

بررسی تأثیر سیاست‌های ارتباطی شهرداری بر عدالت اقتصادی و توزیع فضایی خدمات شهری

سیما برزه کار^۱، مسعود ملاح زاده^۲، رقیه کارگر^۳

۱- کارشناسی جغرافیا - جغرافیای شهری، دانشگاه پیام نور بوشهر. (کارشناس اجتماعی - سازمان فرهنگی اجتماعی و ورزشی شهرداری بوشهر)

۲- کارشناسی روابط عمومی، دانشگاه علمی کاربردی بوشهر. (مسئول دفتر - سازمان فرهنگی اجتماعی و ورزشی شهرداری بوشهر)

۳- کارشناسی اقتصاد صنعتی، دانشگاه آزاد عالیشهر. (کارشناس امور اداری - شهرداری)

چکیده

در دهه‌های اخیر، سیاست‌های ارتباطی شهرداری‌ها به یکی از مؤلفه‌های کلیدی حکمرانی شهری تبدیل شده‌اند که نقشی فراتر از اطلاع‌رسانی صرف ایفا می‌کنند و به‌طور مستقیم بر فرآیندهای تخصیص منابع، جذب سرمایه‌گذاری و در نهایت تحقق عدالت اقتصادی و توزیع فضایی خدمات شهری اثر می‌گذارند. در بستر شهرهای ایران، نابرابری‌های فضایی در دسترسی به خدمات عمومی، زیرساخت‌ها و فرصت‌های اقتصادی، چالشی ساختاری است که ریشه آن صرفاً در محدودیت منابع مالی نبوده، بلکه به ضعف در شفافیت، پاسخگویی و مشارکت‌پذیری سیاست‌های ارتباطی مدیریت شهری بازمی‌گردد. از این‌رو، بررسی پیوند میان سیاست‌های ارتباطی شهرداری و عدالت اقتصادی، ضرورتی پژوهشی و کاربردی دارد. هدف اصلی این مقاله، واکاوی نقش و تأثیر سیاست‌های ارتباطی شهرداری‌ها بر تحقق عدالت اقتصادی و بهبود توزیع فضایی خدمات شهری با تأکید بر روابط عمومی، شهرداری الکترونیک، مشارکت شهروندی و حکمرانی ارتباطی است. این پژوهش با رویکرد مروری-تحلیلی و با بهره‌گیری از اسناد، مقالات علمی و پژوهش‌های معتبر داخلی، به تحلیل مفهومی و تطبیقی ابعاد مختلف ارتباطات نهادی در مدیریت شهری پرداخته است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که سیاست‌های ارتباطی شفاف، دوسویه و داده‌محور می‌توانند با افزایش اعتماد اجتماعی، کاهش ریسک سرمایه‌گذاری و ارتقای مشارکت شهروندان، زمینه هدایت منابع اقتصادی و خدمات شهری به سمت مناطق کمتر برخوردار را فراهم آورند. در مقابل، سیاست‌های ارتباطی تمرکزگرا، تبلیغاتی و ناهماهنگ با اقدامات اجرایی، به بازتولید نابرابری‌های فضایی و تشدید شکاف اقتصادی میان مناطق شهری منجر می‌شوند. همچنین نقش سرمایه انسانی، ساختارهای قدرت سازمانی و مسئولیت اجتماعی کارکنان در اثربخشی این سیاست‌ها برجسته شد.

واژگان کلیدی: سیاست‌های ارتباطی، عدالت اقتصادی، توزیع فضایی خدمات، روابط عمومی شهرداری، حکمرانی شفاف

سیاست‌های ارتباطی شهرداری‌ها در عصر حاضر، فراتر از صرف اطلاع‌رسانی در مورد اقدامات اداری روزمره، به ستون فقراتی برای اجرای استراتژی‌های کلان توسعه شهری تبدیل شده‌اند و به طور مستقیم بر نحوه ادراک و توزیع منافع اقتصادی در پهنه شهر تأثیر می‌گذارند. این سیاست‌ها که شامل روابط عمومی فعال، مدیریت رسانه‌ای، و پلتفرم‌های تعاملی هستند، نقشی اساسی در شکل‌دهی به "روایت شهری" دارند؛ روایتی که تعیین می‌کند کدام مناطق یا کدام بخش‌های جامعه شهری شایسته اولویت در تخصیص منابع و سرمایه‌گذاری باشند (نقیب‌زاده و همکاران، ۲۰۲۲). عدالت اقتصادی در بستر شهری، به معنای توزیع منصفانه فرصت‌ها، خدمات و زیرساخت‌های عمومی است، به گونه‌ای که تفاوت‌های فاحش جغرافیایی در دسترسی به کیفیت زندگی کاهش یابد. این عدالت غالباً تحت تأثیر دو عامل کلیدی قرار می‌گیرد: اول، تصمیم‌گیری‌های رسمی تخصیص بودجه و دوم، توانایی شهرداری در برقراری ارتباط مؤثر با ذی‌نفعان برای جذب سرمایه‌گذاری‌های غیردولتی و هدایت افکار عمومی به سوی اولویت‌های توسعه متوازن. در این میان، روابط عمومی به عنوان پل ارتباطی بین ساختار قدرت شهری و مردم، نقش حیاتی در مشروعیت‌بخشی به سرمایه‌گذاری‌های بزرگ ایفا می‌کند و می‌تواند فضای ذهنی لازم برای پروژه‌هایی که به طور بالقوه می‌توانند توزیع فضایی را به نفع مناطق محروم تغییر دهند، فراهم آورد (احمدیان سعید و همکاران، ۲۰۲۲).

چارچوب مفهومی عدالت اقتصادی در محیط شهری نیازمند درکی فراتر از صرف درآمد سرانه است و باید شامل عدالت توزیعی (دسترسی به امکانات) و عدالت رویه‌ای (مشارکت در تصمیم‌گیری) باشد. سیاست‌های ارتباطی شهرداری، به ویژه آن‌هایی که بر پروژه‌های زیربنایی بزرگ شهری متمرکز هستند، به طور مستقیم بر ارزش زمین، الگوهای مهاجرت شغلی و دسترسی طبقات کم‌درآمد به امکانات تأثیر می‌گذارند. برای مثال، یک کمپین ارتباطی قوی در مورد احیای یک منطقه صنعتی قدیمی می‌تواند سرمایه‌گذاران را جذب کند، اما اگر این ارتباطات به گونه‌ای مدیریت نشود که منافع حاصله به ساکنان بومی آن منطقه نیز برسد، شکاف اقتصادی-فضایی تعمیق خواهد شد (راغب، ۲۰۲۲). در این راستا، روابط عمومی کارآمد می‌تواند با تبیین اهداف بلندمدت پروژه‌ها، اطمینان ایجاد کند که توسعه، فرایند حذف ساکنان نیست، بلکه فرایند توانمندسازی محلی است. این ابزار ارتباطی، ابزاری برای اعمال قدرت نرم شهرداری جهت ایجاد یک پارادایم توسعه فراگیر محسوب می‌شود که هدف آن کاهش نابرابری‌های ساختاری است، نابرابری‌هایی که اغلب ریشه در بی‌اطلاعی یا بی‌اعتمادی عمومی نسبت به نیت دولت محلی دارند (فریدوند، ۲۰۱۸).

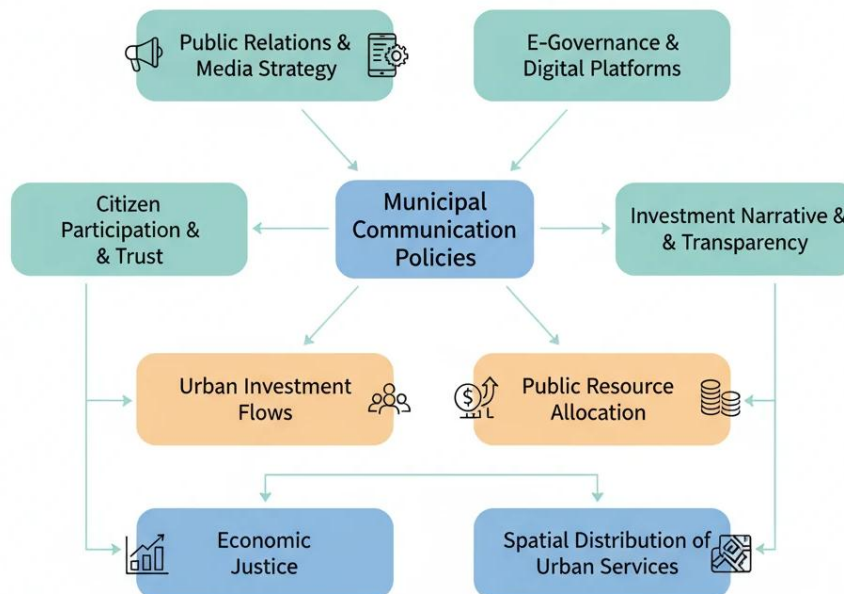
سرمایه‌گذاری شهری، اعم از دولتی و خصوصی، نیروی محرکه اصلی در شکل‌دهی به عدالت فضایی است. سیاست‌های ارتباطی شهرداری به طور مستقیم بر متغیر "ریسک‌پذیری" برای سرمایه‌گذاران تأثیر می‌گذارد. زمانی که شهرداری از طریق کانال‌های ارتباطی شفاف و قابل اعتماد، چشم‌انداز روشنی از ثبات سیاسی، حمایت قانونی و بازگشت سرمایه ارائه دهد، جریان سرمایه به سمت پروژه‌های محروم‌تر که معمولاً از ریسک بالاتری برخوردارند، تسهیل می‌شود (دل‌پیشه و همکاران، ۲۰۲۳). به عبارت دیگر، ارتباطات قوی و هدفمند، یک "کالای عمومی ارتباطی" ایجاد می‌کند که هزینه‌های معاملاتی برای سرمایه‌گذاران را کاهش داده و ورود سرمایه به مناطق شهری حاشیه‌ای را جذاب‌تر می‌سازد. عدم وجود این سیاست‌های ارتباطی فعال یا وجود سیاست‌های یک‌طرفه و غیرشفاف، منجر به تمرکز سرمایه‌گذاری در مناطق مرکزی و برخوردار شده و مفهوم "جزیره‌های توسعه" را در شهر تقویت می‌کند، که این امر به خودی خود نقض آشکار عدالت اقتصادی فضایی است (سلیمانی‌مقدم و همکاران، ۲۰۱۸). نقش روابط عمومی در این میان، فراتر از بازآرایی شهری است و به مدیریت انتظارات و حل‌وفصل منازعات اجتماعی مرتبط با تخصیص منابع شهری می‌پردازد. زمانی که منابع محدود شهری باید بین توسعه فضاهای عمومی در یک محله فقیرنشین و نوسازی زیرساخت‌های یک منطقه مرفه تخصیص یابد، نحوه برقراری ارتباط شهرداری با هر دو گروه از ذی‌نفعان تعیین‌کننده میزان پذیرش اجتماعی تصمیم نهایی خواهد بود. روابط عمومی موفق، از طریق گفتگو و شنیدن فعال، نه تنها مشروعیت تصمیم را افزایش می‌دهد، بلکه بازخوردهای ارزشمندی برای بهینه‌سازی توزیع خدمات فراهم می‌آورد که

