بودند که همگی بیشتر به مکتب نهادگرایی تعلق داشته‌اند (میدری، ۱۳۸۵، ص. ۲۶۷)؛ اما درباره این رویکرد کم‌کم حوزه‌های دیگر علوم انسانی به علت اهمیت بحث دولت، شهروندان، رابطه دولت و شهروندان و سایر نهادها هم به‌وجود آمد. به‌عبارتی نیاز به شاخه‌های چون مدیریت، جامعه‌شناسی، روان‌شناسی، علوم سیاسی و... هم احساس شد. باوجوداین، اگرچه در کشور ما وقتی صحبت از حکمرانی می‌شود، بیشتر تداعی‌کننده اراده حکومت^۱ و دولت^۲ است. درحالی‌که غالباً مراد از دولت همان government است و state حکومت خوانده می‌شود. آنچه گاه در رویکردهای پژوهشی به‌خصوص سیاست‌گذاران دولتی مدنظر است و دانشگاهیان بعضاً هنگامی که صحبت از حکمرانی می‌کنند، اشاره و

1. Government

2. State

منظور ایشان نقش دولت در حکمرانی است. درحالی‌که همان‌طور که گفته شد دولت خود از بازیگران مهم در عرصه حکمرانی است که در این مسیر تنها نبوده و احتیاج به جامعه توانمند و اثرگذار هم دارد (غفاری، ۱۳۹۳، ص. ۱۰۹).

حکمرانی خوب^۱ پیوند سیاست و اداره جامعه است که هدفش ارتقاء کارآمدی نظام سیاسی در اداره امور است (نبی‌زاده و دیگران، ۱۴۰۲، ص. ۷۱۸). یعنی در فرایند دیالکتیکی مابین شهروندان و نهادهای شهری است که حکمرانی خوب قوام می‌یابد. صورتی توافق‌گونه که ماحصل تصادم و درنهایت استحاله منافع و تصمیمات مختلف در شکلی تجمیع شده بین همه بازیگران تأثیرگذار و تأثیرپذیر از برنامه‌ها است.

از طرفی حکمرانی خوب شهری گونه‌ای از سطوح مختلف حکمرانی خوب است که در محدوده جغرافیایی یک شهر اعمال می‌شود. چراکه حکمرانی خوب از سطوح فراملی تا سطح محلی قابل سطح‌بندی است. حکمرانی بسته به سطح آن (ملی، منطقه‌ای، محلی) مجموعه‌ای از بازیگران اثرگذار بر تصمیم‌ها را دربرمی‌گیرد (نبی‌زاده و دیگران، ۱۴۰۲، ص. ۷۱۸).

در تعریف اینکه نسبت حکمرانی خوب با رهیافت‌های نظری مختلف چیست، باید گفت که... اساساً این رویکرد به‌جهت اتکایی که بر لزوم رسیدن به توافق و اجماع برای عملکردی مطلوب دارد، بازهم بیشتر در قالب الگوواره کارکردگرایی قابل تفسیر است تا رهیافت تضاد. گرچه، می‌توان اشاراتی که دیدگاه‌های انتقادی به نقش پُررنگ نهادهای قدرت و ثروت بر روندهای توسعه شهری دارند را هم مصادقی دانست در تلاش برای رسیدن به قدرت برابر همه آحاد مردم، به‌گونه‌ای که صدای فقیرترین فقرا هم در تصمیم‌گیری، اجرا و نظارت بر طرح‌ها شنیده شود. از طرفی، در حکمرانی محلی مطلوب که حکمرانی خوب شهری نماد آن است، به اولویت‌های سیاسی، اقتصادی و اجتماعی که ماحصل فرایند اجماع و توافق ذی‌نفعان و عاملان بخش‌های مختلف (شوراها و نهادهای مدنی، بخش خصوصی، مقامات اداری، گروه‌های بانفوذ محلی است) توجه می‌شود که این امر به عدالت اجتماعی کمک خواهد کرد. چراکه حکمروایی خوب تنها از طریق تعاملات متنوع ذی‌نفعان گوناگون میسر می‌شود (علاءالدینی و سادات پورمیرغفاری، ۱۳۹۷، ص. ۳۱).

درنهایت می‌توان کارویژه عام حکمرانی خوب شهری را در هشت نماگر اصلی زیر

خلاصه کرد.

۱. پاسخ‌دهی^۱ و پاسخ‌گویی^۲: مؤلفه‌ای که دو معنای متفاوت اما درعین حال مرتبط به هم دارند که آن‌ها را همچون دو روی یک سکه در نظر گرفته‌ایم. چراکه می‌توان آن‌را مطالبه‌گری یعنی هم اشاره به وظیفه و هم حقی در نظر گرفت که مردم در موضع سؤال و مطالبه در برابر مسئولان داشته و از طرفی به مسئولیت قانونی، شرعی، عرفی نهاد و افراد مسئول در حکومت اسلامی نسبت به مردم اشاره دارد. هرچند دو واژه accessibility و accountability در زبان انگلیسی بار معنایی متفاوتی دارد. قابلیت وصول و در دسترس بودن معنای واژه اول و دومی به معنای ذی‌حساب بودن و جوابگویی است. پاسخگویی، الزام به اینکه مقامات بر اساس قدرت و وظایف‌شان به ذی‌نفعان جواب دهند، بر مبنای انتقادات عمل کنند. پاسخگویی دارای دو بُعد می‌باشد: جوابگویی و قابلیت مجازات که به آن قابلیت کنترل هم گفته می‌شود (نبی‌زاد و دیگران، ۱۴۰۲، ص. ۷۱۸).

۲. شفافیت: پرواضح است که منظور از شفافیت چیست. شفافیت در تمامی فرایند طرح، تصویب و اجرای برنامه‌ها، در دسترس بودن تمامی قراردادهای و توافقنامه‌ها است که میزان فساد نظام‌مند و روابط ناصواب را در نظام مدیریت شهری کاهش دهد. شفافیت به معنای وجود اطلاعات قوی و در دسترس برای بازیگران داخل و خارج از عملیات دولت می‌باشد که این اطلاعات در ارزیابی عملکرد مؤسسه‌ها تأثیرگذار است (نبی‌زاده و دیگران، ۱۴۰۲، ص. ۷۱۸). قانون نشر آزادانه اطلاعات عمومی مصوب مجلس شورای اسلامی می‌تواند مصداق مناسبی در این زمینه، برای حصول شفافیت باشد. حکمروایی خوب مستلزم شفافیت در تصمیم‌گیری و گردش آزادانه اطلاعات قابل فهم برای همگان است (علاءالدینی و سادات پورمیرغفاری، ۱۳۹۷، ص. ۲۸).

۳. مشارکت و تعامل: این شاخص به اهمیت مشارکت شهروندان و تمامی نهادهای مدنی در فرایند اداره شهر اشاره دارد. به عبارتی مشارکت به فرایندی اشاره می‌کند که در آن شهروندان دارای قدرت برابر و یکسان با مسئولان شهری در مدیریت و اداره‌ی امور شهر هستند و مدیریت شهری نه الگوی از بالا به پایین، بلکه در رفت‌وبرگشت و تعامل بین عناصر حاکمیتی، نهادهای مدنی و شهروندان

1. Accessibility
2. Accountability

است. مشارکت را می‌توان هم به‌عنوان حقوق و هم تکلیف شهروندی محسوب نمود. مشارکت به مفهوم حق این است که حکومت و نهادهای اجتماعی چون شهرداری زمینه مشارکت شهروندان را در جامعه فراهم سازند و مشارکت به‌مثابه تکلیف به این معنا است که شهروندان چنان خود را متقاعد و آماده کرده باشند که مشارکت در فرایند تصمیم‌گیری، اجراء، نظارت و بهره‌گیری را در حوزه وظایف و مسئولیت خود تعریف کنند (غفاری، ۱۳۹۳، ص. ۱۱۲). مشارکت یکی از کلیدواژه‌های اساسی حکمرانی است.

