

Comparative Analysis of Media Geography on the Impact of Channel 2 TV Programs on Lifestyle on Social resilience in Districts 1, 12 and 20 of Tehran Metropolis

Afshin Montazerlghaem

Ph.D Student of Geography, Islamic Azad University, Najafabad Branch, Najafabad, Iran

Mehri Azani*

Assistant Professor of Geography, Islamic Azad University, Najafabad Branch, Najafabad, Iran

Ahmad Khademolhoseiny

Associate Professor of Geography, Islamic Azad University, Najafabad Branch, Najafabad, Iran

Amir Gandomkar

Associate Professor of Geography, Islamic Azad University, Najafabad Branch, Najafabad, Iran



Montazerlghaem, A & Azani, M, & Khademolhoseiny, A & Gandomkar, A (2021). [Comparative Analysis of Media Geography on the Impact of Channel 2 TV Programs on Lifestyle on Social resilience in Districts 1, 12 and 20 of Tehran Metropolis]. *Geography and Territorial Spatial Arrangement*, 11 (41), 51-80.

[doi http://dx.doi.org/ 10.22111/GAIJ.2021.6575](http://dx.doi.org/10.22111/GAIJ.2021.6575)

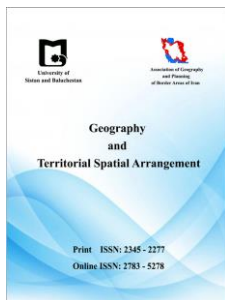
Article type:

Research Article

Received: 05/05/2021

Revised: 10/07/2021

Accepted: 30/10/2021



ABSTRACT

In order to properly analyze the cultural and geographical effects of the media, using the results of the components of social resilience is a key approach. In this regard, the present study aims to analyze the impact of TV programs on realization of components of social resilience in Districts 1, 12 and 20 of Tehran Metropolis. This study is an applied and "descriptive-analytical" study. The survey method and questionnaire were used to collect the opinions of 384 citizens according to Cochran's formula using classified sampling method. The results suggest that the quality of realization and use of social resilience components in the three study districts is different based on multivariate analysis of variance. Also, the analysis of the planning priority for the realization of the components of resilience in the three mentioned districts based on the fuzzy TOPSIS model suggests that the public trust index in district 1 as an affluent urban region, the informal participation index in district 12 as an urban middle-class region and the index of sense of place belonging in district 20 as a lower-class region have a higher priority for planning to promote social resilience. The media strategy of television and channel 2 and the geography of target media can promote public trust, increase social solidarity and promote informal participation index via cooperation in social organizations in urban areas and improve the sense of place belonging in the lower-class areas to create a sense motivation, belonging and social identity.

Keywords:

Social resilience, comparative analysis, public trust, sense of place belonging, Tehran metropolis.



© the Author(s).

Publisher: University of Sistan and Baluchestan

Extended Abstract

1- Introduction

In the competitive situation of the media, considering social resilience and correct understanding of the place and

culture and lifestyle of the audience is the most important component of the success for competitive and interactive media. The use of media geography knowledge is a prior mission for media organizations that aim to influence the audience and guide public opinion within the media geography area, and media planners should use media geography knowledge to identify the different geographical features of each region and know the

*Corresponding Author: Mehri Azani

E-mail: Mehri.azani@gmail.com

ethnicities and their customs and the diversity of lifestyles of the people of each region; thus, because of the new competitive conditions, knowledge of media geography has become a priority for media organizations and has obliged media organizations such as the national media and television to use social resilience promotion strategies in their duties, and media authorities have concluded that having a strategy to promote the social resilience of citizens is one of the best, newest and most creative media management strategies. This idea, which has been developed in the media management process since a long time, is scientifically and theoretically derived from the prescribed patterns and principles of the socialist approach and functional rationality.

Due to this necessity, the present study aims to investigate the effect of Channel 2 TV programs on the realization of social resilience components in the districts 1, 12 and 20 of Tehran metropolis. According to the statistical yearbook of Tehran metropolis and land and housing prices as the only available factor to determine the real and measurable quality of social welfare, these districts have been selected as samples of affluent, middle-class and lower-class areas to accurately assess the quality of realization of social resilience and the difference in having it in the Tehran metropolis; Therefore, the two main research questions are as follows: 1. Does the index of awareness via television media have a significant effect on the social resilience of affluent, middle-class and lower-class urban areas? 2. What are the priorities of media planning for the realization of social resilience indices in affluent, middle-class and low areas in the Tehran metropolis?

2- Study Area

The statistical population of the present study is Tehran metropolis and the sample size is 384 citizens of the metropolis based on the Cochran's formula at a confidence level of 95. As mentioned, to identify and determine the socially affluent, middle-class and low areas in the Tehran metropolis, according to the statistics of the Tehran metropolis and based on prices of land and housing and income of residents and its range, the 22 metropolitan areas of Tehran were divided into three affluent districts (1, 2, 3, 4, 5, and 6) and the middle-class areas including the 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14 and 22 districts, and the low districts including 15, 16, 17, 18, 19, 20 and 21 districts.

Considering the measurement of resilience components in three types of socially affluent, middle-class and lower-class districts and evaluating the quality of attitude towards the realization of the components, we used the sampling method with

relative allocation. District 1 was randomly selected as a sample of urban affluent areas, District 12 as a sample of middle-class areas and District 20 as a sample of low urban areas and according to their population, the sample was assigned to these areas from the total sample size.

3- Material and Methods

Based on content analysis of sources related to social resilience, 6 main indices were selected in the form of 32 items to be used in the form of a questionnaire designed based on the 5-point Likert scale (1 means very disproportionate to 5 means very good). KMO and Bartlett's test as well as Cronbach's alpha were used to determine validity and reliability of the questionnaire designed based on the indices and variables of resilience. In this regard, first a pre-test was used using the opinions of 50 citizens. Data analysis suggested that the questionnaire has good reliability and validity; Bartlett coefficient was 0.902 for the questionnaire and it was 0.921 for Cronbach's alpha.

In accordance with the objectives of the present study, at first we examined the differences in the quality of realization of social resilience components in three selected districts of Tehran metropolis as socially affluent, middle-class and low areas in Tehran metropolis in terms of social resilience components and then we evaluated priorities the realization of social resilience components in these districts. Multivariate analysis of variance test was used to evaluate the difference in the quality of realization of social resilience components in districts 1, 12 and 20 of Tehran metropolis.

Then, we analyzed the differences in the realization of social resilience components between the three mentioned districts in the Tehran metropolis using a comparing method. In this regard, we used Tukey's difference analysis test in the form of multivariate analysis of variance.

In order to analyze the priority of realization of the components of social resilience, we prioritized the realization of the components of social resilience in the three areas of Tehran metropolis using the "Similar Method to the Fuzzy Ideal Option" (fuzzy TOPSIS model).

4- Result and Discussion

The results suggested that the quality of the effect of television programs on the components of social resilience was different in the three study areas based on multivariate analysis of variance.

And after examining the tests, it was found that the public trust index had priority in District 1. Informal participation index in District 12 and sense of place belonging index in District 20 also had higher

priority; Thus, it is found that the television programs of national media and Channel Two within its geographic area have achieved trust of low citizens more and middle-class and affluent citizens in Tehran were less confident in the media's goals to promote social resilience. Also, in the same media geography of the Channel Two, the component of citizens' institutional trust in cultural and urban organizations and institutions is low, and in fact there is a gap between cultural planning in cities and the middle-class and affluent classes of Tehran; Therefore, attracting the trust of the middle-class and affluent classes of Tehran is the most important proposed strategy, and it is the duty of culture creators and media managers to increase the public trust and institutional trust of Tehran citizens to help city managers. Also, the level of citizens' participation in development programs and city administration, especially in middle-class urban areas such as District 12, is low, and the system and structure of Tehran's urban management should be improved for increasing formal and informal citizen participation; we should also use advertisements in this regard. Also, urban management models based on citizen participation and utilization of media capacities should be operationalized; for example, the model of urban governance in the Tehran metropolis, which should be implemented comprehensively and in full connection between urban and cultural institutions such as the national media. Regarding the index of sense of place belonging, residents of District 1 have a higher sense of satisfaction compared to Districts 12 and 20 of Tehran, and residents of District 20 have less sense of place belonging. This suggests that cultural, media and urban plans in Tehran are not integrated with each other and local cohesion and place satisfaction, regional identity and citizenship relations have not achieved for residents among the middle-class and relatively affluent and low urban classes and this causes a life gap in Tehran metropolis. Therefore, strengthening the sense of place belonging is also one of the strategies; However, in the analysis of the priority of resilience components in the three mentioned areas based on the fuzzy TOPSIS model and in all three areas of Tehran metropolis, it was found that the awareness-raising index using television has the highest impact; therefore, it is suggested that the production of media programs with the topics of transferring citizenship experiences and promoting social skills, increasing awareness of risk reduction and citizenship lifestyle issues are some strategies to promote social resilience in Tehran.

5- Conclusion

One of the strategies of the research is that the national media should specially consider the lower-class and middle-class urban areas of Tehran to promote social resilience in Tehran; In other words, the national media should help the city planners and help to improve the citizenship knowledge of the people living in Tehran, and the media should help to improve the interactions of citizens with each other and improve the sense of place belonging of citizens in all geographical areas of the city. National media also should help to increase the level of citizen participation in urban planning; in addition, the media should be a tool for city officials so that citizens have demands and the city managers are accountable for these their demands.

Regarding the aspect of strategic proposals, the development of a plan of urban resilience for all organizations and institutions related to the fields of cultural geography can be a manifestation of future hypotheses for applied research. In this regard, the evaluation of barriers to the realization of resilience and participatory planning approach in urban and cultural organizations and the city can also provide a new platform for researchers to conduct future studies.

Keywords: Social resilience, comparative analysis, public trust, sense of place belonging, Tehran metropolis.

6- References (Persian)

Abbasi Gojani, Davood; Khademolhoseini, Ahmad; Modiri, Mehdi; Saberi, Hamid; Gandmakar, Amir. (1398). Analysis of the drivers of urban resilience in the metropolis of Mashhad. *Quarterly Journal of Urban Social Geography*, Copyright: Shahid Bahonar University, Volume 6, Number 1, pp. 109-122.

<https://dx.doi.org/10.22103/JUSG.2019.1981>

Bastaminia Amir; Rezaei Mohammad Reza; Sarai Mohammad Hossein, (1397), Explanation and analysis of social resilience to deal with natural disasters, *Quarterly Journal of Crisis Prevention and Management*, Copyright: Crisis Management, Tehran, Volume 7, Number 4, pp. 209-224.

<http://dpmk.ir/article-1-201-fa.html>

Eskandari Nodeh, Mohammad; Qalipur, Yasir; Fallah Heydari, Fatemeh; Ahmadpour, Ayub, (1398). Identifying the dimensions of resilience and its impact on urban sustainability (Case study: Rasht), *Quarterly Journal of Geography and Environmental Sustainability*, Copyright: Razi University, Volume 9, Number 3, pp. 63-77.

<https://dx.doi.org/10.22126/ges.2019.3436.1913>

- Farzad Behtash, Mohammad Reza; Kinjad, Mohammad Ali; Pir Babaei, Mohammad Taghi; Ali Asgari. (1392). Evaluation and analysis of the dimensions and components of resilience of Tabriz metropolis, *Journal of Fine Arts*, Copyright: University of Tehran Fine Arts Campus, Volume 17, Number 3, pp. 33-42.
<https://dx.doi.org/10.22059/jfaup.2013.51316>
- Firoozi, Mohammad Reza; Farzaneh, Sifallah; Hyderabad, Abolghasem (1400). Integrated Review of Research in the Field of Power (Media or Symbolic) and National Media in Iran, *Cultural Studies and Communication Quarterly*, Copyright: Association for Cultural Studies and Communication, Seventeenth Volume 62, pp. 28-49.
<https://dx.doi.org/10.22034/jcsc.2021.525823.2366>
- Forghani, Mohammad Mehdi; Mohajeri, Rababa. (1397). The Relationship between the Use of Virtual Social Networks and Changes in Youth Lifestyle, *New Media Studies*, Copyright: Allameh Tabatabai University, Volume 4, Number 9, p. 39.
<https://dx.doi.org/10.22054/cs.2018.24690.293>
- Hatinejad, Hussein; Poorahmad, Ahmad; Zbardast, Koshari. (1399). Assessing the level of social resilience in the 9th metropolitan area of Tehran, *Quarterly Journal of Housing and Rural Environment*, Copyright: Research Institute of Natural Disasters, Volume 30, Number 171, pp. 49-60.
<http://jhre.ir/article-1-2051-fa.html>
- Kharazi, Mahboubeh; Majidi Ghahroudi, Nasim; Kavehi, Behrooz (1400). The Role of Tehran Metropolis in Optimizing Cultural Communication Diplomacy, *Cultural Studies and Communication Quarterly*, Copyright: Association of Cultural Studies and Communication, Volume 17, Number 63, pp. 17-63.
<https://dx.doi.org/10.22034/jcsc.2021.244437>
- Lashkari, Ehsan; Ahmadi, Seyed Abbas (1395). Theoretical-philosophical explanation of the effects of mass media on geographical space, geography and environmental planning. Copyright: University of Isfahan, Volume 27, Number 4, pp. 44-47.
<https://dx.doi.org/10.22108/gep.2017.98142>
- Mohammadi Dehcheshmeh, Mustafa; Alizadeh, Hadi; Abbasi Gojani, David. (1399). Spatial Analysis of Explanatory Indicators of Resilience in Transport Arterial Infrastructure (Case Study: Ahvaz Metropolis) *Geographical Quarterly of Urban Planning Research*, Copyright: Institute of Geography, University of Tehran, Volume 8, Number 2, pp. 375-391.
<https://dx.doi.org/10.22059/jurbangeo.2019.273727.1042>
- Mokhtari Malekabadi, Reza; Montazer Al-Qaim, Afshin; Jafari-Fard, Jafar (2017), Assessing the Performance of Media in the Cultural Geography of the Middle East, *Quarterly Journal of Geography, Civil Engineering and Urban Management Studies*, Copyright: Center for the Development of Modern Education in Iran, Volume 3, Number 1, p. 14.
<https://civilica.com/doc/685612/>
- Montazer Al-Qaim, Afshin. (1400). Mission and mission of Channel 2, Information Portal of the Deputy of IRIB, Licensee: National Media, Second Volume No. 8, PP.1-20.
<https://iribtv.ir/portal/ViewPage/1410>
- Motahari, Zeinbalsadat; Rafi'ian, Mujtaba. (1395). Explaining a Model for Improving Crisis Risk Management with a Community-Based Approach, Case Study: One of Tehran's Local Communities, *Armanshahr Quarterly*, Copyright: Dr. Behzadfar Architecture and Urban Planning Association, Volume 9, Number 17, pp. 389-401.
http://armanshahrjournal.com/article_44644.html
- Partovi, Parvin; Behzadfar, Mustafa; Shirani, Zahra, (2016), Urban design and social resilience; Case study: Jolfa neighborhood of Isfahan, *Journal of Architecture and Urban Planning*, Copyright: University of Arts, Volume 17, Number 44, pp. 116-99.
<http://aup.journal.art.ac.ir>
- Piran, Parviz; Asadi, Saeedeh; Judge, Nico. (2017), The Role of Social Resilience in the Success of the Reconstruction Process (Case Study: Darb-e-Astaneh and Babapashman Rural Communities after the 2006 Silakhor Plain, Lorestan Province), *Quarterly Journal of Housing and Rural Environment*, Copyright: Natural Disaster Research Institute, Volume 20, No. 99, pp. 87-100.
<http://jhre.ir/article-1-1140-fa.html>
- Rahimi, Mohsen; Kargar, Bahman. (1399), Explaining the pattern of social resilience in informal settlements with emphasis on quality of life Case study of Hesar Line 4 neighborhood of Karaj, *Quarterly Journal of Geography (Regional Planning)*, Copyright: Qeshm Higher Education Institute, Volume 11, Number 1, pp. 75-91.
http://www.jgeoqeshm.ir/article_125216.html

Rusta, Mojtaba; Ebrahimzadeh, Jesus; Eastgold, Mustafa. (1397). Assessing the rate of urban social resilience, Case study: Zahedan city, Journal of Urban Research and Planning, Licensee: Islamic Azad University of Merv Dasht, Volume 32, Number 1-14.