این امر مستقیماً به بهبود عدالت رویه‌ای منجر می‌شود (آیینی و ایمانی، ۲۰۱۳). مدیریت ضعیف اطلاعات در مورد تخصیص بودجه‌های عمرانی می‌تواند به سرعت منجر به تظاهرات اجتماعی و بی‌اعتمادی عمومی شود، در نتیجه، سیاست ارتباطی به عنوان یک مکانیسم کنترل ریسک اجتماعی و تضمین‌کننده استمرار برنامه‌های توسعه عادلانه عمل می‌کند.

توزیع فضایی خدمات شهری مستقیماً به کیفیت و گستردگی شبکه‌های ارتباطی شهرداری وابسته است. اگر شهرداری از طریق کانال‌های ارتباطی مدرن (مانند پلتفرم‌های آنلاین) نتواند دسترسی همگانی به اطلاعات مربوط به مکان و زمان ارائه خدمات (مانند مراکز واکسیناسیون، توزیع یارانه‌ها، یا دسترسی به پروانه‌های ساخت) را فراهم کند، نابرابری در دسترسی تشدید می‌گردد. این عدم دسترسی، خود یک شکل از تبعیض ارتباطی است که به نابرابری اقتصادی منجر می‌شود، زیرا افراد محروم از این کانال‌ها، فرصت‌های بیشتری را از دست می‌دهند (شهنازی و پناهی، ۲۰۲۴). بنابراین، استراتژی ارتباطی باید یک استراتژی "مبتنی بر دسترسی" باشد که در آن تنوع فرهنگی و اقتصادی جامعه شهری در نظر گرفته شده و از روش‌های سنتی و مدرن به صورت مکمل استفاده شود تا هیچ گروهی از دایره اطلاع‌رسانی خارج نماند و بتواند از سهم عادلانه خود از خدمات بهره‌مند شود.

سیاست‌های ارتباطی در حوزه سرمایه‌گذاری شهری، اغلب بر ترویج "برند شهر" برای جذب سرمایه‌های خارجی تمرکز دارند، اما برای تحقق عدالت اقتصادی، باید رویکردی دوگانه اتخاذ شود: جذب سرمایه بزرگ و همچنین حمایت از سرمایه‌گذاری‌های خرد محلی. روابط عمومی باید در کنار تبلیغ پروژه‌های کلان، به معرفی و حمایت از کارآفرینان محلی و کسب‌وکارهای کوچک در مناطق کمتر برخوردار بپردازد. این رویکرد ارتباطی، جریان ثروت را از مرکز به پیرامون هدایت کرده و شبکه اقتصادی شهر را متراکم‌تر و انعطاف‌پذیرتر می‌سازد (بهمنی و ساران، ۲۰۲۳). اگر شهرداری فقط بر جذب سرمایه‌گذاران بزرگ متمرکز شود، ریسک این وجود دارد که سرمایه‌گذاری‌ها صرفاً منجر به توسعه زیرساخت‌های لوکس شده و افزایش قیمت زمین، ساکنان قدیمی را از محل سکونت خود برانند، که این نتیجه دقیقاً نقطه مقابل عدالت اقتصادی است. در نهایت، تبیین چارچوب مفهومی نیازمند درک این نکته است که سیاست‌های ارتباطی صرفاً ابزاری تاکتیکی نیستند، بلکه بازتابی از فلسفه حکمرانی شهرداری هستند. اگر فلسفه حکمرانی بر محوریت سودآوری و توسعه متمرکز باشد، سیاست‌های ارتباطی نیز در خدمت توجیه این تمرکز خواهند بود؛ اما اگر عدالت اقتصادی و توزیع فضایی به عنوان اهداف راهبردی تعریف شوند، سیاست‌های ارتباطی باید به ابزاری برای شفاف‌سازی تخصیص منابع و فراخوان مشارکت عمومی در جهت تحقق این اهداف تبدیل شوند (مهرداد سلگی و همکاران، ۲۰۲۵). این مقاله تلاش می‌کند تا این پیوند ناگسستنی میان نحوه صحبت کردن شهرداری و نحوه توزیع منابع آن را از منظر پژوهش‌های موجود مورد واکاوی قرار دهد.

نحوه طراحی پیام‌های ارتباطی نیز به طور مستقیم بر عدالت اقتصادی تأثیر می‌گذارد. پیام‌هایی که به طور مداوم بر دستاوردهای پروژه‌هایی در مناطق مرکزی تأکید می‌کنند، ناخواسته این پیام را مخابره می‌کنند که مناطق دیگر در اولویت نیستند و این خود موجب کاهش مطالبه‌گری و انتظار برای خدمات در آن مناطق می‌شود. یک سیاست ارتباطی عادلانه باید تعمداً پروژه‌های کوچک و متوسطی که در مناطق محروم در حال اجرا هستند را برجسته سازد، حتی اگر از نظر مقیاس اقتصادی به اندازه پروژه‌های مرکزی چشمگیر نباشند، زیرا اهمیت آن‌ها در کاهش نابرابری فضایی بسیار بیشتر است (ذکریانتاج و جلال، ۲۰۲۱). این برجسته‌سازی ارتباطی، سرمایه‌گذاری عمومی را به سمت بازتوزیع هدایت کرده و مشروعیت اقدامات شهرداری در چشم شهروندان مناطق مختلف را افزایش می‌دهد.



شکل ۱. مدل مفهومی تأثیر سیاست‌های ارتباطی شهرداری بر عدالت اقتصادی و توزیع فضایی خدمات شهری

مدل مفهومی ارائه شده بیانگر آن است که سیاست‌های ارتباطی شهرداری (Municipal Communication Policies) به عنوان هسته مرکزی حکمرانی ارتباطی شهری، نقش پیشران در شکل‌دهی به رفتارهای اقتصادی و فضایی شهر ایفا می‌کنند. در این چارچوب، ابزارهایی نظیر روابط عمومی و راهبردهای رسانه‌ای (Public Relations & Media Strategy)، حکمرانی الکترونیک و سکوهای دیجیتال (E-Governance & Digital Platforms)، تقویت مشارکت و اعتماد شهروندی (Citizen Participation & Trust) و شفافیت در روایت‌های سرمایه‌گذاری شهری (Investment Narrative & Transparency) به صورت هم‌افزا عمل می‌کنند. این مؤلفه‌ها با کاهش عدم تقارن اطلاعاتی، افزایش اعتماد عمومی و بهبود پاسخگویی نهادی، زمینه هدایت جریان‌های سرمایه‌گذاری شهری (Urban Investment Flows) و بهینه‌سازی تخصیص منابع عمومی (Public Resource Allocation) را فراهم می‌سازند. پیامد نهایی این فرآیند، ارتقای عدالت اقتصادی (Economic Justice) و توزیع فضایی عادلانه خدمات شهری (Spatial Distribution of Urban Services) است؛ به گونه‌ای که مناطق کمتر برخوردار نیز از فرصت‌های اقتصادی، زیرساختی و خدماتی برخوردار شده و شکاف‌های فضایی و اجتماعی در شهر کاهش یابد. این مدل بر نقش ارتباطات نهادی نه به عنوان ابزار مکمل، بلکه به عنوان یکی از ارکان اصلی توسعه متوازن شهری تأکید دارد.

