

به نام خدا



شهرداری منطقه ۲۰
معاونت امور اجتماعی و فرهنگی

معاونت امور اجتماعی و فرهنگی
اداره کل مطالعات اجتماعی و فرهنگی

بررسی نظرات شهروندان شهری در مورد نقش شهرداری در معرفی آثار تاریخی - مذهبی منطقه ۲۰

مجری: ناصر پوررضا کریم سرا

سال ۱۳۸۹

سرشناسه :	پوررضا کریمسرا، ناصر، مجری پژوهش
عنوان و نام پدیدآور :	بررسی نظرات شهروندان شهرری در مورد نقش شهرداری در معرفی آثار تاریخی- مذهبی منطقه ۲۰ / مجری ناصر پوررضا کریمسرا؛ [برای] معاونت امور اجتماعی و فرهنگی اداره کل مطالعات اجتماعی و فرهنگی، شهرداری منطقه ۲۰ معاونت امور اجتماعی و فرهنگی.
مشخصات نشر :	تهران: جامعه‌شناسان، ۱۳۸۹.
مشخصات ظاهری :	۱۲۰ ص.
شابک :	۹۷۸-۶۰۰-۵۹۹۹-۶۵-۵
وضعیت فهرست نویسی :	فبا
موضوع :	شهرداری -- ایران -- تهران -- ارزشیابی -- نمونه پژوهی.
موضوع :	شهروندان ایرانی -- ری -- نظرسنجی
شناسه افزوده :	شهرداری تهران، منطقه بیست، معاونت امور اجتماعی و فرهنگی
شناسه افزوده :	شهرداری تهران، منطقه بیست، اداره کل مطالعات اجتماعی و فرهنگی
رده بندی کنگره :	۱۳۸۹ ق ۷۲۶۹/۹ JS
رده بندی دیویی :	۳۵۲/۵۵۱۲۲
شماره کتابشناسی ملی :	۲۲۲۲۲۲۲



جامعه شناسان
انتشارات جامعه شناسان



معاونت امور اجتماعی و فرهنگی
اداره کل مطالعات اجتماعی و فرهنگی

نوع گزارش: نظرسنجی

موضوع: بررسی نظرات شهروندان شهر ری در مورد نقش شهرداری در معرفی آثار تاریخی - مذهبی منطقه ۲۰

معاون امور اجتماعی و فرهنگی: دکتر سیدمحمد مهدی ایازی

مدیر کل مطالعات اجتماعی و فرهنگی: سیدرضا مصطفوی

معاون امور اجتماعی و فرهنگی منطقه ۲۰: حبیب آ. غفوری

مدیر مطالعات اجتماعی و فرهنگی منطقه ۲۰: فریبا جعفر پور

مجری طرح: ناصر پوررضا کریم سرا

ناظر: دکتر علی ایمانی

مدیریت پروژه: اندیشه سرای شهر

صفحه آرا: میلاد تاجیک نوروزی

سال انتشار: ۱۳۸۹

ناشر: جامعه شناسان

کلیه حقوق این اثر، متعلق به اداره کل مطالعات اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران و معاونت امور اجتماعی و فرهنگی

منطقه ۲۰ است و هر نوع استفاده، بدون کسب اجازه ممنوع می باشد و پیگرد قانونی دارد.

قیمت: ۳۳۰۰ تومان

تیراژ: ۵۰۰

آدرس اداره کل مطالعات اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران: بزرگراه شهید گمنام - ابتدای بزرگراه کردستان - ساختمان معاونت امور

اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران - طبقه دوم / تلفن: ۸۲۱۰۶۰۰۰ / دورنگار: ۸۲۱۰۶۲۰۸

آدرس معاونت امور اجتماعی و فرهنگی منطقه ۲۰: شهر ری - میدان فرمانداری - جاده قم (نهری) - خیابان شهید حمید کاشانی - ساختمان

شماره ۳ شهرداری - معاونت امور اجتماعی و فرهنگی منطقه ۲۰ / تلفن: ۵۵۹۳۶۹۰۸

پیشگفتار

«شهر تعاملی» بر پایش دیدگاه‌ها و انتظارات شهروندان و مدیران شهری استوار است. در «شهر تعاملی»، رابطه‌ی مردم و مدیران شهری رابطه‌ای دوسویه است. شهروندان خوب و قانونمدار، مدیرانی شایسته و لایق نیاز دارند تا زندگی شهری را برای آن‌ها دلپذیرتر نمایند. در این فضا، آن‌ها تنها برای شنیدن نیستند، چنانکه مدیران، تنها برای «گفتن».

