فصلنامه علمی تخصصی مطالعات طراحی شهری و پژوهش‌های شهری
سال هشتم، شماره ۱ (پیاپی: ۳۱)، بهار ۱۴۰۴
ISSN: 2645-4424

بررسی تاثیر هوشمندسازی روابط عمومی در شهرداری‌ها بر ارتقای اعتماد عمومی و ارتباطات شهروندی

مصطفی رحیمی کفرانی[1]

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۲/۰۱
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۱/۲۶
کد مقاله: ۶۶۱۴۰

چکـیده

این پژوهش به بررسی تأثیر هوشمندسازی روابط عمومی در شهرداری‌ها بر ارتقای اعتماد عمومی و ارتباطات شهروندی می‌پردازد. با توجه به اهمیت مشارکت و تعامل شهروندان در فرآیندهای مدیریت شهری، هوشمندسازی روابط عمومی به‌عنوان یک ابزار کلیدی مطرح می‌شود که از طریق بهره‌گیری از فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات، سامانه‌های دیجیتال، اپلیکیشن‌های شهروندی و شبکه‌های اجتماعی، روابط عمومی شهرداری‌ها را از یک واحد اطلاع‌رسان سنتی به یک واحد استراتژیک، مشارکتی و پاسخگو تبدیل می‌کند. پژوهش‌های موجود نشان می‌دهند که هوشمندسازی روابط عمومی موجب ارتباط دوسویه و شفاف با شهروندان، مشارکت فعال آنان در تصمیم‌گیری‌ها، افزایش شفافیت و پاسخگویی مدیریت شهری و تقویت اعتماد عمومی می‌شود. علاوه بر این، استفاده از سامانه‌های دیجیتال و تحلیل بازخوردهای شهروندان، امکان بهبود کیفیت خدمات و تصمیم‌گیری مبتنی بر داده را فراهم می‌آورد. یافته‌های این مطالعه نشان می دهد که هوشمندسازی روابط عمومی، علاوه بر ارتقای اعتماد عمومی، باعث تقویت سرمایه اجتماعی و تعلق شهروندان به مدیریت شهری می‌شود و بستر لازم برای حکمرانی هوشمند، مشارکتی و کارآمد را فراهم می‌آورد.

واژگـان کلـیدی: هوشمندسازی روابط عمومی، شهرداری، اعتماد عمومی، ارتباطات شهروندی، حکمرانی شهری

