



mph.sdcongress.ir

هشتمین همایش بین‌المللی مدیریت، روانشناسی و علوم انسانی با رویکرد توسعه پایدار

8th International Conference on
Management, Psychology & Humanities with sustainable development approach



عوامل مؤثر بر کارآیی روابط عمومی ها در توسعه پایدار شهری

سید مهدی قریشی^۱

شهرداری کرج، کرج، mehdi.ghoreyshi۱۹۸۳@gmail.com

چکیده

ناپایداری توسعه شهری مهمترین چالش هزاره سوم است. هدف اصلی توسعه پایدار تامین نیازهای اساسی، بهبود سطح زندگی، اداره بهتر اکوسیستم ها و آینده امن بیان شده است؛ پایداری در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، زیست محیطی، کالبدی و... مستلزم به کارگیری سیستم مدیریتی کارآمد با قدرت کافی برای رسیدن به اهداف ذکر شده است. سیستم های مدیریتی با ویژگی های انعطاف پذیر، مسوولیت پذیر، استراتژیک و عدالت محور مبتنی بر آموزش و اطلاع رسانی راهگشای تنگناهای موجود در شهرهای امروزی است. شهر پایدار با ویژگی های اقتصادی - اجتماعی مطلوب همچون مسکن مناسب، کاهش فقر، عدالت محور، با فضاهای سالم، امن، آرام، جذاب و زیبا آراسته شده، آرمانی است که با مدیریتی پویا قابل دسترس خواهد بود. پژوهش حاضر از نوع توصیفی - تحلیلی است که به بررسی نقش برخی عوامل مخصوصا مدیریت در پایداری شهری پرداخته است؛ شاخص های برای سلامت شهری، سیستم دولتی مطلوب، محیط زیست پایدار، ساختار آموزشی و خرسندی و شادمانی استخراج و غیره میتوان در نظر گرفت تا شهری همواره آرام و منسجم داشته باشیم. با توجه به این شاخص های می توان در دستیابی به توسعه پایدار شهری نقش ویژه ای را به عهده داشته باشیم و راهکار ضروری در این زمینه تقویت همین شاخص های مذکور برای دستیابی به توسعه پایدار شهری در شهرمون کرج باشد. در این خصوص روابط عمومی وظیفه اساسی در انتقال این فرآیند بر عهده دارد. /روابط عمومی در قالب فعالیت هایی همچون،انتشارات،تبلیغات،اطلاع رسانی،افکار سنجی،ارتباط با شرکای اجتماعی در دو سطح درون سازمانی و برون سازمانی در صدد است تا بتواند مدیران سازمان را جهت برقراری ارتباطی تعاملی و دو سویه با سایر ارکان سازمانی همچون کارکنان،مخاطبان و جامعه یاری رساند.که به اختصار به این روند میپردازیم.

واژه های کلیدی

روابط عمومی، توسعه پایدار، شهرداری کرج، رسانه، علوم انسانی، مطالعات اجتماعی، اصول شهروندی



mph.sdcongress.ir

هشتمین همایش بین المللی مدیریت، روانشناسی و علوم انسانی با رویکرد توسعه پایدار

8th International Conference on Management, Psychology & Humanities with sustainable development approach