«گفت و شنود» از ویژگی‌های «جامعه‌ی توسعه یافته» است و پیمایش و پایش نظرات شهروندان، شیوه‌ای نظام‌مند برای شنیدن حرف‌های آن‌هاست. مدیریتی که به دیدگاه‌های شهروندان توجه و اعتماد نداشته باشد، در واقع خود را در برابر شهروندان «مسئول» نمی‌شناسد.

ارزیابی نظرات شهروندان:

الف. به مدیریت شهری کمک می‌کند تا به طور مستمر و سیستمی عملکرد خود را از

دیدگاه «شهروندان» ارزیابی کند نه فقط از دیدگاه «مدیران».

ب. روشی مناسب است برای اثبات کارآمدی یا ناکارآمدی برنامه‌ها، فعالیت‌ها و

مجموعه‌ی سازمانی مدیریت به تفکیک بخش‌ها و انجام اصلاحات لازم برای بهبود کیفیت با هزینه‌ی کمتر و کارآمدی بیشتر.

پ. امکان اعمال تنبیه و اعطای پاداش را مبتنی بر ارزیابی عملکرد عینی و واقعی فراهم می‌آورد.

ت. با بررسی نظرات شهروندان درباره‌ی یک فعالیت واحد در زمان‌های مختلف

(مطالعات طولی) شاخصی برای ارزیابی بهبود یا پسرفت کیفیت ارائه‌ی خدمات به شهروندان فراهم می‌شود.

ث. پاسخ مناسب به انتظارات شهروندان، حجم نارضایتی عمومی و زمینه‌های قانون‌گریزی را کاهش می‌دهد. مدیریت شهری، هزینه‌های گزافی را بابت قانون‌گریزی شهروندان پرداخت می‌کند.

ج. با کسب دیدگاه‌های شهروندان، پیش از اجرای طرح‌ها و پروژه‌ها، می‌توان آسیب‌های اجرای آن را به حداقل رساند و یا از بسترهای فرهنگی برای حذف موانع ناخواسته بهره جست.

چ. دریافت نظرات شهروندان و تکیه بر خردجمعی، زمینه را برای مشارکت مدنی آنان در فرآیندهای اجتماعی هموار و هزینه‌های اداره شهر را کاهش می‌دهد.

عنوان این نظرسنجی «پژوهی نظرات شهروندان شهر ری در مورد نقش شهرداری در معرفی آثار تاریخی، مذهبی منطقه ۲۰» بوده که در سال ۱۳۸۹ انجام شده است. امید است نتایج این مطالعه بتواند سهمی هر چند ناچیز در جهت ارائه پاسخ مناسب به مدیران داشته باشد. بدون تردید کاربرست یافته‌ها و نتایج نظرسنجی توسط شهرداران و معاونین، علاوه بر بهبود شرایط، باعث افزایش اعتماد شهروندان به این گونه برنامه‌ها خواهد شد.

برخود لازم می‌دانم از کلیه همکاران طرح، مجری جناب آقای ناصر پوررضا کریم‌سرا، ناظر جناب آقای دکتر علی ایمانی، پرسشگران، متصدیان ورود داده‌ها و افرادی که به نحوی در این طرح با ما همکاری مستقیم و غیرمستقیم داشته‌اند صمیمانه تقدیر و تشکر شود.