۱- کارشناسی مدیریت فرهنگی، دانشگاه علمی کاربردی بنیاد شهید اصفهان

۱- مقدمه

در عصر کنونی، مفهوم «شهر هوشمند» به‌عنوان نمادی از تحول دیجیتال در مدیریت شهری در ایران و سراسر جهان مطرح است؛ این تحول نه‌تنها در شکل‌گیری زیرساخت‌های فناوری بلکه در بازتعریف تعاملات بین شهروندان و نهادهای شهری مؤثر است (موسوی حسنی، ۱۴۰۱). شهرداری‌ها به‌واسطه‌ی نقش میانی خود میان حکومت و مردم، در مسیر هوشمندسازی می‌توانند از طریق داده‌محوری، خدمات دیجیتال و ساخت پلتفرم‌های مشارکتی، اعتماد عمومی را تقویت و ارتباطات شهروندی را گسترش دهند .هوشمندسازی در شهرداری‌ها به معنای به‌کارگیری راهبردهای حاکمیت هوشمند[1] است که شامل استفاده از سامانه‌های الکترونیک برای ارائه خدمات، شفاف‌سازی اطلاعات و مشارکت شهروندی است (کایزر، ۲۰۲۴). بر طبق گزارش توسط سازمان همکاری و توسعه اقتصادیOECD ، داده‌های لحظه‌ای که از طریق فناوری‌هایی مانند هوش مصنوعی، اینترنت اشیاء[2] و سامانه‌های تحلیل کلان‌داده جمع‌آوری می‌شوند، امکان تصمیم‌گیری سریع‌تر و پاسخگوتر را برای مدیریت شهری فراهم می‌کنند . این داده‌محوری در عین افزایش کارایی، ظرفیت لازم برای ارتقای شفافیت و مسئولیت‌پذیری را نیز ایجاد می‌کند. علاوه بر این، پژوهش‌های اخیر نشان داده‌اند که هوشمندسازی شهری می‌تواند ارتباطات دیجیتال بین مردم و مدیریت را تسهیل کند؛ به‌گونه‌ای که گفت‌وگوی دیجیتال میان شهروندان و دولت، صرفاً به خدمات آنی محدود نمی‌شود بلکه به مشارکت عمیق‌تر در فرآیندهای تصمیم‌گیری منجر می‌شود. این تعامل دیجیتال، هنگامی که به‌صورت دوسویه و شفاف انجام شود، می‌تواند زیرساخت اعتماد عمومی را تقویت کند؛ زیرا شهروندان احساس می‌کنند صدای آن‌ها شنیده شده و تصمیم‌گیرندگان به بازخورد آن‌ها توجه می‌کنند. یکی از چالش‌های مهم در مسیر هوشمندسازی، مسأله حریم خصوصی و حاکمیت داده است. اعتماد عمومی به فناوری‌های شهری به‌طور قابل‌توجهی به این وابسته است که چگونه داده‌های شهروندان جمع‌آوری، ذخیره و استفاده می‌شوند (نئپان، ۲۰۲۱) .علاوه‌بر این، پژوهش‌ها نشان داده‌اند که ساختار حاکمیتی شفاف و سازوکارهای بازخورد در شهر هوشمند برای شکل‌دهی به «اعتماد دیجیتال» حیاتی‌اند(اروسیتیس، ۲۰۲۵) . در ایران نیز حرکت به سوی شهر هوشمند در حال رشد است و برخی شهرداری‌ها در حال پیاده‌سازی سامانه‌های هوشمند برای خدمات شهری، تصمیم‌سازی مبتنی بر داده و مشارکت عمومی هستند. این تحولات نویدبخش فرصتی برای بازتعریف نقش روابط عمومی شهری است—از یک واحد صرف اطلاع‌رسانی به یک عامل راهبردی در تقویت ارتباطات و اعتماد بین شهروندان و مدیران شهری. با توجه به اهمیت عینی و نظری این تحولات، مقاله حاضر با هدف بررسی تأثیر هوشمندسازی روابط عمومی شهرداری‌ها بر ارتقای اعتماد عمومی و ارتباطات شهروندی انجام شده است. این تحقیق تلاش می‌کند چگونگی استفاده از فناوری‌های نوین در روابط عمومی شهری، موانع تحقق آن‌ها در بافت ایرانی و پیامدهای اعتماد و عدالت ارتباطی را تحلیل کند تا راهکارهای عملی برای مدیریت شهری دیجیتال ارائه دهد.

۲-هوشمندسازی روابط عمومی شهرداری‌ها

هوشمندسازی روابط عمومی شهرداری‌ها به معنای به‌کارگیری فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی در فرآیندهای ارتباطی و اطلاع‌رسانی سازمان‌های شهری است، به‌طوری که روابط عمومی از حالت سنتی و صرفاً اطلاع‌رسان به یک واحد استراتژیک و مشارکتی تبدیل شود. در این رویکرد، استفاده از سامانه‌های دیجیتال، شبکه‌های اجتماعی، تحلیل داده‌ها، سامانه‌های پاسخ‌گویی خودکار و ابزارهای مدیریت دانش، نقش کلیدی در افزایش سرعت، دقت، شفافیت و تعامل با شهروندان ایفا می‌کند. در سطح عملی، هوشمندسازی روابط عمومی شامل موارد زیر است:

اطلاع‌رسانی دیجیتال و یکپارچه :انتشار اخبار، گزارش عملکرد و اطلاعیه‌ها از طریق سامانه‌ها و پلتفرم‌های آنلاین که امکان دسترسی سریع شهروندان را فراهم می‌کند.

تعامل دوسویه و مشارکت‌محور :استفاده از شبکه‌های اجتماعی و اپلیکیشن‌های شهروندی برای دریافت نظرات، پیشنهادها و بازخوردهای مردم به‌صورت بلادرنگ.