<https://dorl.net/dor/20.1001.1.22285229.1397.9.32.1.8>

Salehi, Ismail; Aghababaei, Mohammad Taqi; Sarmadi, Hajar; Farzad Behtash, Mohammad Reza (1390). Investigation of environmental resilience using causal network model, Journal of Environmental Science, Copyright: University of Tehran, Volume 37, Number 59, pp. 99-112.

<https://dorl.net/dor/20.1001.1.10258620.1390.37.59.10.2>

Website of the National Portal of the Statistics Center of Iran. (1400), the results of the housing and rent price statistics and the purchasing power of citizens in selected cities from 2009 to 1400, owner: Statistics Center of Iran.

www.amar.org

7- References (English)

Adger, W. N. (2000). Social and ecological resilience: are they related? Progress in human geography, PP 347-364.

<https://doi.org/10.1191%2F030913200701540465>

Cutter, S. L. (2016). Resilience to what? Resilience for whom? The Geographical Journal, 182, PP 110-113.

<https://doi.org/10.1111/geoj.12174>

Copeland, S., Comes, T., Bach, S., Nagenborg, M., Schulte, Y., & Doorn, N.(2020). Measuring social resilience: Trade-offs, challenges and opportunities for indicator models in transforming societies, International Journal of Disaster Risk Reduction PP44-99.

<https://doi.org/10.1016/j.ijdrr.2020.101799>

Fernández-Prados, J. S., Lozano-Díaz, A., & Muyor-Rodríguez(2021) Factors explaining social resilience against COVID-19: the case of Spain. European Societies, 23(sup1), PP111-121.

<https://doi.org/10.1080/14616696.2020.1818113>

Gonzales, P., & Ajami, N. K. (2017). An integrative regional resilience framework for the changing urban water paradigm. Sustainable cities and society, PP128-138.

<https://isiarticles.com/bundles/Article/pre/pdf/93958.pdf>

Jacinto, R., Reis, E., & Ferrão, J. (2020). Indicators for the assessment of social resilience in flood-affected communities—A text mining-based methodology. Science of The Total Environment, 744, 140973.PP114-119.

<https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2020.140973>

Keck, M., & Sakdapolrak, P. (2013). What is social resilience? Lessons learned and ways forward. Erdkunde, PP 5-19.

<https://www.jstor.org/stable/23595352>

Kwok, A. H., Doyle, E. E., Becker, J., Johnston, D., & Paton, D.(2016) What is 'social resilience'? Perspectives of disaster researchers, emergency management practitioners, and policymakers in New Zealand. International Journal of Disaster Risk Reduction, 19, ,PP 197-211.

<https://doi.org/10.1016/j.ijdrr.2016.08.013>

Lambert, S. J. (2015). Networks of Support for Māori Mental Health: The response and recovery of Tangata Whaiora through the Ōtautahi earthquakes P7.

<https://researcharchive.lincoln.ac.nz/handle/10182/7529>

Mac cann, K., Cuthill, M. and Ross, H., 2012. Six attributes of social resilience. Journal of Environmental Planning and Management, P144

<https://doi.org/10.1108/JOCM-10-2019-0305>

Macleane, K., Cuthill, M. and Ross, H., 2014. Six attributes of social resilience. Journal of Environmental Planning and Management, 57(1), pp.144-156.

<https://dx.doi.org/10.1080/09640568.2013.763774>

Saja, A. A., Teo, M., Goonetilleke, A., & Ziyath, A. M. (2021). Assessing social resilience in disaster management. International Journal of Disaster Risk Reduction, PP40-97.

<https://doi.org/10.1016/j.ijdrr.2020.101957>

Sharifi, A., & Yamagata, Y. (2016). On the suitability of assessment tools for guiding communities towards disaster resilience. International journal of disaster risk reduction, 18, PP115-124.

<https://doi.org/10.1016/j.ijdrr.2016.06.006>

Van Puijenbroek, P. J. T. M., Beusen, A. H. W., & Bouwman, A. F. (2019). Global nitrogen and phosphorus in urban waste water based on the Shared Socio-economic pathways. Journal of environmental management, 231,P446.

<https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2018.10.048>

Zhang, H., Liang, X., Chen, H., & Shi, Q. (2021).

Spatio-temporal evolution of the social-ecological
<https://doi.org/10.1016/j.envdev.2021.100616>

landscape resilience and management zoning in
the loess hill and gully region of China.
Environmental Development, 100616,pp16-99.

تحلیل تطبیقی جغرافیای رسانه از تأثیر برنامه‌های تلویزیون شبکه دو سیما با موضوع سبک زندگی بر تاب‌آوری اجتماعی مناطق ۱، ۱۲ و ۲۰ کلان‌شهر تهران*

افشین منتظرالقائم (دانشجوی دکتری گروه جغرافیا، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، ایران)

مه‌ری اذانی** (استادیار گروه جغرافیا، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، ایران)

احمد خادم‌الحسینی (دانشیار گروه جغرافیا، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، ایران)

امیرگندمگار (دانشیار گروه جغرافیا، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، ایران)

مقاله پژوهشی

چکیده

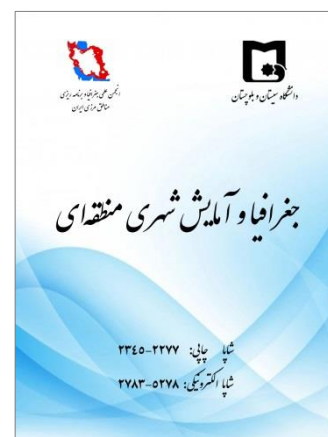
به منظور تحلیل مناسب از تأثیرات فرهنگی و جغرافیایی رسانه‌ها، استفاده از نتایج مؤلفه‌های تاب‌آوری اجتماعی، رهیافتی کلیدی است. در این راستا، مطالعه حاضر تلاش کرده است تا با هدف کاربردی و روش «توصیفی-تحلیلی» به تحلیل تطبیقی اثرگذاری برنامه‌های تلویزیون بر تحقق مؤلفه‌های تاب‌آوری اجتماعی در مناطق ۱، ۱۲ و ۲۰ کلان‌شهر تهران بپردازد. با روش پیمایشی و ابزار پرسشنامه، نظرات ۳۸۴ شهروند بر حسب فرمول کوکران به روش نمونه‌گیری طبقه‌بندی شده، گردآوری شد. نتایج نشان می‌دهد که کیفیت تحقق و برخورداری از مؤلفه‌های تاب‌آوری اجتماعی در سه منطقه مورد مطالعه براساس آنالیز واریانس چندمتغیره متفاوت است. همچنین تحلیل اولویت برنامه‌ریزی برای تحقق بخشی به مؤلفه‌های تاب‌آوری در سه منطقه یادشده براساس مدل تاپسیس فازی نشان می‌دهد که شاخص اعتماد عمومی در منطقه ۱ به‌عنوان منطقه مرفه شهری، شاخص مشارکت غیررسمی در منطقه ۱۲ به‌عنوان منطقه متوسط شهری و شاخص حس تعلق مکانی در منطقه ۲۰ به‌عنوان منطقه فرودست از اولویت بیشتری برای برنامه‌ریزی در راستای ارتقای تاب‌آوری اجتماعی برخوردارند. و راهبرد رسانه‌ای تلویزیون و شبکه دو سیما و در جغرافیای رسانه‌ای هدف، می‌تواند در راستای ارتقای اعتماد عمومی شهروندان و افزایش همبستگی اجتماعی، ارتقای شاخص مشارکت غیررسمی از طریق همیاری و همراهی در تشکل‌های اجتماعی مناطق شهری و بهبود حس تعلق مکانی در مناطق فرودست برای ایجاد حس انگیزه و تعلق و هویت‌مندی اجتماعی قرار گیرد.

تاریخ دریافت: ۱۵ اردیبهشت ۱۴۰۰

تاریخ بازنگری: ۱۹ تیر ۱۴۰۰

تاریخ پذیرش: ۸ آبان ۱۴۰۰

صفحات: ۵۱-۸۰



کلید واژه‌ها:

تاب‌آوری اجتماعی، تحلیل تطبیقی،

اعتماد عمومی، حس تعلق مکانی،

کلان‌شهر تهران.

* این مقاله برگرفته از رساله دکتری با عنوان: تحلیل تطبیقی از تأثیر برنامه‌های تلویزیون شبکه دو سیما با موضوع سبک زندگی بر تاب‌آوری اجتماعی مناطق ۱، ۱۲ و ۲۰ کلان‌شهر تهران است.

** نویسنده مسئول: دکتر مه‌ری اذانی

پست الکترونیک: Mehri.azani@gmail.com

مقدمه

امروزه شهرها کانون توسعه های اقتصادی و اجتماعی هستند و همه برنامه ریزی های توسعه فرهنگی با محوریت شهرها تدوین می شود (Van Puijenbroek et al., 2019: 447)؛ بنابراین کالبد و ساختار اجتماعی شهرها در برنامه ریزی های توسعه فرهنگی و شهری باید شناسایی شود (عباسی گوجانی و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۱۰). امروزه شهرها با آسیب ها و چالش های زیربنایی متعددی نیز مواجه هستند. این آسیب ها به شکل های مختلفی شهرها را تهدید کند (محمدی ده چشمه و همکاران، ۱۳۹۹: ۳۷۶).

آسیب ها در دو بخش انسانی و طبیعی می تواند قابلیت زندگی در شهرها را با بحران روبه رو کند و شرایط زیست در شهرها را مختل سازد (فرزاد بهتاش و همکاران، ۱۳۹۲: ۳۴)؛ بنابراین شهرها باید از جنبه های اقتصادی و فرهنگی و اجتماعی تاب آور باشند و مقاومت کافی در برابر تهدیدات داشته باشند (Gonzales & Ajami, 2017: 128).

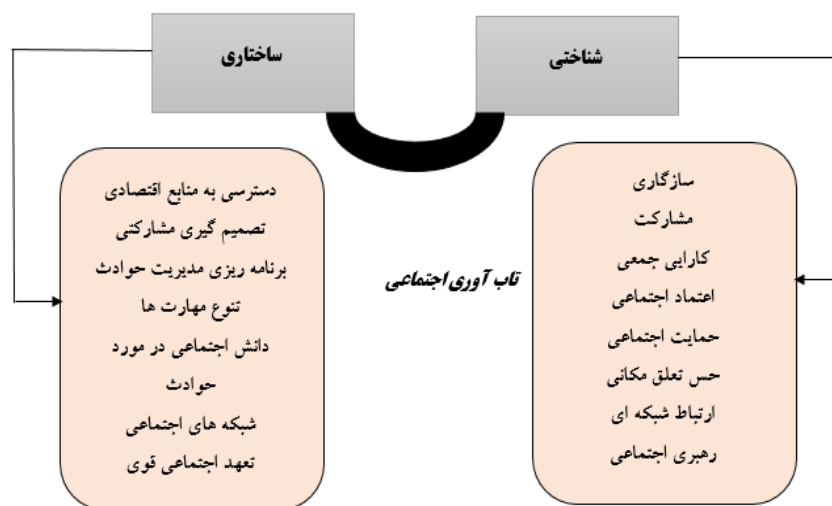
در رویکرد تاب آوری اجتماعی، یک شهر یا جامعه محلی قادر به ایستادگی در برابر حوادث شدید بدون از دست دادن کیفیت زندگی خواهد بود (صالحی و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۰۱). در تاب آوری شهرها، سه بحث مطرح می شود؛ اول: منظور از آن میزان تخریب و زیانی است که شهر قادر است تحمل کند؛ دوم: میزان توانایی برای خودسازماندهی و سوم: توانایی افزایش ظرفیت یادگیری و سازگاری با شرایط تعریف می شود، بنابراین ظرفیت تحمل پذیری در برابر حوادث و چالش ها در تاب آوری مورد ارزیابی قرار می گیرد و می تواند در قالب مؤلفه های متعددی، مانند: اجتماعی، اقتصادی، زیرساختی، کالبدی، فرهنگی و زیست محیطی، تصور شود (اسکندری نوده و همکاران، ۱۳۹۸: ۶۵).

