

عنوان مقاله:

نقش روابط عمومی و رسانه در جلب مشارکت شهروندان با مدیریت شهری

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی علوم انسانی، حقوق، مطالعات اجتماعی و روانشناسی (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسنده:

محمد حسین اختر دانش - گروه علوم ارتباطات (گرایش: رسانه)، دانشگاه جامع علمی کاربردی واحد یک

خلاصه مقاله:

امروزه رشد سریع شهرها از تواناییها و منابع مدیران شهری پیشی گرفته است. ارائه خدمات شهری مناسب چالش عظیم مدیران شهری است. کمبودهای اساسی در سرمایه، مهارت و اطلاعات بر مدیریت شهری تاثیر منفی میگذارد و این مستلزم مشارکت شهروندان در اداره امور شهرهاست. مشارکت در حوزه مدیریت و برنامه ریزی شهری موجب استفاده از خرد جمعی و تسریع توسعه شهری می شود. در گذشته، کوچکی اندازه جامعه، تنوع اندک نقش های اقتصادی اجتماعی، محدودیت روابط اجتماعی و بی سوادگی و ناآگاهی بیشتر افراد به همراه تمایلات حاکمان، موجب شد که شهرها به شیوه متمرکز اداره شوند. رشد سریع شهرنشینی در دوران حاضر، بیش از هر زمان دیگر، نه تنها هویت شهری و کارکردهای مورد انتظار از آن را دست خوش تغییر ساخته بلکه زمینه بروز مخاطرات جدی را هم در مناطق شهری فراهم آورده است (رفیعیان و تاجدار، ۱۳۸۷). کشورهای مختلف امروزه دریافته اند که یکی از کارکردها و استراتژی های بسیار مناسب برای دستیابی به توسعه پایدار، جلب مشارکت مردم در امور مختلف از جمله امور سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و رفاهی، آموزشی و تربیتی و فرهنگی است (لطفی، عدالتخواه، میرزایی و وزیرپور ۱۳۸۸؛ زیاری زندوی، آقاجانی و مقدم ۱۳۸۸). نتایج ها نشان می دهد اکثر صاحب نظران، تجربه مدیریت شهری متمرکز را شکست خورده دانسته و آن را بدون مشارکت شهروندان در اداره امور شهرها و تبدیل شهرنشینی به شهروندان غیرممکن می دانند، از این رو جلب مشارکت شهروندان یکی از دغدغه های اصلی مدیریت های نوین شهری محسوب می شود که دستیابی به این مهم جز از طریق تلاش علمی و برنامه ریزی شده مبتنی بر شناخت کافی از مسئله امکان پذیر نیست.

کلمات کلیدی:

روابط عمومی، رسانه، مشارکت شهروندان، مدیریت شهری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1494588>