تحلیل داده و مدیریت بازخورد :جمع‌آوری و تحلیل داده‌های شهروندان به منظور شناسایی نیازها، اولویت‌ها و مشکلات شهری و بهینه‌سازی تصمیم‌گیری مدیریت شهری.

شفافیت و پاسخگویی :ارائه گزارش‌های لحظه‌ای، داشبوردهای شفافیت و اطلاع‌رسانی درباره پروژه‌ها، هزینه‌ها و عملکرد شهرداری به شهروندان.

رویکرد هوشمندسازی روابط عمومی، علاوه بر بهبود کارایی سازمانی، اعتماد عمومی و سرمایه اجتماعی را نیز ارتقا می‌دهد، زیرا شهروندان احساس می‌کنند صدای آن‌ها شنیده شده و مدیریت شهری پاسخگو است(کول، ۲۰۲۲). به‌طور خلاصه،

1 smart governance
2 IoT

هوشمندسازی روابط عمومی شهرداری‌ها، یکپارچه‌سازی فناوری، داده و تعامل انسانی است که هدف آن افزایش کیفیت خدمات، تقویت ارتباطات مشارکتی و ارتقای اعتماد و رضایت شهروندان است. این تحول، شهرداری را از یک واحد سنتی اطلاع‌رسان به یک سازمان هوشمند و پاسخگو تبدیل می‌کند که توانایی مدیریت ارتباطات شهری در محیط دیجیتال و واقعی را به صورت همزمان دارد.

۳-اعتماد عمومی

اعتماد عمومی به معنای باور شهروندان به صداقت، شفافیت، توانایی و پاسخگویی نهادهای حکومتی و سازمان‌های عمومی است. اعتماد عمومی یک عامل کلیدی در موفقیت سیاست‌ها و برنامه‌های شهری محسوب می‌شود، زیرا سطح اعتماد مردم بر مشارکت اجتماعی، تبعیت از قوانین و همکاری با مدیریت شهری تأثیر مستقیم دارد(روچستین، ۲۰۰۸). در روابط عمومی شهری، اعتماد عمومی نشان‌دهنده‌ی این است که شهروندان احساس می‌کنند اطلاعات ارائه‌شده توسط شهرداری دقیق، قابل‌اعتماد و بی‌طرفانه است و مدیریت شهری به نیازها و دغدغه‌های آن‌ها پاسخ می‌دهد. اعتماد عمومی در سه بعد اصلی تحلیل می‌شود:

اعتماد شناختی[۱] : بر اساس دانش و شناخت شهروندان نسبت به توانایی و کارایی شهرداری شکل می‌گیرد.

اعتماد عاطفی[۲] : ناشی از احساس امنیت، احترام و تعلق عاطفی شهروندان به سازمان است.

اعتماد نهادی[۳] : مربوط به باور به عملکرد نظام و سازوکارهای قانونی و سازمانی حاکم بر مدیریت شهری است(مایر و همکاران، ۱۹۹۵).

۴-نظریه‌های مرتبط با اعتماد عمومی

نظریه سرمایه اجتماعی[۴]: این نظریه بیان می‌کند که اعتماد عمومی به‌عنوان یک سرمایه اجتماعی، ظرفیت همکاری و مشارکت جمعی شهروندان را افزایش می‌دهد. سرمایه اجتماعی شامل شبکه‌ها، هنجارها و اعتماد بین اعضای جامعه است که همکاری متقابل را تسهیل می‌کند . شهرداری‌ها با ایجاد شفافیت، اطلاع‌رسانی صحیح و فرصت‌های مشارکت می‌توانند سرمایه اجتماعی را تقویت کنند و به ارتقای اعتماد عمومی منجر شوند.