و اما ارتقای تاب آوری اجتماعی توسط سازمان های رسانه ای صرفاً از طریق دانش جغرافیای رسانه عملیاتی می شود و سازمان های فرهنگی و رسانه ای برای تأثیرگذاری بر مخاطبان باید شناخت درست و علمی از جغرافیای تحت پوشش خود داشته باشند؛ یعنی علاوه بر تولید محتوای رسانه ای باید مشخصات جغرافیایی جامعه هدف خود را بشناسند تا بدانند برای کدام مخاطب و با چه نوع سبک زندگی و با چه قدرت اقتصادی و با کدام ارزش ها می خواهند برنامه سازی کنند؛ بنابراین برنامه ریزان رسانه نیز باید شناخت کامل و جامع از منطقه تحت پوشش رسانه هدف داشته باشند تا محتوای برنامه رسانه با ویژگی های مخاطبان و جغرافیای زیستی و سبک زندگی آن ها متناسب باشد و از این طریق تأثیرگذاری رسانه بیشتر شود (Copeland et al, 2020: 49). اما تاب آوری اجتماعی نیز خود شامل مؤلفه های مختلفی است؛ مانند: دانش و آگاهی شهروندی، میزان مشارکت شهروندان، میزان اعتماد عمومی و حس تعلق مکانی (Saja et al, 2021: 4). در واقع تاب آوری اجتماعی از ارکان برنامه ریزی های توسعه شهری است و ارتقای تاب آوری اجتماعی می تواند نویدبخش توسعه پایدار شهرها باشد (Maclean et al, 2014: 90). بنابراین برای داشتن جامعه تاب آور باید مؤلفه های تاب آوری شناسایی و با توجه به مناطق مختلف شهری و ساکنان هر منطقه ارزیابی شود و در صورت نیاز به ارتقای آن شاخص ها با اولویت بندی منطقه ای و با توجه به هر شاخص برنامه ریزی ارتقای تاب آوری در شهرها تدوین و عملیاتی شود (مطهری و رفیعیان، ۱۳۹۵: ۳۹۰). آن چنان که کواک و همکاران اذعان می کنند، تاب آوری اجتماعی کیفیتی است که ممکن است در مناطق شهری بسته به کیفیت درک، زندگی و رفاه اجتماعی و ارتباط مستمر با سیاست گذاران و نقش سازنده شهروندان در اجتماع و شهر متغیر بوده و تفاوت داشته

به مدل کواک اشاره کرد؛ زیرا مدلی است که می‌تواند در تحلیل‌های جغرافیای رسانه استفاده شود. کواک و همکاران (۲۰۱۶) در مطالعه‌ای تشریح کرده‌اند که تاب‌آوری اجتماعی می‌تواند فرایند تلاقی مؤلفه‌های شناختی و ساختاری در برابر حوادث و بحران‌ها قلمداد شود. آن‌ها تاب‌آوری اجتماعی را از دو منظر ادراکی و ساختاری بررسی کرده بودند و شاخص‌های متعددی را از سازگاری اجتماعی گرفته تا تعلق مکانی به محل سکونت بررسی کردند و به نقش رسانه در شاخص آگاهی‌بخشی و نیز شاخص حس تعلق مکانی اولویت داده بودند.

باشد (Kwok et al, 2016: 200). بنابراین اهمیت تاب‌آوری اجتماعی در شهرهای امروزی بسیار بالا و حیاتی است و می‌تواند گشایشی بر تحقق شاخص‌های دیگر تاب‌آوری شهری نیز باشد (Zhang et al, 2021 :16). ارتقای تاب‌آوری اجتماعی در روزهای اخیر و با توجه به همه‌گیری پاندمی کرونا نیز مطرح شده است؛ زیرا جامعه می‌تواند با سازگاری، انعطاف‌مندی و قدرت جذب و بازاریابی بالا و دانش و آگاهی در برابر این حادثه جهانی تاب‌آور باشد (Fernández-Prados et al, 2021; 112).

در پیشینه پژوهش و با توجه به مدل‌های مختلف تاب‌آوری اجتماعی و تأثیر بخشی از رسانه‌ها، می‌توان



شکل ۱. ابعاد تاب‌آوری اجتماعی
(منبع: Kwok et al., 2016)

رسانه رابطه وجود دارد؛ به‌طوری‌که با افزایش ساعات استفاده از رسانه، تغییر در هریک از مؤلفه‌های سبک زندگی نیز بیشتر می‌شود (فرقانی و مهاجری، ۱۳۹۷: ۳۹). کپلند^۴ و همکاران (۲۰۲۰) در مطالعه‌ای بر شهر شیکاگو با عنوان «اندازه‌گیری تاب‌آوری اجتماعی: تجارت، چالش‌ها و فرصت‌های مدل‌های شاخص در تحول در جوامع»، این‌گونه تشریح کرده‌اند که

فرقانی و مهاجری (۱۳۹۷) در مطالعه‌ای در خصوص رسانه و تغییر در سبک زندگی و تاب‌آوری فرهنگی مردم شهر تهران مطالعاتی را انجام دادند و مشخص کردند که بین مؤلفه‌های سبک زندگی همچون تغییر سلیقه در نوع پوشش، تغییر در شیوه تغذیه، تغییر در سبک خرید، تغییر در شیوه‌های گذران اوقات فراغت و تفریح و تغییر در تعاملات کاربران با میزان استفاده

تاب آوری اجتماعی بیش از هر جنبه دیگر از تاب آوری، پایداری و تحول را افزایش می دهد. آن ها نتیجه گرفتند که رسانه ها از طریق آگاهی بخشی می توانند به ارتقای تاب آوری اجتماعی شهر شیکاگو کمک کنند و به سازمان های رسانه ای شهر شیکاگو پیشنهاد داده بودند تا جغرافیای رسانه ای شهر خود را به درستی شناسایی کنند تا تأثیرات محتوای پیام آن ها بر مخاطبان شهری بیشتر شود و سبک زندگی و تاب آوری مردم نیز افزایش یابد (Copeland et al, 99 : 2020).

ساجا^۵ و همکاران (۲۰۲۱) در مطالعه ای با عنوان «ارزیابی تاب آوری اجتماعی در مدیریت بلایا» این گونه ذکر کرده اند که کیفیت تأثیرپذیری و برخورداری از شاخص های تاب آوری اجتماعی می تواند در محلات و نواحی شهری بسته به کیفیت زندگی، رویکردهای اعتقادی و سطح برخورداری از منابع اولیه و سایر رویکردها متمایز باشند و برای شهرهای مختلف باید میزان و کیفیت تاب آوری اجتماعی و شاخص های متأثر از آن را جداگانه ارزیابی کرد (Saja et al, 2021: 90). فیروزی و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی در حوزه تأثیر برنامه های تلویزیون بر توسعه پایدار شهری با عنوان «بازنگری تلفیقی تحقیقات انجام شده در حوزه قدرت (رسانه ای یا نمادین) و رسانه ملی در ایران» تأثیر مثبت رسانه ملی را بر توسعه فرهنگی شهرهای ایران تأیید کردند. یافته ها حاکی از آن بود که در ایران ارتباط به عنوان شکلی از کنش اجتماعی مطرح بوده و از طریق رسانه پدیدار می شود. رسانه دارای قدرت نمادین بوده و توانسته بر فکر و ذهن مخاطب اثرگذار باشد و تغییرات مدنظر مدیران فرهنگی و شهری را تا حدود زیادی ایجاد کند. رسانه ها، ابزار اصلی سازمان دادن مردم و عامل و کارگزار آن هایی هستند که به اعمال قدرت اقتصادی و سیاسی مشغول هستند (فیروزی و همکاران، ۱۴۰۰: ۴۹).

در همه پژوهش های قبلی صرفاً تأثیر رسانه ها بر تاب آوری اجتماعی تأیید شده بود و به ویژه در خصوص تأثیر مؤلفه آگاهی بخشی بر تاب آوری اجتماعی نتایج تأییدی گرفته شده بود؛ ولیکن در هیچ کدام از پژوهش های قبلی رسانه و تاب آوری اجتماعی در یک منطقه جغرافیای مشخص، به عنوان اهداف یک پژوهش مستقل قرار نگرفته بود و این تأثیر رسانه ها و هر کدام از مؤلفه های تاب آوری اجتماعی، دقیقاً وزن دهی و سنجش نشده بودند و اولویت بندی مؤلفه های ارتقای تاب آوری اجتماعی انجام نشده بود؛ ولیکن در پژوهش حاضر سنجش و وزن دهی تأثیرگذاری مؤلفه ها انجام شده و اولویت بندی آن ها برای برنامه ریزی رسانه ای از مهم ترین نوآوری های جدید در پژوهش حاضر است. ضمن آنکه وقتی صحبت از رسانه می شود، طیف گسترده ای از رسانه های دیداری و شنیداری را شامل می شود؛ اما در پژوهش حاضر از بین همه رسانه ها توجه به رسانه فراگیر تلویزیون معطوف شده است که مؤثرترین رسانه ۵۰ سال اخیر است؛ از طرفی تا به امروز اهمیت تدوین نقشه راه برای یک سازمان رسانه ای با هدف تأثیرگذاری بر تاب آوری اجتماعی یک شهر و جامعه و به عنوان یک پژوهش کاربردی در دستور کار سازمان های رسانه ای نبوده و صرفاً نتایج پژوهش های مرتبط، تأثیر رسانه ها را بر تاب آوری اجتماعی و تاب آوری شهری تأیید می کرد؛ ولیکن امروز این مهم به عنوان یک مأموریت از رسانه ملی و شبکه های تلویزیونی درخواست می شود و بر اهمیت این پژوهش این نکته اضافه می شود که نتایج پژوهش حاضر در تدوین نقشه راه رسانه ملی استفاده می شود. در مأموریت و رسالت رسانه ملی ارتقای تاب آوری اجتماعی و تأکید بر سبک زندگی ایرانی-اسلامی به عنوان یکی از مهم ترین مأموریت ها تصریح شده است و مورد مطالبه مردم و ذی نفعان و حاکمان رسانه است. در بین شبکه های تلویزیونی نیز بالاترین وظیفه

و رسالت به شبکه دو سیما محول شده است (منتظرالقائم، ۱۴۰۰: ۹).

از طرفی با توجه به اینکه در دنیای رقابتی رسانه‌ها، توجه به تاب‌آوری اجتماعی و شناخت درست مکانی و فرهنگی و سبک زندگی مخاطبان مهم‌ترین مؤلفه موفقیت رسانه‌های رقابتی و تعاملی است، استفاده از دانش جغرافیای رسانه برای سازمان‌های رسانه‌ای که هدفشان اثرگذاری بر مخاطبان و هدایت افکار عمومی در محدوده جغرافیای رسانه‌ای تحت پوشش است، در اولویت قرار گرفته و در مأموریت رسانه آورده شده است و برنامه‌ریزان رسانه باید از دانش جغرافیای رسانه برای شناخت ویژگی‌های مختلف جغرافیایی هر منطقه و شناخت قومیت‌ها و آداب و رسوم آن‌ها و تنوع سبک زندگی مردمان هر منطقه استفاده کنند؛ بنابراین با توجه به شرایط رقابتی جدید است که دانش جغرافیای رسانه برای سازمان‌های رسانه‌ای در اولویت قرار گرفته و سازمان‌های رسانه‌ای مانند رسانه ملی و تلویزیون را مکلف کرده تا از راهبردهای ارتقای تاب‌آوری اجتماعی در وظایف تکلیفی خود استفاده کنند و حاکمان رسانه نیز به این نتیجه رسیده‌اند که داشتن راهبرد ارتقای تاب‌آوری اجتماعی شهروندان یکی از بهترین‌ها، جدیدترین و خلاقانه‌ترین راهبرد مدیریتی رسانه‌ها است. این ایده که از گذشته در فرایند مدیریتی رسانه وجود داشته است، به صورت علمی و نظری، برگرفته از الگوها و اصول تجویز شده رویکرد سوسیالیسم و عقلانیت کارکردی است (Mac Cann, 2012: 144).

با توجه به این ضرورت، مطالعه حاضر تلاش کرده است تا به تأثیر برنامه‌های تلویزیونی شبکه دو در تحقق مؤلفه‌های تاب‌آوری اجتماعی در مناطق سه‌گانه ۱، ۱۲ و ۲۰ کلان‌شهر تهران بپردازد. با توجه به سالنامه آماری کلان‌شهر تهران و استناد به قیمت زمین و مسکن به عنوان تنها عامل دردسترس برای تعیین کیفیت واقعی و ملموس و قابل اندازه‌گیری رفاه

اجتماعی، این مناطق به عنوان نماینده مناطق مرفه، متوسط و فرودست و کم‌برخوردار انتخاب شده‌اند تا بتوان ارزیابی دقیقی از کیفیت تحقق تاب‌آوری اجتماعی و تفاوت در برخورداری از آن را در کلان‌شهر تهران ارزیابی کرد؛ بنابراین دو سؤال اصلی پژوهش این‌گونه طرح می‌شوند که:

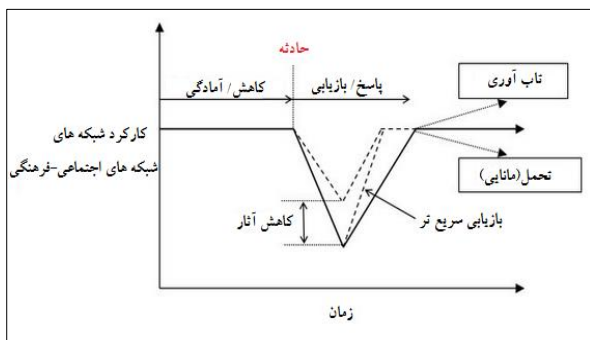
- آیا شاخص آگاهی‌بخشی از طریق رسانه تلویزیون تأثیر معناداری بر تاب‌آوری اجتماعی مناطق مرفه‌نشین و متوسط‌نشین و کم‌برخوردار شهری به وجود می‌آورد؟
- اولویت‌های برنامه‌ریزی رسانه برابر با تحقق شاخص‌های تاب‌آوری اجتماعی در مناطق مرفه، متوسط و کم‌برخوردار اجتماعی در کلان‌شهر تهران چگونه است؟

مبانی نظری

تاب‌آوری امروزه رویکردی پایدار و انعطاف‌مند در برابر حوادث و مخاطرات مطرح شده است. ادگار تاب‌آوری اجتماعی را این‌چنین تعریف می‌کند: «توانایی گروه‌ها یا جوامع برای کنار آمدن با آن‌ها، استرس‌ها و آشفتگی‌های خارجی که می‌تواند منشأ اجتماعی، سیاسی و تغییر محیطی باشد» (Adger, 2000: 348-349).

انسیتیتو مطالعات جامعه و تاب‌آوری منطقه‌ای^۱ تاب‌آوری را به عنوان توانایی پیش‌بینی خطر، محدودکننده عواقب نامطلوب و با زنده ماندن و سرعت بازیابی، سازگاری و رشد در برابر تغییرات آشفته تعریف کرده است (بسطامی‌نیوهمکاران، ۱۳۹۷: ۲۱۱). کک و ساکداپولراک، برای تحقق تاب‌آوری در قلمرو اجتماعی آن، سه ظرفیت اصلی را شناسایی و معرفی

انعطاف پذیری و آمادگی یک جامعه در برابر شوکها و بحران های مخرب است (Lambert, 2015: 7).



