









مرکز پژوهش‌های شورای اسلامی
کلاستر تبریز

صدای خیابان

واکاوی جامعه‌شناختی
مطالبات مردم تبریز در
تجمعات شبانه جنگ تحمیلی
سوم

گزارش ۱۸-۵-۲۲۴

شماره: ۴۸-۶/م/پ | تاریخ: ۱۴۰۵/۲/۲۷

-  RCTABRIZ . IR
-  RCTABRIZ_IR
-  RCTABRIZ
-  RCTABRIZ
-  RCTABRIZ
-  RCTABRIZ
-  RCTABRIZ

متن (PDF) از طریق سایت مرکز به نشانی rctabriz.ir قابل دریافت است .
آدرس : بزرگراه پاسداران ، ورودی فرشته جنوبی ، ساختمان شورا ، ضلع شرقی طبقه اول

ایمان و امید



عنوان اصلی: صدای خیابان

عنوان فرعی: واکاوی جامعه‌شناختی مطالبات مردم تبریز در تجمعات شبانه جنگ تحمیلی سوم

پدیدآور: سعید مبین (saeedmobayyen@gmail.com)

ناظر: معاونت پژوهشی مرکز

نوع و شماره گزارش: یادداشت (۱۸-۵-۲۲۴)

شماره: ۴۸-۶/م/پ | تاریخ: ۱۴۰۵/۲/۲۷

متن (PDF) از طریق سایت مرکز قابل دریافت است

دریافت نظر و پیشنهاد: rctabrizc@gmail.ir | ۰۴۱-۴۱۵۱۰۴۱۲

آدرس: بزرگراه پاسداران، ورودی فرشته جنوبی، ساختمان شورا، ضلع شرقی طبقه اول



صدای خیابان

واکاوی جامعه‌شناختی مطالبات مردم تبریز

در تجمعات شبانه جنگ تحمیلی سوم

شماره: ۴۸-۶/م/پ

تاریخ: ۱۴۰۵/۲/۲۷

حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به مرکز پژوهش‌های شورای شهر تبریز است.
متن (PDF) از طریق سایت مرکز به نشانی rctabriz.ir قابل دریافت است.
آدرس: بزرگراه پاسداران، ورودی فرشته جنوبی، ساختمان شورا، ضلع شرقی طبقه اول

بیان مسئله

در دوره‌های بحران و تنش‌های ملی، یکی از نخستین عرصه‌هایی که پویایی اجتماعی در آن قابل مشاهده می‌شود فضای عمومی شهر است. میدان‌ها، خیابان‌ها، مساجد و نقاط تجمع شهری به صحنه‌هایی تبدیل می‌شوند که در آنها کنش‌های جمعی، معانی اجتماعی، احساسات عمومی و روایت‌های مشترک جامعه شکل می‌گیرد. تجمعات خیابانی در چنین شرایطی رویدادهایی لحظه‌ای یا واکنش‌هایی احساسی نیستند بلکه می‌توان آنها را به عنوان پدیده‌هایی اجتماعی فهم کرد که در آنها عناصر هویت جمعی، احساس تعلق، اعتماد اجتماعی، مشارکت مدنی و رابطه مردم با ساختارهای رسمی جامعه به طور همزمان بازآرایی می‌شود. به عنوان پژوهشگر، نمیتوان تجمعات خیابانی جنگ رمضان در تبریز را فقط به عنوان مجموعه‌ای از گردهمایی‌های مناسبتی یا واکنش‌های هیجانی کوتاه مدت فهم کرد. آنچه در بهار ۱۴۰۵ در میدان‌ها، محله‌ها، مسیرهای خودروبی، موبک‌ها، مساجد و کانون‌های مردمی شهر -چنانچه در کل کشور نیز چنین بوده است- رخ داده، در واقع صورت فشرده‌ای از رابطه جامعه با امر عمومی، هویت جمعی، حافظه تاریخی، احساس تعلق ملی، شیوه‌های کنش دینی و نسبت مردم با نهادهای رسمی را آشکار کرده است. چنین تجمعاتی، هنگامی که به شکل پیوسته و در مقیاس شهری تکرار می‌شوند، به یک پدیده اجتماعی چند لایه تبدیل می‌شوند که همزمان حامل شور عاطفی، نیاز به تبیین، مطالبه نظم، خواست دیده شدن مردم، میل به مشارکت و حساسیت نسبت به مصادره شدن کنش مردمی است.

مجموعه ۲۲۹ پاسخ بلند مردمی که مبنای این گزارش قرار گرفته، نشان می‌دهد شهروندان تبریزی صرفاً تماشاگر این تجمعات نبوده‌اند. آنان خود را صاحب نظر، شریک میدان و داور کیفیت برگزاری می‌دانند. در این پاسخ‌ها، از یک سو ستایش پرننگی از مردم، وفاداری، ایثار، حضور خانوادگی، روحیه مقاومت و سرمایه اجتماعی موجود دیده می‌شود و از سوی دیگر نقدهای روشن و گاه تند درباره موضوعات مختلف مطرح شده است. به بیان دیگر، مردم نه فقط اصل

تجمعات، بلکه کیفیت، معنا، کارکرد و آینده آنها را موضوع ارزیابی قرار داده‌اند.

اهمیت این داده‌ها در آن است که به ما اجازه می‌دهد پدیده جنگ رمضان را فراتر از منظر رسمی و تبلیغی، یعنی از منظر تجربه زیسته مشارکت‌کنندگان و ناظران بخوانیم. این گزارش می‌کوشد با رویکردی جامعه‌شناختی و در عین حال روشن و قابل فهم، الگوهای اصلی این پیشنهادها را استخراج کند و نشان دهد که در پس هر توصیه ساده مردمی، نوعی تلقی از شهر، مردم، دین، نظم، هویت و مدیریت نهفته است.

روش‌شناسی

این گزارش بر پایه تحلیل کیفی ۲۲۹ پاسخ بلند به یک پرسشنامه باز تهیه شده است. سوال اصلی پرسشنامه چنین بوده است: «پیشنهادتان را در باب تجمعات بنویسید». پاسخ‌ها در بهار ۱۴۰۵ و به دو شیوه مجازی و حضوری گردآوری شده‌اند. ویژگی مهم این داده‌ها آن است که پاسخ‌دهندگان به یک قالب بسته و گزینه‌های از پیش تعیین شده محدود نبوده‌اند و هر فرد توانسته تجربه، نقد، توصیه، احساس و داوری خود را با زبان و اولویت‌های شخصی بیان کند. همین ویژگی، به داده‌ها غنای تفسیری می‌بخشد و امکان فهم لایه‌های پنهان‌تر نگرش مردم را فراهم می‌سازد. از نظر ترکیب اجتماعی، داده‌ها دارای بالاترین سطح تنوع توصیف شده‌اند. این تنوع به معنای حضور صداهای متفاوت از حیث سن، جنسیت، موقعیت محله‌ای، میزان مشارکت، سطح درگیری میدانی، تعلقات فرهنگی و سبک مواجهه با تجمعات است. در نتیجه، یافته‌های این گزارش به یک گروه محدود یا کنشگران حرفه‌ای خاص تقلیل نمی‌یابد، بلکه تصویری نسبتاً گسترده از ادراک عمومی مشارکت‌کنندگان و ناظران ارائه می‌کند.

در تحلیل این پاسخ‌ها، از روش کدگذاری مضمونی استفاده شده است. بدین معنا که ابتدا واحدهای معنایی تکرار شونده در پاسخ‌ها استخراج شد، سپس این واحدها در قالب چند خوشه اصلی دسته‌بندی گردید که بدان اشاره می‌شود: محتوا و تبیین، سازماندهی و نظم شهری، مردمی بودن در برابر سازمانی شدن، هویت بصری و نمادها، نقش گروه‌های سنی و جنسیتی، مسئله صدا و زمان‌بندی، موبک‌ها و

صراحت می‌گویند که تجمعات بایسته است خودجوش بماند، نباید دولتی و ارگانی شود، نباید جایگاه‌ها در قرق افراد معلوم‌الحال یا سازمان‌های چشم‌وهم‌چشمی‌کننده قرار گیرد و نباید مجری به جای تشکر از مردم، نام سازمان‌ها را برجسته کند. این دسته از پاسخ‌ها بسیار مهم‌اند، چون نشان می‌دهند مردم درک ظریفی از مرز میان حمایت نهادی و تصاحب نمادین میدان دارند. آنان مخالف حضور سازمان‌ها نیستند، اما با مصادره شدن کنش جمعی مخالف‌اند.

از همین جا می‌توان گفت که تجمعات جنگ رمضان در تبریز بر بستری از سرمایه اجتماعی شکل گرفته‌اند. اگر مردم احساس کنند میدان دیگر متعلق به آنان نیست و بیشتر به ویترین سازمان‌ها یا صحنه خودنمایی برخی تربیون داران بدل شده است، آن انرژی اولیه رو به افول می‌گذارد. بنابراین، مسئله اصلی فقط حفظ جمعیت نیست، بلکه حفظ ادراک مردمی بودن است. در بسیاری از مناسک عمومی، زمانی که فاصله میان برگزارکننده و شرکت‌کننده زیاد می‌شود و مردم از فاعل به مخاطب صرف تقلیل می‌یابند، مناسک از درون شروع به تهی شدن می‌کند. هشدارهای مکرر پاسخ‌دهندگان درباره فستیوال شدن یا استحاله برنامه‌ها به سمت نمایش، دقیقاً از این نگرانی ناشی می‌شود.

زبان مردم و اخلاق داوری اجتماعی

یکی از ویژگی‌های جالب این مجموعه پاسخ‌ها، ترکیب همزمان قدردانی، انتقاد، دعا، مطالبه و هشدار است. مردم نه فقط از موضع ناراضی یا طلبکار، بلکه اغلب از موضع درگیر و دلسوز سخن گفته‌اند. عباراتی چون خسته نباشید، خدا قبول کند، اجرتان با اباعبدالله، خدا قوت، ممنون از زحماتتان، در کنار نقدهای تند نسبت به ضعف محتوا، نارسایی مدیریت، اسراف، ضعف سخنرانان و آلودگی صوتی قرار گرفته است. این هم‌نشینی، برای تحلیل جامعه‌شناختی بسیار مهم است چراکه نشان می‌دهد ما با یک جامعه بی‌تفاوت یا صرفاً معترض مواجه نیستیم ما با جامعه‌ای روبه رو هستیم که هنوز به بهبود امر جمعی امید دارد و خود را ذی‌حق در اصلاح آن می‌داند.

در واقع پاسخ‌ها از نوعی اخلاق داوری اجتماعی حکایت می‌کنند. پاسخ‌دهندگان در عین وفاداری عاطفی به اصل

خدمات، کیفیت تربیون، حمل‌ونقل و دسترسی و نسبت تجمعات با هویت دینی و ملی. در مرحله بعد، این مضامین با اتکا به مفاهیم جامعه‌شناختی چون سرمایه اجتماعی، مناسک جمعی، امر عمومی، اعتماد نهادی، هویت جمعی و مدیریت مشارکتی تفسیر شده‌اند. بر این اساس، گزارش حاضر تلاش می‌کند هم وفادار به زبان مردم باشد و هم از سطح فهرست کردن پیشنهادها فراتر رود.

تجمع خیابانی به مثابه صورت فشرده جامعه

نخستین نکته‌ای که در خواندن پاسخ‌های مردمی به چشم می‌آید این است که تجمعات جنگ رمضان برای بسیاری از پاسخ‌دهندگان بیشتر از یک برنامه ساده به معنای نوعی وضعیت اجتماعی است. در زبان مردم، این تجمعات گاه محل غیرت، بصیرت، ایثار، دفاع از وطن، یاری جبهه حق، قدرشناسی از نیروهای نظامی و اداری، همراهی با شهدا و ابراز تعلق به ایران توصیف شده است. این توصیف‌ها نشان می‌دهد که میدان تجمع، برای شهروندان، به فضایی برای بازتولید همبستگی اجتماعی تبدیل شده است. آنان از خلال حضور در خیابان نه فقط پیام سیاسی یا فرهنگی خاصی را منتقل می‌کنند بلکه خود احساس می‌کنند در یک کل بزرگ‌تر و معنادار حضور یافته‌اند.