۴. کارایی: این مقوله به مناسب‌ترین نوع استفاده از منابع موجود در جهت تأمین نیازهای شهروندان تأکید دارد. همین‌طور در این زمینه می‌توان به ابعاد دیگری همچون آموزش مستمر مدیران و شهروندان، داشتن نگرش سیستمی، درآمد پایدار و... اشاره کرد. اثربخشی نقش‌ها و وظایف به معنای استفاده درست از منابع موجود برای تأمین نیازهای شهروندان در ارائه خدمات شهری و رضایت مردم است (نبی‌زاده و دیگران، ۱۴۰۲، ص. ۷۱۸).

۵. برابری و عدالت: این بُعد، به امکان حضور و مشارکت همه اقشار و گروه‌های شهری در فرایند اداره‌ی شهر و وجود فرصت‌های برابر و نیز تخصیص عادلانه منابع مابین همه اقشار و گروه‌ها اشاره دارد. حکمرانی خوب به‌عنوان ارائه امور عمومی کارآمد، نظام قضایی قابل اعتماد و دیوان‌سالار پاسخگو تعریف شده است که به موجب آن در همکاری مابین همه عناصر جامعه توسعه پایدار حاصل خواهد شد (نبی‌زاده و دیگران، ۱۴۰۲، ص. ۷۱۸).

۶. بینش راهبردی: درنهایت داشتن نگاهی کل‌نگر و راهبردها که فراتر از پروژه‌محوری، مسئله‌محوری را در دستور کار خود قرار دهد. یعنی نگاهی بلندمدت به آینده با در نظر گرفتن نیازهای آتی توسعه که مستلزم نوعی نگاه فراتر از مسائل و نیازهای روزمره شهری است.

اما از آنجاکه رسانه‌های جمعی خود یکی از عناصر نهادی جامعه هستند، در این رابطه نقش اصلی را به‌عنوان یک بازیگر مهم در عرصه حکمرانی مطلوب محلی عهده دارند. رسانه‌ها می‌توانند به‌عنوان نگهبان ارزش‌های جامعه، تسهیل‌کننده همبستگی اجتماعی، مشارکت مردم در امور اجرایی، عامل افزایش حس تعلق شهروندان به شهر و منطقه خود باشند و این نماگرها را در کنار مأموریت‌های اختصاصی خود دنبال کنند. بدین ترتیب رسانه نه‌تنها نقشی منفعل بلکه نقش میانجی عاملیت‌دار را

می‌تواند در ثبات، و هم‌زمان پویایی جامعه بازی کند. به عبارتی رسانه به همراه دیگر اجزاء جامعه به مانند سنسورهای چرخ‌دنده‌های یک تله‌کابین، عامل ثبات و پایداری خط، در یک جامعه می‌شود.

۳-۲. تعریف مفاهیم

۳-۲-۱. کارکردگرایی اجتماعی

رسانه با درنظر گرفتن همین نگاه نهادی در قالب رویکرد کارکردگرایی اجتماعی هم قابل رهگیری است. در کارکردگرایی که از رهیافت‌های^۱ بنیادین در جامعه‌شناسی است، عملکرد جامعه به‌مثابه عملکرد ارگانیک زنده در نظر گرفته می‌شود که هریک از اجزای آن در خدمت کل سیستم عمل می‌کنند. یعنی اهداف و نیازهای جامعه، فلسفه وجودی - عملکردی هریک از اجزاء سازنده آن است که درنهایت این موضوع به تعادل و نظم اجتماعی منجر می‌شود. ساختارگرایی بر آن است که بگوید اصول و ساختارهای سازمان‌دهنده‌ای در پس رفتار فرهنگی وجود دارد که در تمام مصنوعات فرهنگی ذاتی است (ویلیامز، ۱۴۰۰، ص. ۸۹). نظریه کارکردگرایی ساختاری به همراه کارکردگرایی اجتماعی رهیافت کلان اتخاذ می‌کند و بر این اساس بر تأثیر اجزا بر کل تأکید دارد. بدین ترتیب جامعه ایدئال آن عوامل متعدد نظارتی را دارد که از برخوردی دوستانه تا مجازات‌های سنگین را شامل می‌شود (احمدزاده کرمانی، ۱۳۹۰، ص. ۷۳). این نقش نظارتی را رسانه‌ها هم عهده دارند. همان‌طور که جامعه رشد می‌کند و پیچیده‌تر می‌شود، داشتن نگهبان و ناظر بر محیط اهمیت می‌یابد تا بقیه گروه‌ها در جامعه بتوانند به سایر فعالیت‌های کارکردی بپردازند. جوامع پیچیده برای نظارت گسترده‌تر به ارتباطات جمعی اتکا دارند و این کار را با گزارش‌های خبری انجام می‌دهند (پرس، ۱۳۹۳، ص. ۱۱۱).

بر همین منوال نیز، نظریاتی در رابطه با رسانه‌های جمعی در مطالعات رسانه، وجود دارد که ماهیتاً به رهیافت‌های کارکردی - ساختاری باز می‌رسد؛ مثلاً لسول^۲ وظایفی چون: ۱) حراست از محیط، ۲) همبستگی بین اجزای جامعه در پاسخ به نیازهای محیطی، ۳) انتقال میراث اجتماعی از نسلی به نسل دیگر، را برای وسایل ارتباط جمعی به‌مثابه سازمان اجتماعی که در خدمت کلیت جامعه است، برمی‌شمارد. به عبارتی سازمان‌های ارتباطی باید خود را بر اساس نیاز جامعه

1. Paradaim

2. lasswell

همانگ سازند. مرتن و لازارسفلد^۱ نیز معتقدند آثار و کارکردهای وسایل ارتباط جمعی شامل این موارد است: وظیفه اخلاقی (حمایت از هنجارهای اجتماعی)، امکان اعطای پایگاه اجتماعی (این وسایل با دادن معروفیت به اشخاص و گروه‌ها به آشکار کردن یا ارتقای پایگاه‌های آنان می‌پردازند) و همچنین برخی وظایف نامطلوب (نظیر تخدیر اجتماع با ایجاد نوعی مشارکت خیالی در واقعیت و درعین حال با جانشینی بر عمل و فعالیت اجتماعی).

۳-۲-۲. مسئولیت اجتماعی رسانه

پس با فرض نقش نهادی رسانه، نظریه مسئولیت اجتماعی مطبوعات را هم که بعدها به تمام رسانه‌های جمعی تعمیم‌یافته را می‌توان در همین راستا و پاسخی به مشکلات موجود در رویکرد رسانه‌های آزاد یا لیبرال دانست. به عبارتی، اگر لیبرالیسم در کنه خود به معنای اباحه‌گری و آزاد گذاشتن افراد برای کسب منفعت و آمال فردی باشد، ضرورت و الزامی هم توجه افراد به امور اجتماعی را در این رویکرد به وجود می‌آورد. یعنی توجه به موقعیت و کنشی در راستای منافع جامعه. در این رویکرد، تأکید بر حداکثر استقلال برای رسانه‌ها است. این نظریه سعی می‌کند سه مقوله به ظاهر متعارض آزادی فرد، آزادی رسانه و تعهد رسانه به جامعه را با هم سازگار کند (مک کوئیل، ۱۳۸۲، صص. ۱۶۹-۱۷۱). مواردی چون: الف) تعهد رسانه به جامعه که این تعهدات شامل مواردی به مانند استانداردهای حرفه‌ای، آگاهی‌بخشی، حقیقت، دقت، عینیت و تعادل می‌شود. ب) عمل کردن رسانه‌ها در چهارچوب قانون و نهادهای مستقر خودگردان برای اجرای تعهدات. پ) مقابله با جرم و خشونت و بی‌نظمی اجتماعی و یا تهاجم به گروه‌های اقلیت توسط رسانه‌ها. ت) کثرت‌گرا بودن رسانه‌ها جهت پوشش گونه‌گونی‌های موجود در جامعه و دسترسی به نقطه‌نظرهای گوناگون. ج) مردم و جامعه حق بهره‌مندی از بهترین استانداردها را دارند، از این‌رو دخالت برای تضمین در عرضه این کالاهای عمومی قابل توجیه است. چ) پاسخگو بودن متخصصان رسانه در مقابل جامعه، کارفرمایان و بازار (مک کوئیل، ۱۳۸۲، صص. ۱۶۹-۱۷۱)؛ فلذا، در این رویکرد رسانه همچون سایر اجزاء نهادی، رسالت دفاع از جامعه و نظارت بر آن را عهده‌دار می‌باشد که رسانه محلی یکی از بازیگران عهده‌دار چنین نقشی است.