۲. سیاست‌های ارتباطی شهرداری، سرمایه‌گذاری شهری و پیامدهای اقتصادی-فضایی

سیاست‌های ارتباطی شهرداری‌ها در دهه‌های اخیر به عنوان یک اهرم قدرتمند برای مدیریت انتظارات سرمایه‌گذاران و هدایت سرمایه‌های خصوصی به سمت اهداف توسعه شهری تعریف شده‌اند، و این تأثیرگذاری مستقیماً بر توزیع فضایی خدمات شهری سایه می‌افکند. در واقع، نحوه روایت‌گری شهرداری از فرصت‌های سرمایه‌گذاری، میزان شفافیت در قوانین و مقررات، و اعتبار پیام‌هایی که از طریق روابط عمومی منتشر می‌شود، مستقیماً بر "ریسک ادراک شده" توسط سرمایه‌گذاران تأثیر می‌گذارد (امیری و معراج، ۲۰۲۵). اگر شهرداری بتواند از طریق کمپین‌های ارتباطی مؤثر، پتانسیل‌های نهفته در مناطق کم‌توسعه‌یافته را به درستی معرفی کند و تضمین‌های لازم را در مورد ثبات محیط کسب‌وکار ارائه دهد، جریان سرمایه به

طور طبیعی به سمت این مناطق هدایت شده و شکاف اقتصادی-فضایی کاهش می‌یابد. این مکانیسم ارتباطی، به نوعی "فراخوان سرمایه‌گذاری فضایی" محسوب می‌شود که سیاست‌های ارتباطی آن را فعال می‌سازد. پیوند مستقیم بین ارتباطات و جذب سرمایه در پروژه‌های بزرگ شهری مانند توسعه حمل و نقل یا احیای مناطق صنعتی حاشیه‌ای، آشکارتر است. پروژه‌هایی که از نظر فنی پیچیده و نیازمند مشارکت بخش خصوصی هستند، اغلب به دلیل عدم اطمینان محیطی، با استقبال مواجه نمی‌شوند مگر آنکه شهرداری یک استراتژی ارتباطی جامع برای کاهش این عدم اطمینان اتخاذ کند. این استراتژی باید شامل ارتباطات دوسویه برای پاسخگویی به دغدغه‌های سرمایه‌گذاران، و همچنین توجیه اجتماعی پروژه برای کسب تأیید جامعه محلی باشد (راغب، ۲۰۲۲). عدم وجود این استراتژی ارتباطی جامع، منجر به این می‌شود که سرمایه‌گذاران به سمت مناطق مرکزی که از زیرساخت‌های ارتباطی و اطلاع‌رسانی قوی‌تری برخوردارند، گرایش یابند، در نتیجه سیاست‌های ارتباطی ضعیف، به شکلی غیرمستقیم به تمرکز اقتصادی در کانون‌های موجود دامن می‌زند.

از منظر بازتوزیع منابع، سیاست‌های ارتباطی شهرداری نقشی کلیدی در مشروعیت‌بخشی به تصمیمات مربوط به تخصیص بودجه دارند. زمانی که منابع عمومی برای اجرای پروژه‌هایی در مناطق محروم اختصاص می‌یابد، روابط عمومی باید تلاش کند تا اهداف بلندمدت این اقدامات را به روشنی تبیین کند تا از شکل‌گیری شائبه "سیاسی‌کاری" یا "تبغیض" جلوگیری شود (فریدوند، ۲۰۱۸). اگر مردم عادی در مناطق برخوردار احساس کنند که منابع به ناحق از آن‌ها سلب شده و به مناطق دیگر منتقل می‌شود، نارضایتی عمومی شکل می‌گیرد که ثبات مدیریت شهری را به خطر می‌اندازد. در مقابل، شفافیت در اعلام اینکه تخصیص‌ها بر اساس شاخص‌های عدالت و نیازسنجی صورت گرفته است، اعتماد عمومی را تقویت کرده و انتقال منابع به مناطق کمتر برخوردار را از منظر اجتماعی تسهیل می‌کند.

تأثیر سیاست‌های ارتباطی بر ساختار اقتصادی-فضایی شهر از طریق مدیریت انتظارات شهروندان و فعالان اقتصادی نیز قابل بررسی است. اگر شهرداری از طریق رسانه‌ها به طور مکرر بر لزوم توسعه محله‌های خاص تأکید کند، این پیام به طور ناخودآگاه بر ارزش‌گذاری‌های اقتصادی تأثیر گذاشته و جذابیت آن مناطق را برای سرمایه‌گذاری‌های آتی افزایش می‌دهد، حتی پیش از آغاز اجرای پروژه‌های فیزیکی (شهنازی و پناهی، ۲۰۲۴). این فرآیند، که می‌توان آن را "اقتصاد انتظارات مبتنی بر ارتباطات" نامید، نشان می‌دهد که چگونه توانایی شهرداری در کنترل روایت‌ها، می‌تواند به عنوان یک نیروی توزیع‌کننده ثروت عمل کند و سرمایه را به جاهایی ببرد که پیش از این مورد غفلت قرار گرفته بودند. بخش مهمی از سیاست‌های ارتباطی مدرن، استفاده از ابزارهای شهرداری الکترونیک برای تسهیل تعاملات اقتصادی است. پلتفرم‌های آنلاین که امکان پیگیری پرونده‌های سرمایه‌گذاری، اخذ مجوزها و دسترسی به اطلاعات کاربری زمین را فراهم می‌کنند، مستقیماً بر هزینه‌های معاملاتی و زمانی سرمایه‌گذاران تأثیر می‌گذارند (سلیمانی مقدم و همکاران، ۲۰۱۸). زمانی که این سیستم‌ها به شکلی عادلانه و با پشتیبانی ارتباطی قوی (مانند آموزش کاربران مناطق محروم) پیاده‌سازی شوند، دسترسی فعالان اقتصادی کوچک و مستقر در حاشیه شهر به فرصت‌های اقتصادی را بهبود می‌بخشند، در نتیجه نابرابری‌های مبتنی بر دسترسی به اطلاعات تسهیل می‌شود.

عدالت اقتصادی صرفاً در جذب سرمایه‌های بزرگ نیست، بلکه در توانمندسازی سرمایه‌گذاری‌های خرد و محلی نیز تجلی می‌یابد. سیاست‌های ارتباطی باید بخشی از استراتژی جذب سرمایه خود را به ترویج پروژه‌های مشارکتی محلی و تأکید بر مزایای اجتماعی سرمایه‌گذاری اختصاص دهند. برای مثال، شهرداری می‌تواند از طریق شبکه‌های اجتماعی، داستان‌های موفقیت کارآفرینان محلی را که توانسته‌اند با حمایت شهرداری توسعه یابند، منتشر کند. این نوع ارتباطات نه تنها حس تعلق را تقویت می‌کند، بلکه الگویی برای سایر ساکنان مناطق کمتر برخوردار ایجاد می‌کند تا به سرمایه‌گذاری در محیط خود

تشویق شوند (گرگوندی و همکاران، ۲۰۲۱). اما اگر سیاست‌های ارتباطی شهرداری به سمت تبلیغ بیش از حد پروژه‌هایی برود که صرفاً منجر به افزایش قیمت مسکن و جابه‌جایی ساکنان قدیمی می‌شوند (مانند پروژه‌های لوکس‌سازی)، در حقیقت سیاست‌های ارتباطی به عاملی برای تشدید نابرابری فضایی تبدیل می‌شوند. در این حالت، شهرداری با استفاده از روایت‌هایی که بر "مدرن‌سازی" و "بهبود چهره شهر" تأکید دارند، هزینه‌های اجتماعی جابه‌جایی را کم‌اهمیت جلوه می‌دهد، در حالی که تأثیر آن بر عدالت اقتصادی ساکنان آسیب‌پذیر گسترده است (نقیب‌زاده و همکاران، ۲۰۲۲). بنابراین، یک سیاست ارتباطی عادلانه باید بین توسعه و حفظ بافت اجتماعی و اقتصادی موجود، تعادل برقرار کند. در نهایت، مطالعه ارتباط میان سیاست‌های ارتباطی و سرمایه‌گذاری شهری نشان می‌دهد که ارتباطات کارآمد، یک پیش‌شرط برای جذب سرمایه است، اما اگر با اهداف عدالت‌محور همسو نباشد، صرفاً به تقویت شکاف‌های فضایی موجود منجر خواهد شد. هدف اصلی باید این باشد که سیاست‌های ارتباطی به عنوان یک ابزار استراتژیک برای هدایت سرمایه به مناطقی به کار گرفته شود که بیشترین نیاز را برای بازتوزیع خدمات و فرصت‌های اقتصادی دارند، و این امر مستلزم تدوین پیام‌هایی است که نه تنها جذابیت اقتصادی، بلکه ارزش‌های اجتماعی و توزیع عادلانه منافع را نیز منعکس کنند (بهمنی و ساران، ۲۰۲۳).