از منظر جامعه‌شناسی، هرگاه افراد در یک زمان و مکان مشترک، حول نشانه‌ها، شعارها، عواطف و مناسک تکرارشونده گرد هم می‌آیند، نوعی انرژی جمعی شکل می‌گیرد که از سطح فردی فراتر می‌رود و این چیزی است که دورکیم به خوبی آن را تصویر کرده است و می‌بینیم که در پاسخ‌های مردم تبریز، این انرژی جمعی به روشنی دیده می‌شود. بسیاری نوشته‌اند که مردم عالی هستند، پای کارند، غیورند، اهل صبر و ایثارند و مسئولان باید قدر این مردم را بدانند. این گزاره‌ها در ظاهر ستایشی‌اند اما در لایه زیرین خود حاوی یک پیام مهم هستند اینکه مردم احساس می‌کنند بار اصلی میدان بر دوش آنان است و مشروعیت تجمعات از حضور آنان ناشی می‌شود.

به همین دلیل در کنار ستایش از حضور مردمی، حساسیت شدیدی نسبت به هر نوع روندی که به تضعیف این خصلت مردمی بینجامد نیز دیده می‌شود. بخشی از پاسخ‌ها به

این جملات نشانه نوعی اعتماد به ظرفیت خودسازمان‌دهی جامعه است. در علم جامعه‌شناسی، یکی از عوامل پایداری تجمعات، احساس مالکیت مشارکت‌کنندگان نسبت به رخداد است. هر چه مردم بیشتر احساس کنند که میدان از آن آنهاست، انگیزه بازگشت و مشارکتشان بالاتر می‌رود. در مقابل، هر چه نشانه‌های تصرف سازمانی، مصادره نهادی، انحصار تربیون یا حضور نمایشی ارگان‌ها بیشتر شود، احساس تعلق کاهش پیدا می‌کند و رخداد از حالت جوششی به حالت اجرایی و از پایین به بالا خارج می‌شود.

بخشی از پاسخ‌ها همین نگرانی را به صراحت بیان کرده‌اند. برخی گفته‌اند که تجمعات در حال تبدیل شدن به فستیوال است. برخی دیگر بر عدم دولتی و ارگانی شدن یا حداقل دخالت نیروهای دولتی تأکید کرده‌اند. حتی در جایی به ظرافت گفته شده که در روزهای نخست از مردم تشکر می‌شد اما اکنون از فلان سازمان و ارگان قدردانی می‌شود و این نشانه تغییر رویکرد از مردمی به سازمانی است. این مشاهده بسیار مهم است. زیرا مردم علاوه بر اینکه محتوای برنامه را می‌بینند، زبان قدردانی، چیدمان جایگاه، نام غرفه‌ها، جنس موکب‌ها و نشانه‌های حضور نهادها را نیز رصد می‌کنند و از آنها درباره ماهیت رخداد نتیجه‌گیری می‌کنند. از این رو اگر سازمان‌های مختلف قرار است در این میدان نقش ایفا کنند باید میان «حمایت» و «تصاحب» تفاوت بگذارند. پشتیبانی لجستیکی، حمل‌ونقل، تأمین پرچم، نظافت، امنیت، امکانات صوتی، پوشش رسانه‌ای و تسهیل مشارکت عمومی می‌تواند مفید و حتی ضروری باشد. اما وقتی نهادها با منطق نمایش خود، رقابت در دیده شدن، نصب نام و نشان یا گرفتن سهم تربیون وارد می‌شوند، اعتماد اجتماعی آسیب می‌بیند. مردم در این پاسخ‌ها نشان داده‌اند که نسبت به این مرز بسیار حساس‌اند.

دوگانه شور و شعور در تجربه مردم

شاید پرتکرارترین مضمون این مجموعه، مطالبه همزمان شور و شعور باشد. مردم نه تنها برنامه پرهیجان می‌خواهند و نه فقط تحلیل‌های خشک و طولانی. آنان بارها از لزوم تبیین، آگاه‌سازی، رفع شبهات، تحلیل مختصر و مفید، بازخوانی تاریخ، سخنران باسواد و آخرین به‌روزرسانی اخبار

تجمعات، کیفیت برگزاری را ارزیابی می‌کنند. آنان می‌توانند همزمان بگویند مردم عالی‌اند ولی مسئولان بایسته است قدر این مردم را بدانند. می‌توانند بگویند حرکت خوب است، اما سخنرانی ضعیف است. می‌توانند از موکب‌ها دفاع کنند اما اسراف را نکوهش کنند. می‌توانند خواهان شور حماسی باشند اما از سر و صدای بعد از ساعت دوازده شب انتقاد کنند. این ظرفیت تشخیص نشان می‌دهد که مشارکت‌کنندگان صرفاً در موقعیت پیروی قرار ندارند، بلکه در حال صورت‌بندی نوعی عقل سلیم جمعی درباره چگونگی برگزاری تجمعات هستند.

این عقل سلیم جمعی برخلاف تصور رایج، ساده و تک بعدی نیست. در پاسخ‌ها همزمان بر حجاب، تبیین، نظم، پرچم، حمل‌ونقل، کودکان، خطیب باسواد، شعر ترکی فاخر، حضور مسئولان، کوتاه بودن برنامه، طولانی بودن برنامه، مردمی ماندن فضا و در عین حال پشتیبانی نهادی تأکید شده است. همین همزمانی مطالبات، مهم‌ترین سرنخ برای خواندن جامعه‌شناختی این داده‌هاست. جامعه محلی در این مجموعه پاسخ‌ها نه به شکل توده‌ای بی‌تفاوت ظاهر می‌شود و نه به صورت بدنه‌ای صرفاً مطیع. بلکه به صورت کنشگری چندلایه پدیدار می‌شود که خواهان شور و شعور و هم امنیت نمادین، هم کارآمدی اجرایی، هم احترام به ساکنان شهر، هم دیده شدن در رسانه و هم جلوگیری از مصادره شدن یک رخداد مردمی به نفع نمایش‌های اداری و سازمانی است.

مردم به عنوان شریک آگاه، نه مخاطب منفعل

در بسیاری از برنامه‌های عمومی، ساختار رسمی مردم را صرفاً مخاطب می‌بیند. یعنی برنامه ریزی می‌کند، اجرا می‌کند و انتظار دارد مردم صرفاً بیایند و تشویق کنند یا حضور آماری ایجاد کنند. اما پاسخ‌های این پرسشنامه نشان می‌دهد که در تجربه تجمعات جنگ رمضان، مردم خود را شریک این رخداد می‌دانند. آنان برای تماشا نیامده‌اند و در مقام صاحب حق سخن می‌گویند. همین نکته در تعبیری مانند «مردم باید همه‌کاره تجمعات باشند» یا «به وضع طبیعی تجمعات دست نزنند. مردم خودشان بلدند تجمعات را چطور اداره کنند»، به روشنی دیده می‌شود.

معنای حضور خیابانی و نسبت این حضور با نصرت الهی توضیح داده شود. بنابراین تبیین در ذهن مردم، ترکیبی است از آموزش سیاسی، روایت تاریخی، معنا بخشی ارزشی و پاسخگویی فکری.

نکته مهم‌تر آن است که این تبیین از نظر مردم باید چند ویژگی داشته باشد. نخست آنکه کوتاه، روشن، مستند و ناظر به وضعیت روز باشد. تبیین مبهم، طولانی، کلیشه‌ای یا تکراری مورد استقبال نیست. دوم آنکه توسط افراد باسواد، خوش بیان و موقعیت شناس ارائه شود. مردم آشکارا درباره کیفیت پایین برخی سخنرانان، تربیون داران و مجریان گلایه کرده‌اند. سوم آنکه تبیین نباید جای خود را به خودنمایی سخنران، مداح یا مجری بدهد. در خوانش پاسخ‌دهندگان، هر جا تربیون به میدان دیده شدن افراد تبدیل شود، کارکرد اصلی آن از بین می‌رود. چهارم آنکه تبیین باید برای طیف‌های گوناگون جامعه قابل دریافت باشد. یعنی زبانش نه چنان تخصصی باشد که عموم نفهمند و نه چنان سطحی که به رفع هیچ ابهامی کمک نکند.

در این بین، اشاره‌های متعدد به سخنرانان تهرانی، مقایسه با شهرهای دیگر و درخواست برای دعوت از افراد توانمند بیرون از استان، معنای مهمی دارد. مسئله مردم تبریز فقط کمبود سخنرانی نیست و به کیفیت آن نیز برمی‌گردد. این مقایسه‌ها ولو همراه با گزندگی، نشانه آن است که افق انتظار مخاطب بالا رفته است. جامعه‌ای که محتوای رسانه‌ای گوناگون می‌بیند و نمونه‌های خوب را می‌شناسد، به سادگی هر تربیون‌داری را نمی‌پذیرد. از این نظر، کیفیت گفتار عمومی به مسئله حیثیتی بدل می‌شود.

برنامه برای نوجوانان و کودکان: بازتولید نسلی حضور

یکی از محورهای قابل توجه جواب‌ها، توجه به نوجوانان و کودکان است. چندین پاسخ به طور مستقیم گفته‌اند که برای این گروه سنی برنامه متناسب وجود ندارد یا باید مسابقه، موبک فرهنگی، رجزخوانی، دنلوخته، آموزش امداد و نجات و حتی آموزش‌های پایه‌ای مرتبط با دفاع از وطن برای این گروه‌های سنی در نظر گرفته شود. این خواسته از

میدان سخن گفته‌اند. در عین حال، از سرودهای انقلابی، رجزخوانی کودکان، حماسی خوانی، گروه‌های سرود، مداحان ارزشی و شور جمعی نیز استقبال کرده‌اند. مسئله این نیست که یکی را به نفع دیگری حذف کنند. مسئله اصلی، نسبت درست این دو با یکدیگر است.

در حال حاضر، بر اساس بسیاری از پاسخ‌ها، احساس می‌شود این نسبت دچار بی‌تعادلی شده است. بخشی از مردم معتقدند برنامه‌ها بیش از حد به سمت نوحه، مداحی تکراری، پذیرایی گسترده و فرم‌های هیجانی رفته و از محتوا، تحلیل و جهاد تبیین فاصله گرفته است. این گزاره در جمله‌هایی مانند «لان وقت بیدار شدنه نه خوابوندن مردم» یا «صرف الله اکبر و مرگ بر آمریکا گفتن کافی نیست» با وضوح قابل مشاهده است. مردم می‌خواهند بدانند چرا در میدان هستند، تحولات روز چه معنایی دارد، نسبت این حضور با سرنوشت کشور چیست و چگونه باید از این وضعیت در گفتگوی روزمره خود دفاع کنند. به تعبیر دقیق یکی از پاسخ‌دهندگان، بعد از پایان تجمعات هم باید بتوانند در جمعی از کشور خود دفاع کنند.

این مطالبه نشان می‌دهد که اجتماع شبانه برای بخشی از مردم به مدرسه عمومی سیاست و هویت ملی تبدیل شده است. اگر این مدرسه، فقط حس برانگیزد و فکر ندهد، اثرش کوتاه مدت خواهد بود. و اگر فقط تحلیل بدهد و عاطفه تولید نکند، جمعیت را نگه نخواهد داشت. از این رو مردم در واقع به زبان خود خواهان نوعی معماری فرهنگی متوازن هستند. معماری‌ای که در آن شور مقدمه حضور باشد، اما شعور ضامن تداوم و عمق یابی آن شود.

مسئله تبیین: نیاز به فهم، نه فقط تحریک

مطالبه تبیین در پاسخ‌ها صرفاً یک شعار کلی نیست. اگر پاسخ‌ها با دقت خوانده شود، روشن می‌گردد که مردم از تبیین، مرادها بسیار مشخصی دارند. برخی می‌خواهند شبهات و شایعات پاسخ داده شود. برخی خواهان تحلیل روزآمد رویدادهای سیاسی و نظامی هستند. برخی بر بازخوانی تاریخ دفاع مقدس و پیوند آن با اکنون تأکید کرده‌اند. برخی منظومه فکری رهبر شهید را مطالبه می‌کنند. برخی نیز می‌خواهند ثمرات نظام، فلسفه مقاومت،

ایران»، «پرچم مقاومت»، «ماشین‌های رهگذر پرچم می‌خواهند ولی پرچم نیست»، «قیمت پرچم بالاست»، «شهرداری و نهادهای پرچم توزیع کنند»، نشان می‌دهد که پرچم در این تجمعات شیء مادی هویت جمعی است که حضور را مرئی، قابل حمل و قابل انتقال می‌کند و از این حیث مهم است.