۱. نقش روابط عمومی در توسعه پایدار شهری

امروزه بحث توسعه شهرها در شبکه جهانی نیز مطرح شده است و هر روز، شهرها و شهرک‌های جدیدی در فضای مجازی ساخته می‌شوند که نه تنها بر عوامل اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، زیست‌محیطی و کالبدی تأثیر می‌گذارند، بلکه مسائل و مشکلات شهری را نیز حل می‌کنند؛ این پیشرفت سبب ارایه نظریه شهر الکترونیک و شهر پایدار در سراسر جهان شده است. که به طبع لازم هست مدیران و دست‌اندرکاران شهر نیز در راستای توسعه پایدار شهری برای این موضوع راه حل و بروز رسانی داشته باشند و ارزیابی شاخص‌های شهر الکترونیک در راستای توسعه پایدار شهری در کرج انجام پذیرد. نوع پژوهش با توجه به هدف، کاربردی و از نظر ماهیت و روش، توصیفی - تحلیلی است. اطلاعات و داده‌های لازم با روش‌های اسنادی و میدانی (پرسش‌نامه) جمع‌آوری شده‌اند. جامعه آماری شامل مدیران شهری ساکن در مناطق چندگانه شهر کرج است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار اختصاصی که از مدل داده‌های شبکه به منظور سنجش کارایی شهرداری‌ها با توجه به ساختار درونی شان استفاده شده است، و از سامانه میزینو (mizito) جهت پایش بودجه و ارزیابی عملکرد شورای اسلامی شهر کرج استفاده می‌شود. دیدگاه مدیران شهر کرج از لحاظ شاخص‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی در راستای توسعه پایدار شهری پیاده سازی گردیده است .

در این بین نقش روابط عمومی ها در به روز آوری و اطلاع رسانی در بازه زمانی مناسب و اصولی چه در زمینه اطلاعات آماری و چه در جهت تحلیل داده‌ها و پرداختن به موضوع کارایی روابط عمومی در گذر به جامعه اطلاعاتی و بررسی موانع موجود و فرا روی آن به چند دلیل اهمیت دارد.

به رغم کارشناسان روابط عمومی در ایران پدیده ای غربی و وارداتی از غرب بوده و با وجود گذشت از یک قرن از عمر آن در سازمانهای دولتی، هنوز کارکردهایش با فلسفه واقعی آن در سازمان فاصله دارد و نتوانسته به جایگاه مناسب خود در سازمان دست یابد و نقش های موثر خود را در عرصه درون و برون سازمان ایفا کند.

این درحالی است که در روابط عمومی در سازمان های دولتی باید به عنوان بخشی از بدنه دولت به عنوان پل ارتباطی بین دولت و مردم عمل کند و با برقراری ارتباطات دوسویه و متعامل با محیط و مخاطبان و رسانه ها مشارکت و اعتماد مردم را به سازمان و برنامه های آن جلب کند و متقابلاً دیدگاه های مخاطبان را به سازمان منتقل کند و ضمن برخورداری بودن از جایگاه مناسب در سازمان به ایفای نقش های موثر در عرصه های سیاست گذاری و تصمیم گیری نیز دارد.

روابط عمومی یکی از نهادهای تخصصی در جامعه اطلاعاتی محسوب می شود که با گردآوری درست و سیستماتیک اطلاعات و پردازش، تولید و ارائه اطلاعات به عنوان یکی از ضرورت های جامعه اطلاعاتی ، نقش موثر و غیر قابل انکاری در این عرصه بازی می کند .مهمترین مشخصه جامعه اطلاعاتی،حضور اطلاعات و اطلاع رسانی در جامعه با کمک فناوری های نوین ارتباطات و اطلاعات است.

در چنین جامعه ای تولید و ارائه مناسب اطلاعات به مخاطبان، استفاده از رسانه های نوین ارتباطی و دوسویه روابط عمومی را در راه کمک به رشد ، توسعه ، پویایی و هماهنگی سازمان با تغییرات محیطی و رسیدن به اهداف سازمان یاری می کند و باعث مشارکت گسترده مخاطبان در برنامه ها و فعالیت های سازمان می شود.به عبارتی اطلاعات و اطلاع رسانی و اطلاع یابی به منبع سرمایه اجتماعی سازمان ،ایجاد کننده و تداوم دهنده اعتماد دوسویه بین سازمان و مخاطبان تبدیل شده است.لذا با تحقیق وپژوهش می توان به موانع و چالش های موجود روابط عمومی در راه ایفای نقش فعال آن در عرصه ارتباطات سازمان جامعه و مخاطبان دست یافت و راه کارهای عملی بهبود وضع موجود و رفع مشکلات فرا روی را ارایه داد.