۳: روابط عمومی، مشارکت شهروندی و عدالت فضایی؛ نقش رسانه‌ها، شبکه‌های اجتماعی و شهرداری الکترونیک

روابط عمومی شهرداری به عنوان واسطه اصلی میان ساختار تصمیم‌گیری و جامعه شهری، نقشی محوری در تسهیل یا ممانعت از تحقق عدالت فضایی و اقتصادی ایفا می‌کند؛ به‌ویژه از طریق تأثیرگذاری بر سطح مشارکت شهروندی. مشارکت فعال شهروندان در فرآیندهای برنامه‌ریزی و تخصیص منابع، یکی از ارکان اصلی عدالت رویه‌ای است که زمینه‌ساز عدالت توزیعی می‌شود (آیینی و ایمانی، ۲۰۱۳). سیاست‌های ارتباطی مؤثر، با ایجاد فضاهای گفت‌وگو و تبادل نظر، شهروندان را ترغیب می‌کنند تا دغدغه‌ها و نیازهای فضایی خود را مطرح سازند، خواه این نیاز مربوط به توسعه فضای سبز در محله‌ای باشد یا اصلاح مسیر دسترسی به خدمات دولتی. نادیده گرفتن این بخش از شهروندان در گفتگوهای عمومی، به طور مستقیم منجر به تخصیص نامتوازن منابع به سمت مناطقی می‌شود که دارای صدای بلندتر و قدرت لابی‌گری بیشتری هستند. در عصر دیجیتال، شبکه‌های اجتماعی به عاملی تعیین‌کننده در سیاست‌های ارتباطی شهرداری‌ها تبدیل شده‌اند و تأثیر دوگانه‌ای بر عدالت فضایی دارند. از یک سو، این شبکه‌ها ابزارهایی دموکراتیک برای شنیدن سریع و مستقیم صدای مناطق حاشیه‌ای هستند که ممکن است در رسانه‌های رسمی کمتر دیده شوند (اکبری و همکاران، ۲۰۲۳). شهرداری‌هایی که فعالانه از این کانال‌ها برای جمع‌آوری بازخوردها و ایجاد کمپین‌های آگاهی‌رسانی در مورد پروژه‌های توسعه‌ای در مناطق محروم استفاده می‌کنند، می‌توانند میزان مشارکت و احساس مالکیت شهروندان را افزایش دهند. از سوی دیگر، شکاف دیجیتال یک مانع جدی است؛ شهروندانی که دسترسی کمتری به فناوری یا سواد دیجیتال دارند، از این پلتفرم‌ها حذف می‌شوند و این امر نابرابری‌های موجود را از طریق تبعیض ارتباطی تشدید می‌کند، در نتیجه سیاست ارتباطی باید استراتژی‌های چندکاناله را دنبال کند.

شهرداری الکترونیک (E-Governance) یکی از مهم‌ترین سازوکارهای ارتباطی مدرن است که مستقیماً با عدالت اقتصادی در ارتباط است. دسترسی آسان و شفاف به اطلاعات مربوط به مناقصات، تخصیص بودجه‌های عمرانی و مکان‌یابی خدمات، از طریق سامانه‌های آنلاین، می‌تواند فساد اداری را کاهش داده و تضمین کند که تصمیمات تخصیص منابع بر اساس معیارها و نه روابط غیررسمی اتخاذ می‌شود (سلیمانی‌مقدم و همکاران، ۲۰۱۸). هرچه این سامانه‌ها کاربرپسندتر و فراگیرتر باشند (با در نظر گرفتن نیازهای افراد کم‌توان یا مسن)، عدالت رویه‌ای بهبود یافته و این امر به توزیع فضایی عادلانه‌تر خدمات زیربنایی منجر می‌شود، چرا که نیازهای واقعی مناطق مختلف به صورت داده‌محور قابل شناسایی خواهد بود. روابط عمومی سنتی نیز

همچنان در شکل‌دهی به افکار عمومی و جلب حمایت برای پروژه‌های زیرساختی بلندمدت که نیازمند بسیج عمومی هستند، حیاتی است. برای مثال، اجرای پروژه‌ای مانند ساخت یک خط مترو جدید که ممکن است هزینه‌های کوتاه‌مدت سنگینی بر برخی محلات تحمیل کند، نیازمند یک عملیات روابط عمومی پیچیده است تا مزایای بلندمدت اقتصادی و اجتماعی آن برای همه شهروندان، از جمله ساکنان مناطقی که مستقیماً از خط بهره‌مند نمی‌شوند، به روشنی بیان شود (محمد نظافت داراب، ۲۰۲۲). این توانایی در "توجیه فضایی" تخصیص منابع، یک عملکرد حیاتی روابط عمومی در تحقق عدالت اقتصادی است.

تأثیر رسانه‌های جمعی سنتی (چاپ و تلویزیون) بر عدالت فضایی از طریق قاب‌بندی اخبار، همچنان قدرتمند است. اگر رسانه‌ها صرفاً بر افتتاح پروژه‌های بزرگ در مناطق مرکزی متمرکز شوند و از پوشش فرآیندهای توسعه در حاشیه شهر اجتناب کنند، این امر می‌تواند توهم وجود توسعه متوازن را ایجاد کند و در نتیجه، فشارهای سیاسی برای برقراری عدالت در مناطق محروم کاهش یابد (ذکریانتاج و جلال، ۲۰۲۱). روابط عمومی شهرداری باید فعالانه در جهت تعادل این پوشش رسانه‌ای تلاش کند و اطمینان حاصل نماید که روایت‌های توسعه‌ای شهر، شامل داستان‌های موفقیت در سراسر پهنه شهری باشد تا تصویر یک شهر منسجم و عادلانه به نمایش درآید. پاسخگویی مبتنی بر ارتباطات، یکی از مؤلفه‌های کلیدی در تضمین عدالت فضایی است. شهروندان در مناطقی که احساس می‌کنند خدمات شهری به درستی به آن‌ها ارائه نمی‌شود، نیاز دارند که شهرداری به سرعت و با ارائه راهکارهای مشخص به شکایات آن‌ها پاسخ دهد. اگر سیستم‌های ارتباطی (مانند سامانه‌های ۱۳۷) به خوبی با بخش‌های اجرایی مرتبط شده و نرخ حل مسئله بالایی داشته باشند، این امر نشان‌دهنده تعهد شهرداری به توزیع عادلانه خدمات است و شهروندان را به مشارکت بیشتر در فرآیندهای آینده تشویق می‌کند (البرز و همکاران، ۲۰۲۱). تأخیر یا پاسخ‌های مبهم، اعتماد را تخریب کرده و شهروندان را به سمت انفعال یا اعتراض هدایت می‌کند، که هر دو برای تحقق عدالت نامطلوب هستند.

سیاست‌های ارتباطی باید به طور خاص بر توانمندسازی نهادهای محلی و شوراهای محلات تمرکز کنند تا بتوانند به طور مؤثر مطالبات عدالت‌محور خود را به مرکزیت شهرداری منتقل سازند. این امر نیازمند آموزش‌های هدفمند از سوی واحد روابط عمومی در زمینه نحوه تدوین بیانیه‌های مطالبات، استفاده از ابزارهای ارتباطی دیجیتال و نحوه مذاکره با مدیران شهری است (مهرداد سلگی و همکاران، ۲۰۲۵). با تقویت توانایی ارتباطی بازیگران محلی، توازن قدرت در فرآیند تصمیم‌گیری منابع شهری اندکی به سمت مناطق نیازمند متمایل می‌شود و این یک گام مهم در جهت عدالت فضایی است. در نهایت، موفقیت در پیوند دادن روابط عمومی به عدالت فضایی مستلزم آن است که ارتباطات دیگر فقط یک فعالیت تبلیغاتی تلقی نشود، بلکه به عنوان یک بخش جدایی‌ناپذیر از فرآیند برنامه‌ریزی و اجرا دیده شود. این بدان معناست که قبل از هر تصمیم بزرگ برای تخصیص سرمایه در یک منطقه، یک برنامه ارتباطی جامع برای سنجش افکار، شفاف‌سازی اهداف و جلب مشارکت محلی باید اجرا شود، به‌ویژه زمانی که این تصمیمات پیامدهای توزیعی قابل توجهی بر سطح زندگی ساکنان مناطق مختلف شهر دارد (گلی و همکاران، ۲۰۲۵).

۴: حکمرانی ارتباطی، پاسخگویی، شفافیت و اعتماد اجتماعی و تأثیر آن بر عدالت اقتصادی

حکمرانی ارتباطی مؤثر، که بر پایه اصول پاسخگویی، شفافیت و توانایی شهرداری در ایجاد تعامل معنادار با شهروندان بنا شده است، به عنوان یک پیش‌شرط اساسی برای تضمین عدالت اقتصادی در سطح شهر عمل می‌کند. زمانی که سازوکارهای ارتباطی شهرداری شفاف باشند، یعنی شهروندان به راحتی بتوانند بدانند بودجه‌های عمرانی چگونه تخصیص یافته‌اند و کدام پروژه‌ها در کدام مناطق در حال اجرا هستند، اعتماد عمومی به نهاد شهرداری افزایش می‌یابد (البرز و همکاران، ۲۰۲۱). این

اعتماد، سنگ بنای پذیرش سیاست‌های توزیعی است؛ شهروندان در صورت مشاهده شفافیت در نحوه صرف منابع، کمتر به ناعادلانه بودن نتایج اعتراض می‌کنند و این امر فضای لازم برای اجرای برنامه‌های بازتوزیعی، مانند سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های مناطق محروم، را فراهم می‌آورد. شفافیت در سیاست‌های ارتباطی شهرداری، به طور خاص در حوزه مالی و عمرانی، مستقیماً بر عدالت اقتصادی تأثیر می‌گذارد. اگر اطلاعات مربوط به قراردادهای بزرگ، میزان تسهیلات اعطایی به سرمایه‌گذاران و معیارهای انتخاب پیمانکاران به سادگی و در قالب‌های قابل فهم (مانند داشبوردهای آنلاین) در دسترس عموم قرار گیرد، احتمال تبانی و انحراف منابع به سمت منافع خاص کاهش می‌یابد (صبحی و همکاران، ۲۰۲۰). این امر تضمین می‌کند که منابع محدود شهری به جای تمرکز در دست افراد یا شرکت‌های خاص که ممکن است در مناطق برخوردار متمرکز باشند، بر اساس نیازهای واقعی شهر و برای منافع عمومی (تأمین عدالت فضایی) مصرف شوند.