از منظر نمادشناسی یا تاریخی هم اگر نگاه کنیم، هر جنبش یا اجتماعی برای تثبیت خود نیازمند اشیای نمادین است. این اشیاء به مشارکت‌کنندگان امکان می‌دهند که تعلق خود را لمس کنند و به نمایش بگذارند. پرچم در اینجا سه کارکرد همزمان دارد. نخست، امکان مشارکت سریع و کم‌هزینه را برای افراد فراهم می‌کند. هر کسی که پرچمی در دست دارد، عملاً وارد صحنه شده است. دوم، هویت بصری جمع را می‌سازد. میدان بدون پرچم، از نظر نمادین ضعیف‌تر و کم‌مق‌تر دیده می‌شود و سوم، استمرار حضور را به خارج از میدان می‌برد؛ مثلاً در خودروها، خانه‌ها، یا مسیر بازگشت. نکته مهم این است که مردم فقط خواهان پرچم بیشتر نیستند بلکه از خلال این مطالبه، ضعف مدیریت نمادین را نیز گوشزد می‌کنند. وقتی در یک رخداد مبتنی بر نمایش اقتدار ملی، مردم برای یافتن پرچم دچار مشکل هستند یا قیمت پرچم را بالا می‌دانند، پیام ضمنی آن ناکارآمدی در ساده‌ترین سطح تجهیز نمادین است. از این رو، مسئله پرچم را نباید کوچک شمرد. این موضوع به ظاهر جزئی در واقع به کیفیت سازمان‌دهی هویت جمعی مربوط است.

نظم، زمان‌بندی و حق شهروندی در میدان عمومی

یکی از مهم‌ترین لایه‌های پاسخ‌ها توجه همزمان به اصل تجمع و کیفیت اداره آن است. در این داده‌ها به وضوح می‌توان دید که مردم میان اصل برگزاری و شیوه برگزاری تفکیک قائل‌اند. کمتر کسی با اصل حضور مردمی مخالفت کرده است ولی تعداد زیادی درباره نحوه زمان‌بندی، ترافیک و آنچه به اجرا مربوط است، نظر داده‌اند. این امر نشان می‌دهد که مشارکت‌کنندگان، حتی وقتی خود حامی رخداد هستند، نسبت به حقوق سایر شهروندان نیز بی‌تفاوت نیستند. به سخن دیگر، داده‌ها از نوعی عقلانیت شهری پرده برمی‌دارد.

لنز جامعه‌شناختی سرگرم کردن بچه‌ها نیست و عمیقاً به بازتولید نسلی فرهنگ حضور اشاره دارد.

هر جمعی اگر بخواهد پایدار بماند، بایسته است بتواند خود را از نسلی به نسل دیگر منتقل کند. این انتقال نه با نصیحت، بلکه با تجربه زیسته رخ می‌دهد. کودک و نوجوان وقتی در میدان حضور پیدا می‌کند اگر فقط تماشاگر بی‌حوصله برنامه بزرگسالان باشد، پیوند عاطفی پایداری با آن شکل نمی‌گیرد. اما اگر برای او نقش، صحنه، امکان بیان، مسابقه، آموزش، یا تجربه‌ای متمایز تعریف شود، حضورش از حالت همراهی صرف با خانواده به مشارکت معنادار تبدیل می‌شود. مردم این نکته را بسیار خوب فهمیده‌اند و دغدغه این موضوع را دارند.

پیشنهادهایی مانند دلنوشته درباره وطن، شهدا یا رهبر شهید، خواندن نوشته‌ها در جمع، رجزخوانی کودکان و ایجاد غرفه‌های فرهنگی ویژه بچه‌ها در واقع شکل‌هایی از اجتماعی کردن سیاسی و فرهنگی در میدان عمومی هستند. این فرایند اجتماعی‌شدن، اگر هوشمندانه طراحی شود، می‌تواند از یک سو تعلق نسلی ایجاد کند و از سوی دیگر فضای تجمع را برای خانواده‌ها جذاب‌تر سازد. در بسیاری از شهرها، دوام تجمعات خانوادگی دقیقاً به این وابسته است که کودکان در آن احساس بیگانگی نکنند.

از سوی دیگر تأکید بر نوجوانان در پاسخ‌ها حامل یک اضطراب فرهنگی نیز هست. برخی پاسخ‌دهندگان نگرانند که اگر این نسل در چنین فضاهایی حضور نیابد، در معرض تأثیرپذیری از روایت‌های رقیب یا سواستفاده دشمن قرار گیرد. فارغ از داوری ارزشی درباره این نگرانی، بهتر است فهمید که برای بخش مهمی از مشارکت‌کنندگان، تجمعات شبانه، میدان تربیت اجتماعی نسل بعد است. به همین دلیل، نبود برنامه مناسب برای نوجوانان از نظر آنان یک ضعف راهبردی تلقی می‌شود و نباید آن را به نقص اجرایی فروکاست.

پرچم به عنوان شیء مادی هویت جمعی

در میان تمام جزئیاتی که مردم مطرح کرده‌اند، شاید هیچ پارامتری به اندازه پرچم این قدر مکرر و مستقیم تکرار نشده باشد. عبارت‌هایی چون «پرچم کم است»، «پرچم رایگان

می‌کنند اگر برنامه خوب باشد مردم خودشان راهی برای حضور پیدا می‌کنند. اما پاسخ‌ها نشان می‌دهد که این تصور کامل نیست. حتی قوی‌ترین برنامه‌ها هم اگر از نظر دسترسی دچار ضعف باشند، بخشی از جامعه را عملاً حذف می‌کنند.

پس ضروری است میان تمایل به حضور و امکان حضور، تفاوت گذاشت. ممکن است فردی به لحاظ عاطفی و فکری کاملاً موافق تجمع باشد اما به دلیل نداشتن وسیله نقلیه، دشواری رفت و آمد، نگرانی نسبت به بازگشت در ساعات پایانی یا همراه داشتن کودک و سالمند نتواند شرکت کند. وقتی مردم خودشان از لزوم تمهید حمل‌ونقل سخن می‌گویند، در واقع از این شکاف میان میل و امکان حرف می‌زنند.

پیشنهادهایی مانند افزایش سرویس‌های رفت و برگشت، هماهنگی با ناوگان شهری، پیش‌بینی مسیرهای دسترسی روشن و امن یا توجه خاص به افراد کم‌توان و سالمندان، همگی در راستای دموکراتیک کردن حضورند. یعنی رخداد از انحصار کسانی خارج می‌شود که از نظر زمانی، مکانی و جسمی امکان آسان تری برای آمدن دارند و این دقیقاً همان جایی است که مدیریت شهری و برگزارکنندگان فرهنگی باید با هم پیوند بخورند زیرا میدان جمعی فقط با شعار مردمی نمی‌شود و باید از نظر فیزیکی نیز برای مردم قابل دسترس باشد.

از سوی دیگر، مسئله دسترسی با توزیع جغرافیایی رخدادها نیز ارتباط دارد. اگر همه بار تجمع بر دوش یک یا چند نقطه مرکزی شهر باشد، بخشی از محلات احساس فاصله می‌کنند. برخی پاسخ‌ها به شکل ضمنی بر لزوم گسترش کانون‌های حضور یا تقویت بعد محله‌ای تجمعات دلالت دارد. این موضوع می‌تواند برای آینده رخداد بسیار راهبردی باشد. تمرکززدایی نسبی از یک میدان واحد و طراحی الگوهای مکمل محله‌ای، بدون از بین بردن شکوه مرکز اصلی.

زبان، هویت محلی و شأن فرهنگی تبریز

داده‌ها بیانگر درخواست برای استفاده از اشعار ترکی وزین، محتوای بومی و لحن متناسب با هویت فرهنگی تبریز است. این مطالبه نشانه‌ای از پیوند میان مشارکت عمومی و به

برخی پاسخ‌دهندگان گفته‌اند برنامه‌ها کوتاه‌تر و فشرده‌تر باشد. برخی خواسته‌اند ساعت مشخص و قابل پیش‌بینی داشته باشد. برخی بر کاهش آلودگی صوتی یا رعایت حال همسایه‌ها تأکید کرده‌اند و بعضی نیز از وضعیت ترافیک، شلوغی، یا اختلال در تردد گلیایه کرده‌اند. این نکات در ظاهر اجرایی، در عمق خود به مسئله مهمی اشاره می‌کنند و آن اینکه میدان عمومی، ملک مطلق برگزارکنندگان نیست. هر تجمعی باید بتواند میان حق ابراز جمعی و حق آسایش شهری نوعی توازن برقرار کند.

این توازن برای تبریز اهمیتی دوچندان دارد. شهری که در آن حساسیت نسبت به نظم، شأن عمومی و احترام به بافت شهری بالا است، نمی‌تواند رخدادهای خیابانی را بدون ملاحظه زیست روزمره مردم اداره کند. اگر تجمعات به گونه‌ای برگزار شود که گروهی از شهروندان احساس کنند هزینه آن را بدون رضایت خود می‌پردازند، به تدریج سرمایه اجتماعی رخداد کاهش می‌یابد. در مقابل، اگر برنامه ریزی به نحوی باشد که حتی منتقدان نیز آن را منظم، قابل تحمل و محترمانه بدانند، مشروعیت اجتماعی آن گسترش پیدا می‌کند و ضروری است از این فرصت بهره گرفت.

از این منظر، مطالبه کوتاه شدن برخی بخش‌ها، حذف کشدار بودن برنامه و زمان‌بندی دقیق را نباید نشانه کم‌حوصلگی مردم دانست. این خواسته‌ها در واقع بیانگر تغییر ذائقه مخاطب شهری امروز است. شهروند معاصر حتی اگر تعلق ارزشی و عاطفی بالایی به یک رخداد داشته باشد- از اتلاف وقت، تکرار بی‌مورد و بی‌انضباطی اجرایی استقبال نمی‌کند. او می‌خواهد در زمان معقول، محتوای موثر، برنامه منسجم و تجربه‌ای محترمانه دریافت کند. بنابراین نظم اجرایی، بخشی از محتوای فرهنگی رخداد است نه پوسته آن.

حمل‌ونقل، دسترسی و امکان مشارکت واقعی

در تعدادی از پاسخ‌ها، مسئله ایاب و ذهاب، دسترسی آسان و فراهم بودن امکان حضور برای سالمندان، خانواده‌ها و ساکنان محلات مختلف برجسته شده است. این نکته بسیار مهم است چراکه نشان می‌دهد مشارکت تنها به دعوت و تبلیغ وابسته نیست و به زیرساخت حضور نیز وابسته است. در سیاست‌گذاری‌های فرهنگی، برگزارکنندگان گمان

رسانه، بازنمایی و مسئله دیده شدن

قسمتی از پاسخ‌ها به صورت مستقیم یا غیرمستقیم به پوشش رسانه‌ای، انعکاس گسترده‌تر تجمعات و بازنمایی درست آن اشاره دارد. نباید پنداشت که این خواسته میل ساده برای دیده شدن است. در جهان امروز، رخداد عمومی تنها در میدان فیزیکی اتفاق نمی‌افتد، بلکه در میدان رسانه‌ای نیز ادامه پیدا می‌کند و برای همین ما با عباراتی چون جنگ شناختی و میدان رسانه آشنا هستیم. اگر یک تجمع در رسانه محلی، ملی و شبکه‌های اجتماعی به درستی بازنمایی نشود، بخش مهمی از اثر اجتماعی آن محدود می‌ماند. مردم این مسئله را فهمیده‌اند و به همین دلیل پوشش خبری و تصویری را بخشی از خود رخداد می‌دانند. بازنمایی رسانه‌ای چند کارکرد همزمان دارد. نخست، به حاضران احساس دیده شدن و جدی گرفته شدن می‌دهد. دوم، کسانی را که غایب بوده‌اند در جریان کیفیت رخداد قرار می‌دهد و برای حضورهای بعدی ترغیب می‌کند. سوم، پیام تجمع را از محدوده میدان به سطح شهر، استان و حتی کشور منتقل می‌کند. چهارم، امکان رقابت نمادین با روایت‌های رقیب را فراهم می‌سازد. در وضعیتی که جنگ روایت‌ها شدت دارد، رخدادی که دیده نمی‌شود، تا حدی انگار رخ نداده است.

اما مسئله شهروندان فقط اصل پوشش نیست، بلکه نوع پوشش نیز مهم است. اگر رسانه فقط جمعیت را نشان دهد و از محتوا، چهره‌های مردمی، خانواده‌ها، نوجوانان، پرچم‌ها، سخنان کوتاه شهروندان و فضای عاطفی میدان غفلت کند، تصویر ناقصی از رخداد ارائه می‌دهد. در این حالت، تجربه زیسته مردم به اعداد و نماهای کلی تقلیل می‌یابد. پاسخ‌ها نشان می‌دهد که جامعه به گونه‌ای ضمنی خواهان بازنمایی انسانی‌تر و واقعی‌تر تجمعات است. مردمی که در میدان حضور پیدا می‌کنند، می‌خواهند نقش آنان دیده شود، نه فقط جایگاه رسمی و سخنران اصلی.