حبیب‌الله غفوری

معاون امور اجتماعی و فرهنگی شهرداری منطقه ۲۰

سیدرضا مصطفوی

مدیر کل مطالعات اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران

چکیده

هدف از انجام این تحقیق بررسی نظرات شهروندان شهر ری در مورد نقش شهرداری در معرفی آثار تاریخی، مذهبی منطقه ۲۰ است. این مطالعه به روش پیمایشی و با استفاده از نمونه‌گیری تصادفی سهمیه‌ای انجام گرفته که در آن انتخاب بلوک‌های نمونه بر اساس تصادف بوده و تعداد نمونه هر منطقه بر اساس سهم منطقه از جمعیت شهر تهران تعیین گردیده و همچنین جنسیت و سن نیز با توجه به سهمی که هر یک در منطقه به خود اختصاص می‌دهند تعیین شده و سپس در داخل بلوک‌ها پاسخگویان به روش نمونه‌گیری سیستماتیک انتخاب گردیده و با آنان مصاحبه صورت گرفته است. در مجموع با ۶۰۰ نفر از شهروندان دارای سن ۱۵ سال و بیشتر مصاحبه شده است.

مهم‌ترین یافته‌های تحقیق به شرح زیر است:

- ۱/۸ درصد میزان اطلاع از فعالیت‌های شهرداری در معرفی آثار را در سطح کم و خیلی کم و ۴۱/۹ درصد پاسخگویان نقش شهرداری در معرفی آثار تاریخی و مذهبی شهر ری را در سطح کم و خیلی کم همچنین ۸۹/۱ درصد پاسخگویان اهمیت معرفی آثار تاریخی و مذهبی شهر ری توسط شهرداری را در سطح زیاد و خیلی زیاد دانسته‌اند.

- ۸۴/۸ درصد تأثیر معرفی آثار باستانی و مذهبی شهر ری بر احساس هویت ملی را در سطح زیاد و خیلی زیاد دانسته و ۷۴/۹ درصد تأثیر معرفی آثار باستانی و مذهبی شهر ری بر احساس تعلق محله‌ای را در حد زیاد و خیلی زیاد اعلام نموده‌اند.

- ۸۰/۶ درصد پاسخگویان رونق اقتصاد منطقه بر اثر معرفی آثار تاریخی، مذهبی و جذب گردشگر را در حد زیاد و خیلی زیاد دانسته و از سوی دیگر، ۷۸/۱ درصد جذب گردشگر و ایجاد مشاغل جانبی در نتیجه معرفی آثار تاریخی، مذهبی منطقه در حد زیاد و خیلی زیاد بیان نموده‌اند.

- ۱۶/۱ درصد پاسخگویان در خصوص تبلیغات مستقیم در معرفی آثار ارزیابی زیاد یا خیلی زیاد و ۸۷/۹ درصد پاسخگویان اهمیت تبلیغات مستقیم را در حد زیاد یا خیلی زیاد دانسته‌اند.

- ۳۵/۰ درصد پاسخگویان در خصوص تبلیغات غیر مستقیم در معرفی آثار تاریخی، مذهبی ارزیابی زیاد یا خیلی زیاد و ۹۲/۶ درصد پاسخگویان اهمیت تبلیغات غیر مستقیم را در حد زیاد یا خیلی زیاد دانسته‌اند.

- ۳۹/۵ درصد پاسخگویان در خصوص اقدامات شهرداری جهت تشویق شهروندان برای بازدید از اماکن، ارزیابی زیاد یا خیلی زیاد و ۹۶/۳ درصد پاسخگویان اهمیت آن را در حد زیاد یا خیلی زیاد دانسته‌اند.

www.ketab.ir

فهرست مطالب

فصل اول (کلیات تحقیق

- ۱-۱. طرح مسئله ۲
- ۱-۲. اهمیت تحقیق ۵
- ۱-۳. سوالات تحقیق ۹
- ۱-۴. اهداف تحقیق ۹

فصل دوم (روش‌شناسی تحقیق

- ۲-۱. روش تحقیق ۱۳
- ۲-۲. جامعه آماری پژوهش ۱۳
- ۲-۳. حجم نمونه ۱۳
- ۲-۴. شیوه نمونه‌گیری ۱۴
- ۲-۵. اعتبار و روایی تحقیق ۱۵
- ۲-۵-۱. شاخص وضعیت تبلیغات مستقیم برای معرفی آثار ۱۶
- ۲-۵-۲. شاخص وضعیت تبلیغات غیر مستقیم برای معرفی آثار ۱۷
- ۲-۵-۳. شاخص اقدامات شهرداری جهت تشویق شهروندان برای بازدید از اماکن تاریخی، مذهبی
شهر ری ۱۸
- ۲-۶. کدگذاری و استخراج داده‌ها ۱۹
- ۲-۷. نحوه تجزیه و تحلیل داده‌ها ۱۹