۲. کارایی و توانمند سازی برنامه های راهبردی مدیریت شهری با استفاده از روابط عمومی

روابط عمومی در مدیریت شهری برای استمرار فرآیند فعالیت های خود و به منظور افزایش کارایی و توانمند سازی خود بایستی جهت اطمینان بخشی برنامه های راهبردی مدیریت شهری به صورت مستمر اهداف تعیین شده را مورد نقد و ارزیابی قرار دهد تا مخاطبان این نهاد که عمدتاً مردم و خدمت گیرندگان در حوزه شهری هستند فعالیت های آنان را قابل ارزیابی و نقادی بدانند چرا که هدف کلی توجه به مخاطب و مخاطب شناسی است . روابط عمومی در مدیریت شهری می تواند به عنوان یک شریک برای رسانه ها بدون آنکه استقلال خود را از دست بدهد محسوب گردد. در مجموع رسانه ها یک کانال کلیدی برای آگاه سازی شهروندان هستند تا آنان را از فعالیت ها، خدمات و



mph.sdcongress.ir

هشتمین همایش بین المللی مدیریت، روانشناسی و علوم انسانی با رویکرد توسعه پایدار

8th International Conference on
Management, Psychology & Humanities with sustainable development approach



عملکرد مدیریت شهری به طور شایسته و مطلوب آگاه و مطلع سازند وقتی مردم و شهروندان از طریق رسانه ها به خوبی با فعالیت و عملکرد حوزه خدمات رسانی مدیریت شهری در ابعاد مختلف اجتماعی، فرهنگی و..... آشنا شوند تبدیل به یک موتور وقوای نیرومندی خواهند شد برای طلب خواسته ها و انتظارات که در نهایت می تواند منجر به شفافیت در عملکرد مدیریت شهری و مدیریت بهینه در ارائه خدمات به شهروندان شود و با کمک موثر رسانه ها می توان موضوع پاسخگویی و اطمینان بخشی به مردم و شهروندان را به خوبی جامه عمل بپوشانید به عنوان مثال: پاسخگویی مناسب و اطمینان بخشی و تعامل سازنده با رسانه ها می توانند مردم و شهروندان را در همراهی و کمک در اجرای طرح های بزرگ عمرانی و ساخت فرهنگسراها و دیگر فعالیت های اجتماعی، عمرانی و خدماتی شهر تشویق کند. در حقیقت یافته ها و تالش های روابط عمومی در مدیریت شهری در انجام وظایف و همکاری با رسانه ها کمک شایانی به ارتقای سطح پاسخگویی، شفافیت در عملکرد و اداره مطلوب امورات در مدیریت شهری خواهد بود روابط عمومی در مدیریت شهری از تمامی ظرفیت های ارتباطی و اطلاعاتی و ابزارهای اطلاع رسانی در توسعه و پیشرفت فعالیت ها بهره می جوید. امروزه استفاده هوشمندانه از تکنولوژی روز و کاربردی جدید در حوزه روابط عمومی از جمله اینترنت، نرم افزارهای نظرسنجی و از همه مهمتر نرم افزارهای دریافت لحظه ای اخبار و اتفاقات جهانی که چندی است در ایران هم عرضه شده است می تواند مدیران روابط عمومی در مدیریت شهری را در درک بهتر وضعیت محیطی شهر یاری داده و استفاده به موقع از تجزیه و تحلیل این اخبار همواره مدیریت شهری را در وضعیت مناسب و در تعامل صد درصدی با شهروندان قرار دهد که با توجه به افزایش سرعت تغییرات در جهان باید فرهنگ استفاده از تکنولوژی نو پدید در نرم افزارها ی روابط عمومی در ایران رواج پیدا نماید.