این نکته با حساسیت نسبت به مردمی ماندن رخداد پیوند مستقیم دارد. اگر در پوشش رسانه‌ای بیش از حد بر نام نهادها، مسئولان، سخنرانان یا برندهای سازمانی تأکید شود، همان احساس مصادره نمادین تقویت می‌شود. در مقابل،

رسمیت شناختن هویت محلی را به نمایش می‌گذارد. مردم می‌خواهند تجمعات در عین ملی بودن، رنگ و بوی شهر خود را نیز داشته باشد و نمی‌خواهند در تبریز فقط نسخه‌ای کپی شده از برنامه‌های دیگر شهرها اجرا شود. انتظار می‌رود تجربه جمعی شهروندان با حافظه فرهنگی، زبان عاطفی و سرمایه نمادین محلی درآمیزد.

در شهرهایی با هویت تاریخی قدرتمند مثل تبریز، بی‌توجهی به لحن و ذائقه بومی می‌تواند به نوعی بیگانگی فرهنگی منجر شود. اگر زبان برنامه، اشعار، اجراها و حتی شوخی‌ها و ارجاعات، با بافت محلی تناسب نداشته باشد، مردم احساس می‌کنند رخداد روی شهر سوار شده، نه اینکه از دل شهر برآمده باشد. در مقابل وقتی عناصر بومی با کیفیت بالا وارد صحنه شوند، میدان عمومی صمیمی‌تر، معتبرتر و ریشه دارتر به نظر می‌رسد. در چنین حالتی، مردم نه فقط در برنامه شرکت می‌کنند که خود را در آن بازمی‌یابند.

تأکید بر شعر ترکی سطح بالا دلالت مهمی است. مردم استفاده از زبان ترکی را مطالبه نکرده‌اند، بلکه بر فاخر بودن آن تأکید دارند. این یعنی جامعه محلی، همزمان دو چیز می‌خواهد ۱- بازنمایی هویت بومی و ۲- حفظ منزلت فرهنگی آن. هر محتوای بومی لزوماً مطلوب نیست. از نظر پاسخ‌دهندگان، استفاده از زبان محلی باید با کیفیت ادبی، احترام فرهنگی و تناسب با فضای حماسی و اجتماعی تجمع همراه باشد. این حساسیت نشان می‌دهد که مخاطب تبریزی در مواجهه با امر فرهنگی، فقط خواهان دیده شدن نیست و خواهان دیده شدن آبرومندانه و در سطحی شایسته است.

در اینجا یک نکته راهبردی برای برگزارکنندگان وجود دارد. بهره‌گیری از ظرفیت شاعران، مداحان، گویندگان، گروه‌های سرود و روایتگران بومی، اگر با انتخاب حرفه‌ای و استاندارد همراه باشد می‌تواند شکاف میان رخداد ملی و هویت محلی را پر کند. اما اگر این کار صرفاً به نام بومی‌سازی و بدون توجه به کیفیت انجام شود، نتیجه معکوس خواهد داشت. زیرا مخاطب محلی نسبت به کیفیت عناصر بومی سخت‌گیرتر از عناصر غیربومی است.

و نمادین است. جامعه امروز، به ویژه در رخداد‌های خیابانی، به سرعت میان این دو تمایز می‌گذارد.

پذیرایی، موکب و مرز میان خدمت و حاشیه

در پاسخ‌ها اشاره‌هایی به موکب‌ها، پذیرایی و گاه افراط در این بعد دیده می‌شود. برخی پاسخ‌دهندگان ظاهراً از اصل خدمت رسانی استقبال کرده‌اند، اما بعضی دیگر نگران شده‌اند که تجمعات بیش از حد به فضای پذیرایی، شلوغی فرعی یا حتی نوعی فستیوال نزدیک شود. این دو نگاه در کنار هم نکته مهمی را روشن می‌کند. خدمت‌رسانی زمانی ارزشمند است که در خدمت معنای اصلی رخداد باشد، نه جایگزین آن. به عبارت دیگر وسیله و هدف نباید جای یکدیگر را بگیرند.

در فرهنگ دینی و مردمی ایران، موکب و پذیرایی حامل معنای مهمی از کرامت، مهمان‌نوازی، همدلی و مشارکت داوطلبانه است. بنابراین حذف ساده آن نه ممکن است و نه مطلوب. اما وقتی حجم و نوع این خدمات چنان زیاد شود که توجه از پیام اصلی منحرف گردد یا وقتی موکب‌ها به عرصه رقابت پنهان نهادها، گروه‌ها و برندها بدل شوند، کارکردشان تغییر می‌کند. برخی پاسخ‌ها نشان می‌دهد که مردم این لغزش را احساس کرده‌اند و نگران حاشیه رفتن اصل پیام هستند.

از منظر جامعه‌شناختی، هر رخداد جمعی در معرض نوعی تراکم حواشی است. یعنی به تدریج عناصر جانبی آن قدر رشد می‌کنند که متن اصلی زیر سایه می‌رود. در تجمعات شبانه، این خطر درباره پذیرایی، سخنران محوری، موسیقی و مداحی تکراری، تبلیغات سازمانی و حتی عکاسی و فیلمبرداری وجود دارد. مردم با دقتی قابل توجه این خطر را شناسایی کرده‌اند. آنان نمی‌گویند این عناصر نباشد؛ می‌گویند نسبت آنها با اصل رخداد باید تنظیم شود.

در نتیجه، طراحی موکب‌ها و خدمت‌رسانی باید بر اساس فلسفه رخداد بازتنظیم شود. موکب اگر به تسهیل حضور خانواده‌ها، سالمندان و کودکان کمک کند، مفید است. اگر امکان گفتگوی فرهنگی، توزیع اقلام نمادین یا معرفی فعالیت‌های مردمی را فراهم سازد، مفید است. اما اگر تنها به

رسانه‌ای که جمع را از پایین روایت کند، با مردم گفتگو کند، زبان و چهره شهر را نشان دهد و از اغراق و صحنه‌سازی فاصله بگیرد، به تثبیت اعتماد کمک می‌کند. بنابراین سیاست رسانه‌ای باید بخشی از طراحی اجتماعی رخداد باشد.

مسئولان در میدان: حضور واقعی یا نمایش اداری

در شماری از پاسخ‌ها، مردم خواهان حضور مسئولان شده‌اند. جامعه همیشه از حضور مسئولان یک معنا را اراده نمی‌کند. گاهی منظور حمایت، پاسخگویی و همدلی است و گاهی مرادش صرفاً دیدن چهره‌های رسمی در میان جمع نیست. اگر پاسخ‌ها را در کنار گلایه‌ها از ارگانی شدن و تشکرهای سازمانی بگذاریم، روشن می‌شود که مردم میان حضور مسئولان و نمایش مدیریتی تفاوت می‌گذارند.

از دید بخشی از پاسخ‌دهندگان، مسئولان باید در میدان باشند تا نشان دهند از مردم جدا نیستند، مطالبات را مستقیم بشنوند، وضعیت اجرایی را لمس کنند و در قبال ضعف‌ها پاسخگو باشند. چنین حضوری می‌تواند اعتمادزا باشد. اما اگر حضور مسئولان به شکل صف اول، جایگاه ویژه، دوربین، تشریفات و دیده شدن نمادین باشد، اثر معکوس می‌گذارد. در این صورت، میدان مردمی به صحنه حضور اداری تبدیل می‌شود و فاصله میان بدنه جمعیت و ساختار رسمی بیشتر احساس می‌گردد.

این دوگانه در بسیاری از مناسبت‌های عمومی وجود دارد، اما در تجمعات جنگ رمضان حساس‌تر است. چون اصل این رخداد بر جوشش از پایین و عاطفه مردمی استوار است. بنابراین هر نشانه‌ای از سلطه بوروکراسی بر فضا، سریع‌تر دیده می‌شود. مردم در پاسخ هایشان به زبان‌های مختلف این مرز را مشخص کرده‌اند. نهادها کمک کنند، اما مالک صحنه نشوند؛ مسئولان بیایند، اما خود رخداد را به مراسم اداری بدل نکنند.

از منظر سیاست‌گذاری، این موضوع اهمیت زیادی دارد. اگر مدیران و مسئولان خواهان حضور در چنین میدان‌هایی هستند، باید شیوه حضور خود را بازتعریف کنند. حضور بی‌حاشیه، بدون تشریفات، در متن مردم و همراه با اقدام عملی پس از شنیدن مطالبات، بسیار موثرتر از حضور رسمی

مردمی بماند، اما در عین حال حرفه‌ای، باکیفیت و آبرومند هم باشد.

گونه‌شناسی مطالبات مردمی و تنش‌های پنهان در تجربه تجمعات جنگ رمضان

اگر در صفحات قبل، کوشش اصلی بر این بود که تجمعات جنگ رمضان به مثابه یک میدان اجتماعی بازخوانی شود، در این بخش باید یک گام جلوتر رفت و خود مطالبات مردمی را دسته‌بندی کرد. اهمیت این کار در آن است که همه درخواست‌ها از یک جنس نیستند. برخی مطالبات ماهیت زیرساختی دارند، برخی هویتی‌اند، بعضی معطوف به معنا و روایت‌اند، برخی ناظر به کیفیت تجربه شهری‌اند و شماری نیز به نسبت قدرت میان مردم و نهادهای بازمی‌گردند. اگر این تفاوت‌ها دیده نشود، برگزارکنندگان با انبوهی از پیشنهادهای ظاهراً پراکنده روبه‌رو می‌شوند و در نهایت یا به چند اقدام سطحی بسنده می‌کنند یا به دلیل ازدحام مطالبات، از طراحی منسجم بازمی‌مانند.

در این داده‌ها، تعدد خواسته‌ها مهم است اما مهم‌تر همزیستی خواسته‌های همسو و ناهمسو است. مردم در عین حال که برنامه پرشور می‌خواهند از کش‌دار شدن آن ناراضی‌اند. در حالی که خواهان حضور مسئولان هستند، از ارگانی شدن فضا می‌هراسند. از حمایت نهادی استقبال می‌کنند، اما از تصاحب نمادین رخداد ناراحت می‌شوند. هم بر محتوای سنگین و تبیینی تأکید دارند، هم بر کوتاهی، جذابیت و قابل فهم بودن برنامه. از گسترش میدان عمومی سخن می‌گویند اما همزمان بر حق آسایش ساکنان و کاهش مزاحمت شهری نیز حساس‌اند. همین همزمانی، بخش دوم را به نقطه‌ای کلیدی برای فهم منطق اجتماعی تجمعات تبدیل می‌کند.

در واقع، آنچه پیش روی ماست، صرفاً یک فهرست مدیریتی نیست، بلکه یک ساختار انتظاری پیچیده است که اگر با نگاه تقلیل‌گرایانه فهم شود، به سرعت به تناقض‌های ظاهری فروکاسته می‌شود اما اگر با نگاه جامعه‌شناختی خوانده شود، این تناقض‌های ظاهری به شکل تنش‌های سازنده ظاهر می‌شوند که در دل هر رخداد عمومی زنده وجود دارند و هنر مدیریت فرهنگی، تنظیم هوشمندانه نسبت میان آنهاست.

مصرف، ازدحام، اتلاف وقت یا خودنمایی منجر شود، به تدریج از مشروعیت مردمی فاصله می‌گیرد.

کیفیت اجرا و بحران میان مایگی فرهنگی

از ساحت‌های معنادار داده‌ها، نارضایتی از کیفیت برخی اجراها، سخنرانان، مجریان و محتواهای ارائه شده را می‌توان از سایر ابعاد مجزا کرد. شاید این نارضایتی در ظاهر به شکل گلایه از یک فرد یا برنامه خاص بیان شده باشد اما در سطح بنیادی‌تر، به بحران میان مایگی فرهنگی اشاره می‌کند. جامعه‌ای که در معرض انواع محتواهای حرفه‌ای، رسانه‌ای و هنری قرار دارد، دیگر هر اجرای صحنه‌ای را نمی‌پذیرد. رخدادی که مدعی برانگیختن حس ملی، دینی و جمعی در مقیاس وسیع است، ناگزیر باید از سطحی از کیفیت برخوردار باشد که در حد مخاطب و موضوع باشد.

در پاسخ‌ها، مردم از سخنران باسواد، بیان مناسب، تحلیل مختصر و مفید، برنامه متنوع و محتوای سطح بالا سخن گفته‌اند که نشانه ارتقای سطح انتظار فرهنگی شهروندان است. اگر برگزارکنندگان همچنان با منطق حداقل‌ها، چهره‌های تکراری، متن‌های کلیشه‌ای و اجراهای کم‌رمق جلو بروند، نه تنها مخاطب را حفظ نمی‌کنند، بلکه خود رخداد را نیز فرسوده می‌سازند. فرسودگی رخدادهای جمعی، معمولاً نه از مخالفت بیرونی بلکه از افت درونی کیفیت آغاز می‌شود.