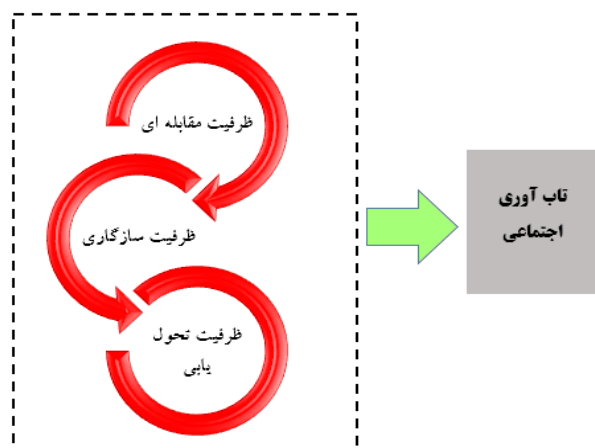
شکل ۳. تاب آوری اجتماعی در برابر حوادث مخرب (منبع: Lambert, 2015: 7)

یا آن چنان که کاتر^۲ گفته است، تاب آوری اجتماعی را می توان نتیجه سازگاری و سرعت و قدرت جامعه در برگشت به شرایط عادی و قبل از حادثه تحلیل کرد (Cutter, 2016: 111).

از طرفی یکی از ابزارهای اثرگذار در عصر مدرنیته، رسانه های جمعی، نظیر رادیو، تلویزیون، اینترنت و... هستند که با تکیه به آنها، سرعت حرکت اطلاعات و تغییرات پیرو آن در فضای جغرافیایی افزایش چشمگیری یافته است؛ به عبارت بهتر به کمک ابزارهای ارتباطی و رسانه ای، اطلاع یابی از وضعیت فضاها و مکان های جغرافیایی، توسعه زیادی یافته و از این طریق، سرعت مقایسه مکان ها و فضاهای جغرافیایی با یکدیگر نیز افزایش یافته است. این روند، فشردگی مکانی-فضایی را شدت بخشیده و نقش مهمی در ساخت فضا و ایجاد تغییر در فرایندهای حاکم بر آن داشته است؛ بنابراین به نظر می رسد در عصر حاضر، یکی از مهم ترین عوامل ایجاد تحول و بازساخت در فضاهای جغرافیایی و حتی قضاوت درباره چگونگی عملکرد نیروهای تصمیم گیر و برنامه ریز آنها رسانه های جمعی هستند. و تأثیر رسانه ها بر قلمرو

2. cutter

کرده اند که می تواند نمود اصلی تحقق تاب آوری در جامعه باشد (Keck & Sakdapolrak, 2013: 6). این سه ظرفیت بیانگر قدرت یادگیری، آمادگی مقابله و سازگاری جامعه در برابر تحولات، چالش ها و تهدیدات است که در شکل ۲ تشریح شده است.



شکل ۲. ظرفیت های اصلی در تاب آوری در قلمرو اجتماعی (منبع: Keck & Sakdapolrak, 2013: 13-14)

با توجه به اهمیت تاب آوری در بُعد اجتماعی، توجه به شاخص های تاب آوری اهمیت بسزایی دارد (خرازی و همکاران، ۱۴۰۰: ۶۳). در تاب آوری اجتماعی تنوعی از دارایی های اجتماعی و فرهنگی و زیستی مشارکت مردمی، حس تعلق مکانی و اعتماد عمومی و نهادی در تاب آوری شهری مورد بحث و ارزیابی قرار می گیرد (پرتوی و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۰۱). آن چنان که لمبرت^۱ گفته است، تاب آوری اجتماعی، به کیفیت پاسخ، بازیابی و تحمل پذیری و مقاومت جامعه در برابر حوادث بستگی دارد. هرچه این زمان سریع تر بوده و سازگاری و بازیابی سریع تر در برابر حوادث و اتفاقات ناگوار اتفاق بیافتد تاب آوری جامعه بالاتر خواهد بود. درواقع تاب آوری اجتماعی، کیفیت پاسخ،

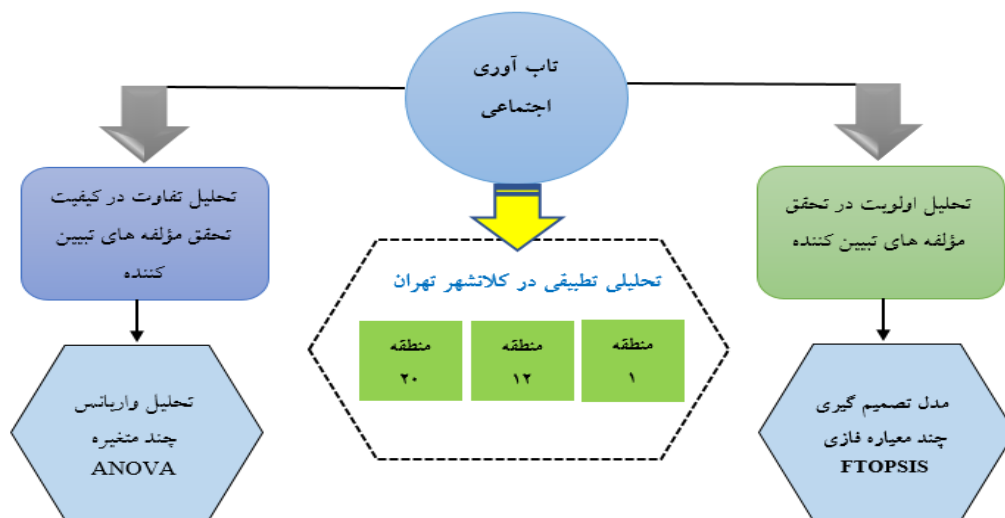
1. lambert

رسانه را به وجود آورده است (مختاری و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۴).

پژوهش حاضر از تکنیک‌های جغرافیای رسانه بهره می‌گیرد تا با هدف گذاری کاربردی و با روش‌شناسی توصیفی تحلیلی به تحلیل تطبیقی تأثیر برنامه‌های تلویزیونی بر تحقق مؤلفه‌های تاب‌آوری اجتماعی در مناطق ۱، ۱۲ و ۲۰ کلان‌شهر تهران بپردازد. در این پژوهش برای گردآوری اطلاعات توصیفی یا نظری، از خوانش محتوایی اسناد متن پایه علمی (مقالات و کتب معتبر) و برای گردآوری داده‌های تحلیلی از روش پیمایشی با ابزار پرسشنامه استفاده شده است. با توجه به اهداف تحقیق از تحلیل واریانس چندمتغیره آنوا برای تحلیل تفاوت در کیفیت تحقق مؤلفه‌های تاب‌آوری در سه منطقه یادشده استفاده شده است. همچنین از مدل تاپسیس فازی برای ارزیابی تغییرات و اهمیت مؤلفه‌های تاب‌آوری اجتماعی در محدوده مورد مطالعه بهره برده شده است.

جغرافیایی دانش جدیدی را با عنوان جغرافیای رسانه‌ای برای جغرافیدانان به ارمغان آورده است که از طریق بهره‌گیری از این دانش، جغرافیدانان می‌توانند با تبیین کارکردهای رسانه‌های گروهی در چگونگی ایجاد تغییر در فضای جغرافیا از منظر فلسفی، رویکرد نوینی در تحلیل رابطه متقابل رسانه و فضای جغرافیایی ارائه کنند. جغرافیای رسانه‌ای بیانگر آن است که رسانه‌های گروهی از طریق تأثیر بر ادراک محیطی مردم و نیروهای تصمیم‌گیر نیروی ایجاد تحول و بازساخت فضا را به میزان شایان توجهی افزایش داده‌اند

(لشکری و همکاران، ۱۳۹۵: ۴۴). با توجه به اینکه با پیشرفت رسانه‌ها، اثرگذاری آن‌ها بسیار بیشتر شده است و رسانه‌های جمعی یکی از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر جغرافیای فرهنگی و سیاسی جوامع هستند، تأثیرات رسانه‌ها در قلمرو مرزهای جغرافیایی دانش جغرافیای



شکل ۴. مدل مفهومی فرایند پژوهش (منبع: نگارنده، ۱۴۰۰)

زمین و مسکن و درآمد افراد ساکن و رنج آن، مناطق ۲۲ گانه کلان‌شهر تهران به سه طبقه مرفه یا برخوردار (۱، ۲، ۳، ۴، ۵، و ۶) و طبقه متوسط‌نشین یا نسبتاً برخوردار شامل مناطق ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴ و ۲۲ و طبقه کم‌برخوردار یا فرودست شامل مناطق ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹، ۲۰ و ۲۱ تقسیم‌بندی شدند (جدول ۱).

جامعه آماری پژوهش حاضر، کلان‌شهر تهران و حجم نمونه، ۳۸۴ نفر از شهروندان این کلان‌شهر است که براساس فرمول کوکران در سطح اطمینان ۹۵ درصد و درصد تجانس (p) ۰/۵ به دست آمده است. همان‌طور که گفته شد، برای تشخیص و تعیین مناطق مرفه، متوسط و کم‌برخوردار اجتماعی در کلان‌شهر تهران، با توجه به آمارنامه کلان‌شهر تهران و مبنای قرارداد قیمت

جدول ۱. مؤلفه‌های اقتصادی سکونتی و معیشتی خانوارهای شهری در ایران و تهران

شاخص‌های اقتصادی در مکان مورد بررسی	متوسط ارزش آپارتمان‌های مسکونی معامله‌شده (قیمت مسکن در هر مترمربع)	متوسط متراژ آپارتمان‌های مسکونی معامله‌شده (متر مربع)	متوسط درآمد خانوارهای شهری در سال (متوسط درآمد در سال برحسب میلیون تومان)	متوسط هزینه خانوارهای شهری در سال (متوسط هزینه در سال برحسب میلیون تومان)
کل کشور	متری ۱۶ میلیون تومان	۱۱۶ متر	۵۴ میلیون تومان	۴۷ میلیون تومان
کلان‌شهر تهران	متری ۲۹ میلیون تومان	۸۹ متر	۸۱ میلیون تومان	۷۲ میلیون تومان
منطقه ۱	متری ۶۶ میلیون تومان	۱۱۹ متر	۹۶ میلیون تومان	۸۹ میلیون تومان
منطقه ۱۲	متری ۳۱ میلیون تومان	۸۷ متر	۸۳ میلیون تومان	۷۶ میلیون تومان
منطقه ۲۰	متری ۲۶ میلیون تومان	۷۹ متر	۶۹ میلیون تومان	۵۹ میلیون تومان

(منبع: درگاه مرکز آمار ایران، ۱۴۰۰)

تصادفی منطقه ۱ به‌عنوان نماینده مناطق مرفه شهری، منطقه ۱۲ به‌عنوان نماینده مناطق متوسط و منطقه ۲۰ به‌عنوان نماینده مناطق کم‌برخوردار شهری انتخاب و برحسب حجم جمعیت آن‌ها نمونه به این مناطق از حجم نمونه کل تخصیص یافت (جدول ۲).

با توجه به سنجش مؤلفه‌های تاب‌آوری در سه نوع منطقه مرفه، متوسط و فرودست یا کم‌برخوردار اجتماعی و ارزیابی کیفیت نگرش به تحقق‌پذیری این مؤلفه‌ها، از روش نمونه‌گیری طبقه‌بندی‌شده به‌صورت تخصیص نسبی استفاده شد. بدین‌صورت که به‌طور

جدول ۲. حجم نمونه تخصیص‌یافته به مناطق مورد مطالعه

نام منطقه شهری	حجم نمونه اختصاص‌یافته	درصد
منطقه ۱	۱۴۸	۳۹٪
منطقه ۱۲	۷۳	۱۹٪
منطقه ۲۰	۱۶۳	۴۲٪
مجموع	۳۸۴	۱۰۰٪

(منبع: یافته‌های پژوهش ۱۴۰۰)

بنابراین در زمان پژوهش و به منظور تفهیم مصاحبه‌شوندگان، کنداکتور برنامه‌های شاخص شبکه دو در بهار ۱۴۰۰ ارائه شد و برنامه‌هایی مورد سنجش قرار گرفت که علاوه بر آنکه مهم‌ترین هدفشان ارتقای تاب آوری اجتماعی و اصلاح سبک زندگی بود، باید از جمله برنامه‌های شاخص شبکه نیز محسوب شوند و اقبال عمومی و مخاطبان مشخصی نیز داشته باشند؛ بنابراین براساس نظرسنجی‌های مرکز پژوهش‌های رسانه ملی، برنامه شاخص تلویزیون باید بیش از ۵۰ درصد از شهروندان تهرانی مخاطب برنامه مذکور بوده و میزان رضایت و اقبال مردمی نیز بالاتر از ۵۰ درصد باشد و همچنین به‌عنوان یک برنامه مستمر و روتین در آنتن شبکه پخش شوند تا به‌عنوان برنامه شاخص مورد پژوهش قرار گیرند (منتظرالقائم، ۱۴۰۰: ۱۹)؛ از این رو در جدول ۳، نام مهم برنامه‌های شاخص و دلایل انتخاب آن‌ها در جهت معرفی به مصاحبه‌شوندگان ارائه شد.

براساس تحلیل محتوای صورت‌گرفته از منابع مرتبط با تاب آوری اجتماعی، ۶ شاخص اصلی در قالب ۳۲ گویه مورد انتخاب قرار گرفت (جدول ۲) تا در قالب پرسشنامه طراحی شده براساس طیف لیکرت ۵ مقیاس (۱ برابر با خیلی ضعیف تا ۵ برابر با خیلی مناسب) مورد استفاده قرار گیرد. برای آزمون روایی و پایایی پرسشنامه طراحی شده براساس شاخص‌ها و متغیرهای تاب آوری، از آزمون کی ام او^۱ و بارتلت و همچنین آلفای کرونباخ استفاده شد. در این راستا ابتدا یک پیش‌آزمون با استفاده از نظرات ۵۰ شهروند استفاده شد. تحلیل داده‌ها نشان داد پرسشنامه از قابلیت اطمینان و روایی مناسبی برخوردار است؛ به طوری که ضریب بارتلت برای پرسشنامه برابر با ۰/۹۰۲ و برای آلفای کرونباخ برابر با ۰/۹۲۱ به دست آمد.

رسانه مورد مطالعه

در مأموریت رسانه ملی، ارتقای تاب آوری اجتماعی و تأکید بر سبک زندگی ایرانی-اسلامی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین مأموریت‌ها تصریح شده است و مورد مطالبه مردم و و ذی‌نفعان و حاکمان رسانه است. در بین شبکه‌های تلویزیونی نیز بالاترین وظیفه و رسالت به شبکه دو سیما محول شده است؛ بدین صورت که شعار اصلی شبکه دو، سبک زندگی و ارتقای تاب آوری اجتماعی است. از طرفی در مأموریت و رسالت رسانه ملی (با تأکید شبکه دو سیما) همراهی و هم‌افزایی با سایر نهادهای شهری و فرهنگی به‌منظور ارتقای تاب آوری اجتماعی تأکید شده است؛ بنابراین در پژوهش مذکور براساس مأموریت رسانه ملی در این حوزه و با معرفی برنامه‌هایی با موضوع سبک زندگی در شبکه دو، پژوهش مذکور انجام شده است (منتظرالقائم، ۱۴۰۰: ۹).