نظریه شفافیت و پاسخگویی[۵]: طبق این نظریه، اعتماد عمومی زمانی شکل می‌گیرد که سازمان‌ها اطلاعات کافی، دقیق و به‌موقع را در اختیار مردم قرار دهند و نسبت به اقدامات خود پاسخگو باشند. شفافیت اطلاعاتی و بازخورد دوسویه میان مدیریت شهری و شهروندان موجب افزایش اعتماد و رضایت عمومی می‌شود.(بونس، ۲۰۰۷)

نظریه اعتماد نهادی[۶]: این نظریه بر اهمیت سازوکارها و نهادها در شکل‌گیری اعتماد تأکید دارد. اعتماد نهادی از طریق قوانین، سیاست‌ها، استانداردها و سازوکارهای رسمی برقرار می‌شود و تضمین می‌کند که سازمان‌ها در چارچوب مقررات عمل می‌کنند(لیو و ستوکر، ۲۰۰۰) .

نظریه اعتماد در روابط عمومی دیجیتال[۷]: در عصر هوشمندسازی، اعتماد عمومی با کیفیت تعاملات دیجیتال و شفافیت اطلاعاتی ارتباط مستقیم دارد. شهروندان به سازمان‌ها اعتماد می‌کنند اگر پیام‌ها شفاف، پاسخگویی سریع و کانال‌های ارتباطی تعاملی باشند.

اعتماد عمومی پایه و زیربنای مشارکت شهروندان و موفقیت سیاست‌های شهری است. تقویت اعتماد از طریق روابط عمومی هوشمند، شفافیت، پاسخگویی و مشارکت دوسویه امکان‌پذیر می‌شود. نظریه‌های سرمایه اجتماعی، شفافیت و پاسخگویی، اعتماد نهادی و اعتماد دیجیتال، چارچوبی علمی برای تحلیل و سنجش اعتماد در روابط عمومی شهری فراهم می‌کنند.

۵-ارتباطات شهروندی

ارتباطات شهروندی به مجموعه تعاملات، تبادل اطلاعات و جریان‌های ارتباطی میان شهروندان و نهادهای مدیریت شهری اشاره دارد که هدف آن افزایش مشارکت، شفافیت و پاسخگویی در فرآیندهای تصمیم‌گیری شهری است. این مفهوم علاوه بر

1 Cognitive trust
2 Affective trust
3 Institutional trust
4 Social Capital Theory
5 Transparency and Accountability Theory
6 Institutional Trust Theory
7 Digital Public Relations Trust Theory

انتقال اطلاعات، شامل گفت‌وگوی دوسویه، مشارکت در تصمیم‌سازی، و همکاری فعال شهروندان با مدیریت شهری نیز می‌شود(وان و دانک، ۲۰۰۸). در عصر دیجیتال، ارتباطات شهروندی دیگر محدود به تعاملات حضوری یا اطلاع‌رسانی سنتی نیست؛ بلکه با توسعه فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات، از طریق پلتفرم‌های آنلاین، شبکه‌های اجتماعی، اپلیکیشن‌های شهروندی و سامانه‌های بازخورد دیجیتال انجام می‌شود. این نوع ارتباطات باعث می‌شود شهروندان نقش فعال و مشارکت‌جویانه در اداره امور شهری ایفا کنند و احساس کنند که *صدای آن‌ها شنیده می‌شود* و در تصمیم‌گیری‌ها تأثیرگذارند(نام، ۲۰۱۴). ارتباطات شهروندی دارای ابعاد مختلفی است:

اطلاع‌رسانی[1] **:** انتقال داده‌ها و اطلاعات مربوط به خدمات، پروژه‌ها و سیاست‌های شهری به شهروندان به‌صورت شفاف و به‌موقع.

مشاوره و مشارکت[2] **:** ارائه فرصت برای شهروندان جهت ارائه بازخورد، پیشنهاد و مشارکت در تصمیم‌گیری‌های شهری.

همکاری و مشارکت فعال[3] **:** مشارکت مستقیم شهروندان در پروژه‌ها، برنامه‌ها و نوآوری‌های شهری.