1. Merton and Lazarsfeld

۳-۲-۳. رسانه محلی

رسانه‌ها را می‌توان بر اساس مقسم شعاع عملکردی، تقسیم‌بندی نمود. بر همین منوال، رسانه محلی کوچک‌ترین عنصر در شعاع عملکرد و اثرگذاری است که چون نهاد محلی می‌تواند عمل نماید. اگرچه شاید هنوز تعریف جامع و نظریه مبین رسانه‌های محلی وجود نداشته باشد. با این حال از یک ایستگاه رادیویی کوچک در یک روستا تا یک شبکه تلویزیونی استانی با چندصد کارمند را می‌توان رسانه محلی^۱ دانست. رسانه‌هایی که به تولید محتوا پیرامون یک منطقه جغرافیایی یا یک گستره فرهنگی خاص می‌پردازند (صلواتیان و خوش‌بیان، ۱۳۹۷، ص. ۹). به‌نوعی رسانه محلی در برابر رسانه ملی یا منطقه‌ای یا حتی فراملی قرار می‌گیرد که کوچک‌ترین عنصر در این دایره عملکردی است. توضیح رسانه محلی به‌مثابه نهاد هم در قالب کارکردگرایی قابل و تفسیر و معنا دادن می‌شود. اگر از عنصر جذب‌کننده مخاطب برای رسانه محلی نام ببریم، این عنصر چیزی نیست جز عنصر مجاورت که مخاطبان را به‌سوی رسانه محلی سوق می‌دهد. به‌نوعی افراد به اخبار پیرامون خودشان بر اساس (عنصر خبری مجاورت) بیشتر از سایر اخبار علاقه دارند (شکرخواه، ۱۳۸۴، ص. ۳۴). پس رسانه محلی اگر محلی از اعراب داشته باشد، محل مناسب جهانی اندیشیدن اما، محلی عمل کردن است. جام‌جهان‌بین شاید همین رسانه محلی است. با وجود تعاریف مفاهیم و نظریه‌های مرتبط با موضوع که در خطوط بالا و ذیل مبحث ملاحظات نظری انجام شد، این نوشتار با محوریت نظریه حکمرانی خوب، پیش رفته است. به‌عبارتی مضمون اصلی روش به‌کار گرفته شده، تحلیل یافته‌ها و بخش نتیجه‌گیری، رویکرد حکمرانی خوب شهری می‌باشد.

۴. روش پژوهش

۴-۱. روش و مدل مدنظر

روش تحقیق اتخاذ شده در این پژوهش از نوع روش کیفی است. یعنی برای گردآوری داده‌ها از مصاحبه عمیق و برای تحلیل آنها از روش تحلیل مضمون استفاده شده است. روش تحقیق کیفی از حیث الگوواره‌ای منبعث از رویکردهای تفسیری - برساختی است. در این روش پژوهشی برخلاف روش کمی، برای فهم و بررسی مسائل از آمار و ارقام استفاده نمی‌کنیم بلکه در پی تفسیر معانی هستیم که

1. local Media

برساخته سوژه‌ها از پدیده‌هاست. به بیان ساده‌تر روش کیفی به معانی ذهنی که افراد و جوامع به پدیده‌ها می‌دهند، توجه دارد. حال آنکه رسیدن به این معانی و تحلیل آن با روش‌هایی غیر از محاسبات آماری صورت می‌پذیرد. به زعم اشتراوس و کوربین^۱، تحقیق کیفی هرگونه شکلی از تحقیق است که یافته‌های آن با شیوه‌های کمی و آماری کسب نشده است (سلطانی، ۱۳۹۶، ص. ۷۵). این غیرکمی بودن در مرحله تحلیل داده‌ها بیش از پیش خود را نشان می‌دهد؛ مثلاً محقق با انجام مصاحبه یا مشاهده، داده‌هایی را کسب می‌کند، بعد این داده‌ها را از طریق مقوله‌سازی، بررسی ارتباط مفاهیم باهم و دیگر ابزارهای کیفی مورد تحلیل قرار می‌دهد.

برای دستیابی به داده‌ها در روش کیفی سازوکارهایی وجود دارد که در آنها غالباً محقق نقش مداخله‌گرایانه دارد. داده‌های تحقیق کیفی از سه طریق مشاهده، مصاحبه و مشارکت أخذ می‌شوند (محمدپور، ۱۳۹۰، ص. ۹۰). با این تقسیم‌بندی، مصاحبه می‌تواند هم خود روش تحقیق قلمداد شود، هم روش گردآوری داده‌ها. گرچه بعضی محققان عقیده دارند روش‌های مشاهده مشارکتی و مصاحبه عمیق بیشتر شیوه گردآوری داده‌ها هستند تا نوعی روش کیفی مستقل (محمدپور، ۱۳۹۰، ص. ۹۰). به هر حال با هرگونه تعریف و تقسیم‌بندی، مصاحبه خود یک روش کیفی در پژوهش است که متون روشی هم، گونه‌شناسی‌های مختلفی را برای کرده‌اند. تمام اشکال مصاحبه را که در این کتاب‌ها آمده، می‌توان در این تقسیم‌بندی خلاصه کرد: (۱) مصاحبه ساخت‌یافته و منظم، (۲) مصاحبه نیمه‌ساخت‌یافته و نیمه‌منظم، (۳) مصاحبه باز یا ساخت‌نیافته (محمدپور، ۱۳۹۰، ص. ۹۰).

با تعریف بالا مصاحبه عمیق را نیز می‌توان در دسته مصاحبه‌های باز یا ساخت‌نیافته جای داد. جایی که در آن محقق بدون طرح سؤال‌های از پیش تعیین‌شده، با مفاهیم و سؤال‌های اصلی که از پی‌رنگ تحقیق وی تشکیل شده، با متخصص حوزه مدنظر به گفتگو می‌نشیند. حسن روش مصاحبه غنای داده‌هاست که ماحصل اجماع نظرهای افراد متخصص، کارکرده و آشنا به موضوع تحقیق در زمینه خاص خود است. پس، یکی از کاربردهای مصاحبه انتقال دانش کارشناسانه درباره میدان تحقیق است (سالدانیا، ۱۳۹۵، ص. ۳۸).

۲-۴. جامعه آماری

برای پاسخ به سؤال‌ها و اهداف، این پژوهش از روش کیفی مصاحبه عمیق با

1. Strauss and Corbin

متخصصان، اعم از فعالان رسانه، شهرساز و پژوهشگر امور شهری استفاده کرده که درنهایت با ۱۴ نفر از آنها مصاحبه شده است.