جدول ۳. کندانکتور برنامه‌های شاخص شبکه دو مرتبط با مأموریت شبکه دو در راستای سبک زندگی و ارتقای تاب‌آوری اجتماعی

نام برنامه	قالب و ساختار برنامه	زمانبندی پخش	دلیل انتخاب در پژوهش شامل:
سریال همبازی 	مجموعه نمایشی	بهار ۱۴۰۰ (فروردین و اردیبهشت)	خلاصه محتوایی براساس اثرگذاری بر سبک زندگی و میزان مخاطبان و درصد رضایت از برنامه بر مبنای نظرسنجی‌های مرکز پژوهش‌های رسانه ملی در بهار ۱۴۰۰
مجموعه محاکات 	مسابقه تلویزیونی	بهار و تابستان ۱۴۰۰	روایت داستان‌هایی از سبک زندگی افراد مختلف و یک چالش صمیمی از حکایت‌هایی است که روایتگر آن خود مردم هستند. هدف این برنامه معرفی الگوی مطلوب از سبک زندگی ایرانی و اسلامی است. ضمناً براساس نظرسنجی‌ها ۵۹ درصد از مردم شهر تهران مخاطب این برنامه بودند و ۶۹ درصد میزان رضایت از برنامه بوده است.
مجموعه با هم برای هم 	مجموعه ترکیبی نمایشی	اسفند ۱۳۹۹ تا بهار ۱۴۰۰	این برنامه پیرامون سبک زندگی و آشنایی خانواده‌ها با این مقوله تولید شده است و سبک زندگی سالم و بانشاط را ترویج کرده است. ضمناً براساس نظرسنجی‌ها ۵۱ درصد از مردم شهر تهران مخاطب این برنامه بودند و ۵۴ درصد میزان رضایت از برنامه بوده است.
مجموعه مستند پارسین 	مستند تلویزیونی	بهار ۱۴۰۰ (فروردین و اردیبهشت)	به معرفی ایران و آشنایی با آداب و رسوم، فرهنگ‌ها، مشاغل سنتی و جاذبه‌های طبیعی و گردشگری با محوریت مردم‌شناسی پرداخته می‌شود. ضمناً براساس نظرسنجی‌ها ۵۰ درصد از مردم شهر تهران مخاطب این برنامه بودند و ۵۹ درصد میزان رضایت از برنامه بوده است.
مجموعه زنده‌باد زندگی 	ترکیبی گفت‌وگومحور	بهار و تابستان ۱۴۰۰	در این برنامه تلاش می‌شود خانواده و سبک زندگی به مفهوم رایج ایرانی در همه جغرافیای ایران به نمایش گذاشته شود و با گروه‌های مختلف مردم درباره سبک زندگی آن‌ها گفت‌وگو شود و الگوسازی‌هایی صورت گیرد، ضمناً براساس نظرسنجی‌ها ۶۱ درصد از مردم شهر تهران مخاطب این برنامه بودند و ۷۱ درصد میزان رضایت از برنامه بوده است.

(منبع: یافته‌های پژوهش ۱۴۰۰)

جدول ۴. شاخص ها و متغیرهای تبیین کننده تاب آوری اجتماعی^۱

شاخص	متغیر
اعتماد عمومی	میزان سازگاری جامعه
	میزان همبستگی ملی و اجتماعی
	میزان صداقت و یکرنگی
	احترام به حرایم خصوصی
	میزان اعتماد اجتماعی
اعتماد نهادی	احساس مسئولیت اجتماعی
	اعتماد اجتماعی به مسئولان
	تعهدپذیری نهادی
	رضایت از نهادها
مشارکت رسمی	بسترهای حمایت اجتماعی و فرهنگی
	عضویت مردم در سازمان های خیریه، تعاونی، گروه های مذهبی و ...
	مشارکت شهروندان با نهادهای شهری در راستای کاهش مشکلات
	سطح مشارکت ملی و اجتماعی در انتخابات
	مراجعه به نهادهای شهری در جهت مطرح کردن مشکلات شهر و منطقه
مشارکت غیررسمی	رعایت قوانین شهری و توسعه فرهنگ شهروندی
	اعتقاد به کار گروهی در بین شهروندان
	مشارکت مردمی در برنامه های کاهش خطر
	مشارکت مردمی در تصمیم گیری های شهری
آگاهی	توسعه خلاقیت اجتماعی
	سطح تجربیات و بینش اجتماعی
	دانش و مهارت اجتماعی و فرهنگی
	حس مسئولیت و تعهد اجتماعی
	سطح فرهنگ شهروندی و پویایی اجتماعی
	توسعه ظرفیت های شغلی و کارآفرینی
	اطلاع شهروندان از برنامه کاهش خطر و تهدیدات
	آگاهی از برنامه های مدیریت بحران در مناطق شهری
اطلاعات و تجربه نهادهای خدماتی (آتش نشانی، بیمارستان ها و ... در بحران	
حس تعلق مکانی	احساس مسئولیت شهروندان نسبت به منطقه
	حس هویت مندی در منطقه
	تعلق خاطر مکانی همراه با افتخار
	ارتباطات و روابط سازنده بین مردم هر منطقه
	سطح زیست پذیری منطقه

(منبع: یافته های پژوهش، ۱۴۰۰)

۱. گزیده منابعی که برای تدوین شاخص ها متغیرهای پژوهش از آن ها بهره برده شده است، عبارتند از: روستا و همکاران، ۱۳۹۷؛ بسطامی نیا و همکاران، ۱۳۹۷؛ حاتمی نژاد و همکاران، ۱۳۹۹؛ پرتوی و همکاران، ۱۳۹۵؛ رحیمی و کارگر، ۱۳۹۹؛ پیران و همکاران ۱۳۹۶ Kwok et al., 2016; Sharifi and Yamagata, 2016; Saja et al., 2020; Jastino et al., 2020; Copeland et al., 2020

تحلیل داده‌ها

مطابق با اهداف ترسیم‌شده برای پژوهش حاضر، ابتدا تلاش شده است تا تفاوت در کیفیت تحقق مؤلفه‌های تاب‌آوری اجتماعی در سه منطقه منتخب کلان‌شهر تهران به‌عنوان مناطق مرفه، متوسط و کم‌برخوردار اجتماعی در کلان‌شهر تهران در راستای مؤلفه‌های تاب‌آوری اجتماعی مورد بررسی قرار گیرد و سپس به

ارزیابی اولویت‌های تحقق مؤلفه‌های تاب‌آوری اجتماعی در این مناطق پرداخته شود. برای ارزیابی تفاوت در برخورداری کیفیت تحقق مؤلفه‌های تاب‌آوری اجتماعی در مناطق ۱، ۱۲ و ۲۰ کلان‌شهر تهران از آزمون تحلیل واریانس چندمتغیره استفاده شد که نتایج آن در جدول ۵ تشریح شده است.

جدول ۵. تحلیل تفاوت در کیفیت تحقق مؤلفه‌های تاب‌آوری در مناطق مورد مطالعه با استفاده از آنوا^۱

مؤلفه‌ها		مجموع مجذورات	انحراف	میانگین مجنورها	F
اعتماد عمومی	بین گروه‌ها	۹۱۴/۸۴۵	۲	۹۵۷/۴۲۲	۶۲۳/۵۳
	درون گروه‌ها	۰۴۷/۳۰۱۳	۳۸۲	۸۸۸/۷	
	مجموع	۹۶۱/۳۸۵۸	۳۸۴		
اعتماد نهادی	بین گروه‌ها	۸۰۸/۳۸۷	۲	۰۴/۱۹۳	۷۸۸/۲۷
	درون گروه‌ها	۵۶۸/۲۶۶۵	۳۸۲	۹۷۸/۶	
	مجموع	۳۷۷/۳۰۵۳	۳۸۴		
مشار کت رسمی	بین گروه‌ها	۷۹۶/۷۹۱	۲	۸۹۸/۳۹۵	۸۴۵/۷۷
	درون گروه‌ها	۷۳۹/۱۹۴۲	۳۸۲	۰۸۶/۵	
	مجموع	۵۳۵/۲۷۳۴	۳۸۴		
مشار کت غیر رسمی	بین گروه‌ها	۸۳۷/۲۳۳	۲	۹۱۴/۱۱۶	۴۶۶/۳۱
	درون گروه‌ها	۳۳۱/۱۴۱۹	۳۸۲	۷۱۶/۳	
	مجموع	۱۵۸/۱۶۵۳	۳۸۴		
آگاهی	بین گروه‌ها	۰۶۲/۱۲۵۸	۲	۰۳۱/۶۲۹	۴۷۳/۵۰
	درون گروه‌ها	۷۲۸/۴۷۶۰	۳۸۲	۴۶۳/۱۲	
	مجموع	۷۹۰/۶۰۱۸	۳۸۴		
حس تعلق مکانی	بین گروه‌ها	۸۰۳/۱۰۶	۲	۴۰۱/۵۳	۵۹۸/۹
	درون گروه‌ها	۳۳۷/۲۱۲۵	۳۸۲	۵۶۴/۵	
	مجموع	۱۴۰/۲۲۳۲	۳۸۴		

(منبع: یافته‌های تحلیلی پژوهش ۱۴۰۰)

در ادامه تلاش شده است به صورت مقایسه ای فرایند تفاوت در تحقق مؤلفه های تاب آوری اجتماعی در بین سه منطقه یادشده در کلان شهر تهران مورد تحلیل قرار گیرد. در این راستا، از آزمون تحلیل تفاوت توکی در قالب تحلیل واریانس چندمتغیره اقدام شده است که نتایج در جدول ۶ تشریح شده است.

جدول ۶. ارزیابی تفاوت بین منطقه ای در تاب آوری اجتماعی بر اساس آزمون تحلیل تفاوت توکی^۱

متغیر وابسته	مناطق منتخب	تحلیل مناطق	تفاوت میانگین مناطق	خطای استاندارد	عدد سیگما	۹۵٪ حد پایین	ضریب اطمینان ۹۵٪ حد بالا
اعتماد عمومی	۱۰۰	۱۲۰۰	-۰.۳۲۴۲	.۳۹۹۸۵	.۶۹۶	-۱.۲۶۵۱	.۶۱۶۵
		۲۰۰۰	-۰.۰۹۸۹۱*	.۳۱۸۸۸	...	-۰.۳۸۴۹۲	-۰.۲۳۴۸۶
	۱۲۰۰	۱۰۰	.۳۲۴۲	.۳۹۹۸۵	.۶۹۶	-۰.۶۱۶۵	۱.۲۶۵۱
		۲۰۰۰	-۰.۲۷۴۵۸*	.۳۹۳۶۷	...	-۰.۳۷۰۰۸	-۰.۱۸۴۸۳
	۲۰۰۰	۱۰۰	۰.۰۹۸۹۱*	.۳۱۸۸۸	...	۰.۳۸۴۹۲	۰.۲۳۴۸۶
		۱۲۰۰	۰.۲۷۴۵۸*	.۳۹۳۶۷	...	۰.۱۸۴۸۳	۰.۳۷۰۰۸
اعتماد نهادی	۱۰۰	۱۲۰۰	-۰.۷۱۶۲۲	.۳۶۰۰۹	.۱۳۹	-۱.۶۰۱۱	.۱۶۸۷
		۲۰۰۰	-۰.۲۰۲۶۲*	.۲۹۹۹۳	...	-۰.۲۰۹۸۳	-۰.۱۴۹۶۹
	۱۲۰۰	۱۰۰	.۷۱۶۲۲	.۳۶۰۰۹	.۱۳۹	-۰.۱۶۸۷	۱.۶۰۱۱
		۲۰۰۰	-۰.۱۴۸۴۰*	.۳۷۰۲۸	...	-۰.۲۳۵۷۶	-۰.۶۱۵۲
	۲۰۰۰	۱۰۰	۰.۲۰۲۶۲*	.۲۹۹۹۳	...	۰.۱۴۹۶۹	۰.۲۰۹۸۳
		۱۲۰۰	۰.۱۴۸۴۰*	.۳۷۰۲۸	...	۰.۶۱۵۲	۰.۲۳۵۷۶
مشارکت رسمی	۱۰۰	۱۲۰۰	-۰.۳۳۱۷۵۷	.۳۲۱۰۷	...	-۰.۲۰۷۳۰	-۰.۵۶۲۱
		۲۰۰۰	-۰.۳۱۰۰۱۹*	.۲۵۶۰۵	...	-۰.۳۷۸۲۷	-۰.۲۵۷۷۷
	۱۲۰۰	۱۰۰	۰.۳۳۱۷۵۷	.۳۲۱۰۷	...	۰.۵۶۲۱	۰.۲۰۷۳۰
		۲۰۰۰	-۰.۱۸۶۲۶۳*	.۳۱۶۱۱	...	-۰.۲۶۰۶۴	-۰.۱۱۸۸۹
	۲۰۰۰	۱۰۰	۰.۳۱۰۰۱۹*	.۲۵۶۰۵	...	۰.۲۵۷۷۷	۰.۳۷۸۲۷
		۱۲۰۰	۰.۱۸۶۲۶۳*	.۳۱۶۱۱	...	۰.۱۱۸۸۹	۰.۲۶۰۶۴
مشارکت غیررسمی	۱۰۰	۱۲۰۰	-۰.۱۶۴۸۶۵	.۳۷۴۴۴	...	-۰.۲۰۲۹۴۴	-۰.۱۰۰۲۹
		۲۰۰۰	-۰.۱۵۷۹۶۷*	.۲۱۸۸۶	...	-۰.۲۰۰۹۶۶	-۰.۱۰۰۶۴۷
	۱۲۰۰	۱۰۰	۰.۱۶۴۸۶۵	.۳۷۴۴۴	...	۰.۱۰۰۲۹	۰.۲۰۲۹۴۴
		۲۰۰۰	-۰.۰۶۸۹۸	.۳۷۰۱۹	.۹۶۵	-۰.۵۶۶۸	۰.۷۰۴۷
	۲۰۰۰	۱۰۰	۰.۱۵۷۹۶۷*	.۲۱۸۸۶	...	۰.۱۰۰۶۴۷	۰.۲۰۰۹۶۶
		۱۲۰۰	-۰.۰۶۸۹۸	.۳۷۰۱۹	.۹۶۵	-۰.۷۰۴۷	-۰.۵۶۶۸
آگاهی	۱۰۰	۱۲۰۰	-۰.۱۰۰۱۳۵	.۵۰۲۶۱	.۰۷۴	-۰.۲۰۲۸۳۹	-۰.۰۸۱۲
		۲۰۰۰	-۰.۳۰۳۷۶۱*	.۴۰۰۸۳	...	-۰.۴۸۸۰۷	-۰.۲۰۹۹۴۵
	۱۲۰۰	۱۰۰	۰.۱۰۰۱۳۵	.۵۰۲۶۱	.۰۷۴	-۰.۰۸۱۲	۰.۲۰۲۸۳۹
		۲۰۰۰	-۰.۲۰۳۶۲۶*	.۴۹۴۸۵	...	-۰.۴۰۰۰۶	-۰.۱۶۷۱۹
	۲۰۰۰	۱۰۰	۰.۳۰۳۷۶۱*	.۴۰۰۸۳	...	۰.۲۰۹۹۴۵	۰.۴۸۸۰۷
		۱۲۰۰	۰.۲۰۳۶۲۶*	.۴۹۴۸۵	...	۰.۱۶۷۱۹	۰.۴۰۰۰۶
حس تعلق مکانی	۱۰۰	۱۲۰۰	-۰.۱۲۵۰۰۰	.۳۳۵۸۲	...۱	-۰.۲۰۴۰۲	-۰.۴۵۹۸
		۲۰۰۰	-۰.۹۷۸۹۸*	.۲۶۷۸۲	...۱	-۰.۱۶۰۹۱	-۰.۳۴۸۸
	۱۲۰۰	۱۰۰	۰.۱۲۵۰۰۰	.۳۳۵۸۲	...۱	۰.۴۵۹۸	۰.۲۰۴۰۲
		۲۰۰۰	-۰.۲۷۱۰۲	.۳۳۰۶۳	.۶۹۱	-۰.۵۰۶۹	۰.۱۰۴۹۰
	۲۰۰۰	۱۰۰	۰.۹۷۸۹۸*	.۲۶۷۸۲	...۱	۰.۳۴۸۸	۰.۱۶۰۹۱
		۱۲۰۰	-۰.۲۷۱۰۲	.۳۳۰۶۳	.۶۹۱	-۰.۱۰۴۹۰	-۰.۵۰۶۹