ارتباطات شهروندی تأثیر مستقیمی بر اعتماد عمومی، رضایت شهروندان و کارآمدی مدیریت شهری دارد. پژوهش‌ها نشان داده‌اند که وقتی روابط عمومی شهرداری‌ها از ابزارهای دیجیتال و هوشمندسازی برای تعامل با شهروندان بهره می‌برد، نه تنها بازخورد بهبود می‌یابد، بلکه مشارکت و سرمایه اجتماعی در سطح شهری افزایش پیدا می‌کند(سکول، ۲۰۱۸). به‌طور خلاصه، ارتباطات شهروندی یک فرآیند دوسویه و تعاملی است که بر پایه شفافیت، پاسخگویی و مشارکت طراحی می‌شود و نقش مهمی در تحقق حکمرانی هوشمند، ارتقای اعتماد عمومی و بهبود کیفیت خدمات شهری دارد.

۶-تأثیر هوشمندسازی روابط عمومی در شهرداری‌ها بر ارتقای اعتماد عمومی شهروندان

اعتماد عمومی، به‌عنوان پایه‌ای اساسی برای موفقیت سیاست‌ها و پروژه‌های شهری، نقش حیاتی در تعامل بین شهروندان و نهادهای مدیریت شهری ایفا می‌کند .این اعتماد زمانی شکل می‌گیرد که شهروندان احساس کنند شهرداری‌ها شفاف، پاسخگو، مسئول و توانمند هستند و اطلاعات درست و به‌موقع در اختیار آن‌ها قرار می‌دهند. در این راستا، روابط عمومی هوشمند یا هوشمندسازی روابط عمومی، به عنوان ابزار کلیدی برای تقویت اعتماد عمومی مطرح می‌شود. هوشمندسازی روابط عمومی به معنای به‌کارگیری فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات پیشرفته، سامانه‌های دیجیتال، پلتفرم‌های اطلاع‌رسانی آنلاین، شبکه‌های اجتماعی، سامانه‌های پاسخ خودکار و تحلیل داده‌های شهروندی است. هدف این رویکرد، تبدیل روابط عمومی از یک واحد سنتی اطلاع‌رسان به یک عامل استراتژیک و تعاملی است که می‌تواند اعتماد شهروندان را ارتقا دهد. ابعاد تأثیر هوشمندسازی روابط عمومی بر اعتماد عمومی عبارت است از:

شفافیت و دسترسی آزاد به اطلاعات: روابط عمومی هوشمند با ایجاد پورتال‌های آنلاین، داشبوردهای عملکرد و انتشار گزارش‌های شفاف، امکان دسترسی سریع و آسان شهروندان به اطلاعات را فراهم می‌کند. این شفافیت موجب کاهش تردید و سوءتفاهم بین مردم و مدیریت شهری شده و اعتماد شناختی و نهادی شهروندان را تقویت می‌کند.

پاسخگویی و تعامل دوسویه: سامانه‌های دیجیتال امکان دریافت بازخورد و پرسش شهروندان و پاسخگویی به‌موقع به آن‌ها را فراهم می‌کنند. این تعامل دوسویه باعث می‌شود شهروندان احساس کنند صدای آن‌ها شنیده می‌شود و نیازهایشان در تصمیم‌گیری‌ها لحاظ می‌شود. پژوهش‌ها نشان داده‌اند که تعامل فعال و شفاف میان شهرداری و شهروندان، تأثیر مستقیم بر اعتماد عاطفی و شناختی دارد.

تحلیل داده و بهبود خدمات:هوشمندسازی روابط عمومی با جمع‌آوری و تحلیل داده‌های شهروندی، به مدیریت شهری امکان می‌دهد نیازها و اولویت‌های واقعی مردم را شناسایی کرده و خدمات متناسب با آن ارائه دهد. این عملکرد مؤثر، اعتماد نهادی و ادراک کارآمدی مدیریت شهری را افزایش می‌دهد.

مشارکت فعال شهروندان و سرمایه اجتماعی: هوشمندسازی روابط عمومی، شهروندان را در فرآیندهای تصمیم‌گیری شهری مشارکت می‌دهد. مشارکت فعال نه تنها موجب افزایش رضایت و تعلق خاطر شهروندان می‌شود بلکه سرمایه اجتماعی را تقویت کرده و اعتماد عمومی را پایدار می‌سازد (چن، ۲۰۲۵).