تبریز به عنوان شهری با سابقه فرهنگی، مذهبی و سیاسی، نسبت به این مسئله حساس‌تر است و کیفیت پایین نوعی بی‌اعتنایی به شأن مخاطب تلقی می‌شود. وقتی مردم با صراحت از تفاوت سطح برنامه‌ها با برخی شهرهای دیگر حرف می‌زنند، در واقع از یک رقابت نمادین نیز سخن می‌گویند. آنان نمی‌خواهند شهرشان در رخدادهای عمومی با سطحی پایین‌تر بازنمایی شود. این غیرت شهری اگر درست فهم شود، می‌تواند به موتور ارتقای کیفیت بدل گردد. در اینجا لازم است میان مردمی بودن و غیرحرفه‌ای بودن تمایز گذاشته شود. برخی گمان می‌کنند اگر رخداد مردمی است، پس می‌تواند با هر سطحی از اجرا پیش برود ولی داده‌ها خلاف این را نشان می‌دهد. مردم می‌خواهند رخداد

در نتیجه، اگر برگزارکنندگان بخواهند این خوشه مطالبه را جدی بگیرند باید از تصور سنتی تربیون فاصله بگیرند. جامعه امروز، به ویژه در میدان‌های خیابانی، کمتر با گفتارهای مطول و خطی ارتباط برقرار می‌کند. مردم بیشتر به روایت‌های دقیق، مثال‌های روشن، داده‌های قابل اتکا و صورت‌های بیانی زنده پاسخ می‌دهند.

مطالبات معطوف به تجربه: مردم کیفیت زیستن در تجمع را موضوع قرار داده‌اند

دسته دوم، مطالباتی است که به تجربه عینی و زیسته حضور در میدان مربوط می‌شود. در اینجا موضوع این نیست که برنامه چه می‌خواهد بگوید بلکه مهم است که مردم چگونه آن را زندگی می‌کنند. زمان‌بندی، طول برنامه، جای ایستادن، شنیده شدن صدا، امکان حضور خانواده، رفت و آمد، ازدحام، آسایش ساکنان اطراف، نظم ورود و خروج و حتی توزیع امکانات نمادین مانند پرچم که از آن سخن رفت، همگی در این خوشه قرار می‌گیرند.

این دسته از مطالبات نشان می‌دهد که رخداد عمومی، علاوه بر یک متن فرهنگی، یک وضعیت بدنی و فضایی هم هست. مردم با گوش، چشم، پا، کودک همراه، وسیله نقلیه، خستگی شبانه و نگرانی بازگشت به خانه وارد میدان می‌شوند. بنابراین کیفیت تجربه، نقش تعیین‌کننده‌ای در تکرار مشارکت دارد. واقعه‌ای که از لحاظ معنا قوی باشد اما از لحاظ تجربه آزاردهنده، به تدریج مشارکتش را از دست می‌دهد.

اهمیت این خوشه در آن است که از نوعی بلوغ اجتماعی پرده برمی‌دارد. جامعه‌ای که درباره جزئیات تجربه حضور حرف می‌زند، در واقع از برگزارکننده می‌خواهد که مردم را نه به عنوان جمعیت که به عنوان بدن‌های حاضر، زمان‌های محدود و شرایط متفاوت زندگی ببیند. این مطالبه، نشانه گذار از آماری دانستن قضیه به انسانی دانستن آن است.

در این نقطه، یک خطر مدیریتی دیده می‌شود. برخی نهادها گمان می‌کنند توجه به تجربه مردم، امری فرعی و خدماتی است که می‌توان آن را به حاشیه سپرد. اما در عمل، تجربه همان جایی است که مشروعیت این تجمعات شکل می‌گیرد یا فرومی‌ریزد. ممکن است محتوای برنامه در سطح کارشناسی خوب طراحی شده باشد اما اگر فرد با کودک

در این بخش، مطالبات مردمی در قالب چند خوشه اصلی بازخوانی می‌شوند. هدف از این خوشه‌بندی، کشف منطق پنهانی است که پشت هر دسته از خواسته‌ها قرار دارد. به همین دلیل، هر خوشه تنها به مثابه نشانه‌ای از یک نیاز اجتماعی، یک نگرانی جمعی یا یک صورت خاص از رابطه مردم با میدان عمومی تحلیل خواهد شد.

مطالبات معطوف به معنا: وقتی مردم فقط حضور نمی‌خواهند، فهم هم می‌خواهند

یکی از منسجم‌ترین دسته‌های مطالبات، خواسته‌هایی است که مستقیماً به معنا، تبیین، روایت و فهم مربوط می‌شود. در این خوشه، مردم از سخنران فرد آگاه و باسواد، تحلیل عمیق و البته کوتاه، بازخوانی تاریخ، پاسخ به شبهات، روایت تحولات روز و ارتقای قدرت استدلال عمومی سخن گفته‌اند. این مجموعه را نباید صرفاً در چارچوب «برنامه فرهنگی» طبقه‌بندی کرد. در واقع، اینها بیانگر میل جامعه به معنادار شدن حضور خود است.

حضور جمعی اگر فاقد روایت باشد، دوام نمادین پیدا نمی‌کند. افراد ممکن است یک یا چند بار در یک رخداد حاضر شوند ولی برای اینکه آن حضور به بخشی از حافظه و هویت آنان تبدیل شود باید بتوانند آن را بفهمند، برای بیانش زبان مخصوص پیدا کنند و در فضاهای عمومی مثل پارک و بازار از آن دفاع نمایند. پاسخ‌های مردم به روشنی نشان می‌دهد که آنان فقط تحت تاثیر فضای احساسی قرار نمی‌گیرند و می‌خواهند برای عاطفه خود پشتوانه شناختی داشته باشند. این خواسته، جامعه را از سطح مشارکت واکنشی به سطح مشارکت آگاهانه نزدیک می‌کند.

در اینجا باید به یک نکته مهم توجه کرد. مطالبه معنا، لزوماً به معنای علاقه به سخنرانی‌های طولانی و کلاسیک نیست. برعکس، بسیاری از پاسخ‌ها از خستگی نسبت به گفتارهای شعاری، کلیشه‌ای یا کم‌عمق خبر می‌دهند. بنابراین جامعه در این بخش، هم معنا می‌خواهد و هم فشردگی. هم فهم می‌خواهد و هم خوش بیانی. هم محتوا می‌خواهد و هم تناسب با ذائقه شنیداری امروز. این نشان می‌دهد که مسئله هم کمبود محتواست و هم شکل ارائه معنا.

مطالبات معطوف به مشارکت: مردم می‌خواهند در رخداد حاضر باشند نه زیردست آن

یکی از اساسی‌ترین خوشه‌های مطالباتی به مسئله شراکت بازمی‌گردد. در این سطح، مردم علاوه بر آنکه خواهان بهبود جزئیات برنامه هستند که فرای آن درباره موقعیت خود در کل ساختار رخداد سخن می‌گویند. تأکید بر مردمی ماندن، کاهش دخالت ارگانی، واگذاری برخی امور به خود مردم و اعتراض به دیده شدن بیش از حد نهادها، همه نشان می‌دهد که جامعه نسبت به جایگاه خویش در این میدان جدیدالمنمو حساس است.

در اینجا با یک مطالبه حیثیتی مواجهیم. مردم می‌خواهند رخداد به نام آنان باشد، با آنان شکل بگیرد و در نشانه‌شناسی عمومی نیز چنین دیده شود. اگر حضور نهادها از سطح پشتیبانی عبور کند و به سطح مالکیت نمادین برسد، این حس شراکت آسیب می‌بیند. در چنین وضعی مردم ممکن است همچنان در رخداد حاضر شوند اما کیفیت حضورشان تغییر می‌کند. آنان دیگر خود را سازنده میدان نمی‌دانند که مصرف‌کننده برنامه‌ای می‌شوند که برایشان چیده شده است. مطالبه شراکت، همچنین به این معناست که جامعه خواهان دیده شدن کنش خرد و داوطلبانه است. مثلاً وقتی کسی بر توزیع پرچم، نقش مردم در اداره طبیعی تجمع یا پرهیز از رسمی شدن بیش از حد فضا تأکید می‌کند، در واقع از ارزش کنش‌های کوچک مردمی دفاع می‌کند. این نوع کنش‌ها هستند که رخداد را از حالت مهندسی شده خارج می‌کنند و به آن روح و غنا می‌بخشند.

فوت کوزه‌گری اینجاست که مردم در عین حال از امکانات، هماهنگی و پشتیبانی بیشتر نیز استقبال می‌کنند. پس مسئله نفی نهاد نیست اما مسئله، تنظیم نسبت نهاد و مردم است. جامعه، نهاد پشتیبان می‌خواهد نه نهاد صاحب‌صحنه. هر سیاست‌گذاری که این مرز را نشناسد، در نهایت با بحران اعتماد مواجه می‌شود؛ حتی اگر از نظر اجرایی موفق به نظر برسد.

خردسال، سالمند، یا خستگی پس از کار روزانه نتواند آن را تحمل کند، در ذهن او رخداد به عنوان برنامه‌ای برای دیگران ثبت می‌شود، نه برای ضمیر ما. این مرز بسیار تعیین‌کننده است.

مطالبات معطوف به منزلت: مردم از کیفیت، آبرومندی و وقار سخن می‌گویند

در میان پاسخ‌ها، یک بخش‌های کلیدی صریح اما بسیار پررنگ وجود دارد و آن مطالبه شأن است. شأن در اینجا به معنای آبرومندی فرهنگی، متانت اجرایی، سطح مناسب محتوا و حفظ وقار جمعی رخداد است. وقتی مردم از سخنران ضعیف، اجرای کم‌کیفیت، مداحی تکراری، لحن نامتناسب یا شبیه شدن تجمعات به فستیوال ابراز نارضایتی می‌کنند، در واقع از کاهش منزلت یا همان جایگاه رخداد نگرانند.

این شأنیت اهمیت زیادی دارد چون نشان می‌دهد که مشارکت‌کنندگان نه تنها به اصل ارزش‌ها متعهد هستند که به نحوه بازنمایی آن ارزش‌ها نیز حساس‌اند. برای آنان مهم است که تجمعی که به نام دفاع از دین، کشور، مقاومت یا همبستگی عمومی برگزار می‌شود از حیث فرم و اجرا نیز درخور همین نام‌ها باشد. اگر فاصله میان ادعای نمادین رخداد و کیفیت عملی آن زیاد شود، مردم این فاصله را نوعی بی‌اعتباری تجربه می‌کنند.

در تبریز، این مطالبه منزلت با هویت شهری نیز پیوند می‌خورد. شهروند تبریزی در این پاسخ‌ها بارها نشان داده که نسبت به آبرو، سنگینی، متانت و سطح فرهنگی حساس است. از همین رو، درخواست برای شعر ترکی فاخر، محتوای سطح بالا و پرهیز از عناصر سطحی یا کم‌مایه، دفاع از شأن فرهنگی شهر است.

این نوع مطالبه، برای برگزارکنندگان دو پیام دارد. اول اینکه کیفیت را نباید امر تجمعی دانست. کیفیت خود بخشی از معناست. دوم اینکه مردمی بودن، به هیچ وجه مجوز سقوط استاندارد نیست. اگر رخدادی مردمی است، اتفاقاً باید نسبت به سطح خود حساس‌تر باشد چون هر ضعف آن مستقیماً در حافظه جمعی شهر ثبت می‌شود.

غلبه می‌دهد و تعادل رخداد را بر هم می‌زند یا برای راضی کردن همه، مجموعه‌ای ناهمگون و بی‌انسجام تولید می‌کند.

الف) تنش میان مردمی بودن و سازمان یافتگی: یکی از بنیادی‌ترین تنش‌ها، نسبت میان جوشش مردمی و نظم سازمانی است. مردم از یک سو بر مردمی ماندن رخداد تأکید می‌کنند و از سوی دیگر، خواهان امکانات، نظم، حمل‌ونقل، پرچم، پوشش رسانه‌ای و برنامه ریزی بهترند. این یعنی جامعه نه هرج و مرج را می‌خواهد و نه تسلط بوروکراسی را. خواسته واقعی، چیزی میان این دو یعنی سازمان یافتگی نامرئی است.

سازمان یافتگی نامرئی یعنی ساختار باید آن قدر کارآمد باشد که کمبودها را رفع کند اما آن قدر در صحنه برجسته نشود که میدان را از مردم بگیرد. این لطیف‌ترین و دشوارترین مطالبه داده‌هاست چون در عمل، بسیاری از نهادها یا به سمت رهاشدگی می‌روند یا به سمت تصرف در حالی که جامعه از آنان نوعی مهارت پشت صحنه می‌خواهد.