۴-۳. نحوه جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها

برای تجزیه و تحلیل از روش «تحلیل مضمون» استفاده کرده‌ایم، به این شکل که ابتدا و پس از اشباع نظری داده‌ها، به استخراج مضامین از طریق کدگذاری اقدام کرده و در ادامه به امر مقوله‌بندی (تم‌سازی) آنها و درنهایت استخراج راهکارها پرداختیم. مضمون عبارت است از: عبارت یا جمله بسط‌یافته که مشخص می‌کند یک واحد از داده‌ها درباره چیست یا به چه معناست (سالدانیا، ۱۳۹۵، ص. ۲۶۷). به تعبیری هدف تحلیل مضمون، بالا رفتن از نردبان انتزاع است. جایی که شما در آن ایده‌های مصاحبه‌شوندگان و تجارب زیسته آنان و مضمون‌های بی‌شمار را در قالب‌های کلی‌تر مفهومی روایت می‌کنید. این روش فرایند ذهنی (اما قاعده‌دار) است که در آن روابط مفهومی بین متغیرها و مضامین شناسایی می‌شود (میرباقری، ۱۴۰۲، ص. ۴۹۵). از حیث مضمون‌بندی داده‌ها این روش به مانند تحلیل محتوای کیفی است. تحلیل مضمون امکان آن را فراهم می‌کند که مقوله‌ها از دل داده‌ها و به شیوه استقرایی استخراج شود؛ البته که مضمون هرگز به راحتی تکوین نمی‌یابد. مضمون فرآورده تفسیر است (سالدانیا، ۱۳۹۵، ص. ۲۷۵). در تحقیق کیفی در غایت کار این محقق است که معنا را با رعایت اصولی کشف می‌کند. مضمون‌بندی این امکان را برایتان فراهم می‌کند که با تأمل و تعمق در معنای کدهای کوتاه‌شده، ذات آنها را استخراج کنید (سالدانیا، ۱۳۹۵، ص. ۲۷۵). تحلیل محتوا به اعتقاد اکثر صاحب‌نظران روش تحقیقی است که برای بیان مفاهیم یا واژه‌های مشخص در متن یا مجموعه‌ای از آنها استفاده می‌شود (میرباقری، ۱۴۰۲، ص. ۴۹۵). پس، مضمون‌سازی نیز راهی برای استخراج معنا از دل متن است. درنهایت، هدف نهایی از مضمون‌بندی داده‌ها استحصال یک مضمون فراگیر از پیکره داده‌ها، یا رسیدن به مضمونی جامع است که مضمون‌های مختلف را در تاروپود روایتی منسجم درهم بیافد (سالدانیا، ۱۳۹۵، ص. ۳۳۹). این مرحله از تحقیق به‌خاطر تناسب شیوه تحلیل داده موضعی یا تماتیک با مصاحبه عمیق، تم‌های اصلی را از طریق تحلیل مضمون اکتشاف کرده و در ادامه برای ارائه نتایج، شیوه روایتی و گزارش‌نویسی عام را در نظر گرفته است.

۴-۴. روایی و پایایی

قابلیت اعتماد یا روایی پژوهش یعنی آنکه تحقیق آن چیزی را به محقق نشان دهد که وی دنبال آن بوده است. در صورتی که با استفاده از ادبیات موجود، تعاریف نظری به شکل منطقی ارائه شده باشد، تحقیق دارای اعتبار صوری است (هرمزی‌زاده، ۱۳۹۸، ص. ۵)؛ البته که لازم است در استفاده از سنجه‌های پژوهش‌های قبلی محتاط بود و آنها را با دید انتقادی به کار گرفت (رایف؛ لیسو و جی. فیکو، ۱۳۸۱، ص. ۸۸). چنانچه ما در این پژوهش دو مؤلفه پاسخ‌دهی و پاسخ‌گویی را یکی انگاشته‌ایم. همین‌طور از آنجاکه پایایی شرط اعتبار است؛ اما شرط کافی برای وجود آن نیست، مشخصاً استانداردهای اعتبار یا روایی اولویت بیشتری از استانداردهای پایایی دارد (کرپیندورف، ۱۳۷۸، ص. ۲۳۷). چیزی که در این نوشتار سعی بر توجه به آن شده بود، استفاده از سنجه‌های نظری در تحقیقات مشابه قبلی و ادبیات نظری موجود در رابطه با موضع پژوهش بوده است.

در ادامه با شیوه تحلیل مضمون و بهره‌مندی از نرم‌افزار مکس کی‌یودی‌ای^۱، این مصاحبه‌های تحلیل مضمون شدند. محتوای تحلیل شده برای هر مصاحبه به صورت جداگانه با مصاحبه‌شونده‌ها بررسی شد که تماماً با نمره بالای ۷ از ۱۰ به نزدیک بودن تحلیل صورت گرفته با آنچه مدنظرشان بود اشاره کردند. این کار برای رسیدن به قابلیت اطمینان که خاصه تحقیق کیفی است و به شکلی جایگزین اعتبار و پایایی است انجام شد. به عبارتی با اتکا به پدیدارشناسی ارتباطات، به نظر می‌رسد فهم یکسان و مشترک بالای ۶۰ درصد رقم خوبی جهت اطمینان و اعتبار به تحلیل، در شیوه تحقیق کیفی و گفتگوهای انسانی است.

۵. یافته‌های پژوهش

پس از بیان روش تحقیق و پیش از ارائه یافته‌ها، لازم است اشاره شود در این پژوهش ابتدا با استفاده از نرم‌افزار به کار رفته شده، مضمون‌های اولیه را که تعداد ۷۸۸ مضمون شده بودند، با سامان دادن از طریق ادغام مضامین مشابه و استحاله مضامین درهم، به شبکه مضامینی به ۷۳+۱ مضمون رسیده است (از مضامینی که در ارتباط با قسمت دیگری از پژوهش بود، صرف نظر شد. این نوشتار بخشی از آن است). درنهایت تمامی مضامین مرتبط در ۵ سازه نظری فراگیر (طبقه‌بندی کلی) جای گرفتند.

این ۵ سازه اصلی که در واقع برچسب اصلی مقولات بوده‌اند، شامل: (۱) وضعیت رسانه به‌طور کلی (در ایران)، (۲) وضعیت رسانه رسمی و رسانه غیررسمی (در ایران)، (۳) ماهیت رسانه محلی، (۴) وضعیت شهر در حکمرانی خوب، و درنهایت (۵) نقش رسانه محلی و حکمرانی خوب شهری، می‌باشد.

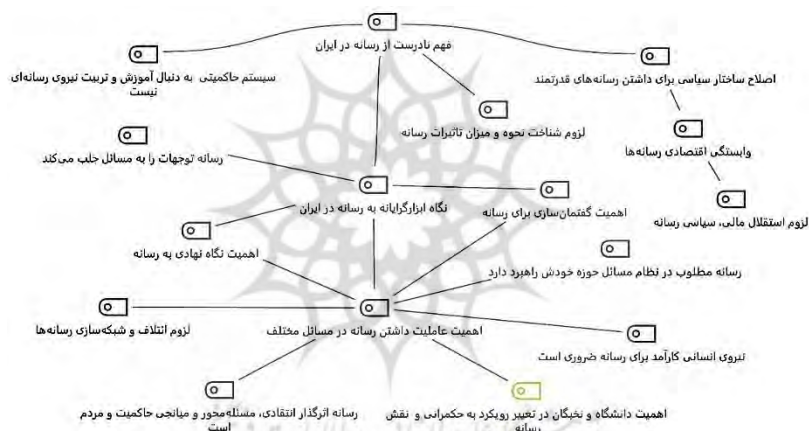
۵-۱. پاسخ به سؤال: نقش رسانه در تحقق حکمرانی خوب در ایران

چيست؟

در پاسخ به این سؤال ابتدا باید مستقلاً خود رسانه را بررسی می‌کردیم. رسانه به‌عنوان نهاد میانجی اجتماعی به علت فهم نادرست از ماهیت میانجی‌گرانه‌اش بعضاً دچار کژکار کردی‌هایی می‌شود که این موضوع شاید لزوم اصلاح ساختار سیاسی برای در اختیار داشتن رسانه‌های قدرتمند مستقل چه به‌لحاظ مالی چه به‌لحاظ سیاسی برای اثرگذاری بیشتر ایجاب کند. در این بین حاکمیت می‌تواند نقش اساسی را در آموزش و تربیت نیروی رسانه‌ای ایفاء کند. اهتمام به تربیت نیروی دغدغه‌مند و نخبه‌بومی توسط دولت لازمه این کار است.