پاسخگویی، به عنوان بُعد فعال حکمرانی ارتباطی، مستلزم آن است که شهرداری نه تنها اطلاعات را منتشر کند، بلکه به انتقادات و شکایات شهروندان نیز به شیوه‌ای زمان‌بند و مؤثر پاسخ دهد. در زمینه عدالت فضایی، پاسخگویی به معنای تعهد به رسیدگی به کمبودهای زیرساختی در مناطقی است که کمترین سهم از خدمات را دریافت کرده‌اند (شهنازی و پناهی، ۲۰۲۴). اگر شکایات مربوط به توزیع نامناسب خدمات عمومی، مانند عدم دسترسی به حمل و نقل عمومی کافی یا کمبود فضای آموزشی در یک محله، با پاسخ‌های مکرر و غیرعملی مواجه شود، اعتماد شهروندان به توانایی شهرداری برای برقراری عدالت از بین می‌رود و این امر به شکل‌گیری احساس بی‌عدالتی سیستمی دامن می‌زند. اعتماد اجتماعی به عنوان خروجی اصلی حکمرانی ارتباطی موفق، تأثیر چندوجهی بر اقتصاد شهری دارد. در غیاب اعتماد، سرمایه‌گذاری‌های خصوصی با تردید بیشتری صورت می‌گیرد، زیرا ریسک تغییر ناگهانی سیاست‌ها یا موانع بوروکراتیک افزایش می‌یابد. اما در محیطی با اعتماد بالا، سرمایه‌گذاران (اعم از داخلی و خارجی) با اطمینان بیشتری وارد مناطقی می‌شوند که شهرداری آن‌ها را ترویج می‌کند، حتی اگر این مناطق در گذشته کمتر توسعه یافته باشند. این اعتماد ناشی از یکپارچگی بین گفتار و کردار شهرداری، به طور غیرمستقیم، جریان سرمایه را به سمت تحقق عدالت فضایی هدایت می‌کند (امیری و معراج، ۲۰۲۵).

سیاست‌های ارتباطی که به طور فعال "روایت‌های نابرابری" را به چالش می‌کشند، نقش مهمی در تقویت اعتماد ایفا می‌کنند. به عنوان مثال، اگر تصاویر رسانه‌ای به طور مداوم بر توسعه محله‌های مرفه تمرکز کنند، این خود می‌تواند به تقویت انتظارات نابرابر و بی‌اعتمادی در مناطق محروم منجر شود. روابط عمومی باید با انتشار منظم اطلاعات در مورد پیشرفت پروژه‌های خدماتی در این مناطق، این روایت غالب را شکسته و نشان دهد که تمام شهر در اولویت توجه مدیریت شهری قرار دارد (محمد نظافت داراب، ۲۰۲۲). این اقدام ارتباطی، یک سیاست فعال برای ترمیم اعتماد اجتماعی از دست رفته است. شهرداری الکترونیک، با فراهم آوردن بستر تعامل دوسویه، پاسخگویی را از حالت منفعل به حالت فعال تبدیل می‌کند. سامانه‌های الکترونیکی باید صرفاً برای اطلاع‌رسانی یک‌طرفه نباشند، بلکه باید دارای قابلیت ثبت درخواست، پیگیری و دریافت پاسخ‌های رسمی باشند. زمانی که یک شهروند از طریق پلتفرم آنلاین درخواستی را ثبت می‌کند و در بازه زمانی مشخص، پاسخی شفاف و عملی دریافت می‌کند، احساس مشارکت و مورد توجه قرار گرفتن او افزایش می‌یابد که نتیجه آن تقویت اعتماد و مشارکت در پروژه‌های آتی خواهد بود (احمدیان سعید و همکاران، ۲۰۲۲).

نکته اساسی این است که شفافیت ارتباطی باید شامل معیارهای تخصیص منابع نیز باشد. شهروندان باید بدانند که چرا یک پروژه در منطقه A اولویت یافته و نه در منطقه B. انتشار عمومی فرمول‌ها یا شاخص‌هایی که برای تعیین اولویت‌های سرمایه‌گذاری به کار رفته‌اند، موجب می‌شود که شهروندان، حتی اگر نتیجه نهایی مورد پسندشان نباشد، فرآیند را عادلانه بدانند (فریدوند، ۲۰۱۸). این شفافیت رویه‌ای، مانع از آن می‌شود که سوءظن به نیت‌های پشت پرده به اعتماد اجتماعی

آسیب بزند و توزیع ناعادلانه خدمات را به عنوان یک توطئه تفسیر کنند. در نهایت، حکمرانی ارتباطی کارآمد در جهت عدالت اقتصادی، مستلزم سازگاری میان پیام‌های روابط عمومی و اقدامات واقعی عمرانی است. تناقض بین تبلیغ برای "شهر عادلانه" و تخصیص بودجه به پروژه‌هایی که صرفاً منافع طبقه خاصی را تأمین می‌کنند، سریعاً اعتماد عمومی را از بین می‌برد (مهرداد سلگی و همکاران، ۲۰۲۵). بنابراین، سیاست ارتباطی باید کاملاً با سند توسعه شهری و تعهدات آن در زمینه عدالت فضایی همسو باشد تا از این طریق، اعتماد لازم برای پذیرش تغییرات ساختاری مورد نیاز برای توزیع عادلانه‌تر خدمات فراهم شود.

۵: سازمان، سرمایه انسانی، مسئولیت اجتماعی کارکنان و روابط قدرتی در تحقق توزیع عادلانه خدمات

سازماندهی داخلی شهرداری و سرمایه انسانی فعال در آن، از جمله عواملی هستند که تأثیر سیاست‌های ارتباطی بر عدالت اقتصادی را تقویت یا تضعیف می‌کنند. اگرچه ممکن است به نظر برسد که ارتباطات صرفاً وظیفه واحد روابط عمومی است، اما نحوه عملکرد کارکنان در تمامی سطوح، از مهندسان خدمات شهری گرفته تا مدیران اجرایی، بازتاب‌دهنده سیاست‌های ارتباطی کلان شهرداری است و در نهایت بر توزیع خدمات تأثیر می‌گذارد (گرگوندی و همکاران، ۲۰۲۱). سیاست‌های ارتباطی که بر "مسئولیت‌پذیری در برابر شهروند" تأکید دارند، باید با فرهنگ سازمانی و آموزش کارکنان در راستای خدمت‌رسانی عادلانه همسو باشند. سرمایه انسانی شهرداری، به ویژه کارکنانی که در خط مقدم تعامل با شهروندان در مناطق مختلف هستند، حاملان اصلی پیام‌های شهرداری محسوب می‌شوند. اگر کارکنان آموزش کافی در زمینه حساسیت‌های فضایی و اقتصادی مناطق مختلف شهر را نداشته باشند، ممکن است به طور ناخواسته سیاست‌های ارتباطی مثبت را در اجرای روزمره خود نادیده بگیرند و به تبعیض در ارائه خدمات دامن بزنند (مهرداد سلگی و همکاران، ۲۰۲۵). به عنوان مثال، یک کارشناس فنی که در مناطق برخوردار با رویه‌ای منعطف‌تر برخورد می‌کند و در مناطق حاشیه‌ای با سخت‌گیری بیشتر، عملاً سیاست ارتباطی شهرداری در زمینه عدالت را بی‌اثر می‌سازد.

مسئولیت اجتماعی کارکنان (CSR) درونی شده در سازمان، نقشی حیاتی در تحقق عدالت فضایی دارد. این مفهوم فراتر از فعالیت‌های روابط عمومی برای عموم است و به تعهد درونی کارکنان برای اجرای وظایفشان با در نظر گرفتن تأثیرات توزیعی بر گروه‌های مختلف اشاره دارد (آخوندی، ۲۰۲۵). اگر کارکنان، به ویژه کارشناسان برنامه‌ریزی و بودجه‌بندی، مسئولیت خود را در قبال کاهش نابرابری‌های موجود بدانند، سیاست‌های ارتباطی شهرداری در تبلیغ توسعه متوازن، از پشتوانه اجرایی محکمی برخوردار خواهند شد. این تعهد درونی، تضمین می‌کند که سرمایه‌گذاری‌های عمومی به طور خودکار به سمت مناطقی هدایت شوند که بیشترین سهم را از خدمات دریافت نکرده‌اند. روابط قدرتی درونی سازمان شهرداری، یکی از بزرگ‌ترین موانع در برابر اجرای عدالت اقتصادی از طریق ارتباطات است. اگر قدرت تصمیم‌گیری در مورد تخصیص منابع به شدت متمرکز و تحت نفوذ گروه‌های خاص باشد، سیاست‌های ارتباطی ممکن است صرفاً به ابزاری برای توجیه تصمیمات از پیش گرفته شده (که اغلب به نفع مناطق مرکزی است) تبدیل شوند و هرگز به عنوان ابزاری برای بسیج حمایت عمومی در جهت بازتوزیع واقعی به کار نروند (نقیب‌زاده و همکاران، ۲۰۲۲). روابط عمومی در این ساختار قدرت، تبدیل به ابزار پروپاگاندا می‌شود نه تسهیل‌کننده عدالت.

سیاست‌های ارتباطی باید به گونه‌ای طراحی شوند که این روابط قدرتی مرکزگرا را به چالش بکشند. این امر از طریق تقویت جایگاه و صدای مدیران میانی و کارشناسانی که مستقیماً با مناطق محروم در ارتباط هستند، امکان‌پذیر است (فریدوند، ۲۰۱۸). به اشتراک‌گذاری موفقیت‌های حاصل از توزیع عادلانه توسط این مدیران از طریق کانال‌های رسمی ارتباطی، می‌تواند ساختار قدرت را به سوی تفویض اختیار و توجه بیشتر به نیازهای محلی سوق دهد و سیاست‌های ارتباطی را از حالت دستوری

به حالت مشارکت‌جویانه تغییر دهد. حتی نحوه آموزش کارکنان روابط عمومی نیز بر عدالت اقتصادی تأثیر می‌گذارد. اگر آموزش‌های این واحد صرفاً بر مدیریت بحران یا تبلیغ پروژه‌های لوکس متمرکز باشد، این واحد از ابزارهای خود برای ترویج مفاهیم عدالت فضایی استفاده نخواهد کرد. نیاز به آموزش‌هایی در زمینه تحلیل داده‌های فضایی، فهم شاخص‌های نابرابری و نحوه قاب‌بندی پیام‌ها به گونه‌ای که توجه را به مناطق کم‌برخوردار جلب کند، ضروری است (صالحی و همکاران، ۲۰۲۰). این سرمایه‌گذاری در سرمایه انسانی ارتباطی، تضمین‌کننده اجرای عادلانه در لایه‌های اجرایی است.