۷-چالش‌ها و محدودیت‌ها

با وجود مزایای هوشمندسازی روابط عمومی، برخی چالش‌ها می‌توانند مانع از ایجاد اعتماد شوند:

1 Information Sharing
2 Consultation and Participation
3 Active Collaboration

نگرانی‌های حریم خصوصی و امنیت داده‌ها :شهروندان در صورتی که اطلاعات شخصی آن‌ها به درستی محافظت نشود، اعتماد خود را از دست می‌دهند.

عدم دسترسی برابر به فناوری :تفاوت در دسترسی به ابزارهای دیجیتال و اینترنت می‌تواند اعتماد بخشی از جامعه را کاهش دهد.

موانع فرهنگی و سازمانی :نبود فرهنگ پاسخگویی و مشارکت در مدیریت شهری سنتی، باعث می‌شود که حتی با پیاده‌سازی فناوری، اعتماد عمومی به شکل کامل شکل نگیرد .

با توجه به مبانی نظری و پژوهش‌های بین‌المللی، هوشمندسازی روابط عمومی شهرداری‌ها به‌طور مستقیم و غیرمستقیم بر ارتقای اعتماد عمومی شهروندان تأثیر دارد .این فرآیند، از طریق افزایش شفافیت، پاسخگویی دوسویه، بهبود کیفیت خدمات و مشارکت فعال شهروندان، زمینه‌ای برای ایجاد ارتباط پایدار و اعتماد متقابل فراهم می‌کند. در نتیجه، شهرداری‌ها می‌توانند با بهره‌گیری از فناوری‌های هوشمند و ایجاد سازوکارهای مناسب برای حفاظت از داده‌ها و ارتقای دسترسی دیجیتال، سطح اعتماد عمومی را به‌طور قابل توجهی ارتقا دهند و به مدیریت شهری کارآمد، شفاف و مشارکتی دست یابند.

۸-تأثیر هوشمندسازی روابط عمومی در شهرداری‌ها بر ارتقای ارتباطات شهروندی

ارتباطات شهروندی به معنای فرآیند تعامل و تبادل اطلاعات بین شهروندان و نهادهای مدیریت شهری است که هدف آن افزایش مشارکت، شفافیت، پاسخگویی و اعتماد عمومی می‌باشد (وان، ۲۰۰۸) .در عصر فناوری، این ارتباطات دیگر محدود به روش‌های سنتی اطلاع‌رسانی نیست و با توسعه فناوری‌های دیجیتال و هوشمندسازی روابط عمومی شهرداری‌ها، به‌صورت دوسویه، مشارکتی و مبتنی بر داده شکل می‌گیرد. هوشمندسازی روابط عمومی به معنای به‌کارگیری فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی، سامانه‌های دیجیتال، اپلیکیشن‌های شهروندی، شبکه‌های اجتماعی و تحلیل داده‌های بازخورد مردم است تا روابط عمومی از یک واحد اطلاع‌رسان سنتی به یک عامل استراتژیک، مشارکتی و پاسخگو تبدیل شود(کول، ۲۰۲۲). ابعاد تأثیر هوشمندسازی روابط عمومی بر ارتباطات شهروندی عبارتند از:

ارتباط دوسویه و شفافیت اطلاعاتی: سامانه‌ها و پلتفرم‌های دیجیتال به شهرداری‌ها این امکان را می‌دهند که اطلاعات مرتبط با پروژه‌ها، خدمات، بودجه و سیاست‌ها را به‌صورت شفاف و به‌موقع در اختیار شهروندان قرار دهند. این شفافیت باعث می‌شود شهروندان احساس کنند اطلاعات دقیق و قابل اعتماد دریافت می‌کنند و مدیریت شهری پاسخگو و صادقانه عمل می‌کند

مشارکت فعال و تصمیم‌گیری مشارکتی: هوشمندسازی روابط عمومی امکان مشارکت فعال شهروندان در فرآیندهای تصمیم‌گیری شهری را فراهم می‌کند. شهروندان می‌توانند از طریق اپلیکیشن‌ها، پلتفرم‌های آنلاین و شبکه‌های اجتماعی ایده‌ها، پیشنهادات و بازخورد خود را ارائه دهند و در پروژه‌های شهری مشارکت کنند. این فرآیند باعث افزایش حس تعلق و مسئولیت‌پذیری مردم نسبت به جامعه شهری و ارتقای سرمایه اجتماعی می‌شود(نام، ۲۰۱۴).