(منبع: یافته های تحلیلی پژوهش ۱۴۰۰)

تحلیل اولویت تحقق مؤلفه‌های تاب‌آوری اجتماعی

در این بخش تلاش شد با استفاده از مدل «شباهت به گزینه ایده‌آل فازی» یا همان تاپسیس فازی اقدام به اولویت‌سنجی تحقق مؤلفه‌های تاب‌آوری اجتماعی در مناطق سه‌گانه کلان‌شهر تهران شود. در این راستا نظرات گردآوری‌شده از مشارکت‌کنندگان با توجه به جدول ۷ به اعداد فازی تبدیل شد تا وارد مدل شده و اقدام به اولویت‌سنجی مؤلفه‌ها در مناطق سه‌گانه شود.

جدول ۷. متغیرهای زبانی و اعداد فازی متناظر

متغیر زبانی	عدد فازی
خیلی ضعیف	(۱، ۱، ۳)
ضعیف	(۱، ۳، ۵)
متوسط	(۳، ۵، ۷)
مناسب	(۵، ۷، ۹)
خیلی مناسب	(۷، ۹، ۹)

(منبع: یافته‌های تحلیلی پژوهش ۱۴۰۰)

در ادامه تلاش شد اقدام به تشکیل ماتریس بی‌مقیاس‌شده فازی و ماتریس وزن‌دار فازی برای مؤلفه‌های تاب‌آوری در سه منطقه ۱، ۱۲ و ۲۰ کلان‌شهر تهران شد. بعد از این مرحله، تلاش شد تا به محاسبه شاخص فاصله از ایده‌آل مثبت (S^+) و (S^-) و همچنین شاخص شباهت نهایی فازی (CC_i) شد تا اولویت مؤلفه‌های مشخص شود. این فرایند در جدول ۸ تا ۱۰ برای هر سه منطقه تشریح شده است.

تحلیل مقایسه‌ای فرایند تفاوت در تحقق مؤلفه‌های تاب‌آوری اجتماعی در بین سه منطقه یادشده در کلان‌شهر تهران با استفاده از مدل توکی نشان می‌دهد که در مؤلفه اعتماد عمومی بین منطقه یک به‌عنوان نماینده مناطق مرفه شهری با منطقه ۱۲ به‌عنوان نماینده مناطق متوسط شهری تفاوت معنادار نیست؛ اما تفاوت بین منطقه ۱ و ۲۰ و منطقه ۱۲ با ۲۰ به‌عنوان نماینده مناطق کم‌برخوردار شهری در شاخص اعتماد عمومی معنادار است. در شاخص اعتماد نهادی نیز به مانند اعتماد عمومی تفاوت بین منطقه ۱ به‌عنوان نماینده مناطق مرفه شهری با منطقه ۱۲ به‌عنوان نماینده مناطق متوسط شهری معنادار نیست؛ اما این تفاوت با منطقه ۲۰ معنادار است. در شاخص مشارکت رسمی، تفاوت بین هر سه منطقه معنادار است؛ اما در مؤلفه مشارکت غیررسمی بین منطقه ۱۲ و ۲۰ تفاوت معنادار نیست، ولی تفاوت با منطقه ۱ معنادار است. در شاخص آگاهی، تفاوت بین منطقه ۱ و ۱۲ به‌عنوان نمایندگان مناطق مرفه و متوسط شهری معنادار نبوده، اما با منطقه ۲۰ به‌عنوان نماینده مناطق کم‌برخوردار شهری تفاوت معنادار است. در مؤلفه حس تعلق مکانی به مانند شاخص مشارکت غیررسمی، تفاوت بین منطقه ۱۲ و ۲۰ معنادار نیست؛ اما این فرایند با منطقه ۱ تفاوت معناداری را نشان می‌دهد.

جدول ۸. وزن فازی و اولویت‌بندی نهایی مؤلفه‌های تاب‌آوری در منطقه ۱ در مدل تاپسیس فازی

مؤلفه‌ها	S^+	S^-	CC_i	رتبه نهایی
اعتماد عمومی	۲/۴۷۹	۲/۷۰۴	۰/۵۲۱۶	۱
اعتماد نهادی	۲/۳۸۳	۲/۷۳۶	۰/۵۳۴۵	۴
مشارکت رسمی	۲/۷۵۹	۳/۳۴۲	۰/۵۴۷۷	۵
مشارکت غیررسمی	۲/۰۹۱	۲/۴۲۰	۰/۵۳۶۴	۳
آگاهی	۴/۶۰۷	۵/۶۷۳	۰/۵۵۱۸	۶
حس تعلق به مکان	۲/۲۶۶	۲/۵۳۳	۰/۵۲۷۷	۲

(منبع: یافته‌های تحلیلی پژوهش ۱۴۰۰)

است که شاخص آگاهی دارای بیشترین وزن و وضعیت مناسب تری نسبت به دیگر شاخص ها است. نتایج این مرحله نشان می دهد که شاخص اعتماد عمومی، شاخص تعلق مکانی و همچنین شاخص مشارکت غیررسمی به ترتیب رتبه های اول تا سوم اهمیت در این منطقه است و نیازمند بازنگری در برنامه های مربوط به ارتقای کیفیت تحقق پذیری شاخص های تاب آوری اجتماعی است. در ادامه و در جدول ۸ اولویت نهایی شاخص های تاب آوری اجتماعی در منطقه ۱۲ به عنوان نماینده مناطق متوسط در کلان شهر تهران براساس نتایج مدل فازی تشریح شده است.

نتایج به دست آمده از تحلیل فازی مؤلفه های تاب آوری اجتماعی در منطقه ۱ کلان شهر تهران نشان می دهد که شاخص اعتماد عمومی با کم ترین وزن در شرایط نامناسب تری نسبت به دیگر شاخص های تاب آوری در منطقه ۱ کلان شهر تهران به عنوان نماینده مناطق مرفه و برخوردار شهری قرار داشته و متعاقباً دارای اولویت بیشتری نسبت به دیگر شاخص ها است. این نتیجه بیانگر وضعیت نامطلوب متغیرهایی چون میزان سازگاری جامعه، میزان همبستگی ملی و اجتماعی، میزان صداقت و یکرنگی اجتماعی و میزان احترام به حرایم خصوصی در این منطقه است. این در حالی

جدول ۹. وزن فازی و اولویت بندی نهایی مؤلفه های تاب آوری در منطقه ۱۲ مدل تاپسیس فازی

مؤلفه ها	S^+	S^-	CG_i	رتبه نهایی
اعتماد عمومی	۲/۸۴۳	۳/۵۵۵	۰/۵۵۵۷	۲
اعتماد نهادی	۲/۸۱۴	۳/۵۶۹	۰/۵۵۹۱	۴
مشارکت رسمی	۲/۷۸۸	۳/۵۸۴	۰/۵۶۲۴	۵
مشارکت غیررسمی	۲/۲۹۵	۲/۸۳۷	۰/۵۵۲۷	۱
آگاهی	۴/۵۴۴	۵/۹۶۴	۰/۵۶۷۵	۶
حس تعلق به مکان	۲/۸۴۲	۳/۵۵۵	۰/۵۵۷۸	۳

(منبع: یافته های تحلیلی پژوهش ۱۴۰۰)

شهروندان؛ مشارکت مردمی در برنامه های کاهش خطر؛ مشارکت مردمی در تصمیم گیری های شهری و وضعیت توسعه خلاقیت اجتماعی مناسب نیست و نیازمند اولویت دهی به آن ها در برنامه های ارتقای تاب آوری اجتماعی در این منطقه است. همچنین شاخص اعتماد عمومی و حس تعلق به مکان در رتبه های دوم و سوم اهمیت و اولویت برای تاب آوری اجتماعی در این منطقه هستند. در ادامه این فرایند برای منطقه ۲۰ تشریح شده است.

نتایج مدل فازی در این مرحله نشان می دهد که در منطقه ۱۲ کلان شهر تهران، شاخص مشارکت غیررسمی در بین شاخص های تاب آوری اجتماعی دارای شرایط نامطلوبی بوده و اولویت بیشتری برای توجه و ممارست در بهبود آن را دارد. در این بین البته شاخص آگاهی که به مانند منطقه ۱ در بهترین شرایط است، بیشترین وزن را به دست آورده است. نتایج این مرحله برای منطقه ۱۲ نشان می دهد که وضعیت متغیرهایی چون اعتقاد به کارگروهی در بین

جدول ۱۰. وزن فازی و اولویت‌بندی نهایی مؤلفه‌های تاب‌آوری در منطقه ۲۰ در مدل تاپسیس فازی

مؤلفه‌ها	S^+	S^-	CG_i	رتبه نهایی
اعتماد عمومی	۳/۰۳۳	۴/۸۶۸	۰/۶۱۶۱	۲
اعتماد نهادی	۲/۹۸۰	۴/۹۰۰	۰/۶۲۱۸	۴
مشارکت رسمی	۲/۸۵۱	۵/۰۰۱	۰/۶۳۶۹	۵
مشارکت غیررسمی	۲/۴۵۵	۳/۸۸۰	۰/۶۱۲۴	۳
آگاهی	۴/۴۶۷	۸/۱۲۳	۰/۶۴۵۱	۶
حس تعلق به مکان	۳/۱۴۶	۴/۷۷۰	۰/۶۰۲۶	۱

(منبع: یافته‌های تحلیلی پژوهش ۱۴۰۰)

تهران انجام شده بود با نظرسنجی از شهروندان هر منطقه در قالب نمونه مورد مطالعه پژوهش از قابلیت مدل تصمیم‌گیری چندمعیاره تاپسیس فازی (FTOPSIS) استفاده شد. نتایج به دست آمده نشان داد که در هر سه منطقه یادشده، شاخص آگاهی بخشی از طریق تلویزیون به ترتیب در منطقه ۱ با ۰/۵۵۱۸ و وزن فازی، در منطقه ۱۲ با ۰/۵۶۷۵ و وزن فازی و منطقه ۲۰ با ۰/۶۴۵۱ و وزن فازی بیشترین تأثیر را پذیرفته است؛ بنابراین نتایج به دست آمده از تحلیل واریانس، تفاوت در کیفیت تحقق مؤلفه‌های تاب‌آوری اجتماعی در سه منطقه یادشده را تأیید کرده نقش رسانه تلویزیون را در تاب‌آوری اجتماعی مناطق منتخب شهر تهران تأیید کرد و نشان داد این تفاوت معنادار است. با این نتیجه می‌توان این‌گونه تفسیر کرد که سطح تحقق و داشتن تاب‌آوری اجتماعی در مناطق با طبقه اجتماعی و سطح برخورداری از رفاه اقتصادی، تفاوت خواهد داشت؛ بنابراین تأثیر برنامه‌های تلویزیونی با موضوعات سبک زندگی در تحقق مؤلفه‌های تاب‌آوری و نوع برخورداری از این مؤلفه‌ها در بین شهروندان سه منطقه ۱، ۱۲ و ۲۰ کلان‌شهر تهران متفاوت است و شاخص آگاهی در هر سه منطقه در بالاترین رتبه قرار داشت و شاخص اعتماد نهادی و اعتماد عمومی و شاخص مشارکت رسمی و مشارکت غیررسمی در رتبه‌های بعدی قرار داشتند. از جمله شواهد متناسب با این فرضیه در سایر پژوهش‌ها را می‌توان به مدل

تحلیل فازی وضعیت شاخص‌های تاب‌آوری اجتماعی نشان می‌دهد که شاخص حس تعلق به مکان در منطقه ۲۰ از منظر تاب‌آوری اجتماعی دارای وضعیت مناسبی نبوده و پایین‌تر از بقیه شاخص‌ها وزن‌دهی شده و اولویت بیشتری برای پرداخت به تاب‌آوری اجتماعی در مناطق فرودست اجتماعی که منطقه ۲۰ نماینده آن‌ها در تهران برای این مطالعه است، می‌باشد. درحقیقت احساس مسئولیت شهروندان نسبت به منطقه؛ حس هویت‌مندی در منطقه؛ تعلق خاطر مکانی شهروندان در منطقه ۲۰ نیست؛ البته در این بین شاخص آگاهی به مانند دو منطقه پیشین دارای مطلوب‌ترین شرایط است. در مجموع شاخص حس تعلق به مکان در رتبه اول اهمیت، شاخص اعتماد عمومی در رتبه دوم و شاخص مشارکت غیررسمی در رتبه سوم اولویت در مناطق کم‌برخوردار در کلان‌شهر تهران و به‌طور خاص منطقه ۲۰ قرار دارند.