مسئولیت اجتماعی در سطح سازمان شهرداری، باید شامل سازوکارهایی برای "بازخورد عادلانه" باشد. کارکنان باید تشویق شوند که هرگونه تفاوت در کیفیت ارائه خدمات بین مناطق مختلف را به سیستم گزارش دهند، حتی اگر این امر به معنای انتقاد ضمنی از عملکرد سایر واحدها باشد (دل‌پیشه و همکاران، ۲۰۲۳). سیاست ارتباطی باید فضایی امن برای این نوع گزارشگری داخلی ایجاد کند؛ در غیر این صورت، کارکنان ترجیح می‌دهند سکوت کرده و صرفاً بر اساس رویه‌های گذشته عمل کنند که منجر به تداوم توزیع ناعادلانه خدمات می‌شود. در نهایت، تحقق عدالت توزیعی از طریق سیاست‌های ارتباطی مستلزم آن است که سازمان شهرداری از درون یک سیستم سلسله‌مراتبی بسته، به سمت یک شبکه ارتباطی پویا و منعطف حرکت کند که در آن صدای مناطق کمتر برخوردار از طریق لایه‌های مختلف مدیریتی و ارتباطی، وزن و اهمیت کافی را کسب کند. سیاست‌های ارتباطی باید به عنوان ابزاری برای شکستن انحصار قدرت در تصمیم‌گیری‌های فضایی و توزیع منابع به کار روند (بهمنی و ساران، ۲۰۲۳).

۶: سیاست‌های فضایی-بخشی (مسکن، خدمات شهری، فضاهای عمومی) و نقش ارتباطات نهادی در کاهش نابرابری

سیاست‌های فضایی-بخشی شهرداری، نظیر برنامه‌ریزی مسکن، توسعه خدمات بهداشتی و آموزشی، و ایجاد فضاهای عمومی، مستقیماً بر کیفیت زندگی و عدالت اقتصادی شهروندان اثر می‌گذارد. این سیاست‌ها اغلب با مقاومت‌های اجتماعی و اقتصادی مواجه می‌شوند؛ مقاومت‌هایی که تنها از طریق یک استراتژی ارتباطات نهادی قوی و یکپارچه قابل مدیریت و غلبه هستند (شهنازی و پناهی، ۲۰۲۴). نقش ارتباطات نهادی، در اینجا، فراتر از اطلاع‌رسانی است؛ بلکه به ایجاد یک اجماع منطقی و عاطفی در سطح شهر برای پذیرش تخصیص‌های فضایی جدید و کاهش نابرابری‌ها مربوط می‌شود.

در حوزه مسکن، سیاست‌های ارتباطی شهرداری نقشی حیاتی در مدیریت حساسیت‌های بازار دارند. پروژه‌های مسکن اجتماعی یا طرح‌های نوسازی بافت فرسوده، در مناطق شهری با ارزش بالا، معمولاً با واکنش‌های منفی ساکنان قدیمی مواجه می‌شوند که نگران کاهش سطح خدمات یا تغییر ماهیت محله خود هستند (ذکریان‌تاج و جلال، ۲۰۲۱). ارتباطات نهادی موفق در این زمینه، باید فراتر از اعلام ساخت واحدها، بر مزایای اقتصادی بلندمدت این پروژه‌ها برای کل شهر (از جمله افزایش کیفیت خدمات شهری پیرامون) و همچنین تضمین‌های لازم برای حفظ هویت محلی تأکید کند. این نوع ارتباطات، سرمایه‌گذاری عمومی را در برابر انتقادات محافظه‌کارانه، مصون می‌سازد. توزیع عادلانه خدمات شهری نظیر حمل و نقل عمومی، جمع‌آوری زباله و دسترسی به آب و فاضلاب، نیازمند یک سیاست ارتباطی هدفمند است که بر پوشش نقاط کور تمرکز کند. اگر شهرداری از طریق سامانه‌های الکترونیک و رسانه‌های محلی، به طور مستمر بر مناطقی که خدمات‌رسانی به آن‌ها اخیراً بهبود یافته یا در اولویت آتی قرار دارند، تأکید کند، این امر به شهروندان اطمینان می‌دهد که نابرابری‌های گذشته در حال اصلاح است (نقیب‌زاده و همکاران، ۲۰۲۲). ارتباطات باید شکاف‌های موجود را برجسته کند تا منابع را به سمت اصلاح این شکاف‌ها هدایت نماید و این شکاف‌ها را به عنوان "فرصت‌های توسعه‌ای" معرفی کند.

فضاهای عمومی (پارک‌ها، میدان‌ها، مراکز فرهنگی) به عنوان زیرساخت‌های اجتماعی و روانی شهر، تأثیر مستقیمی بر عدالت اقتصادی دارند، چرا که دسترسی به آن‌ها رایگان و همگانی است. سیاست‌های ارتباطی باید به طور فعال بر ارزش اقتصادی- اجتماعی سرمایه‌گذاری در فضاهای عمومی مناطق محروم تأکید کنند. برای مثال، تبلیغ یک پارک جدید در یک محله فقیرنشین، صرفاً به عنوان یک اقدام زیبایی‌شناختی نیست، بلکه باید به عنوان ابزاری برای افزایش سرمایه اجتماعی، بهبود سلامت عمومی و در نهایت، افزایش جذابیت منطقه برای سرمایه‌گذاری‌های کوچک‌تر محلی معرفی شود (فریدوند، ۲۰۱۸). نقش ارتباطات نهادی در پروژه‌های خدمات‌رسانی مشترک (مانند مدیریت پسماند یا ترافیک) کلیدی است، زیرا این پروژه‌ها اغلب نیازمند تغییر در عادات شهروندان در نواحی مختلف هستند. اگر شهروندان یک محله از سیاست‌های جدید جمع‌آوری زباله اطلاع‌رسانی نشوند یا آموزش‌های لازم را دریافت نکنند، اجرای پروژه با شکست مواجه شده و منابع هدر می‌رود؛ این شکست، خود نمونه‌ای از توزیع ناعادلانه دستاوردهاست (البرز و همکاران، ۲۰۲۱). بنابراین، ارتباطات نهادی باید فرآیند آموزش و آگاه‌سازی را به عنوان بخشی جدایی‌ناپذیر از اجرای پروژه در نظر بگیرد، نه یک فعالیت جانبی.

تأثیرات منفی سیاست‌های ارتباطی تک‌بعدی در بخش مسکن زمانی آشکار می‌شود که شهرداری صرفاً بر توسعه واحدهای جدید در حاشیه تمرکز کرده و از نوسازی و ارتقاء زیرساخت‌های موجود در محلات مرکزی که نیاز به مداخله برای جلوگیری از فرسایش اقتصادی دارند، غافل شود. روابط عمومی باید روایتی ایجاد کند که توسعه را به معنای "همزمان‌سازی ارتقاء" در سراسر شهر بداند، نه صرفاً "توسعه از صفر" در حاشیه (امیری و معراج، ۲۰۲۵). این رویکرد متوازن، به حفظ بافت‌های اقتصادی موجود و جلوگیری از تخلیه تدریجی سرمایه انسانی از مناطق مرکزی کمک می‌کند.

در زمینه فضاهای عمومی، ارتباطات باید تضمین کند که پروژه‌های بزرگ صرفاً در مناطقی که بازده سیاسی سریع‌تری دارند، متمرکز نشوند. شهرداری باید از طریق گزارش‌های تحلیلی شفاف، نشان دهد که چگونه کمبود فضاهای عمومی در مناطق پرجمعیت و فاقد امکانات، بر سلامت روانی و اجتماعی ساکنان تأثیر منفی می‌گذارد و تخصیص بودجه به این مناطق، یک اقدام اصلاحی عادلانه است (آیینی و ایمانی، ۲۰۱۳). این نوع ارتباط مبتنی بر داده، مشروعیت تصمیم‌گیری برای توزیع عادلانه امکانات عمومی را افزایش می‌دهد. در مجموع، ارتباطات نهادی در اجرای موفق سیاست‌های فضایی-بخشی، به عنوان یک ابزار "مهندسی اجتماعی" عمل می‌کند که مقاومت‌های احتمالی در برابر تخصیص منابع به سمت مناطقی که از نظر تاریخی محروم بوده‌اند را مدیریت نموده و اطمینان حاصل می‌کند که سرمایه‌گذاری‌های انجام شده، صرفاً منجر به بازتولید نابرابری‌ها نشود، بلکه در جهت هم‌ترازی فضایی و اقتصادی شهر گام بردارد (دل‌پیشه و همکاران، ۲۰۲۳).