تحلیل داده‌ها و بهبود کیفیت ارتباطات: سامانه‌های دیجیتال و هوشمند قادر به جمع‌آوری و تحلیل داده‌های مربوط به رفتار، نیازها و بازخورد شهروندان هستند. این تحلیل‌ها به روابط عمومی شهرداری کمک می‌کند تا ارتباطات هدفمندتر، مبتنی بر واقعیت و پاسخگو ارائه دهد و تعاملات شهری را بهبود بخشد.

افزایش سرعت و کارایی پاسخگویی: سیستم‌های هوشمند روابط عمومی مانند چت‌بات‌ها، سامانه‌های پیام‌رسان و پورتال‌های آنلاین، امکان پاسخگویی سریع به پرسش‌ها و درخواست‌های شهروندان را فراهم می‌کنند. این قابلیت باعث می‌شود که شهروندان احساس کنند در فرآیندهای شهری مشارکت واقعی دارند و می‌توانند تأثیر خود را مشاهده کنند .

تقویت اعتماد و ارتباطات مستمر: هوشمندسازی روابط عمومی با فراهم کردن بسترهای ارتباطی دوسویه، شفاف و مشارکتی، موجب ایجاد ارتباطات مستمر و اعتماد پایدار میان شهروندان و شهرداری‌ها می‌شود. وقتی مردم مطمئن شوند که صدایشان شنیده می‌شود و بازخوردشان به تصمیم‌گیری‌ها وارد می‌شود، انگیزه بیشتری برای مشارکت فعال و پایدار خواهند داشت (نئپان، ۲۰۲۱).

۹-پیامدهای هوشمندسازی روابط عمومی بر ارتباطات شهروندی

ارتباط دوسویه مؤثر :فرآیند اطلاع‌رسانی و بازخورد به شکل یک تعامل واقعی میان مردم و مدیریت شهری در می‌آید.

مشارکت فعال و هدفمند :شهروندان فرصت دارند در تصمیم‌گیری‌ها، پروژه‌ها و نوآوری‌های شهری نقش ایفا کنند.

بهبود شفافیت و پاسخگویی :دسترسی به اطلاعات شفاف و امکان ارائه بازخورد مستقیم باعث افزایش رضایت شهروندان می‌شود.

تقویت اعتماد عمومی و سرمایه اجتماعی :مشارکت مؤثر و تعامل دوسویه زمینه اعتماد متقابل و سرمایه اجتماعی پایدار را فراهم می‌کند.

بهینه‌سازی تصمیم‌گیری شهری **:**تحلیل بازخوردهای دیجیتال به مدیریت شهری کمک می‌کند تصمیمات مبتنی بر داده و نیازهای واقعی شهروندان اتخاذ شود.(کایسر، ۲۰۲۴)

هوشمندسازی روابط عمومی شهرداری‌ها فرایندی استراتژیک، فناورانه و مشارکتی که ارتباطات شهروندی را از حالت سنتی، یک‌طرفه و محدود، به تعامل دوسویه، شفاف و مبتنی بر داده تبدیل می‌کند. این تحول، ضمن افزایش مشارکت فعال شهروندان، موجب ارتقای کیفیت تصمیم‌گیری‌های شهری، افزایش اعتماد عمومی و تقویت سرمایه اجتماعی می‌شود. در نتیجه، شهرداری‌ها با بهره‌گیری از فناوری‌های هوشمند و توسعه سامانه‌های مشارکتی می‌توانند ارتباطی مستمر، اثربخش و پایدار با شهروندان ایجاد کنند که بهبود عملکرد مدیریت شهری و رضایت عمومی را به دنبال دارد.