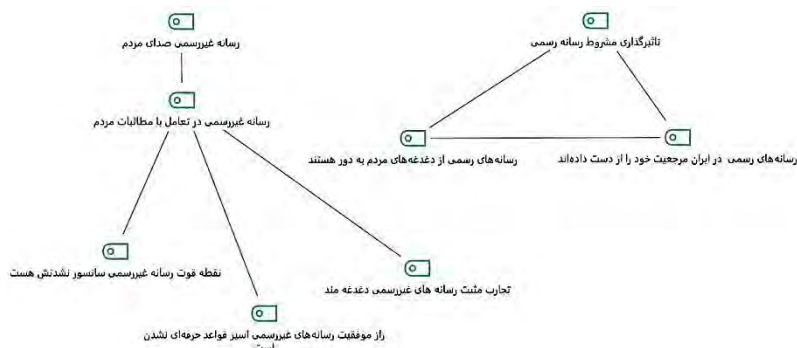
یعنی رسانه‌ها در عرصه کنونی اجتماعی برخلاف تصور رایج که عمدتاً برخلاف اعتقاد اهالی رسانه و محققان این عرصه است، تأثیرات قدرتمند، سریع و جادویی ندارد. یعنی به عقیده غالب مصاحبه‌شوندگان و تحقیقات سالیان اخیر رسانه تأثیر خود را به‌صورت مشروط و مرحله‌ای بر افکار عمومی می‌گذارد. به‌واقع ذهن مخاطب به‌سان لوح سفیدی نیست که به راحتی از سمت ارباب رسانه شکل‌پذیر شود. افکار عمومی، طبقه و قشر اجتماعی، صاحبان قدرت اجتماعی، نزدیکان و... هم عاملیت خود را در این بین بازی می‌کند. باوجود این رسانه مطلوب با عاملیت خود، راهبردی عمل می‌کند. حال در حکمرانی، گذر از این نگاه که رسانه‌های رسمی ما را به روابط عمومی دستگاه‌ها تبدیل کرد، دست‌کم می‌تواند مشکل مرجع نبودن و دور بودن آنها از دغدغه‌های مردم را تعدیل کند. باوجود این رسانه‌های رسمی در ایران توانایی بالقوه‌ای در پاسخگو کردن مسئولان و دستگاه‌های حاکمیتی دارند. از طرفی ظهور و گسترش رسانه‌های غیررسمی در کنار دوربودن رسانه‌های رسمی کشور از دغدغه‌های مردم، باعث از دست رفتن مرجعیت رسانه‌های غیررسمی شده است. در این بین رسانه‌های غیررسمی اعتماد بیشتری را از مردم جلب کرده که عملاً به تعامل با مطالبات مردم بودن آنها منجر می‌شود. از دلایل موفقیت این رسانه‌ها اسیر قواعد حرفه‌ای نبودن، سانسور نشدن و یا کمتر مورد اعمال نفوذ گشتن آنهاست که

برای رسانه‌های دغدغه‌مند و مسئله‌محور خصوصاً در حوزه مسائل شهری امتیاز صدای مردم بودن را به همراه داشته است؛ البته که ناشی بودن خبرنگاران این حوزه به علت حرفه‌ای نبودن، خراب کردن وجه خبرنگاران و رسانه در بین مردم و حکمرانان را هم به همراه دارد. ضمن اینکه خطر مرعوب، ملعوب و مطموع عناصر قدرت و ثروت شدن، برای این رسانه‌ها و افراد فعال در آن وجود دارد. به‌طور کلی برای اثرگذاری بیشتر رسانه لازم است با دوری از نگاه ابزارگرایانه به رسانه و با در نظر گرفتن عاملیت آن گفتمان مناسب برای رسانه شکل گیرد. که این رسانه می‌تواند توجهات را به مسائل مختلف و نیز (حکمرانی) جلب کند. این رسانه عاملیت‌دار با راهبرد مناسب در حوزه مسائل خودش و نیز جذب نیروی انسانی کارآمد، رسانه‌ای انتقادی، مسئله‌محور را می‌تواند بسازد که میانجی حاکمیت و مردم می‌شود.



شکل (۱): نگاره مضامین سازمان‌دهی شده مربوط به رسانه به‌طور کلی

اما تقسیم رسانه‌ها به دو دسته رسانه‌های رسمی و رسانه‌های غیررسمی بر اساس تأمین‌کننده مالی آن صورت می‌گیرد. رسانه رسمی، رسانه‌هایی را شامل می‌شود که تأمین‌کننده مالی آن عمدتاً نهادهای رسمی دولتی هستند. رسانه‌های غیررسمی، رسانه‌هایی هستند که بیشتر مرتبط با اقشار و گروه‌های مختلف مردمی بوده و ارتزاقی از بودجه عمومی ندارند. دسته اول رسانه‌های عمدتاً سنتی مانند تلویزیون و روزنامه را شامل می‌شود و رسانه‌های غیررسمی بیشتر بر روی بسترهای نوین رسانه‌ای فعال هستند. مانند کانال‌های تلگرامی، گروه‌های واتساپ و ...



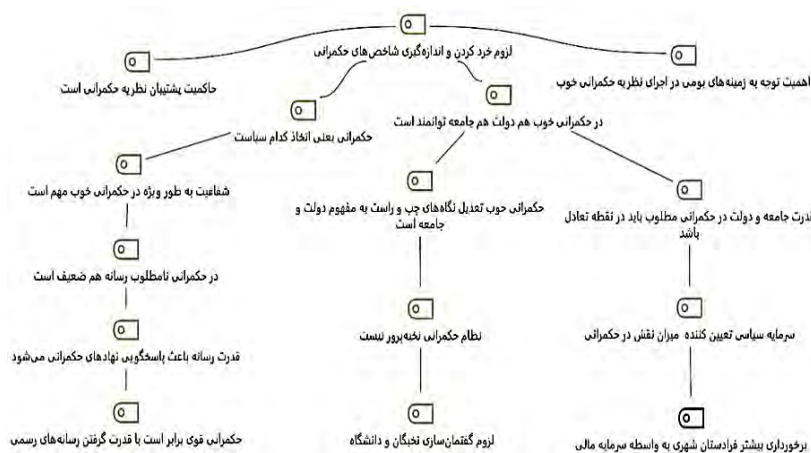
شکل (۲): تگاره مضامین سازمان دهی شده مربوط به رسانه رسمی و رسانه غیررسمی

۵-۲. پاسخ به سؤال: چالش ها و فرصت های رسانه محلی در جایگاه

نهاد اجتماعی برای تحقق حکمرانی خوب شهری در ایران چیست؟

پرداختن به مسئله چالش ها و فرصت ها نگاه ترازوی از موضوع را به ما می دهد که می توانیم مسئله را در تعادل بهتری ببینیم. در همین رابطه تحلیل یافته ها حاکی از این است که در حکمرانی نامطلوب رسانه هم ضعیف است. به مدد قدرت گرفتن و تقویت نظام حکمرانی که ناظر به قدرت همه بخش های جامعه است، رسانه هم می تواند نهادهای حکمرانی را پاسخگو کند. نکته دیگر به تعادل رسیدن قدرت جامعه و دولت در حکمرانی خوب است. جنبه مثبت اینجاست که حاکمیت در ایران پشتیبان نظریه حکمرانی است. گرچه لازم است با زدودن اغشاش نظری از آن و با توجه به زمینه های بومی سیاست مناسب اتخاذ شود. اگر با عینک رسانه ای بنگریم، شفافیت به طور ویژه در حکمرانی اهمیت می یابد. جایی که در حکمرانی مطلوب، رسانه باعث پاسخگویی نهادهای حکمرانی می شود.