۷: چالش‌ها، موانع و الگوهای پیشنهادی برای هم‌ترازی سیاست‌های ارتباطی با عدالت فضایی و اقتصادی

علی‌رغم پتانسیل بالای سیاست‌های ارتباطی برای پیشبرد اهداف عدالت اقتصادی و توزیع فضایی خدمات، اجرای آن‌ها با چالش‌ها و موانع ساختاری متعددی روبرو است که مانع از تحقق اثربخشی کامل می‌شوند. یکی از مهم‌ترین موانع، "قطبی‌شدگی ارتباطی" است؛ جایی که منابع ارتباطی شهرداری به طور نامتناسبی بر پروژه‌هایی متمرکز می‌کنند که بیشترین بازتاب رسانه‌ای و سیاسی را دارند، که غالباً پروژه‌های متمرکز در مناطق مرکزی هستند (محمد نظافت داراب، ۲۰۲۲). این تمرکز رسانه‌ای، پیامدهای عمیق‌تری بر تخصیص منابع آینده دارد، زیرا مدیران شهری تمایل دارند بر اساس "اهمیت رسانه‌ای" پروژه‌ها، بودجه‌های بعدی را برنامه‌ریزی کنند، نه بر اساس نیازهای واقعی مناطق محروم. چالش دوم، "شکاف معنایی" بین روایت شهرداری و ادراک شهروندان است. سیاست‌های ارتباطی ممکن است بر "پیشرفت" و "نوسازی" تأکید کنند، اما اگر این نوسازی به معنای افزایش قیمت اجاره، جابه‌جایی مشاغل سنتی و افزایش فاصله طبقاتی در یک محله باشد،

شهروندان این پیام را به عنوان فریب تلقی می‌کنند (گرگوندی و همکاران، ۲۰۲۱). این امر منجر به تخریب سریع اعتماد می‌شود و هرگونه تلاش بعدی شهرداری برای اجرای پروژه‌های عادلانه را با سوءظن مواجه می‌سازد. برای غلبه بر این مانع، نیاز به سیاست‌های ارتباطی "همدلانه" است که درد و رنج ناشی از تغییرات را به رسمیت شناخته و راهکارهای جبرانی را به روشنی تبیین کند.

موانع سازمانی نیز جدی هستند؛ اغلب اوقات، واحد روابط عمومی از واحدهای فنی و عمرانی جدا بوده و فاقد دسترسی به داده‌های اولیه توزیع فضایی خدمات است. این گسست اطلاعاتی باعث می‌شود که پیام‌های ارتباطی فاقد عمق تحلیلی لازم باشند و نتوانند به طور مؤثر توجیهی برای تخصیص منابع عادلانه ارائه دهند (احمدیان سعید و همکاران، ۲۰۲۲). الگوی پیشنهادی برای غلبه بر این چالش، ایجاد "کارگروه‌های مشترک ارتباطی-فنی" است که در آن تحلیلگران داده‌های فضایی و متخصصان ارتباطات، به صورت یکپارچه برای تدوین استراتژی‌های اطلاع‌رسانی مبتنی بر نیازسنجی واقعی همکاری کنند.

الگوی پیشنهادی دیگر، در حوزه استفاده از شهرداری الکترونیک برای تقویت پاسخگویی منطقه‌ای است. به جای یک پلتفرم واحد و مرکزی، باید سامانه‌هایی طراحی شوند که به طور خاص بر نیازهای ارتباطی مناطق مختلف شهر پاسخ دهند و نه تنها اطلاعات را منتقل کنند، بلکه امکان "اولویت‌بندی مشارکتی" توسط ساکنان آن منطقه را نیز فراهم سازند (سلیمانی مقدم و همکاران، ۲۰۱۸). این امر نیازمند اعطای سطوح مشخصی از اختیار ارتباطی به شوراهای محلی و مدیران منطقه‌ای است تا بتوانند با زبان و ابزارهای متناسب با بافت اجتماعی محله خود، با شهروندان ارتباط برقرار کنند. یکی از موانع اساسی، روابط قدرتی درون سازمانی است که اشاره شد؛ ساختارهای سلسله مراتبی اجازه نمی‌دهند که سیاست‌های ابلاغی از بالا (مثلاً تعهد به عدالت فضایی) به طور مؤثر در لایه‌های پایین که اجرای خدمات در آنجا صورت می‌گیرد، نهادینه شود (نقیب‌زاده و همکاران، ۲۰۲۲). الگوی پیشنهادی، اجرای "سیاست‌های ارتباطی مبتنی بر شایسته‌سالاری ارتباطی" است؛ به این معنا که مدیرانی در واحدهای ارتباطی منصوب شوند که تعهد عملی خود را به کاهش نابرابری‌های فضایی در سوابق اجرایی خود نشان داده باشند و نه صرفاً تخصص در روابط عمومی سنتی.

چالش دیگر مربوط به "سرمایه ارتباطی ناکافی" در مناطق محروم است. شهروندان این مناطق اغلب منابع لازم برای پیگیری مطالبات خود در فضای ارتباطی پر سر و صدای شهر را ندارند؛ آن‌ها یا به ابزارهای ارتباطی دسترسی ندارند یا توانایی تولید محتوای قانع‌کننده برای جلب توجه شهرداری را ندارند (اکبری و همکاران، ۲۰۲۳). الگوی پیشنهادی، اجرای "برنامه‌های توانمندسازی ارتباطی محلی" است که در آن، شهرداری با حمایت از تشکیل گروه‌های محلی و ارائه آموزش‌های لازم، به شهروندان مناطق محروم کمک کند تا صدای خود را به طور مؤثری به ساختار قدرت منتقل نمایند. همچنین، مدیریت پروژه‌های بزرگ شهری که مستلزم جابه‌جایی یا تغییر کاربری هستند، باید با یک رویکرد ارتباطی مبتنی بر "جبران نابرابری" همراه باشد. اگر قرار است یک منطقه برای اجرای پروژه زیرساختی متحمل زیان شود، سیاست ارتباطی باید نه تنها جبران مالی، بلکه "جبران فضایی" (مانند ارتقاء سریع‌تر خدمات در منطقه جایگزین یا بهبود زیرساخت‌های عمومی اطراف محل جابه‌جایی) را نیز به عنوان بخشی از پیام اصلی خود قرار دهد (بهمنی و ساران، ۲۰۲۳). در نهایت، برای هم‌ترازی موفقیت‌آمیز سیاست‌های ارتباطی با عدالت اقتصادی، نیاز به یک سیستم اندازه‌گیری دقیق است که تأثیر فعالیت‌های ارتباطی بر شاخص‌های عدالت فضایی را رصد کند. در حال حاضر، ارزیابی روابط عمومی عمدتاً بر اساس پوشش رسانه‌ای یا رضایت سطحی است؛ الگوهای جدید باید بر اساس معیارهایی نظیر "کاهش شکاف دسترسی به پارک‌ها" یا "افزایش سهم تخصیص بودجه به مناطق با کمترین سرانه خدمات" ارزیابی شوند (رشیدی و همکاران، ۲۰۲۵).

نتیجه‌گیری

این مقاله مروری نشان داد که سیاست‌های ارتباطی شهرداری‌ها صرفاً یک فعالیت فرعی نیستند، بلکه یک نیروی محرکه استراتژیک هستند که به طور مستقیم بر توزیع فضایی خدمات شهری و در نتیجه، عدالت اقتصادی تأثیر می‌گذارند. با تحلیل نقش روابط عمومی، حکمرانی ارتباطی، و استفاده از ابزارهای مدرن مانند شهرداری الکترونیک، مشخص شد که نحوه روایت‌گری شهرداری از توسعه، میزان شفافیت آن در تخصیص منابع، و کیفیت تعامل آن با شهروندان، مستقیماً بر جذب سرمایه‌گذاری، مشروعیت تصمیمات توسعه‌ای و در نهایت، کاهش یا تشدید نابرابری‌های مکانی تأثیر می‌گذارد (فریدوند، ۲۰۱۸؛ شهنازی و پناهی، ۲۰۲۴). اگر ارتباطات به درستی مدیریت شود، می‌تواند به عنوان یک کاتالیزور برای هدایت سرمایه به مناطق کمتر برخوردار عمل کرده و اعتماد اجتماعی لازم برای اجرای سیاست‌های بازتوزیعی را فراهم آورد.

یافته‌های این پژوهش بر این واقعیت تأکید دارند که سیاست‌های ارتباطی باید از رویکرد صرفاً تبلیغاتی فاصله گرفته و به یک جزء جدایی‌ناپذیر از فرآیند برنامه‌ریزی و تخصیص منابع تبدیل شوند. عدم همسویی میان پیام‌های ارتباطی و اقدامات اجرایی، به سرعت منجر به از بین رفتن اعتماد عمومی شده و اجرای هرگونه برنامه اصلاحی برای عدالت فضایی را با دشواری مواجه می‌سازد (امیری و معراج، ۲۰۲۵). بنابراین، تحقق عدالت اقتصادی نیازمند آن است که شهرداری‌ها از طریق حکمرانی ارتباطی، شفافیت را در تخصیص بودجه‌های عمرانی نهادینه کرده و پاسخگویی را به یک استاندارد عملیاتی در سطح سازمان تبدیل کنند (صباحی و همکاران، ۲۰۲۰). بر اساس تحلیل نقش سرمایه انسانی و ساختارهای قدرتی، نتیجه گرفته می‌شود که صرف انتشار اطلاعات کافی نیست؛ بلکه باید تعهد درونی کارکنان به اصول عدالت فضایی تقویت شود. سیاست‌های ارتباطی داخلی باید تضمین کنند که کارکنان در خط مقدم اجرای خدمات، آموزش‌های لازم برای برخورد عادلانه با تمام شهروندان را دریافت کرده و احساس مسئولیت اجتماعی در آن‌ها نهادینه گردد (مهرداد سلگی و همکاران، ۲۰۲۵). همچنین، سیاست‌های ارتباطی باید فعالانه ساختارهای قدرتی مرکزگرا را به چالش بکشند تا اطمینان حاصل شود که صدای مناطق محروم در فرآیند تصمیم‌گیری‌های کلان شنیده می‌شود، نه اینکه صرفاً به عنوان بازوی توجیهی تصمیمات از پیش گرفته شده عمل کند (نقیب‌زاده و همکاران، ۲۰۲۲).

