

## عنوان مقاله:

تاثیر بهره گیری رسانه های اجتماعی در توسعه میزان همکاری شهروندان و مدیران شهری

## محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی بازرگانی بین الملل، مطالعات اقتصادی و علوم انسانی (سال: 1403)

تعداد صفحات اصل مقاله: 23

## نویسندگان:

شهرام زنده دل ثابت - پژوهشگر دکتری تخصصی شهرسازی و کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی شهری با گرایش (بهسازی و نوسازی) و مهندسی عمران-تکنولوژی ساختمان، کارشناس علوم قضایی، علوم کامپیوتر و مدیریت از مرکز تحصیلات تکمیلی و دکتری (الکترونیک) دانشگاه پیام نور، اصفهان-ایران.

منصور ابراهیمی - پژوهشگر و کارشناسان ارشد رشته های حسابداری، مدیریت مالی، جغرافیا و برنامه ریزی شهری و علوم قضایی از دانشگاه های استان اصفهان-ایران

مرضیه صمدیه لباف - پژوهشگر و کارشناسان ارشد رشته های حسابداری، مدیریت مالی، جغرافیا و برنامه ریزی شهری و علوم قضایی از دانشگاه های استان اصفهان-ایران

محمد اسماعیل مانیان - پژوهشگر و کارشناسان ارشد رشته های حسابداری، مدیریت مالی، جغرافیا و برنامه ریزی شهری و علوم قضایی از دانشگاه های استان اصفهان-ایران

## خلاصه مقاله:

مهم ترین و عظیم ترین سرمایه هر جامعه ای منابع انسانی آن جامعه است که برای بهره برداری از آن روشهای خاصی وجود دارد. مشارکت جویی یکی از نیازمندی های روحی روانی و منشا احترام به انسان است. مشارکت انسانها در تعیین سرنوشت جامعه خویش و تصمیم گیری برای اموری که در زندگی آنان مربوط می شود، همواره به انحای مختلف وجود داشته و پسندیده بوده است؛ همین احساس نیاز موجب شد تا طی سالیان مختلف دولتها بر آن شوند که بخش عمده ای از وظایف خود را در حوزه تصمیم گیری به شهروندان واگذار نمایند ( شیخ، ۱۳۳۱، ص ۷). می دانیم که اولین وظیفه رسانه ها در امر مشارکت بسترسازی است. اگر بستر کافی و مناسب برای مشارکت وجود نداشته باشد کارگزاران در مراحل بعدی نیز در جلب مشارکت عمومی ناکام خواهند ماند، عوامل مهم در بسترسازی مشارکت به چند موضوع قابل تقسیم است. آموزش شهروندان درباره مشارکت است. متأسفانه اکثر مواقع شهروندان اطلاع و آگاهی مناسبی از مشارکت یا نحوه مشارکت صحیح و منطقی ندارند؛ یعنی یا نمی دانند که مشارکت چه فوایدی برای آن ها دارد و چگونه این مشارکت در سرنوشت آن ها موثر است. از اینرو در این پژوهش برآنیم به بررسی نقش رسانه ها در مشارکت شهری بپردازیم. نوع پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و به لحاظ ماهیت توصیفی-تحلیلی است. جهت جمع آوری اطلاعات مورد نیاز از روش کتابخانه ای مبتنی بر مقاله ها، مجله ها، مطبوعات استفاده شده است. از این رو ابتدا به تعریف کلی در خصوص رسانه و مشارکت پرداخته شد و سپس اهمیت رسانه ها در مشارکت شهروندی مورد ارزیابی قرار گرفته است. رسانه ها با گردش اطلاعات و آگاهی و زمینه سازی مناسب برای افزایش ظرفیت مشارکت شهروندان در تحقق اهداف مدیریت شهری نقش بسزایی دارند و همین ایجاد اطمینان و اعتماد به شهروندان خود عاملی در جهت توسعه هر چه بهتر شدن جوامع کمک می کند، از این رو در این نگارش قصد بود تا به بررسی جایگاه و کارکردهای رسانه ها در توسعه مدیریت شهری پرداخته شود که رسانه ها می توانند در توسعه مدیریت شهری نقش مهمی داشته باشند و موجبات مشارکت هر چه بیشتر شهروندان را در اداره امور برای آن ها فراهم نماید.

## کلمات کلیدی:

رسانه، مشارکت، مشارکت اجتماعی، مدیریت شهری، مشارکت شهروندی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/2090510>