بحث و بررسی پژوهش

فرضیه اول پژوهش این‌گونه طرح شده بود که «شاخص آگاهی بخشی از طریق رسانه تلویزیون بیشترین اثرگذاری را بر تاب‌آوری اجتماعی در هر سه منطقه ۱، ۱۲ و ۲۰ کلان‌شهر تهران دارد». که این فرضیه تأیید شد و برای آزمون این فرضیه که در سه منطقه یادشده با محوریت مناطق ثروتمند یا مرفه، مناطق متوسط و کم‌برخوردار شهری در کلان‌شهر

مکانی کاتر که یکی از معروف‌ترین مدل‌هاست اشاره کرد که با محور قرار دادن تاب‌آوری اجتماعی، سازگاری و انعطاف‌مندی سیستم‌های اجتماعی را در قبل، حین و بعد از حادثه مورد تأکید قرار می‌دهد و به نقش مؤثر آگاهی‌بخشی در کنار مشارکت شهروندی و حس تعلق مکانی تأکید می‌کند، همچنین در پژوهش کواک و همکاران (۲۰۱۶) نیز تاب‌آوری اجتماعی را از دو منظر ادراکی و ساختاری بررسی شده بود و شاخص‌های متعددی را از سازگاری اجتماعی گرفته تا تعلق مکانی به محل سکونت را بررسی کردند و به نقش و شاخص آگاهی‌بخشی و شاخص حس تعلق مکانی اذعان کرده بودند. بنابراین با بررسی آزمون و شواهد متناسب با فرضیه می‌توان گفت تاب‌آوری اجتماعی یک رویکرد چندبعدی در راستای افزایش انعطاف، سازگاری، قدرت جذب و بازیابی جوامع در برابر مخاطرات و ناملازمات است و در شهرهای مختلف و با توجه به ویژگی‌های اقتصادی و زیستی و اقلیمی شهرها، تأثیر برخی شاخص‌ها بیشتر از سایر شاخص‌های تاب‌آوری اجتماعی است و در پژوهش حاضر تأثیر شاخص آگاهی‌بخشی که از طریق رسانه تلویزیون به مخاطبان ارائه شده بود در سه منطقه شهر تهران بالاترین تأثیر را بر تاب‌آوری اجتماعی شهر تهران داشته است و باید اساس راهبرد برنامه‌ریزی‌های رسانه باشد.

فرضیه دوم پژوهش این‌گونه طرح شده بود که «کیفیت تحقق شاخص‌های تاب‌آوری و نوع برخورداری از این شاخص‌ها نیز در بین شهروندان سه منطقه ۱، ۱۲ و ۲۰ کلان‌شهر تهران متفاوت است.» برای آزمون این فرضیه از تحلیل واریانس چندمتغیره آنوا استفاده شد. نتایج به‌دست‌آمده از تحلیل واریانس چندمتغیره، تفاوت در کیفیت برخورداری از شاخص‌های تاب‌آوری اجتماعی و تأثیر آن‌ها در سه منطقه یادشده را تأیید کرده و این تفاوت معنادار گزارش شد در شاخص اعتماد عمومی تفاوت بین منطقه ۱ و ۲۰ و منطقه ۱۲

با ۲۰ معنادار است. در شاخص اعتماد نهادی نیز این تفاوت با منطقه ۲۰ معنادار است. در شاخص مشارکت رسمی، تفاوت بین هر سه منطقه معنادار است در شاخص مشارکت غیررسمی تفاوت با منطقه ۱ معنادار است. در شاخص آگاهی، منطقه ۲۰ تفاوت معنادار است. در شاخص حس تعلق مکانی تفاوت بین منطقه ۱۲ و ۲۰ معنادار نیست، اما این فرایند با منطقه ۱ تفاوت معناداری را نشان می‌دهد؛ بنابراین نتایج به‌صورت آشکار بیان‌کننده تفاوت و تغییرات آن در کیفیت تحقق مؤلفه‌های تاب‌آوری در تحلیل مقایسه‌ای مناطق با طبقات اجتماعی متفاوت در کلان‌شهر تهران است. همچنین نتایج به‌دست‌آمده از تحلیل مؤلفه‌های تاب‌آوری اجتماعی در منطقه ۱ کلان‌شهر تهران نشان می‌دهد که شاخص اعتماد عمومی با کمترین وزن در شرایط نامناسب‌تری نسبت دیگر شاخص‌های تاب‌آوری در منطقه ۱ کلان‌شهر تهران به‌عنوان نماینده مناطق مرفه شهری قرار داشته و متعاقباً دارای اولویت بیشتری نسبت به دیگر شاخص‌ها است و در منطقه ۱۲ کلان‌شهر تهران، شاخص مشارکت غیررسمی در بین شاخص‌های تاب‌آوری اجتماعی دارای شرایط نامطلوبی بوده و اولویت بیشتری برای توجه و ارتقای این شاخص باید مدنظر قرار گیرد. شاخص حس تعلق به مکان در منطقه ۲۰ از منظر تاب‌آوری اجتماعی دارای وضعیت مناسبی نبوده و پایین‌تر از بقیه شاخص‌ها وزن‌دهی شده و اولویت بیشتری برای پرداخت به تاب‌آوری اجتماعی در مناطق فرودست اجتماعی که منطقه ۲۰ نماینده آن‌ها در تهران برای این مطالعه است می‌باشد. با این نتیجه می‌توان این‌گونه تفسیر کرد که سطح تأثیرپذیری شاخص‌های تاب‌آوری در مناطق با طبقه اجتماعی و سطح برخورداری متفاوت، تفاوت خواهد داشت؛ بنابراین کیفیت تحقق شاخص‌های تاب‌آوری و نوع برخورداری از این شاخص‌ها نیز در بین شهروندان سه منطقه ۱، ۱۲ و ۲۰ کلان‌شهر تهران متفاوت است؛

بنابراین فرضیه دوم پژوهش تأیید می‌شود. هم‌راستا با این نتیجه، مطالعاتی مانند ساجا^{۱۱} و همکاران (۲۰۲۰) و شریفی و همکاران (۲۰۱۶) تأیید کرده‌اند که کیفیت تأثیرپذیری و برخورداری از شاخص‌های تاب‌آوری اجتماعی می‌توانند در محلات و نواحی شهری بسته به کیفیت زندگی، رویکردهای اعتقادی و سطح برخورداری از منابع اولیه و سایر رویکردهای برنامه‌ریزی متمایز باشد.

جدول ۱۱. بحث و بررسی پژوهش و راهکارهای پیشنهادی

راهکار پیشنهادی در حوزه جغرافیای رسانه‌ای تلویزیون (شبکه دو)	شواهد متناسب فرضیه در سایر پژوهش‌ها	یافته‌ها	نتیجه بررسی فرضیه	آزمون مورد استفاده	فرضیه پژوهش
توجه به جغرافیای رسانه‌ای تلویزیون و شبکه دو از طریق شناخت سلیقه مخاطبان و قدرت اقتصادی آن‌ها و سبک زندگی آن‌ها می‌تواند اثرگذاری برنامه‌های تلویزیون بر مخاطبان را افزایش دهد. همچنین تولید برنامه‌های رسانه‌ای با موضوعات انتقال تجربیات شهروندی و ارتقای مهارت اجتماعی، افزایش آگاهی از کاهش خطر و موضوعات فرهنگ شهروندی می‌تواند راهبردهایی برای ارتقای تاب‌آوری اجتماعی باشد.	کوکا و همکاران (۲۰۱۶) و کوپلند و همکاران (۲۰۲۰) به نقش آگاهی‌بخشی اذعان داشتند	وزن بالای تأثیر شاخص آگاهی	فرضیه تأیید شد.	پژوهش از قابلیت مدل تصمیم‌گیری چندمعیاره تاپسیس فازی FTOPSIS استفاده شد.	فرضیه ۱ در جغرافیای رسانه‌ای شبکه دو شاخص آگاهی بخشی بیشترین اثرگذاری را در ارتقای تاب‌آوری شهر تهران دارد
از آنجایی که شاخص اعتماد عمومی و اعتماد نهادی در بین ساکنان منطقه ۲۰ بالاتر بود، می‌توان برداشت کرد که برنامه‌های رسانه ملی بیشتر اعتماد شهروندان کم‌برخوردار را در اختیار دارد و در واقع گسستی بین رسانه و اقشار طبقه متوسط و مرفه تهران را شاهدیم؛ بنابراین جذب اعتماد طبقات متوسط و مرفه‌نشین راهبرد پیشنهادی است.	ساجا و همکاران (۲۰۲۱)؛ تأیید کرده‌اند که کیفیت تأثیرپذیری و برخورداری از شاخص‌های تاب‌آوری اجتماعی می‌توانند در محلات و نواحی شهری بسته به کیفیت زندگی، رویکردهای اعتقادی و سطح برخورداری از منابع اولیه و سایر رویکردها متمایز باشد.	نتایج شاخص‌های مشارکت رسمی، اعتماد عمومی و نهادی و حس تعلق مکانی به صورت آشکار معنادار است.	فرضیه تأیید شد	برای آزمون این فرضیه از تحلیل واریانس چندمتغیره ANOVA استفاده شد.	فرضیه ۲ در جغرافیای رسانه شبکه دو کیفیت تحقق شاخص‌های تاب‌آوری و نوع برخورداری از این شاخص‌ها نیز در بین شهروندان سه منطقه ۱، ۱۲ و ۲۰ کلان شهر تهران متفاوت است.

(منبع: یافته‌های تحلیلی پژوهش ۱۴۰۰)

نتیجه گیری

در زمینه ارتقای تاب آوری اجتماعی از طریق رسانه های عمومی، نظریه ها و مدل های متعددی ارائه شده است که نشان می دهد رسانه ها از طریق شناخت کامل جغرافیای رسانه ای خود می توانند تأثیرگذار باشند؛ البته در همین جغرافیای رسانه ای اولویت های ارتقای شاخص های تاب آوری در هر جامعه و شهری و براساس ویژگی های جغرافیایی و اجتماعی و زیستی آن منطقه با سایر مناطق متفاوت است. همچنین در پژوهش های مختلف تأیید شده است که چگونه سازمان های رسانه ای می توانند شهرها را در برابر حوادث و بحران ها تاب آور کنند و شاخص های تاب آوری اجتماعی در شهرهای مختلف و براساس نقش و تأثیر رسانه ها در کنار ساختارهای اقتصادی و کالبدی شهرها و با یکدیگر فرق می کند؛ بنابراین در مطالعه حاضر تلاش شد تا با نمونه گیری طبقه ای به مطالعه جغرافیای رسانه ای تلویزیون و شبکه دو پرداخته شود؛ از این رو جغرافیای رسانه ای شهر تهران به سه منطقه جغرافیای متفاوت تقسیم بندی شد و براساس شاخص های اقتصادی و زیستی، مناطق برخوردار، نسبتاً برخوردار و کم برخوردار در کلان شهر تهران تفکیک شدند تا از طریق تحلیل تطبیقی تفاوت در تأثیر برنامه های تلویزیونی بر شاخص های تاب آوری اجتماعی و اولویت های آن ها برای تحقق پذیری در این مناطق پرداخته شود؛ بنابراین منطقه ۱، به عنوان یکی از مناطق مرفه، منطقه ۱۲ به عنوان یکی از مناطق متوسط و منطقه ۲۰ به عنوان یکی از مناطق کم برخوردار اجتماعی کلان شهر تهران انتخاب و مورد مطالعه قرار گرفتند. نتایج نشان داد که کیفیت تأثیر برنامه های تلویزیونی بر مؤلفه های تاب آوری اجتماعی در سه منطقه مورد مطالعه براساس آنالیز واریانس چندمتغیره متفاوت بود و در بررسی آزمون ها مشخص شد که شاخص اعتماد عمومی در منطقه ۱ اولویت

داشت. همچنین شاخص مشارکت غیررسمی در منطقه ۱۲ و شاخص حس تعلق مکانی در منطقه ۲۰ از اولویت بیشتری برخوردار بودند؛ بنابراین می توان برداشت کرد که برنامه های تلویزیونی رسانه ملی و شبکه دو سیما در محدوده جغرافیای رسانه ای خود، بیشتر اعتماد شهروندان کم برخوردار را در اختیار دارد و شهروندان طبقات متوسط و مرفه نشین در شهر تهران نسبت به اهداف رسانه برای کمک به ارتقای تاب آوری اجتماعی کم اعتماد بودند. همچنین در همین جغرافیای رسانه ای شبکه دو مؤلفه اعتماد نهادی شهروندان به سازمان ها و نهادهای فرهنگی و شهری پایین است و در واقع گسستی بین برنامه ریزی فرهنگی در شهرها و اقشار طبقه متوسط و مرفه تهران را شاهدیم؛ بنابراین جذب اعتماد طبقات متوسط و مرفه نشین تهران مهم ترین راهبرد پیشنهادی است و این وظیفه فرهنگ سازان و مدیران رسانه است که در افزایش اعتماد عمومی و اعتماد نهادی شهروندان تهران به مدیران شهری کمک کند. همچنین میزان مشارکت شهروندان در برنامه های توسعه و اداره شهرها به ویژه در مناطق متوسط شهری همچون منطقه ۱۲ پایین است و باید نظام و ساختار مدیریت شهری تهران به نفع افزایش مشارکت رسمی و غیررسمی شهروندان، بهبود و اصلاح شود و این مهم توسط رسانه تبلیغ و ترویج شود. همچنین الگوهای مدیریت شهری که برپایه مشارکت شهروندان و بهره گیری از ظرفیت های رسانه است، باید عملیاتی شود؛ مانند الگوی حکمروایی شهری در کلان شهر تهران که باید به صورت جامع و در ارتباط کامل بین نهادهای شهری و فرهنگی مانند رسانه ملی، تدوین و عملیاتی شود. در شاخص حس تعلق مکانی احساس رضایت ساکنان منطقه ۱ بیشتر از مناطق ۱۲ و ۲۰ تهران است و ساکنان منطقه ۲۰ حس تعلق مکانی کمتری را دارند و این نشان می دهد برنامه ریزی های فرهنگی و رسانه ای و شهری در شهر

و شهر نیز می‌تواند بستر جدیدی را پیش‌روی پژوهشگران در مطالعات آینده قرار دهد.

منابع

اسکندری نوده، محمد؛ قلی‌پور، یاسر؛ فلاح حیدری، فاطمه؛ احمدپور، ایوب، (۱۳۹۸). شناسایی ابعاد تاب‌آوری و تأثیر آن بر پایداری شهری (مطالعه موردی: شهر رشت)، فصلنامه جغرافیا و پایداری محیط، صاحب امتیاز: دانشگاه رازی دوره نهم، شماره ۳، صص ۶۳-۷۷.