۳. تاثیر روابط عمومی در امور شهری و عوامل موثر در توسعه پایدار شهری

امروزه به دلیل گسترش فرهنگ شهرنشینی و افزایش جمعیت ساکن در شهرها، تامین مایحتاج زندگی جامعه شهری از جمله مهم ترین مسایلی است که مورد توجه سازمان های مرتبط با امور شهری و در راس همه این سازمان ها، شهرداری قرار می گیرد. در این میان نقش شهرداری به عنوان متولی مدیریت شهری یکی از اصلی ترین عوامل تاثیرگذار در جامعه، بسیار تعیین کننده بوده، به گونه ای که تعلق در انجام امور شهری تهدیدی جدی برای سلامت روانی و جسمی، امنیت اجتماعی و سایر ابعاد زندگی اجتماعی محسوب می شود. توسعه روزافزون شهرها و مسایل و مشکلات ناشی از آن، شهرداری ها را از یک سازمان صرفاً خدماتی، تبدیل به سازمانی گسترده با ابعاد اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی نموده است و روز به روز به نقش اجتماعی این نهاد مردمی رونق بیشتر می دهد. سازمانی که شهروندان، شریان اصلی و رگ های حیاتی آن هستند و عدم ارتباط این رگ های حیاتی و سازمان، مشکل آفرین است و شهرداری ها ناگزیر به برقراری ارتباط منطقی و تنگاتنگ با مردم هستند. بدون همکاری و مشارکت شهروندان، اداره مطلوب یک شهر تقریباً غیر ممکن خواهد بود. اگر مردم عوارض و حق و حقوق شهرداری را پرداخت نکنند، اگر نسبت به حفظ و نگهداری فضای سبز شهری بی تفاوت باشند، اگر قوانین و مقررات راهنمایی و رانندگی را نادیده بگیرند، اگر در نظافت شهر با شهرداری همکاری نکنند و صدها اگر دیگر که در صورت عدم همکاری و مشارکت شهروندان، موانع و مشکلات عدیده ای در روند اجرای امور و وظایف شهرداری ایجاد کرده و سیستم اجرایی این سازمان بیمار و فلج خواهد شد. در این میان برقراری ارتباط صحیح و تعامل منطقی با شهروندان، حائز اهمیت است و نقش روابط عمومی ها در چنین سازمانی نقشی بی بدیل و تعیین کننده به نظر می رسد که به هیچ عنوان قابل مقایسه با روابط عمومی نهادهای دولتی و بخش خصوصی نیست، چرا که در نهادهای دولتی اکثرأ بودجه و اعتبار از طریق دولت تامین و توسط ادارات و سازمان های دولتی هزینه می شود و نقش مردم و رضایت آنها چندان تاثیری در امورات چنین سازمان هایی ندارد. در صورتی که در شهرداری ها، رضایت و عدم رضایت شهروندان مستقیماً در نحوه اداره شهرها تاثیر می گذارد. واضح و مبرهن است که هرگونه اختلال در ارتباط بین شهرداری ها و شهروندان، مشکلات جبران ناپذیری را بر مدیریت شهری وارد خواهد نمود. لذا روابط عمومی در شهرداری ها، بایستی با ایجاد و حفظ خطوط دو جانبه ارتباطی و درک متقابل بین مردم و سازمان پایه و اساس همکاری متقابل و تعامل سازنده را پی ریزی نماید و با استفاده از تکنیک های ارتباطی معقول و مناسب، پیوسته از خواسته ها و نظریات عموم مردم آگاه و پاسخ گوی نیاز آنها باشد.

۴. نقش روابط عمومی در صیانت و مدعی العموم بودن در محیط شهری

روابط عمومی در شهرداری ها، بایستی به عنوان وکیل مدافع از یک سو، سعی در اطلاع رسانی و تبلیغ عملکرد مدیران و کارکنان مجموعه نموده و از سویی دیگر، به عنوان مدعی العموم در مجموعه شهرداری، نیازها و نظرات و پیشنهادات شهروندان را به مدیران انتقال و پیگیری خواسته های آنان باشند. خواسته هایی که بعضاً فراتر از وظایف شهرداری هاست و سرمنشا اصلی این خواسته ها، تنوع کار شهرداری هاست. چرا که شهرداری ها متولی امورات متعدد در شهرها می باشند و علاوه بر این، اکثر نواقص و مشکلات سایر ارگان های خدماتی نیز به حساب شهرداری ها گذاشته می شود

. پویایی روابط عمومی ها به معنای سازگاری با تغییرات محیطی و دستیابی به تحولات تکنولوژیک، اجتماعی، علمی و فرهنگی است تا بتوان موفق تر و کارآمدتر قدم برداشت و هماهنگ با تحولات در جامعه، در توسعه مدیریت شهری نیز به سطح قابل توجهی از پیشرفت دست یافت و البته مسیر تحولات در آینده را نیز به خوبی پیش بینی کرد و به نیازهای شهروندان واقف بود.