ب) تنش میان شور جمعی و عمق معنایی: تنش دوم، نسبت میان هیجان و فهم است. برنامه اگر فقط شورآفرین باشد، به سرعت مصرف می‌شود. اگر فقط معرفتی باشد، ممکن است از جذابیت تهی شود. پاسخ‌های مردم نشان می‌دهد که آنان هر دو را می‌خواهند اما نه به صورت جمع مکانیکی که در نسبتی زنده و هوشمندانه. این یعنی فرم و محتوا باید یکدیگر را تقویت کنند.

در واقع، جامعه از برگزارکنندگان می‌خواهد که از دوگانه‌سازی کاذب عبور کنند. نه هر برنامه شاد و حماسی سطحی است، نه هر سخنرانی، جدی عمیق. ملاک، کیفیت طراحی نسبت میان این دو است.

ج) تنش میان مرکزیت میدان و عدالت دسترسی: تنش سوم، میان تمرکز و پراکندگی است. میدان مرکزی، شکوه، وحدت و نمایش قدرت جمعی را تقویت می‌کند. همین تمرکز می‌تواند دسترسی بخشی از مردم را کاهش دهد. از طرفی، توزیع محله‌ای رخدادها که مشارکت را فراگیرتر می‌کند از طرفی ممکن است از وزن نمادین مرکز بکاهد. مردم به شکل مستقیم یا ضمنی هر دو نیاز را بیان کرده‌اند.

مطالبات معطوف به استمرار: جامعه فقط به یک شب فکر نمی‌کند

بخشی از پاسخ‌ها از افقی وسیع‌تر از برگزاری همان شب‌ها خبر می‌دهد. وقتی مردم بر برنامه برای کودکان و نوجوانان، ارتقای فهم عمومی، ساخت حافظه جمعی یا ماندگار شدن نمادها تأکید می‌کنند در واقع رخداد را به عنوان یک واکنش زودگذرنمی‌بینند. این رخداد در نظر آنها به عنوان فرایندی مستمر است.

در این خوشه، آنچه مهم است توانایی رخداد برای تولید اثر ماندگار است. مثلاً پرچم، در اینجا فقط وسیله‌ای برای امتداد حضور به خانه و خیابان است و برنامه کودک، سرمایه‌گذاری برای نسل بعدی است و تبیین، تقویت حافظه استدلالی جامعه است. حتی مطالبه پوشش رسانه‌ای نیز در این افق، تلاشی برای تثبیت رخداد در حافظه عمومی و نه صرفاً ثبت خبری آن به شمار می‌آید. یعنی همه چیز معطوف به آینده است.

در همین جاست که می‌توان گفت بخشی از پاسخ‌دهندگان، در سطحی ضمنی، خود به زبان سیاست فرهنگی سخن می‌گویند. آنها می‌دانند که هر رخداد عمومی اگر به حافظه، نسل بعد، نمادها و روایت‌ها متصل نشود، دیر یا زود فرسوده می‌شود.

برای برگزارکنندگان، این خوشه معنای روشنی دارد: اگر تمام انرژی صرف اداره موفق یک شب شود ولی حلقه اتصال آن با آینده نادیده گرفته شود، ظرفیت واقعی رخداد از دست می‌رود.

تنش‌های پنهان در دل مطالبات مردمی

پس از گونه‌شناسی مذکور، اکنون می‌توان به تنش‌های درونی مطالبات پرداخت. باید یادآور شد که این تنش‌ها نشانه ناسازگاری جامعه نیستند و آنها را می‌توان حاصل پیچیده شدن تجربه جمعی در جامعه شهری امروز دانست که وقوعشان لاجرم است. مردم در فضای واقعی زندگی می‌کنند و به همین دلیل خواسته‌های آنان نیز تک بعدی نیست. هر سیاست‌گذار اگر این تنش‌ها را نبیند، به ناچار به یکی از دو خطا دچار می‌شود. یا یک خواسته را بر دیگری

خطاهای مدیریتی پرتکرار و پیامدهای اجتماعی بی‌توجهی به داده‌های مردمی

بایسته است روشن شود که از دل این داده‌ها چه گره‌های راهبردی بیرون می‌آید. گره راهبردی با مسئله اجرایی ساده تفاوت دارد. مسئله اجرایی ممکن است با یک دستور، بودجه محدود یا تغییر جزئی قابل حل باشد اما گره راهبردی به نقطه‌ای گفته می‌شود که اگر به درستی فهم نشود، مجموعه‌ای از اختلال‌ها، نارضایتی‌ها و فرسایش‌ها را در سطوح مختلف ایجاد می‌کند. به بیان دیگر، گره راهبردی مانند مفصل یک پیکر است که اگر درست کار نکند حرکت کل بدن را دشوار می‌سازد.

پاسخ‌های مردمی درباره تجمعات شبانه تبریز به روشنی نشان می‌دهد که بخش مهمی از چالش‌ها نه از سوء نیت که ناشی از ضعف در خواندن دقیق میدان است. در بسیاری از رخدادهای عمومی، مدیران فرهنگی و شهری تصور می‌کنند اگر اصل برنامه برقرار باشد و جمعیت هم حضور داشته باشد، کار پیش رفته است در حالی که داده‌های این مطالعه نشان می‌دهد اجتماع، صرفاً با معیار برگزاری سنجیده نمی‌شود. ممکن است برنامه‌ای از نظر ظاهری موفق باشد اما در زیر پوست خود، نشانه‌هایی از رنجش، خستگی، فاصله گرفتن، بی‌اعتمادی یا احساس نادیده گرفته شدن انباشته کند. این نشانه‌ها معمولاً در همان شب به بحران تبدیل نمی‌شوند، اما در تکرارهای بعدی خود را در افت مشارکت، کاهش کیفیت حضور، تغییر لحن گفتار عمومی و بی‌تفاوتی تدریجی نشان می‌دهند و چون این موارد خیلی زود قابل تشخیص و سنجش نیست، از چشم پنهان می‌مانند.

از همین رو به توضیح خطاهای مدیریتی پرتکراری که این گره‌ها را تشدید می‌کند می‌پردازیم و نهایتاً تحلیل پیامدهای اجتماعی بی‌توجهی به چنین داده‌هایی را بررسی می‌کنیم. هدف این بخش آن است که نشان دهد چرا مطالعه دیدگاه‌های مردم نباید در حد یک پیوست تشریفاتی روی میز باقی بماند.

خطاهای مدیریتی پرتکرار در پرتو داده‌ها

۱. تقلیل مشارکت به حضور فیزیکی: یکی از رایج‌ترین خطاها، این است که مشارکت صرفاً با شمار جمعیت

این تنش نشان می‌دهد که رخداد در آینده احتمالاً نیازمند مدل ترکیبی باشد که هم یک کانون اصلی برای تجلی جمعی و هم سازوکارهای مکمل محله‌ای برای تسهیل حضور فراهم شود. این الگو الان هم اجرا می‌شود و بر اساس تطور تجمعات و عقل سلیم پدیدار شده است اما به فراگیری بیشتر نیاز دارد.

(د) تنش میان فراگیری عمومی و حفظ عظمت رخداد: هر

رخداد مردمی برای گسترش دامنه مشارکت، ناگزیر به زبان ساده، فرم جذاب و فضای بازتر نیاز دارد از سویی همین روند اگر بدون دقت انجام شود، ممکن است به افت سطح، شلختگی نمادین یا کاهش وقار بینجامد. پاسخ‌های مردم نشان می‌دهد که آنان هم فراگیری را می‌خواهند و هم شأن را.

اگر زبان برنامه بیش از حد نخبه‌گرا شود، بخشی از مخاطبان کنار می‌روند. اگر بیش از حد ساده‌سازی شود، احساس سطحی شدن به وجود می‌آید. بنابراین راه حل نه در انتخاب یکی از دو قطب، بلکه در چندلایه کردن طراحی برنامه است یعنی لایه‌هایی که هم مخاطب عام را نگه دارد و هم مخاطب حساس‌تر را ناامید نکند.

جدول شماره ۱ - تنش‌های دوگانه و راحل‌ها

تنش راهبردی	توضیح	راه حل
شور / شعور	مردم هم حماسه می‌خواهند هم تحلیل‌تیبینی کوتاه و قوی	برنامه دو لایه: بخش احساسی کنار بخش
مردمی بودن / پشتیبانی نهادی	مردم کمک می‌خواهند ولی تصاحب نمی‌خواهند	نهادها پشتیبان باشند، صحنه در اختیار مردم بماند
فراگیری / کیفیت	برنامه باید عامه فهم باشد ولی سطحی نشود	طراحی چندسطحی برای گروه‌های مختلف مخاطب
مرکزیت / دسترسی محلی	تجمع مرکزی شکوه دارد ولی برای همه در دسترس نیست	مدل ترکیبی: کانون مرکزی به همراه برنامه‌های مکمل محله‌ای
مناسکی بودن / ماندگاری اجتماعی	اگر فقط مناسبتی باشد، اثرش زود از بین می‌رود	پیوند با تربیت نوجوان، رسانه و حافظه محلی

پیامدهای اجتماعی بی‌توجهی به داده‌های مردمی

۱. فرسایش تدریجی اعتماد فرهنگی: وقتی مردم احساس کنند که هر چقدر می‌گویند اما تغییری رخ نمی‌دهد به تدریج اعتمادشان به امکان اصلاح کاهش می‌یابد. این فرسایش معمولاً ناگهانی نیست و آهسته و خاموش رخ می‌دهد. افراد دیگر کمتر پیشنهاد می‌دهند، کمتر دل می‌سوزانند و کمتر درگیر بهبود می‌شوند. این به معنای کاهش گفتگوی میان مردم و برگزارکنندگان و شکاف بین این دو است.

۲. عادی شدن کیفیت پایین: اگر ضعف‌های محتوایی یا اجرایی تکرار شود و اصلاح نشود، تدریجاً سطح توقع عمومی پایین می‌آید. این وضعیت به دلیل اینکه رخداد ظاهراً ادامه دارد، اما جامعه به کیفیت پایین عادت کرده است، خطرناک است. در چنین شرایطی، میدان از قدرت الهام بخشی خود خالی می‌شود.

۳. عقب‌نشینی خاموش گروه‌های حساس‌تر: گروه‌هایی که از نظر فرهنگی، فکری یا خانوادگی حساس‌ترند معمولاً پیش از دیگران نسبت به افت کیفیت واکنش نشان می‌دهند. اما واکنش آنان لزوماً پر سر و صدا نیست. گاه فقط کمتر می‌آیند، کمتر می‌مانند یا کمتر توصیه می‌کنند. این عقب‌نشینی خاموش، نشانه مهمی از کاهش عمق اجتماعی رخداد است.

۴. تقویت شکاف میان مردم و نهادها: اگر مرز پشتیبانی و تصاحب به درستی تنظیم نشود میدان به محل انباشت بدبینی تبدیل می‌شود. حتی اگر نیت نهادها خیر باشد، برداشت عمومی می‌تواند به سمت نمایشی شدن برود. این شکاف اگر شکل بگیرد، ترمیم آن دشوار خواهد بود چون به لایه‌های نمادین و حیثیتی مربوط است.

۵. کاهش توان بازتولید نسلی: اگر نسل جدید در طراحی برنامه جدی گرفته نشود، این تجمعات در آینده با بحران تداوم روبه‌رو می‌شود. مشارکت‌هایی که فقط بر حافظه نسل حاضر تکیه دارند در بلندمدت پایدار نمی‌مانند. بی‌توجهی به این مسئله، در واقع نادیده گرفتن آینده اجتماعی تجمعات است.

سنجیده شود. در این نگاه، اگر مردم آمده‌اند، پس برنامه موفق بوده است. اما همان طور که داده‌ها نشان می‌دهد، حضور فیزیکی بدون رضایت معنایی، تجربه مثبت، حس شراکت و امکان تداوم، شاخص کافی نیست. مشارکت واقعی زمانی شکل می‌گیرد که فرد خود را بخشی از میدان بداند. از طرفی، افرادی هستند که دوست دارند حاضر باشند اما دسترسی‌های لازم را ندارند؛ این گروه را نیز باید جزء مشارکت‌کنندگان بالقوه به شمار آورد که اگر امکانش فراهم شود، حاضر می‌شوند.

۲. غلبه نگاه مناسبتی بر نگاه فرایندی: خطای دوم، دیدن رخداد فقط به عنوان یک مناسبت است. در این حالت، همه انرژی صرف برگزاری شب‌های خاص می‌شود و پیوند آن با حافظه جمعی، آموزش، رسانه، نسل جدید و بازخورد مردمی به حاشیه می‌رود. در حالی که بسیاری از پیشنهادها دقیقاً از ما می‌خواهند که از این نگاه مقطعی فاصله بگیریم.