در این حکمرانی خوب که قدرت جامعه و دولت در نقطه تعادل است، یک چالش بر خور داری بیشتر فرادستان شهری به واسطه سرمایه سیاسی و سرمایه مالی آنها در تحقق امیال و اهدافشان در نظام حکمرانی شهری ایران است. جایی که نیاز به عدالت رسانه ای بیش از پیش خود را نشان می دهد. به هر حال در همین وضع، نخبگان می توانند در رسیدن به وضع مطلوب در حکمرانی نقش مهمی ایفاء کنند. از این رو اهتمام نظام حکمرانی به گفتمان سازی و نخبه پروری در این زمینه نیاز است.



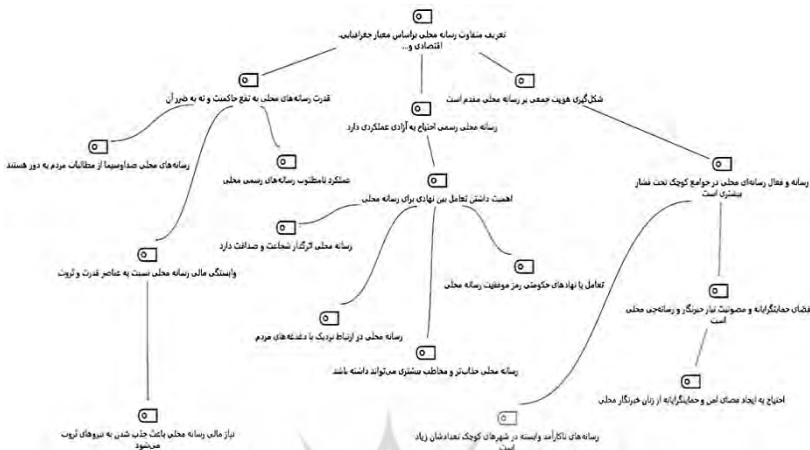
شکل (۳): نگاره مضامین سازمان‌دهی شده مربوط به حکمرانی خوب و شهر

از طرفی، تعریف رسانه محلی می‌تواند از حیث سیاسی، اقتصادی، جغرافیایی متفاوت باشد. می‌توان این فرض را در مورد جامعه و رسانه محلی در نظر داشت که هر اجتماعی که اساس و بنیان هویتی خاص و متمایزکننده‌ای به نسبت دیگری دارد، یک نوع جامعه هویتی مستقل است. که گاه این هویت در مرزبندی‌های سیاسی - جغرافیایی یک کشور نمود می‌یابد. پس با این نگاه، رسیدن به هویت محلی مقدم بر رسانه محلی است. پس از آنکه می‌توان با تعامل با نهادهای حکومتی، شبکه‌سازی با سایر رسانه‌ها و داشتن صداقت و شجاعت که پیش‌نیازش آزادی عملکردی است در فضای حمایت‌گرانه بر اساس قانون و ساختار درست رسانه محلی مطلوب و اثرگذار را داشت.

اما فشارهای بیشتر و فضای کار سخت‌تر برای رسانه‌های در محیط‌های کوچک‌تر مشخصاً رسانه‌های غیررسمی، لزوم شکل‌گیری فضای حمایت‌گرانه برای این رسانه‌ها و فعالان رسانه در این حوزه را به‌وجود می‌آورد. به‌خصوص اینکه رسانه‌های وابسته ناکارآمد که جذب قدرت و ثروت می‌شوند، در فضای محلی و خصوصاً شهرهای کوچک زیاده‌تر بوده و این کار را برای رسانه‌های متعهد و دغدغه‌مند سخت‌تر می‌کند. در چنین فضایی رسانه محلی باید برای اثرگذاری بهتر تعامل خوب نهادی با سایر نهادها برقرار کرده تا صداقت و شجاعت و حرفه‌ای‌گری بتواند اثرگذاری بیشتری بر امور محلی و شهری به‌واسطه نزدیک بودنش به دغدغه مردم بر اساس جذابیتش برای مخاطبان داشته باشد.

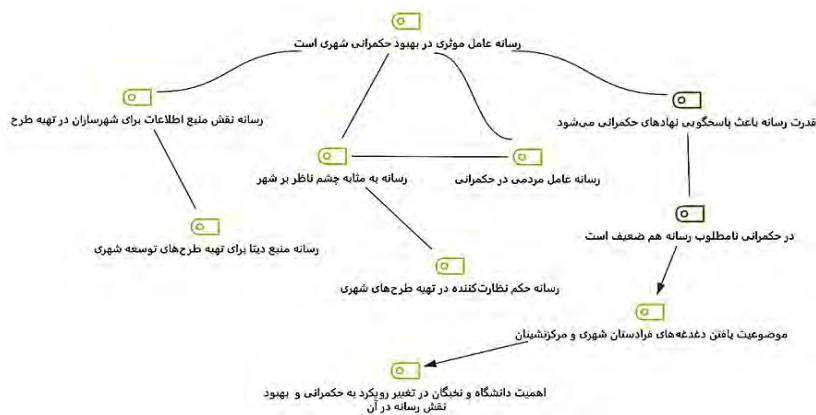
به هر ترتیب قدرت رسانه‌های محلی به نفع حاکمیت است. چیزی که اکنون

شاهد هستیم غالباً رسانه‌های محلی صداوسیما و به تبع آن رسانه‌های رسمی از مطالبات مردم به دور هستند. این در حالی است در جایی که آنان مطالبات مردم را پیگیری کرده‌اند به پاسخگویی مسئولان منجر شده است.



شکل (۴): نگاره مضامین سازمان‌دهی شده مربوط به رسانه محلی

۵-۲-۱. نقش رسانه‌های محلی برای حکمرانی خوب شهری در ایران چیست؟ در نهایت، قسمت یافته‌های پژوهش را با این جمع‌بندی با محوریت سؤال آخر به پایان می‌بریم که از مصاحبه‌های صورت پذیرفته شده، برای نقش رسانه در حکمرانی خوب شهری، چهار مقوله کلان: «۱. قدرت رسانه باعث پاسخگویی نهادهای حکمرانی می‌شود، ۲. رسانه به مثابه عامل مردمی در حکمرانی، ۳. رسانه چشم ناظر بر شهر، ۴. رسانه منبع کسب اطلاعات برای شهروندان در تهیه طرح‌های توسعه» استخراج شد. سه مورد اول کارویژه‌ای است که رسانه در آن اثرگذار فعال خواهد بود و مورد آخر هم تأثیری است که به شکل غیرمستقیم حاصل می‌شود و در دسته عملکردی برای رسانه محلی قرار نمی‌گیرد؛ اما خروجی عملکرد مثبت آن خواهد بود. از این رو مورد چهارم در این نوشتار جای نگرفته است. شرح مابقی مضامین نیز پیش تر رفته است.