استفاده از شیوه های خلاقانه می تواند پل های ارتباطی منسجمی را میان مدیران شهری و شهروندان رقم بزند و میزان همدلی و همراهی مردم با برنامه ها و طرح ها در توسعه شهری را افزایش دهد و باورها و ارزش های مشترکی را در صیانت از محیط شهری و احساس مسئولیت در قبال شهر به وجود آورد که در این زمینه شهرداری کرج در حوزه روابط عمومی تا حدی در این بخش سرمایه گذاری کرده است و نتایج خوبی نیز در بهره گیری از شیوه های نوین و خلاقانه در جذب سرمایه های اجتماعی و فرهنگی مردمی به دست آمده است . نقش روابط عمومی در مدیریت شهری دارای ابعاد وسیعی است که با انتظارات و سطح توقعات در مدیریت شهری سنجیده میشود و میتواند سیاستها و خط مشیهای مدیریت شهری را در مسیر پیشرفت و تعالی دنبال کند و مشارکت جدی شهروندان را در پیشبرد اهداف و برنامه های کلان جلب نماید . همچنین روابط عمومی میتواند با افکارسنجی و رصد ارتباطهای مردمی، شناخت بیشتری نسبت به ضعفها و کاستی ها پیدا کند و با راهبردی علمی، در جریان بازتابها و بازخوردهای خدمات شهری در ارتباط با مخاطبان قرار گیرد . مدیریت شهری در کرج با توجه به جایگاه فرهنگی، اجتماعی، مذهبی و همینطور قومیتی که به ایران کوچک نیز معروف شده است، دارای مسئولیت و رسالت سنگینی است و تمامی عملکرد و برنامه ها در مواجهه با شهروندان ، قابلیت ارزیابی دارد و در این بین، روابط عمومی در مدیریت شهری ، فرآیندی پیچیده تر با مسئولیتی خطیرتر به شمار میرود و انتظارات بیشتری نیز از فعالیتهای و برنامه های روابط عمومی وجود دارد .

روابط عمومی باید بتواند توانمندی لازم را در ارزیابی نیازها و خدمات به دست بیاورد و با روحیه مخاطب شناسی، در تبیین وظایف مدیریت شهری نیز تلاش نماید و اهداف تعیین شده را به خوبی تبیین کرده و نقد و بررسی جامعی از عملکرد مدیریت شهری داشته باشد و همواره برای مطالبه گری شهروندان، یک پاسخگوی دقیق و شفاف باشد . ارائه خدمت در حوزه شهری، کاری دشوار و سخت است و کوچکترین ضعف و سهل انگاری میتواند سطح نارضایتی را به شکل قابل توجهی افزایش دهد، پس روابط عمومی در شهرداری، ساختاری راکد و بی اهمیت نیست ، که بود و نبود آن، اثری در پیشرفت و یا عقبگرد در کیفیت خدمات نداشته باشد . بر این اساس باید برای بخش روابط عمومی در بدنه شهری، جایگاهی متمایز از سایر بخشها تعریف کرد و به آن بها داد و اهداف را با نقش پذیری روابط عمومی در توسعه خدمت و ارتقای کیفیت خدمات شهری تعریف کرد

منابع

[۱] فتحی، سروش. (۱۳۹۱). تحلیلی بر روابط اجتماعی در فضای شهری پایدار. مطالعات توسعه اجتماعی ایران، ۴(۴) (مسلسل ۱۶)، ۴۷-۶۴

[۲] تنج رالف، یثومانز لیز ، معرفی روابط عمومی تخصصی جلد دو انتشارات آثار فکر

[۳] رحمان زاده سیدعلی، حیدری پارسا معصومه ، عوامل فرهنگی موثر بر توسعه ارتباطات مجازی در روابط عمومی شهرداری منطقه ۱ تهران،