۳. یکسان انگاری مخاطبان: مدیران گاه با مردم به مثابه یک توده واحد برخورد می‌کنند. حال آنکه داده‌ها نشان می‌دهد مخاطبان بسیار متنوع‌اند. نوجوان، خانواده، سالمند، فعال فرهنگی، ساکن محله راننده، فرد پیگیر تحلیل، فرد حساس به هویت بومی و... پس یک طراحی یکپارچه و تک قشری، ناگزیر بخشی از این تنوع را نادیده می‌گیرد.

۴. غفلت از نمادهای کوچک اما پراثر: گاهی تمرکز مدیران بر اجزای بزرگ و رسمی است حال آنکه مردم به نمادهای کوچک اما تعیین‌کننده نیز حساس‌اند. از جمله پرچم، لحن مجری، کیفیت شعر، نظم صف، امکان شنیده شدن و حس آبرومندانه بودن فضا.

۵. دفاع تدافعی در برابر نقد مردمی: خطای پنجم، مواجهه تدافعی با نقدهاست. برخی برگزارکنندگان، پیشنهادهای انتقادی را به حساب بی‌انصافی، سخت‌گیری یا قدرشناسی می‌گذارند. اما در این مطالعه روشن است که بخش مهمی از نقدها از موضع تعلق و دلسوزی بیان شده‌اند. نادیده گرفتن این نقدها، نه تنها یک اشتباه ارتباطی است که موجب از دست رفتن فرصت یادگیری نهادی میشود.

از اصلاحات بعدی خواهد بود. هنگامی که میدان به عنوان یک کل دیده شود، تصمیم‌گیری‌ها نیز دیگر تک بعدی نخواهد بود. محتوا، فضا، زمان، خدمات، زبان، حمل‌ونقل، رسانه، نظم، زیبایی‌شناسی و حضور نهادها، همگی باید در یک تصویر واحد فهم شوند.

اصل دوم: بازگرداندن مرکزیت به معنا بدون قربانی کردن جذابیت

داده‌ها نشان می‌دهد که یکی از اصلی‌ترین مطالبات مردم، بازیابی عمق معنایی رخداد است. اما این مطالبه را نباید به معنای بازگشت به فرم‌های خشک، طولانی و کم‌اثر فهمید. جامعه نه خواستار حذف جذابیت است و نه راضی به سطحی شدن. آنچه مطالبه می‌شود، پیوند دوباره معنا و کشش است یعنی رخدادی که در آن مخاطب هم درگیر شود و هم بیاموزد، هم متأثر شود و هم بفهمد، هم با جمعیت همراه شود و هم چیزی برای اندیشیدن با خود ببرد.

برای تحقق این اصل، باید از طراحی تک‌صدایی فاصله گرفت. میدان عمومی امروز، به ویژه در شهری چون تبریز با سرمایه تاریخی بالا، نیازمند لایه‌بندی محتوایی است. بخشی از برنامه می‌تواند بر برانگیختن احساس جمعی متمرکز باشد، بخشی بر تبیین روشن و کوتاه، بخشی بر روایت، بخشی بر شعر و ادبیات وزین و بخشی بر پیوند دادن رخداد با مسائل عینی زندگی مردم. ضعف بسیاری از برنامه‌های عمومی این است که همه اجزا در یک لحن، یک ریتم و یک سطح طراحی می‌شوند. نتیجه آن، یا یکنواختی خسته‌کننده است یا غلبه هیجان کوتاه مدت بدون ماندگاری.

بازگرداندن مرکزیت به معنا، مستلزم انتخاب دقیق خطیب، مجری، شاعر، مداح، راوی و طراح محتوایی است. این انتخاب نباید بر اساس شهرت، تکرارهای قبلی یا دسترسی آسان انجام شود. جامعه در پاسخ‌های خود به صراحت نشان داده که به کیفیت تشخیص دارد. بنابراین هر عنصر ضعیف پیامی درباره جدی نگرفتن مخاطب منتقل می‌کند. احترام به مردم، در سطحی ژرف یعنی احترام به وقت، فهم و ذائقه آنان.

چارچوب بازطراحی اجتماعی تجمعات شبانه جنگ رمضان در تبریز

پرسش این بخش این است که بر اساس این داده‌ها، چه نوع بازطراحی اجتماعی برای تجمعات شبانه جنگ رمضان در تبریز لازم است. بازطراحی اجتماعی یعنی اینکه کل رخداد از نو به مثابه یک میدان عمومی معنادار، مردمی، چندلایه، آبرومند و پایدار فهم شود که در آن کیفیت حضور مردم، سطح فرهنگی، هویت شهری، نظم اجرایی، تجربه زیسته و تداوم نسلی، اجزای منفک از هم نباشند.

این نکته باید با صراحت گفته شود که داده‌های ۲۲۹ پاسخ جمع‌آوری شده، ما را به سمت یک اصلاح جزئی نمی‌برد و نشان می‌دهد که جامعه تبریز از این واقعه، توقعی پخته‌تر و عمیق‌تر از یک برنامه مناسبتی صرف دارد. از همین رو، در این بخش به جای فهرست کردن چند توصیه پراکنده، یک چارچوب هشت ضلعی برای بازطراحی اجتماعی ارائه می‌شود.

اصل نخست: عبور از منطق برگزاری به منطق معماری میدان

یکی از بنیادی‌ترین تغییرات مورد نیاز، گذار از نگاه برگزاری محور به نگاه میدان محور است. در منطق برگزاری، مسئله اصلی این است که آیا برنامه در زمان مقرر انجام شد، آیت‌ها اجرا شدند، جمعیت آمد و نظم کلی حفظ شد یا نه. اما در منطق میدان، مسئله بسیار فراتر است. در اینجا رخداد به مثابه یک فضای اجتماعی زنده دیده می‌شود که افراد در آن حامل تجربه، احساس، حافظه، قضاوت و رابطه‌اند.

معماری میدان یعنی درک این واقعیت که هر جزء برنامه، بر کیفیت ادراک کلی مردم اثر می‌گذارد. از لحظه حرکت فرد از خانه تا رسیدن به محل، از نحوه ورود و استقرار تا چگونگی شنیدن، دیدن، مشارکت کردن، احساس احترام و بازگشت به خانه، همه بخشی از رخداد است. اگر مدیران تنها بر صحنه تمرکز کنند و از میدان غافل بمانند، عملاً نیمی از رخداد را ندیده‌اند.

از این رو، بازطراحی باید با این پرسش آغاز شود: تجربه کلی حضور در جنگ رمضان برای یک شهروند تبریزی چگونه طراحی شده است؟ این پرسش به ظاهر ساده، بنیان بسیاری

گرفته می‌شود. اما مردم در پاسخ‌های خود نشان داده‌اند که از این تعریف حداقلی عبور کرده‌اند. آنان مردمی بودن را در چند سطح می‌فهمند. امکان نقش داشتن، احساس مالکیت نمادین، دیده شدن هویت محلی، پرهیز از تصاحب نهادی و حضور واقعی مردم در صورت‌بندی برنامه.

پس بازطراحی اجتماعی باید سازوکاری بیافریند که مردم فقط مصرف‌کننده نباشند. این مشارکت می‌تواند در سطح ایده پردازی، روایت‌گری، شعرخوانی، اجرای نوجوانان، نقش‌آفرینی گروه‌های مردمی محلات، ارائه پیشنهادهای ساختاری و حتی در نظام بازخورد رسمی رخداد تحقق یابد. هرچه میدان بیشتر توسط خود مردم تنفس کند، احساس تعلق نیز عمیق‌تر می‌شود. پیشنهاد می‌شود در برنامه‌ها اطلاعات تماس از مردم برای مشارکت هرچه بیشتر گرفته شود (برای بازه طولانی مدت) یا در لحظه مشارکت از آنان خواسته شود (برای بازه کوتاه مدت). یک نمونه از این الگو، شعار دادن کودکان پشت میکروفون یا درست کردن وسایل مورد نیاز موبک‌ها توسط آنان بوده است.

بالعکس، اگر مردمی بودن فقط به صورت نمادین نمایش داده شود اما تصمیم‌ها، روایت‌ها و قاب‌بندی‌ها تماماً از بالا تعیین شوند جامعه به تدریج این ناهمخوانی را تشخیص می‌دهد. چنین وضعی بیش از آنکه اعتماد بسازد، فرسایش می‌آفریند.

اصل پنجم: طراحی چندسطحی برای گروه‌های متنوع اجتماعی

یکی از پیام‌های کلیدی داده‌ها این است که مخاطبان جنگ رمضان، یک جمعیت همگن نیستند. همگی شهروندان از قشرها و مناطق مختلف در این میدان حضور دارند یا از آن تاثیر می‌پذیرند. از این رو، طراحی یکدست و تک‌لایه نمی‌تواند پاسخگوی این تنوع باشد.

راه برون رفت از این مسئله، چندپاره کردن رخداد نیست اما چندسطحی کردن آن است. به این معنا که برنامه کلی، یک روح و هویت واحد داشته باشد اما در درون خود برای گروه‌های مختلف، نقاط اتصال متنوعی ایجاد کند. برای کودکان، صرفاً حضور منفعلانه کنار والدین کافی نیست. برای نوجوانان، تنها تماشاگر بودن پایدار نیست. برای

اصل سوم: طراحی رخداد بر مبنای تجربه زیسته فرای دستور اداری

یکی از تحولات اصلی که باید رخ دهد، این است که تصمیم‌گیری درباره برنامه از حالت اداری خارج شود و بر داده‌های میدانی درباره تجربه واقعی مشارکت‌کنندگان استوار گردد. این اصل ایجاب می‌کند که برنامه نه از منظر برگزارکننده، بلکه از منظر شرکت‌کننده نیز خوانده شود. شرکت‌کننده فقط در برابر صحنه نمی‌نشیند. او مسیر می‌پیماید، در ازدحام قرار می‌گیرد، با بچه همراه است، به سرویس بهداشتی نیاز دارد، نگران بازگشت است، با صدای بلند میکروفون یا تاخیر طولانی درگیر می‌شود و در نهایت، با یک حس کلی به خانه بازمی‌گردد. این حس کلی، حیاتی‌ترین معیار سنجش موفقیت اجتماعی رخداد است.

در بازطراحی اجتماعی، تجربه زیسته باید به شاخص رسمی تبدیل شود. یعنی همان اندازه که درباره بودجه، اجرا، مجوز و هماهنگی نهادی بحث می‌شود، درباره تجربه حضار نیز با دقت بحث شود. برای مثال، زمان شروع و پایان برنامه نباید فقط بر اساس راحتی مجریان و ساختار اداری تنظیم شود، بلکه باید با الگوی زندگی شهری، ساعات بازگشت خانواده‌ها، امکان استفاده از حمل‌ونقل و شرایط ساکنان محله انطباق داشته باشد. اینجا باید همه ارکان با مردم تنظیم شود نه مردم با معبود عناصری مثل مجری و زمان بسته شدن مترو و... همین‌طور، چیدمان فضا، نحوه استقرار موبک‌ها، راه‌های عبور، فاصله از صحنه، کیفیت صدا و دسترسی گروه‌های مختلف باید در طراحی اولیه دیده شود نه اینکه پس از بروز نارضایتی به عنوان مسئله فرعی مطرح گردد.

در واقع، باید از خود پرسید که آیا مردم در این رخداد احساس سهولت، کرامت و دیده شدن می‌کنند یا نه؟ اگر پاسخ منفی باشد، حتی پرشورترین برنامه نیز دچار ضعف است.

اصل چهارم: حفظ مردمی بودن از مسیر مشارکت واقعی، نه صرفاً نمایش جمعیت

یکی از حساس‌ترین محورهای بازطراحی، نحوه تعریف مردمی بودن است. در بسیاری از رخدادها، مردمی بودن به اشتباه با حضور انبوه مردم یا استفاده از چند نماد یکسان

اصل هفتم: نهادینه کردن یادگیری، بازخورد و اصلاح مستمر

هیچ رخداد عمومی، حتی اگر بسیار موفق باشد، بدون نظام یادگیری پایدار به بلوغ نمی‌رسد. یکی از مهم‌ترین درس‌های داده‌های این مطالعه آن است که مردم آماده‌اند سخن بگویند، نقد کنند، پیشنهاد دهند و از تجربه خود برای اصلاح آینده استفاده کنند. باید دانست این ظرفیت تنها زمانی به سرمایه تبدیل می‌شود که سازوکار رسمی برای شنیدن و اصلاح وجود داشته باشد.