شکل (۵): نگاره مضامین سازمان‌دهی شده مربوط به نقش رسانه محلی در حکمرانی خوب شهری



شکل (۶): نگاره مضامین اولیه با تکرار بیش از ۱۰ بار در مصاحبه‌ها

نتیجه‌گیری

این پژوهش با این پیش‌فرض که حکمرانی خوب شهری با حضور رسانه معنا و

خروجی متفاوتی می‌یابد، آغاز شد. این رویکرد را از آن جهت که امروزه در کشور بیش‌ازپیش مورد بحث و توجه قرار می‌گیرد، انتخاب شده است. چراکه مسائل عدیده اجتماعی، اقتصادی، سیاسی حال حاضر ایران بدون توجه به شیوه مناسب و مقتضی از حکمرانی محکوم به شکست و ایجاد بحران‌های اجتماعی است. یکی از این بحران‌ها، مسائل مربوط به مدیریت شهری در سال‌های اخیر بوده است. آنچه در این پژوهش مدنظر بود، بررسی نقش رسانه، خاصه رسانه محلی در ارتقاء حکمرانی خوب شهری بوده است. در خروجی پس از تحلیل داده‌ها آنچه عیان شد، نقش مستقل و اثرگذار رسانه را در حکمرانی است. به عبارتی لازم است به استقلال رسانه در این خصوص توجه شود. در تحقیقات پیشین بعضاً محققان به نقش دوسویه رسانه هم به عنوان ابزار شهروندان و هم به عنوان ابزار حکومت اشاره کرده‌اند؛ اما آنچه در این تحقیق به علت تحدید موضوع و مسئله به شکل دقیق‌تری مستفاد شد، این بوده است که رسانه بیش از آنکه ابزار حکومت باشد ابزار شهروندان در حکمرانی است. درست است که حکومت می‌تواند در فرایند آموزش شهروندی، اطلاع‌رسانی و... از رسانه استفاده کند؛ اما در ید کامل نهادهای حکومتی مثل شهرداری و امثالهم قرار گرفتن رسانه بیشتر به تبلیغات سیاسی (پروپاگاندا) می‌انجامد تا نهاد میانجی اجتماعی که ابزار اتصال حکومت، نهادهای اجتماعی و شهروندان باهم است. پس در ساحت حکمرانی نقش رسانه با کارکردهای ویژه آن در دیگر ساحت‌ها کمی متفاوت می‌شود. یعنی بیش از آنکه عملکردی دوطرفه داشته باشد، عامل به تعادل رسیدن قدرت شهروندان در مقابل دیگر نهادهای اجتماعی خصوصاً نهادهای حکومتی است. با این نگاه به نقش رسانه در حکمرانی در حوزه پژوهش حاضر، توان رسانه در پاسخ‌گونی مسئولان، خصوصاً رسانه‌ها رسمی و مشخصاً صداوسیما، خصوصاً به علت ساختارهای سیاسی موجود در ایران، استنباط شد. از طرفی توانمندشدن مردم در کلیت حکمرانی توسط رسانه که این موضوع توسط رسانه‌های غیررسمی امکان‌پذیرتر بوده است. اگرچه تهدیدها و ضعف‌هایی هم در این حوزه وجود دارد. ولیکن با هر زاویه دید که بنگریم، رسانه می‌تواند ابزار مردمی در حکمرانی باشد. درنهایت نیز باید به نقش نظارتی و همیشگی رسانه در پایش و نظارت اجتماعی اشاره کرد که البته این موضوع در بحث‌های نظری و پژوهش‌های پیشین هم به آن اشاره شده است که از حیث اهمیت در اینجا ذکر شد که این موضوع در حوزه مسائل شهری کارویژه سهل‌الوصول‌تر و اساسی‌تری هم می‌تواند باشد. با عنایت به اینکه حتی مشکلات و مصائب زیادی برای رسانه و فعال رسانه‌ای محلی خصوصاً در

جوامع کوچک وجود دارد که شاید بررسی‌های این تحقیق گره‌ای از آن باز کند.

پیشنهادهای آتی و توصیه‌ها

آنچه از این پژوهش به‌دست آمد، پیشنهادهای عملیاتی جهت گذر به وضعیت مطلوب برای جستجوگران مسئله بیان شده، و علاقه‌مندان به فعالیت در این حوزه عرضه داشته که در سه بند زیر ارائه شده است:

- ۱- در نظر گرفتن چند شاخص از نماگرهای مختص به حکمرانی خوب به‌عنوان متر و معیار سنجش برنامه‌ها؛ مثلاً همان‌طور که در ارائه خبر به ارزش‌ها و عناصر خبر توجه می‌شود به چگونگی عملیاتی شدن نماگرهای حکمرانی خوب در برنامه‌های مخصوص به مسائل شهری اندیشیده شود.
- ۲- خروجی این پژوهش چهار حوزه تأثیر رسانه بر حکمرانی خوب شهری را مشخص ساخت؛ به‌طور نمونه در مورد مؤلفه پاسخگو نمودن مسئولان و نهادهای حکمرانی، ژورنالسم تحقیقی بیشترین تأثیر را خواهد گذاشت که این علاوه بر ناظر جامعه بودن رسانه، می‌تواند در نهایت عامل پاسخگویی مسئولان نیز بشود.
- ۳- خبرنگار و فعال رسانه‌ای در این حوزه، باید به نقش مردمی رسانه خود و تأثیرگذاری‌اش بر کلیت حکمرانی آگاه بوده و مراقب تطمیع و فریب باشد تا اثرگذاری مناسبی را در بهبود حکمرانی داشته باشد.

فهرست منابع

- احمدزاده کرمانی، روح‌ا... (۱۳۹۰). *بازاندیشی در فرهنگ و رسانه*. تهران: چاپار.
- برک‌پور، ناصر (۱۳۸۱). *گذر از حکومت شهری به حاکمیت شهری در ایران* (مورد پژوهی: همدان -/سلامشهر). (رساله دکتری). دانشگاه تهران، تهران، ایران.
- پرس، الیزابت ام. (۱۳۹۳). *اثرات رسانه‌ای و جامعه*. ترجمه منتظر قائم و احسان شاه‌قاسمی، تهران: مرکز تحقیقات صداوسیما.
- تقوایی، علی‌اکبر و تاجدار، رسول (۱۳۸۸). *درآمدی بر حکمروایی خوب شهری در رویکرد تحلیلی*. فصلنامه مدیریت شهری، ۲۳(۱۰)، ۴۵-۵۸.
- رایف، دانیل؛ لیس، استفن و جی فیکو، فردریک (۱۳۸۱). *تحلیل پیام‌های رسانه‌ای، کاربرد تحلیل محتوای کمی در تحقیق*. ترجمه مهدخت بروجردی علوی، تهران: سروش.