فصل سوم (ویژگی‌های جمعیت نمونه

- ۳-۱. جنس ۲۳
- ۳-۲. وضعیت تأهل ۲۴
- ۳-۲. گروه‌های سنی ۲۵
- ۳-۴. مقاطع تحصیلی ۲۶
- ۳-۵. وضعیت اشتغال پاسخگویان ۲۸
- ۳-۶. هزینه‌ی زندگی خانوار پاسخگویان ۲۹
- ۳-۷. وضعیت مسکن پاسخگویان ۳۱

فصل چهارم (یافته‌های تحقیق

۴. تحلیل‌های توصیفی و استنباطی در ارتباط با نگرش شهروندان درباره نقش شهرداری در
معرفی آثار تاریخی، مذهبی شهر ری ۳۵
- ۴-۱. وضعیت بازدید پاسخگویان از اماکن تاریخی، مذهبی ۳۵
- ۴-۲. شهروندان به چه مکان‌هایی می‌روند؟ ۳۶
- ۴-۳. میزان اهمیت نگهداری آثار باستانی و مذهبی برای آیندگان ۳۸

۴-۴	میزان آشنایی با آثار باستانی و مذهبی	۳۹
۴-۵	میزان اطلاع از فعالیت‌های شهرداری در معرفی آثار باستانی و مذهبی شهر ری	۴۰
۴-۶	نقش شهرداری منطقه ۲۰ در معرفی آثار باستانی و مذهبی شهر ری	۴۱
۴-۷	ضرورت معرفی آثار باستانی و مذهبی شهر ری توسط شهرداری	۴۲
۴-۸	اهمیت معرفی آثار باستانی و مذهبی شهر ری توسط شهرداری	۴۳
۴-۹	تأثیر معرفی آثار باستانی و مذهبی شهر ری بر احساس هویت ملی	۴۴
۴-۱۰	تأثیر معرفی آثار باستانی و مذهبی شهر ری بر احساس تعلق محله‌ای	۴۵
۴-۱۱	رونق اقتصاد منطقه بر اثر معرفی آثار تاریخی، مذهبی و جذب گردشگر	۴۶
۴-۱۲	جذب گردشگر و ایجاد مشاغل جانبی در نتیجه معرفی آثار تاریخی، مذهبی منطقه	۴۷
۴-۱۳	معرفی آثار در سطح بین‌المللی	۴۸
۴-۱۴	موفقیت شهرداری منطقه ۲۰ در معرفی آثار تاریخی، مذهبی شهر ری	۴۹
۴-۱۵	آثار مهم تاریخی از نظر پاسخگویان	۵۰
۴-۱۶	شیوه آشنایی پاسخگویان با آثار مهم تاریخی	۵۱
۴-۱۷	آثار مهم مذهبی از نظر پاسخگویان	۵۲
۴-۱۸	شیوه آشنایی پاسخگویان با آثار مهم مذهبی	۵۳
۴-۱۹	وضعیت معرفی آثار تاریخی، مذهبی شهر ری	۵۴
۴-۱۹-۱	تبلیغات مستقیم در معرفی آثار	۵۴
۴-۱۹-۱-۱	برگزاری تورهای گردشگری برای شهروندان	۵۴
۴-۱۹-۱-۲	چاپ کتاب برای معرفی آثار شهر ری	۵۶
۴-۱۹-۱-۳	توزیع و تکثیر بروشور در زمینه معرفی آثار	۵۷
۴-۱۹-۱-۴	تهیه و توزیع CD مولتی مدیا در زمینه معرفی آثار	۵۸
۴-۱۹-۱-۵	برگزاری نمایشگاه‌ها، همایش‌ها و جشنواره‌ها برای معرفی آثار تاریخی، مذهبی و فرهنگی شهر ری	۵۹
۴-۱۹-۱-۶	شاخص ارزیابی تبلیغات مستقیم در معرفی آثار	۶۱
۴-۱۹-۱-۷	شاخص اهمیت تبلیغات مستقیم در معرفی آثار	۶۳
۴-۱۹-۱-۸	مقایسه مؤلفه‌های شاخص تبلیغات مستقیم در معرفی آثار	۶۵
۴-۱۹-۱-۹	رابطه ویژگی‌های فردی پاسخگویان با ارزیابی آنان از تبلیغات مستقیم در معرفی آثار تاریخی، مذهبی شهر ری	۶۷
۴-۱۹-۲	تبلیغات غیر مستقیم در معرفی آثار تاریخی، مذهبی شهر ری	۶۸
۴-۱۹-۲-۱	نصب تابلوهای راهنمای محل آثار	۶۸
۴-۱۹-۲-۲	چاپ و توزیع نقشه راهنمای آثار	۷۰
۴-۱۹-۲-۳	برگزاری مراسم مذهبی و ملی در اماکن تاریخی، مذهبی	۷۱
۴-۱۹-۲-۴	ساخت و نصب مجسمه یا ماکت شخصیت‌ها	۷۲