۱۰-بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر نشان می‌دهد که هوشمندسازی روابط عمومی در شهرداری‌ها نقش مؤثری در ارتقای کیفیت ارتباطات با شهروندان و افزایش اعتماد عمومی ایفا می‌کند. به‌کارگیری فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی، سامانه‌های دیجیتال، اپلیکیشن‌های شهروندی و شبکه‌های اجتماعی، روابط عمومی شهرداری‌ها را از یک واحد اطلاع‌رسان سنتی به یک واحد استراتژیک، پاسخگو و مشارکتی تبدیل می‌کند. نتایج بررسی‌ها و تحلیل‌های نظری حاکی از آن است که هوشمندسازی روابط عمومی باعث می‌شود:

ارتباط دوسویه و شفاف با شهروندان شکل گیرد و اطلاعات به‌صورت دقیق، به‌موقع و قابل اعتماد در اختیار آنان قرار گیرد.

مشارکت فعال شهروندان در فرآیندهای تصمیم‌گیری و پروژه‌های شهری تقویت شود و آنان احساس کنند صدایشان شنیده می‌شود.

اعتماد عمومی از طریق افزایش شفافیت، پاسخگویی و ارائه خدمات بهینه ارتقا یابد.

سرمایه اجتماعی و تعلق شهروندان به مدیریت شهری افزایش یابد، که این امر زمینه‌ساز تعاملات پایدار و موفقیت سیاست‌ها و پروژه‌های شهری خواهد بود.

به‌طور خلاصه، هوشمندسازی روابط عمومی یک ابزار کلیدی برای تقویت حکمرانی شهری هوشمند و مشارکتی است که هم ارتقای کیفیت ارتباطات شهروندی را فراهم می‌کند و هم اعتماد عمومی را تقویت می‌نماید. شهرداری‌ها با بهره‌گیری از فناوری‌های هوشمند و سامانه‌های مشارکتی، می‌توانند ارتباط مؤثرتر، پاسخگوتر و مستمر با شهروندان برقرار کنند، مشارکت آنان را افزایش دهند و در نهایت به حکمرانی شفاف، مشارکتی و کارآمد دست یابند.

منابع

- موسوی حسنی، س. م. (۱۴۰۱). نظریه‌های شهر هوشمند .*جغرافیا و روابط انسانی،۱ (۵)* ۱-۲۰.
- Bovens, M. (2007). Analysing and assessing public accountability: A conceptual framework. *European Law Journal, 13*(4), 447–468.
- Cole, A. (2022). *Trust and the Smart City: The Hong Kong Paradox*. China Perspectives, 140.
- Eurocities. (2025). *Embedding trust in smart cities with public sensors*. Eurocities. Eurocities - Home
- Kaiser, Z. R. M. A. (2024). Smart governance for smart cities and nations. *Sustainable Cities and Society*, 2024. https://doi.org/10.1016/j.scs.2024.104987
- Levi, M., & Stoker, L. (2000). Political trust and trustworthiness. *Annual Review of Political Science, 3*, 475–507.
- Nam, T. (2014). Smart city as urban innovation: Focusing on management, policy, and governance. *Sustainability, 6*(5), 2295–2312. https://doi.org/10.3390/su6052295
- Neupane, C. (2021). A trust-based model for the adoption of smart city technologies. *Sustainability*, **13**(16), 9316. https://doi.org/10.
- Rothstein, B., & Stolle, D. (2008). The state and social capital: An institutional theory of generalized trust. *Comparative Politics, 40*(4), 441–459.
- Scholl, H. J. (2018). Smart governance and citizen engagement in cities. *Government Information Quarterly, 35*(2), 317–326. https://doi.org/10.1016/j.giq.2018.03.006
- Shen, C. (2025). Digital dialogue in smart cities: Evidence from public engagement platforms. *Cities*, 125, 103610. https://doi.org/10.1016/j.cities.2022.103610.
- Van de Donk, W., Loader, B., Nixon, P., & Rucht, D. (2008). *Cyberprotest: New media, citizens, and social movements*. Routledge.