جمع‌بندی راهبردی این است که برای دستیابی به عدالت فضایی-اقتصادی، شهرداری‌ها باید سه محور کلیدی را در سیاست‌های ارتباطی خود تقویت کنند: اول، شفافیت داده‌محور: انتشار مستمر و قابل فهم داده‌های مربوط به سرانه‌های خدمات شهری در مناطق مختلف برای توجیه تخصیص منابع. دوم، مشارکت فعال و دوسویه: استفاده استراتژیک از شبکه‌های اجتماعی و شهرداری الکترونیک برای جذب بازخورد از مناطق محروم و نه فقط برای اطلاع‌رسانی عمومی (اکبری و همکاران، ۲۰۲۳). سوم، روایت‌گری متوازن: تمرکز بر برجسته‌سازی موفقیت‌های توزیعی و پروژه‌های کوچک و متوسط در مناطق کم‌برخوردار، به جای تمرکز صرف بر پروژه‌های بزرگ و مرکزی که می‌توانند شکاف‌ها را پنهان کنند (محمد نظافت داراب، ۲۰۲۲). در نهایت، سیاست‌های ارتباطی باید به عنوان ابزاری برای "کاهش نابرابری دسترسی به اطلاعات" به کار گرفته شوند، چرا که دسترسی به اطلاعات صحیح، خود یک سرمایه اقتصادی و اجتماعی در شهر محسوب می‌شود (شهنازی و پناهی، ۲۰۲۴). تنها در سایه تعهد مداوم به این اصول، می‌توان اطمینان حاصل کرد که توسعه شهری در مسیر تحقق عدالت اقتصادی برای تمام ساکنان شهر حرکت می‌کند و شهرداری به جای تداوم ساختار نابرابری، به تسهیل‌کننده توزیع منصفانه فرصت‌ها تبدیل خواهد شد (آخوندی، ۲۰۲۵؛ رشیدی و همکاران، ۲۰۲۵).

منابع

- آیینی، ایمانی. (۲۰۱۳). تحلیل مطلوبیت سرمایه گذاری در بافت های فرسوده شهری با کمک تحلیل سلسله مراتبی (AHP) و سامانه اطلاعات جغرافیایی (GLS)(مطالعه موردی: محلات بافت های فرسوده منطقه ۱۲ شهر تهران). اقتصاد شهر، ۱۹(۵)، ۴۳-۲۹.
- امیری، معراج. (۲۰۲۵). نقش روابط عمومی در تبیین پروژه های عمرانی و توسعه ای شهرداری بندرعباس. پژوهش های نوین علوم جغرافیایی، معماری و شهرسازی، ۵۱(۶)، ۴۶۶-۴۷۱.
- ذکریان تاج، جلال. (۲۰۲۱). بررسی تاثیر بکارگیری شبکه های اجتماعی در روابط عمومی شهرداری بر مشارکت شهروندان بابل. جامعه شناسی ارتباطات، ۲۵(۲)، ۳۲-۱۹.
- بهمنی، ساران. (۲۰۲۳). کارآمدی ساختار جذب سرمایه و سرمایه گذاری در شهرداری. همایش پژوهش های مدیریت و علوم انسانی در ایران، ۱۱(۱۱)، ۱۴۳۲-۱۴۶۴.
- شهنازی، پناهی. (۲۰۲۴). شناسایی سوگیری های شناختی تأثیرگذار بر تصمیم گیری سرمایه گذاران در پروژه های سرمایه گذاری شهری. اقتصاد شهری، ۸(۲)، ۴۴-۲۷.
- احمدیان سعید، ابراهیمی احمد، مظفری گشتاسب، صمدی فروشانی مرضیه. (۲۰۲۲). توسعه سیستم جذب منابع اقتصادی در مدیریت شهری تهران مبتنی بر استراتژی مزیت رقابتی ملل و رویکرد ترکیبی تصمیم سازی چندمعیاره فازی.
- فریدوند. (۲۰۱۸). سرمایه گذاری در پروژه های شهری. مجله اقتصادی-ماهنامه بررسی مسایل و سیاست های اقتصادی، ۱۸(۹)، ۱۴۷-۱۳۳.
- سلیمانی مقدم، پرندآور، رحمانیان، امیدرضا، قدمیاری. (۲۰۱۸). استراتژی های اقتصاد شهری پیش روی منطقه ۴ شهر مشهد در راستای جذب سرمایه گذار با استفاده از مدل QSPM. پژوهش های نوین علوم جغرافیایی، معماری و شهرسازی، ۱۷(۲)، ۲۵۲-۲۲۱.
- اکبری، حبیبی، احمدی. (۲۰۲۳). ارزیابی و تحلیل الگوها و شاخص های سرمایه گذاری شهری با تأکید بر بازآفرینی اقتصاد مینا. برنامه ریزی و توسعه محیط شهری، ۳(۹)، ۱۱۸-۱۰۱.
- نقیب زاده، شمس الدینی، سلطانی. (۲۰۲۲). تدوین و انتخاب راهبردهای جذب سرمایه و مشارکت بخش خصوصی در توسعه و عمران شهر شیراز با استفاده از مدل تلفیقی. فصلنامه علمی اقتصاد و مدیریت شهری، ۱۰(۴۰)، ۵۱-۷۰.
- دل پیشه، ساکی، صفار. (۲۰۲۳). سیاست گذاری جذب سرمایه گذار در توسعه فضاها و اماکن ورزشی. سیاست گذاری شهری و منطقه ای، ۱(۴)، ۶۰-۷۰.
- رحمان زاده سیدعلی، حیدری پارسا معصومه. (۲۰۱۷). عوامل فرهنگی موثر بر توسعه ارتباطات مجازی در روابط عمومی شهرداری منطقه ۱ تهران.
- البرز، سعیدی، افخمی. (۲۰۲۱). مطالعه مولفه های مرتبط با جایگاه روابط عمومی الکترونیک در شهرداری تهران (مناطق ۲۲ گانه). مطالعات رسانه های نوین، ۷(۲۵)، ۱۹۷-۲۲۲.
- مهرداد سلگی، سید احمد گل افشانی، علی اکبر فرهنگی. (۲۰۲۵). ارائه و اعتبارسنجی تجربی مدل مفهومی ارتقاء مسئولیت اجتماعی کارکنان در سازمان های عمومی شهرداری تهران با تأکید بر تحلیل کمی روابط علی، زمینه ای و پیامدی مؤلفه های کلیدی. مدیریت، آموزش و توسعه در عصر دیجیتال، ۱-۱۲.
- گرگوندی، ترکمان، فرح، معدنی. (۲۰۲۱). بررسی روابط قدرتی-جایگاهی در شکل گیری احساس تعهد سازمانی در سازمان عمومی شهرداری تهران. مطالعات توسعه اجتماعی ایران، ۵۰(۱۳)، ۱۶۹-۱۸۴.
- نوروزی، عزیزآبادی فراهانی، لولآور، منصوره. (۲۰۲۱). نقش سازمان های مردم نهاد در مدیریت فرهنگی شهرداری تهران. مطالعات الگوی پیشرفت اسلامی ایرانی، ۱۸(۹)، ۱۲۵-۱۵۰.
- گلی، هدایت، عثمان. (۲۰۲۵). سیاست های توسعه مسکن شهری و عدالت فضایی (اتنوگرافی نهادی مسکن مهر سنجندج). زیست سیاست و توسعه، ۱(۱)، ۹۶-۱۱۰.

- صبحی، عفت، مرادی چادگانی، صادقی. (۲۰۲۰). تحلیل دگرگونی سیاست‌گذاریهای افقی و عمودی ساماندهی مشاغل شهری در برنامه‌های توسعه اجتماعی، اقتصادی و عمرانی ملی ایران پس از انقلاب اسلامی. اقتصاد شهری، ۵(۱)، ۸۱-۹۸.
- رشیدی، رحیمی، ساعد موچشی، رامین. (۲۰۲۵). طراحی الگوی تحلیل موانع تحقق عدالت فضایی در سیاست‌های کلان مدیریت شهری در کلان‌شهر تهران. اقتصاد و برنامه ریزی شهری، ۴(۴)، ۱۱۰-۱۲۵.
- آخوندی. (۲۰۲۵). تحلیل و شناخت روابط عمومی و شهرداری الکترونیک در نظام مدیریتی مالی-اداری شهرداری ها. چشم انداز حسابداری و مدیریت، ۷(۹۹)، ۱۵۱-۱۶۲.
- راغب. (۲۰۲۲). شهرداری الکترونیک و لزوم پاسخگویی در سازمان با ایجاد روابط عمومی و راه اندازی شهرداری الکترونیکی سیار. مطالعات طراحی شهری و پژوهش‌های شهری، ۲۷(۵)، ۸۵-۹۶.
- محمد نظافت داراب. (۲۰۲۲). تأثیر روابط عمومی در پایداری و ماندگاری سازمان شهرداری. نشریه علمی رویکردهای پژوهشی نوین مدیریت و حسابداری، ۶(۲۲)، ۳۲۰-۳۳۱.