۷۳.....	۴-۱۹-۲-۵. نصب تابلوهای معرفی آثار
۷۴.....	۴-۱۹-۲-۶. شاخص ارزیابی تبلیغات غیر مستقیم در معرفی آثار تاریخی، مذهبی شهر ری
۷۶.....	۴-۱۹-۲-۷. شاخص اهمیت تبلیغات غیر مستقیم در معرفی آثار تاریخی، مذهبی شهر ری
۷۸.....	۴-۱۹-۲-۸. مقایسه مؤلفه‌های شاخص تبلیغات غیر مستقیم در معرفی آثار تاریخی، مذهبی شهر ری
۸۰.....	۴-۱۹-۲-۹. رابطه ویژگی‌های فردی پاسخگویان با ارزیابی آنان از تبلیغات غیر مستقیم در معرفی آثار تاریخی، مذهبی شهر ری
۸۲.....	۴-۱۹-۳. اقدامات شهرداری جهت تشویق شهروندان برای بازدید از اماکن تاریخی، مذهبی شهر ری
۸۲.....	۴-۱۹-۳-۱. تسهیل در دسترسی به اماکن (تأمین سرویس ایاب و ذهاب)
۸۴.....	۴-۱۹-۳-۲. احداث و تأمین امکانات رفاهی از قبیل محل استراحت از سوی شهرداری
۸۵.....	۴-۱۹-۳-۳. تأمین امکانات بهداشتی اماکن
۸۶.....	۴-۱۹-۳-۴. احداث پارک در مجاورت اماکن
۸۷.....	۴-۱۹-۳-۵. احداث فرهنگسرا و خانه‌های فرهنگ در مجاورت اماکن
۸۸.....	۴-۱۹-۳-۶. مرمت و نگهداری آثار
۸۹.....	۴-۱۹-۳-۷. ممانعت از بلند مرتبه‌سازی در حریم آثار
۹۰.....	۴-۱۹-۳-۸. شاخص ارزیابی اقدامات شهرداری جهت تشویق شهروندان برای بازدید از اماکن تاریخی، مذهبی شهر ری
۹۲.....	۴-۱۹-۳-۹. شاخص اهمیت اقدامات شهرداری جهت تشویق شهروندان برای بازدید از اماکن تاریخی، مذهبی شهر ری
۹۴.....	۴-۱۹-۳-۱۰. مقایسه مؤلفه‌های شاخص اقدامات شهرداری جهت تشویق شهروندان برای بازدید از اماکن تاریخی، مذهبی شهر ری
۹۶.....	۴-۱۹-۳-۱۱. رابطه ویژگی‌های فردی پاسخگویان با ارزیابی آنان از اقدامات شهرداری جهت تشویق شهروندان برای بازدید از اماکن تاریخی، مذهبی شهر ری
۹۸.....	۴-۲۰. مقایسه مؤلفه‌های وضعیت معرفی آثار تاریخی، مذهبی شهر ری
۱۰۰.....	۴-۲۱. پیشنهادات شهروندان در راستای معرفی آثار تاریخی، مذهبی از سوی شهرداری

فصل پنجم) نتیجه‌گیری

۱۰۳.....	نتیجه‌گیری
۱۱۰.....	منابع