بازطراحی اجتماعی جنگ رمضان باید بر ایجاد چرخه یادگیری استوار باشد یعنی هر دوره از برگزاری، پایان یک فرایند تلقی نشود، نقطه شروع بازنگری دوره بعد تلقی شود. این چرخه می‌تواند شامل ثبت نظام مند بازخوردها، دسته‌بندی تحلیلی آنها، سنجش میزان اجرای اصلاحات، گفتگوی میان نهادها و گروه‌های مردمی و انتشار حداقلی نتایج برای تقویت اعتماد عمومی باشد. وقتی مردم ببینند که سخنانشان شنیده و در تصمیم‌ها اثرگذار شده، رابطه آنان با رخداد عمیق‌تر می‌شود.

اصلاح مستمر، همچنین مانع از انباشت خطاهای کوچک می‌شود. بسیاری از ضعف‌های مزمن در برنامه‌های عمومی، نه به دلیل دشواری حل بلکه به دلیل عادت کردن مدیران به آنها ادامه می‌یابد. نظام بازخورد، این عادت را می‌شکند و رخداد را در وضعیت زنده و رو به رشد نگه می‌دارد.

جمع‌بندی

بررسی ۲۲۹ پاسخ مردمی درباره تجمعات شبانه جنگ رمضان در تبریز در بهار ۱۴۰۵، تصویری روشن از بلوغ اجتماعی، حساسیت فرهنگی و انتظار بالای جامعه محلی به دست می‌دهد. مردم از موضع مشارکت انتقادی سخن گفته‌اند. آنان در عین حمایت از اصل برگزاری، خواهان ارتقای کیفیت، حفظ کرامت، تعمیق معنا، احترام به تجربه زیسته، توجه به هویت شهری و تضمین تداوم نسلی رخداد بوده‌اند. این نکته بسیار مهم است که پیشنهادهای و انتقادهای در مجموع، بیانگر بحران مشروعیت اصل تجمع نیست و نشانه مطالبه برای بالغ‌تر شدن آن است.

خانواده‌ها، نبود عناصر متناسب با نیاز جمعی، سطح رضایت را پایین می‌آورد. برای گروه‌های حساس‌تر فرهنگی، افت کیفیت ادبی و محتوایی، فاصله ایجاد می‌کند.

به طور مثال، می‌توان بخش‌هایی کوتاه اما دقیق برای مخاطبان نوجوان در نظر گرفت، آیت‌هایی هنری با سطح بالا و ریشه‌دار در فرهنگ محلی گنجاند، فضاهای کنترل شده و محترمانه‌ای برای کودکان تعریف کرد و در عین حال هسته اصلی معنایی برنامه را حفظ نمود. این رویکرد، به جای فدا کردن یک گروه برای رضایت گروه دیگر، تلاش می‌کند لایه‌های مختلف را کنار هم جمع کند.

اصل هشتم: تبدیل نظم، حمل‌ونقل و خدمات به بخشی از حیثیت فرهنگی رخداد

یکی از خطاهای رایج در فهم برنامه‌های فرهنگی آن است که مسائل اجرایی مانند حمل‌ونقل، زمان‌بندی، مدیریت صدا، پارکینگ، رفت و آمد و مزاحمت برای ساکنان، اموری فنی و جدا از روح برنامه تصور شوند. داده‌های این مطالعه نشان می‌دهد که مردم چنین تفکیکی را نمی‌پذیرند. برای آنان، بی‌نظمی، ازدحام کنترل نشده، پایان‌بندی نامناسب، صدای آزاردهنده یا دشواری بازگشت، نشانه‌ای از بی‌توجهی به حقوق مردم و کاستی در برنامه است.

در بازطراحی اجتماعی، باید این مسائل را به سطح حیثیتی ارتقا داد به این معنا که نظم و خدمات بخشی از فرهنگ تجمعات تلقی شود. رخدادی که از کرامت، ادب، معنویت یا احترام سخن می‌گوید، باید در شیوه مواجهه با بدن‌های حاضر در میدان نیز این معانی را متجلی کند. اگر شهروندی ساعت‌ها در ترافیک بماند یا خانواده‌ای در بازگشت دچار دشواری شود، پیام ضمنی برنامه آسیب می‌بیند.

نتیجتاً هر بازطراحی جدی نیازمند هم‌افزایی میان مدیریت فرهنگی، مدیریت شهری، حمل‌ونقل، خدمات انتظامی، رسانه و تیم‌های داوطلب مردمی است. این هم‌افزایی نباید فقط در شب اجرا و به شکل واکنشی شکل بگیرد بلکه باید از پیش و بر مبنای تحلیل رفتاری میدان طراحی شود.

- ۴) پایان‌بندی برنامه قبل از ساعت مشخص و رعایت سقف زمانی
- ۵) مدیریت حرفه‌ای صدا و کاهش مزاحمت محلی
- ۶) پیش‌بینی سرویس برگشت شبانه برای خانواده‌ها، سالمندان و افراد کم‌توان
- ۷) کاهش تصدی‌گری نهادها در صحنه و واگذاری به گروه‌های مردمی (پشتیبانی بدون جلوه‌گری نام نهادها)
- ۸) تنوع‌بخشی به تریبون و سخنرانان
- ۹) استفاده جدی از زبان و هویت فرهنگی تبریز
- ۱۰) تشکیل تیم رسانه‌ای واحد برای پوشش حرفه‌ای و منسجم

همه این اقدامات باید با مشارکت خود مردم و نه صرفاً توسط ادارات، انجام شود.

نقشه اقدام بر اساس زمان‌بندی بدین شکل است:

جدول شماره ۲- اقدامات و بازه زمانی

بازه زمانی	اقدام
فوری	پرچم، زمان‌بندی، صدا، نظم، حمل‌ونقل
میان مدت	تیم محتوا، برنامه جوانان، تنوع تریبون
بلند مدت	مدل محله‌ای، هویت بومی، شبکه رسانه‌ای پایدار

در پایان، از تمامی شهروندان مشارکت‌کننده در این پژوهش که وقت ارزشمند خود را در اختیار ما گذاشتند، سپاسگزار می‌کنم.

گزارش نشان داد که این میدان اجتماعی چگونه باید فهم شود، مطالبات در چه خوشه‌هایی قرار می‌گیرند، چه تنش‌هایی در درون آن فعال‌اند و چه گره‌های راهبردی نیازمند مداخله‌اند. همچنین گزارش حاضر این یافته‌ها را در قالب یک چارچوب بازطراحی اجتماعی صورت‌بندی کرده است. نتیجه کلی آن است که آینده موفق جنگ رمضان در تبریز، وابسته به آن است که این رخداد به یک میدان عمومی با معماری دقیق اجتماعی تبدیل شود که در آن معنا و جذابیت، نهاد و مردم، نظم و کرامت، هویت دینی و هویت شهری، حال و آینده، همزمان دیده شوند.

اگر این رخداد با چنین نگاهی بازطراحی شود، می‌تواند به یکی از نمونه‌های موفق حکمرانی فرهنگی مبتنی بر مردم در مقیاس شهری ایران بدل گردد.

به طور شفاف و خیلی خلاصه، مطالبات مردم در ۱۲ عنوان کلی بدین صورت است:

- ۱) محتوای قوی‌تر و تبیین بیشتر
 - ۲) سخنرانان و مجریان باسوادتر و اثرگذارتر
 - ۳) برنامه ویژه برای نوجوانان، جوانان و کودکان
 - ۴) پرچم بیشتر و رایگان
 - ۵) حمل‌ونقل، سرویس برگشت و دسترسی بهتر شبانه
 - ۶) کاهش ترافیک، سر و صدا و مزاحمت برای مردم
 - ۷) حفظ مردمی بودن تجمعات و جلوگیری از ارگانی شدن
 - ۸) حمایت مالی و بهتر از موبک‌ها بدون اسراف و ریا
 - ۹) رسانه‌ای شدن و پوشش بهتر تجمعات تبریز
 - ۱۰) استفاده بیشتر از هویت تبریز و شعر و زبان ترکی فاخر
 - ۱۱) اعلام قبلی، نظم بیشتر و برنامه ریزی شفاف
 - ۱۲) حضور و پاسخگویی بیشتر مسئولان در کنار مردم
- پس اگر قرار باشد از بین همه پیشنهادها فقط ده اقدام عملی انتخاب شود، این‌ها بیشترین بازده را دارند:

- ۱) تشکیل اتاق محتوای ثابت برای طراحی سخنرانی‌ها، روایت‌ها و پاسخ به شبهات
- ۲) طراحی بسته اختصاصی نوجوان و جوان شامل مسابقه، اجرا، چالش و نقش‌آفرینی
- ۳) تامین فوری پرچم رایگان یا ارزان در نقاط اصلی



این گزارش با هدف شناسایی و دسته‌بندی مطالبات مردمی درباره تجمعات شبانه جنگ رمضان در تبریز در بهار ۱۴۰۵ تهیه شده است. مسئله اصلی، فهم دقیق انتظارات مردم از این اجتماعات و تبدیل بازخوردهای پراکنده به یک چارچوب تحلیلی و اجرایی برای بهبود کیفیت برنامه‌ها بوده است. روش کار مبتنی بر جمع‌آوری داده‌ها با ابزار پرسشنامه باز و سپس تحلیل کیفی بازخوردهای مردمی، استخراج مضامین پرتکرار، خوشه‌بندی مفهومی مطالبات و بازآرایی آنها در قالب محورهای مدیریتی و سیاستی بوده است. در این فرایند، هم خواسته‌های ایجابی مردم و هم نقدهای صریح آنان نسبت به وضعیت موجود مورد توجه قرار گرفته است.

یافته‌ها نشان می‌دهد مهم‌ترین مطالبات مردم شامل این محورهاست: محتوای قوی‌تر و تبیین بیشتر؛ سخنرانان و مجریان باسوادتر و اثرگذارتر؛ برنامه ویژه برای نوجوانان، جوانان و کودکان؛ پرچم بیشتر و رایگان؛ حمل‌ونقل، سرویس برگشت و دسترسی بهتر شبانه؛ کاهش ترافیک، سر و صدا و مزاحمت برای مردم؛ حفظ مردمی بودن تجمعات و جلوگیری از ارگانی شدن؛ حمایت مالی و بهتر از موبک‌ها، اما بدون اسراف و ریا؛ رسانه‌ای شدن و پوشش بهتر تجمعات تبریز؛ استفاده بیشتر از هویت تبریز و شعر و زبان ترکی فاخر؛ اعلام قبلی، نظم بیشتر و برنامه‌ریزی شفاف؛ و حضور و پاسخگویی بیشتر مسئولان در کنار مردم.

در جمع‌بندی، نتایج نشان می‌دهد مردم اصل این تجمعات را ارزشمند و واجد ظرفیت اجتماعی می‌دانند، اما خواهان آن‌اند که این برنامه‌ها از نظر محتوایی عمیق‌تر، از نظر اجرایی منظم‌تر، از نظر اجتماعی مردمی‌تر، از نظر نسلی جذاب‌تر و در رهیافت هویتی متناسب‌تر با بافت فرهنگی تبریز طراحی و اجرا شوند.

نظر رسمی	اظهار نظر رسمی مرکز در موارد ارجاعی از طرف شورای اسلامی شهر یا شهرداری تبریز
دیدگاه	دیدگاه مرکز در موارد جاری شهری و نقد عملکرد و فعالیت‌های شهرداری و سایر دستگاه‌های اجرایی
گزارش تخصصی	گزارش تخصصی مستخرج از کمیته‌ها، گروه‌های کانونی یا نشست‌ها
انتقال دانش	ارسال مطالب گزیده شده یا چکیده مطالب و گزارش‌های سایر مراکز پژوهشی یا نشست‌های خارج از مرکز
یادداشت	اظهار نظر کارشناسی توسط افراد خبره که لزوماً مورد تأیید مرکز نیست
انعکاس	تبیین پیشنهاد، انتظار یا مطالبه کارشناسی یا مردمی
خلاصه مدیریت	خلاصه مدیریتی طرح‌های مطالعاتی انجام شده در مرکز
افکارسنجی	گزارش مستخرج از افکارسنجی عمومی یا موردی
داده‌کاوی	گزارش تولید شده با استفاده از ظرفیت‌های هوش مصنوعی
تجربه مدیریت	گزارش تجربیات حوزه مدیریت شهری سایر شهرهای داخل و خارج کشور یا گزارش تجربه‌نگاری مدیریت شهری
پرسمان	بیان مسئله یا طرح سؤالاتی در خصوص مسائل جاری شهر از مدیریت شهری و درخواست پاسخگویی
شناخت شهر	گزارش شناخت وضع موجود در قالب متن نقشه یا اینفوگرافی
اسناد مرکز	آیین‌نامه‌ها، فرم‌ها، دفترچه‌های راهنما و سایر مستندات مربوط به شیوه فعالیت مرکز