- سالدانیا، جانی (۱۳۹۵). *راهنمای کدگذاری برای پژوهشگران کیفی*. ترجمه عبدا... گیویان، تهران: انتشارات علمی فرهنگی.
- سلطانی، حنیف (۱۳۹۶). *آسیب شناسی اخبار اعتراضات زمستان ۱۳۹۶*. (پایان نامه کارشناسی ارشد). دانشگاه صداوسیما، تهران، ایران.
- سورین، ورنر جی و تانکارد، جیمز (۱۳۸۱). *نظریه های ارتباطات*. ترجمه علیرضا دهقان، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- شکرخواه، یونس (۱۳۸۴). *خبرنویسی مدرن*. تهران: خجسته.
- صلواتیان، سیاوش و خوش بیان، ابودر (۱۳۹۷). *تدوین راهبردهای مطلوب برای شبکه های تلویزیونی استانی صداوسیما از دیدگاه مدیران رسانه ملی و کارشناسان رسانه*. مجله رسانه، ۱۱۱(۲۹)، ۳۰-۹.
- علاءالدینی، پویا و سادات پورمیرغفاری، مریم (۱۳۹۷). *مدیریت محله و شورایاری در تهران: ارزیابی حکمروایی خوب شهری در حسن آباد زرگنده*. نشریه مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، ۱(۷)، ۲۵-۵۲.
- غفاری، غلامرضا (۱۳۹۳). *مجموعه مقالات همایش علمی حکمروایی خوب شهری*. تهران: تیسرا.
- فاضلی، نعمت... (۱۳۹۲). *فرهنگ و شهر؛ چرخش فرهنگی در گفتمان های شهر*. تهران: تیسرا.
- کرپیندورف، کلوس (۱۳۷۸). *تحلیل محتوا: مبانی روش شناسی*. ترجمه هوشنگ نایی، تهران: نشر نی.
- کریمی، محمود (۱۳۸۵). *تحلیل محتوای اخبار ساعت ۲۳ شبکه استانی زنجان بر اساس کارکردهای روزنامه نگاری حرفه ای*. (پایان نامه کارشناسی ارشد). دانشگاه صداوسیما، تهران، ایران.
- محمدپور، احمد (۱۳۹۰). *ضدروشن: زمینه های فلسفی و رویه های علمی در روش شناسی کیفی*. تهران: انتشارات لوگوس.
- مک کوئیل، دنیس (۱۳۸۲). *درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی*. ترجمه پرویز اجالالی، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها.
- موحد، ضیاء (۱۳۸۷). *البته واضح و مبهرن است که... رساله ای در مقاله نویسی*. تهران: نیلوفر.
- میدری، احمد (۱۳۸۵). *مقدمه ای بر نظریه حکمرانی خوب*. فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی، ۶(۲۲)، ۲۸۷-۲۶۱.

میرباقری، سیدمحسن (۱۴۰۲). شناسایی روش‌های حکمرانی مشارکتی و ابزارهای اجتماعی فرهنگی آن با استفاده از رویکرد تحلیل محتوا. نشریه راهبرد/اجتماعی فرهنگی، ۱۲(۲)، ۴۸۴-۵۲۶.

نبی‌زاده، تکتیم؛ توحیدفام، محمد؛ داوودی، علی‌اصغر و صفاوردی، سوسن (۱۴۰۲). سنجش تأثیر رابطه رفتارهای غیراخلاقی در کاهش اعتماد اجتماعی شهروندان به حکمرانی خوب؛ مطالعه موردی: کلان‌شهر مشهد. نشریه راهبرد/اجتماعی فرهنگی، ۱۲(۲)، ۷۱۶-۷۴۳.

ویلیامز، کوین (۱۴۰۰). فهم نظریه رسانه‌ها. ترجمه احسان شاه‌قاسمی و گودرز میرائی، تهران: جامعه‌شناسان.

هرمزی‌زاده، محمدعلی (۱۳۹۸). جزوه درس روش تحقیق. نوشته علی رجبی، دانشکده ارتباطات و رسانه: دانشگاه صداوسیما.

Dunu, Ifeoma (2013). Jood governance in Nigeria: what roll for the media. *Europen scientific journal*, 9(32), 178-196.

Jeffres, leo w. (2010). The Communicative City: Conceptualizing, Operationalizing, and Policy Making. *Journal of Planning Literature*, 25(2), 99-110.

References

- Ahmadzadeh Kermani, R. (2018). Rethinking culture and media, Tehran: Chapar. (In Persian)
- Alaadini, Poya & Sadat Pourmirghafari, Maryam (2017). Neighborhood management and councilorship in Tehran: evaluation of good urban governance in Hassan Abad Zargandeh. *Motaleat va tahghighat-e ejtemaei dar Iran*, 1(7), 25-52. (In Persian)
- Barakpour, N. (1381). Transition from urban government to urban governance in Iran (case study: Hamadan-Islamshahr). Doctoral Thesis: University of Tehran. (In Persian)
- Dunu, Ifeoma (2013). Good governance in Nigeria: what roll for the media. *Europen scientific journal*, 9(32), 178-196.
- Fazeli, N. (2012). culture and city; Cultural turn in city discourses. Tehran: Tisa. (In Persian)
- Ghaffari, Gholamreza. (2013). Proceedings of the Scientific Conference on Good Urban Governance. Tehran: Tisa. (In Persian)
- Hormazizadeh, Mohammad Ali (2018). Research method course booklet. Written by Ali Rajabi. Faculty of Communication and Media: IRIB University. (In Persian)
- Jay Sorin, Werner, and James Tankard. (1979). Communication theories. Translated by Alireza Dehghan, Tehran: Tehran University Press. (In Persian)
- Jeffres, leo W. (2010). The Communicative City: Conceptualizing, Operationalizing, and Policy Making. *journal of Planning Literature*,

- 25(2), 99-110.
- Karimi, Mahmoud (1385). Analysis of the content of news at 11 pm of Zanjan provincial network based on the functions of professional journalism. Master's thesis. IRIB University. (In Persian)
- Krippendorff, Kloss (1980). Content analysis: methodological basics. Translated by Hoshang Naibi, Tehran: Nashr-e ney. (In Persian)
- M. Press, Elizabeth (2001). Media and society effects. Translated by Mehdi Montazer al ghaem and Ehsan Shahghasmi, Tehran: markaz tahghighat sedavasima. (In Persian)
- McQuail, Dennis (1983). An introduction to mass communication theory. Translated by Parviz Ajlali, Tehran: markaz tahghighat sedavasima. (In Persian)
- Midari, A. (2015). Introductions to the theory of good governance. refah-e ejtemaei Research Quarterly, 6(22), 261-287. (In Persian)
- Mirbagheri, S. M. (1402). Identifying governance methods using social content analysis and social cultural tools. Rahbord ejtemaei va farhangi journal, 12(2), 484-526. (In Persian)
- Mohammadpour, Ahmad (2010). Anti-Methodology: Philosophical Backgrounds and Scientific Procedures in Qualitative Methodology. Tehran: Logos Publications. (In Persian)
- Movahed, Z. (2007). It is clear and obvious that... treatises on essay writing. Tehran: Nilofar. (In Persian)
- Nabizadeh, T.; Tohidfam, M.; Davoudi, A. A. & Safaverdi, Sosa (1402). Measuring the impact of unethical behavior in reducing social trust in good governance; Case study: Mashhad metropolis. Rahbord ejtemaei va farhangi journal, 12(2), 716-743. (In Persian)
- Rife, Daniel; Stephen, Lacey & Frederick J. Fico (1998). Analysis of media messages, application of quantitative content analysis in research. Translated by Mahdekht Boroujerdi Alavi, Tehran: Soroush. (In Persian)
- Saldana, Johnny (2013). A Coding Guide for Qualitative Researchers. Translated by A Givian, Tehran: Scientific and Cultural Publications. (In Persian)
- Salvatian, Siavash & Abozar khoshtayan (2017). Compilation of optimal Shokarkhah, Yunus (1384). Modern journalism. Tehran: khojaste. (In Persian)
- Soltani, Hanif (2016). Pathology of the news of protests in winter 2016. Master's thesis. IRIB University. (In Persian)
- strategies for Sedaosima provincial TV channels from the point of view of national media managers and media experts. resane Journal, 111(29), 9-30. (In Persian)
- Taqavai, A. A. & Rasool Tajdar. (1388). An introduction to good urban governance in an analytical approach. Modiriati-e shahri Quarterly, 23(10), 45-58. (In Persian)
- Williams, Kevin (2003). Understanding media theory. Translated by Ehsan Shahghasmi and Gudarz Miraei, Tehran: Sociologists. (In Persian)