<https://dx.doi.org/10.22126/ges.2019.3436.1913>

بسطامی‌نیا امیر؛ رضایی محمدرضا؛ سرایی محمدحسین، (۱۳۹۷)، تبیین و تحلیل تاب‌آوری اجتماعی برای مقابله با سوانح طبیعی، فصلنامه دانش پیشگیری و مدیریت بحران، صاحب امتیاز: مدیریت بحران شهر تهران، دوره هفتم، شماره ۴، صص ۲۰۹-۲۲۴.

<http://dpmk.ir/article-1-201-fa.html>

پرتوی، پروین؛ بهزادفر، مصطفی؛ شیرانی، زهرا، (۱۳۹۵)، طراحی شهری و تاب‌آوری اجتماعی؛ بررسی موردی: محله جلفا اصفهان، نشریه نامه معماری و شهرسازی، صاحب امتیاز: دانشگاه هنر دوره هفدهم، شماره ۴۴، صص ۹۹-۱۱۶.

<http://aup.journal.art.ac.ir>

پیران، پرویز؛ اسدی، سعیده؛ دادگر، نیکو. (۱۳۹۶)، بررسی نقش تاب‌آوری اجتماعی در موفقیت فرایند بازسازی (مطالعه موردی: جوامع روستایی درب آستانه و باباشمان پس از زلزله سال ۱۳۸۵ دشت سیلاخور، استان لرستان)، فصلنامه مسکن و محیط روستا، صاحب امتیاز: پژوهشکده سوانح طبیعی، دوره بیستم، شماره ۹۹، صص ۸۷-۱۰۰.

<http://jhre.ir/article-1-1140-fa.html>

سایت درگاه ملی مرکز آمار ایران. (۱۴۰۰)، نتایج طرح آمارگیری قیمت مسکن و اجاره و قدرت خرید شهروندان در شهرهای منتخب از ۱۳۸۸ تا ۱۴۰۰، صاحب امتیاز: مرکز آمار ایران.

www.amar.org

صالحی، اسماعیل؛ آقابابایی، محمدتقی؛ سرمدی، هاجر؛ فرزادبهباش، محمدرضا. (۱۳۹۰). بررسی میزان تاب‌آوری محیطی با استفاده از مدل شبکه‌علیت، مجله محیط‌شناسی،

تهران با یکدیگر یکپارچه نبوده و نتوانسته انسجام محلی و رضایت مکانی، هویت‌بخشی منطقه‌ای و روابط شهروندی ساکنان را در بین طبقات متوسط و نسبتاً برخوردار و کم‌برخوردار شهری به‌صورت مطلوب ایجاد کند و این باعث شکاف و گسست زیستی در کلان‌شهر تهران می‌شود؛ بنابراین توجه به تقویت حس تعلق مکانی نیز یکی از راهبردها است؛ اما در تحلیل اولویت مؤلفه‌های تاب‌آوری در سه منطقه یادشده براساس مدل تاپسیس فازی و در هر سه منطقه کلان‌شهر تهران مشخص شد که شاخص آگاهی‌بخشی از طریق تلویزیون بیشترین تأثیر را پذیرفته است؛ از این رو پیشنهاد می‌شود که تولید برنامه‌های رسانه‌ای با موضوعات انتقال تجربیات شهروندی و ارتقای مهارت اجتماعی، افزایش آگاهی از کاهش خطر و موضوعات سبک زندگی شهروندی می‌تواند راهبردهایی برای ارتقای تاب‌آوری اجتماعی در شهر تهران باشد.

از راهکارهای دیگر به‌دست‌آمده از پژوهش، آن است که رسانه ملی برای ارتقای تاب‌آوری اجتماعی شهر تهران، باید به مناطق فرودست و متوسط شهری تهران توجه ویژه کند؛ یعنی در کنار برنامه‌ریزان شهری باشد و کمک کند تا سواد و دانش شهروندی مردم شهر تهران ارتقا یابد و رسانه باید کمک کند تا تعاملات شهروندان با یکدیگر مناسب‌تر شود و حس تعلق مکانی شهروندان در همه مناطق جغرافیای شهر ارتقا یابد و میزان مشارکت شهروندان در برنامه‌ریزی‌های شهری مطلوب شود و رسانه باید ابزاری باشد تا مسئولان و مدیران شهری پاسخگو و شهروندان مطالبه‌گر باشند.

در بُعد پیشنهادات راهبردی، تدوین نقشه راه تاب‌آوری شهری برای همه سازمان‌ها و نهادهای مرتبط با حوزه‌های جغرافیای فرهنگی می‌تواند نمودی از فرضیه‌های آینده برای تحقیقات کاربردی باشد. در این راستا ارزیابی موانع تحقق تاب‌آوری و رویکرد برنامه‌ریزی مشارکتی در سازمان‌های شهری و فرهنگی

صاحب امتیاز: پردیس هنرهای زیبای دانشگاه تهران، دوره هفدهم، شماره ۳، صص ۳۳-۴۲.

<https://dx.doi.org/10.22059/jfaup.2013.51316>

فرقانی، محمد مهدی؛ مهاجری، ربابه. (۱۳۹۷). رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و تغییر در سبک زندگی جوانان، مطالعات رسانه‌های نوین، صاحب امتیاز: دانشگاه علامه طباطبایی، دوره چهارم شماره ۹، ص ۳۹.

<https://dx.doi.org/10.22054/cs.2018.24690.293>

فیروزی، محمدرضا؛ فرزانه، سیفالله؛ حیدرآبادی، ابوالقاسم. (۱۴۰۰). بازنگری تلفیقی تحقیقات انجام شده در حوزه قدرت (رسانه‌ای یا نمادین) و رسانه ملی در ایران، فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، صاحب امتیاز: انجمن مطالعات فرهنگی و ارتباطات دوره هفدهم شماره ۶۲، صص ۲۸-۴۹.

<https://dx.doi.org/10.22034/jcsc.2021.525823.2366>

لشکری، احسان؛ احمدی، سید عباس. (۱۳۹۵). تبیین نظری- فلسفی اثرات رسانه‌های گروهی بر فضای جغرافیایی، جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی صاحب امتیاز: دانشگاه اصفهان، دوره ۲۷ شماره ۴، صص ۴۴-۴۷.

<https://dx.doi.org/10.22108/gep.2017.98142>

محمدی ده چشمه، مصطفی؛ علیزاده، هادی؛ عباسی گوجانی، داود. (۱۳۹۹). تحلیل فضایی شاخص‌های تبیین کننده تاب‌آوری در زیرساخت شریانی حمل و نقل (مطالعه موردی: کلان شهر اهواز) فصلنامه جغرافیایی پژوهش‌های برنامه‌ریزی شهری، صاحب امتیاز: موسسه جغرافیا دانشگاه تهران، دوره هشتم، شماره ۲، صص ۳۷۵-۳۹۱.

<https://dx.doi.org/10.22059/jurbangeo.2019.273727.1042>

مطهری، زینب‌السادات؛ رفیعیان، مجتبی. (۱۳۹۵). تبیین مدلی به منظور ارتقای مدیریت خطر بحران با رویکرد اجتماع محور، نمونه موردی: یکی از اجتماعات محلی تهران، فصلنامه آرمانشهر، صاحب امتیاز: انجمن معماری و شهرسازی دکتر بهزاد فر، دوره نهم، شماره ۱۷، صص ۳۸۹-۴۰۱.

http://armanshahjournal.com/article_44644.html

مختاری ملک‌آبادی، رضا؛ منتظرالقائم، افشین؛ جعفری فرد، جعفر (۱۳۹۶)، ارزیابی عملکرد رسانه‌ها در جغرافیای فرهنگی خاورمیانه، فصلنامه مطالعات جغرافیا، عمران و مدیریت

صاحب امتیاز: دانشگاه تهران، دوره سی و هفتم شماره ۵۹، صص ۹۹-۱۱۲.

<https://dorl.net/dor/20.1001.1.10258620.1390.37.59.10.2>

عباسی گوجانی، داود؛ خادم‌الحسینی، احمد؛ مدیری، مهدی؛ صابری، حمید؛ گندمکار، امیر. (۱۳۹۸). تحلیل پیشران‌های تبیین کننده تاب‌آوری شهری در کلان شهر مشهد. فصلنامه جغرافیای اجتماعی شهری، صاحب امتیاز: دانشگاه شهید باهنر، دوره ششم، شماره ۱، صص ۱۰۹-۱۲۲.

<https://dx.doi.org/10.22103/JUSG.2019.1981>

رحیمی، محسن؛ کارگر، بهمن. (۱۳۹۹). تبیین الگوی تاب‌آوری اجتماعی در سکونتگاه‌های غیررسمی با تأکید بر کیفیت زندگی نمونه موردی محله خط ۴ حصار کرج، فصلنامه جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای)، صاحب امتیاز: موسسه آموزش عالی قشم، دوره یازدهم، شماره ۱، صص ۷۵-۹۱.

http://www.jgeoqeshm.ir/article_125216.html

روستا، مجتبی؛ ابراهیم‌زاده، عیسی؛ ایستگلدی، مصطفی. (۱۳۹۷). ارزیابی میزان تاب‌آوری اجتماعی شهری، موردشناسی: شهر زاهدان، نشریه پژوهش و برنامه‌ریزی شهری، صاحب امتیاز: دانشگاه آزاد اسلامی مرو دشت دوره نهم، شماره ۳۲، صص ۱-۱۴.

<https://dorl.net/dor/20.1001.1.22285229.1397.9.32.1.8>

حاتمی‌نژاد، حسین؛ پوراحمد، احمد؛ زبردست، کوشیار. (۱۳۹۹). سنجش میزان تاب‌آوری اجتماعی در منطقه ۹ کلان شهر تهران، فصلنامه مسکن و محیط روستا، صاحب امتیاز: پژوهشکده سوانح طبیعی، دوره سی و نهم، شماره ۱۷۱، صص ۴۹-۶۰.

<http://jhre.ir/article-1-2051-fa.html>

خرازی، محبوبه؛ مجیدی قهرودی، نسیم؛ کاوه‌ئی، بهروز. (۱۴۰۰). نقش کلان شهر تهران در بهینه‌سازی دیپلماسی ارتباطی فرهنگی، فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، صاحب امتیاز: انجمن مطالعات فرهنگی و ارتباطات، دوره هفدهم شماره ۶۳، صص ۱۷-۶۳.

<https://dx.doi.org/10.22034/jcsc.2021.244437>

فرزاد بهتاش، محمدرضا؛ کی‌نژاد، محمدعلی؛ پیربابایی، محمدتقی؛ علی‌عسگری. (۱۳۹۲). ارزیابی و تحلیل ابعاد و مؤلفه‌های تاب‌آوری کلان شهر تبریز، نشریه هنرهای زیبا،

<https://www.jstor.org/stable/23595352>

Kwok, A. H., Doyle, E. E., Becker, J., Johnston, D., & Paton, D. (2016) What is 'social resilience'? Perspectives of disaster researchers, emergency management practitioners, and policymakers in New Zealand. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 19, PP 197-211.

<https://doi.org/10.1016/j.ijdr.2016.08.013>

Lambert, S. J. (2015). Networks of Support for Māori Mental Health: The response and recovery of Tangata Whaiora through the Ōtautahi earthquakes P7.

<https://researcharchive.lincoln.ac.nz/handle/10182/7529>

Mac cann, K., Cuthill, M. and Ross, H., 2012. Six attributes of social resilience. *Journal of Environmental Planning and Management*, P144

<https://doi.org/10.1108/JOCM-10-2019-0305>

Maclean, K., Cuthill, M. and Ross, H., 2014. Six attributes of social resilience. *Journal of Environmental Planning and Management*, 57(1), pp.144-156.

<http://dx.doi.org/10.1080/09640568.2013.763774>

Saja, A. A., Teo, M., Goonetilleke, A., & Ziyath, A. M. (2021). Assessing social resilience in disaster management. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, PP40-97.

<https://doi.org/10.1016/j.ijdr.2020.101957>

Sharifi, A., & Yamagata, Y. (2016). On the suitability of assessment tools for guiding communities towards disaster resilience. *International journal of disaster risk reduction*, 18, PP115-124.

<https://doi.org/10.1016/j.ijdr.2016.06.006>

Van Puijenbroek, P. J. T. M., Beusen, A. H. W., & Bouwman, A. F. (2019). Global nitrogen and phosphorus in urban waste water based on the Shared Socio-economic pathways. *Journal of environmental management*, 231, P446.

<https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2018.10.048>

Zhang, H., Liang, X., Chen, H., & Shi, Q. (2021). Spatio-temporal evolution of the social-ecological landscape resilience and management zoning in the loess hill and gully region of China. *Environmental Development*, 100616. pp16-99.

<https://doi.org/10.1016/j.envdev.2021.100616>

شهری، صاحب امتیاز: مرکز توسعه آموزشهای نوین ایران دوره سوم، شماره ۱، ص ۱۴.

<https://civilica.com/doc/685612/>

منتظرالقائم، افشین. (۱۴۰۰). مأموریت و رسالت شبکه دو، پرتال اطلاع رسانی معاونت سیما، صاحب امتیاز: رسانه ملی، دوره دوم شماره ۸، صص ۱-۲۰.

<https://iribtv.ir/portal/ViewPage/1410>

Adger, W. N. (2000). Social and ecological resilience: are they related? *Progress in human geography*, PP 347-364.

<https://doi.org/10.1191/2F030913200701540465>

Cutter, S. L. (2016). Resilience to what? Resilience for whom? *The Geographical Journal*, 182, PP 110-113.

<https://doi.org/10.1111/geoj.12174>

Copeland, S., Comes, T., Bach, S., Nagenborg, M., Schulte, Y., & Doorn, N. (2020). Measuring social resilience: Trade-offs, challenges and opportunities for indicator models in transforming societies, *International Journal of Disaster Risk Reduction* PP44-99.

<https://doi.org/10.1016/j.ijdr.2020.101799>

Fernández-Prados, J. S., Lozano-Díaz, A., & Muyor-Rodríguez (2021) Factors explaining social resilience against COVID-19: the case of Spain. *European Societies*, 23(sup1), PP111-121.

<https://doi.org/10.1080/14616696.2020.1818113>

Gonzales, P., & Ajami, N. K. (2017). An integrative regional resilience framework for the changing urban water paradigm. *Sustainable cities and society*, PP128-138.

<https://isiarticles.com/bundles/Article/pre/pdf/93958.pdf>

Jacinto, R., Reis, E., & Ferrão, J. (2020). Indicators for the assessment of social resilience in flood-affected communities—A text mining-based methodology. *Science of The Total Environment*, 744, 140973. PP114-119.

<https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2020.140973>

Keck, M., & Sakdapolrak, P. (2013). What is social resilience? Lessons learned and ways forward. *Erdkunde*, PP 5-19.

