

واکاوی شکاف میان گفتمان رسمی روابط عمومی و ادراک عمومی شهروندان از مدیریت شهری (رویکردی ترکیبی) - مطالعه موردی: شهرداری همدان

عباس اسدی: دانشیار، گروه روزنامه‌نگاری و ارتباطات، دانشکده ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبائی تهران، ایران.
روح‌الله وجدی هویدا: دانشجوی دکتری سیاست فرهنگی، دانشگاه آزاد، تهران شمال، تهران، ایران.
محمد اکبری*: کارشناس ارشد علوم ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

چکیده

این پژوهش به واکاوی «شکاف گفتمانی» میان روابط عمومی رسمی شهرداری همدان و ادراک شهروندان از مدیریت شهری می‌پردازد. مطالعه با به‌کارگیری رویکرد آمیخته اکتشافی - تبیینی انجام شده است؛ در گام کیفی، متن‌ها، خبرها، شعارها و کمپین‌های روابط عمومی شهرداری با بهره‌گیری از تحلیل انتقادی گفتمان و تحلیل چارچوبی بررسی شده و این تحلیل‌ها با مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته با مسئولان و کارشناسان ارتباطات تکمیل گردیده است. در گام کمی، براساس یافته‌های کیفی و ادبیات نظری، پرسشنامه‌ای تدوین و میان چهارصد شهروند بالای هجده سال شهر همدان توزیع شده است تا ادراک آنان از شفافیت و صداقت پیام‌های رسمی، کیفیت خدمات شهری، همخوانی پیام‌ها با تجربه زیسته، اعتماد به مدیریت شهری و رضایت کلی سنجیده شود.

یافته‌های کیفی نشان می‌دهد گفتمان رسمی شهرداری عمدتاً تکنوکراتیک، تبلیغی، آینده‌محور و یک‌سویه است و بر برجسته‌سازی دستاوردها، حذف انتقادات و بازنمایی زیباشناختی شهر تکیه دارد. در مقابل، شهروندان پیام‌ها را به‌صورت انتقادی بازخوانی می‌کنند و از شکاف‌های معنایی، معرفتی و هویتی میان روایت رسمی و تجربه روزمره سخن می‌گویند. نتایج کمی بیانگر آن است که شفافیت پیام‌ها، کیفیت خدمات و همخوانی پیام و تجربه، همگی اثر مثبت و معناداری بر اعتماد دارند و در این میان، همخوانی پیام با تجربه واقعی شهروندان قوی‌ترین پیش‌بین اعتماد است؛ همچنین اعتماد نقش مهمی در تبیین رضایت کلی ایفا می‌کند و مجموعه متغیرهای ارتباطی بیش از نیمی از تغییرات اعتماد را توضیح می‌دهد. براساس این نتایج، شکاف میان «آنچه گفته می‌شود» و «آنچه تجربه می‌شود» پدیده‌ای ساختاری، زبانی و ایدئولوژیک است و گذار از روابط عمومی یک‌سویه و تصویرمحور به ارتباطات شفاف، تعاملی و شهروندمدار را به‌عنوان پیش‌شرط تقویت اعتماد و بهبود حکمرانی شهری در همدان ضروری می‌سازد.

واژگان کلیدی: روابط عمومی شهرداری، شکاف گفتمانی، تحلیل انتقادی گفتمان، اعتماد شهروندان، حکمرانی شهری، شفافیت ارتباطی

An Analysis of the Gap Between Official Public Relations Discourse and Citizens' Public Perception of Urban Management: A Mixed-Methods Approach (Case Study: Hamedan Municipality)

Abstract

This study investigates the discursive gap between the official public relations of the Municipality of Hamedan and citizens' perceptions of urban management. Using a sequential exploratory mixed-methods design, the research first applies critical discourse and framing analysis to texts, news items, slogans and campaigns produced by the municipal public relations office, complemented by semi-structured interviews with communication officials. In the second phase, a survey based on the qualitative findings and prior literature was administered to 400 adult residents of Hamedan to measure perceived transparency of official messages, perceived quality of urban services, congruence between messages and lived experience, trust in urban management and overall satisfaction.

Qualitative results show that the official discourse is largely technocratic, promotional and one-way, relying on selective highlighting of achievements, concealment of criticism and aestheticised representations of the city. In contrast, citizens engage in critical re-reading of these messages and report semantic, epistemic and identity gaps between the official narrative and their everyday experience. Quantitative analyses indicate that perceived transparency, service quality and message - experience congruence all have positive and significant effects on trust, with congruence emerging as the strongest predictor; trust, in turn, is a major determinant of overall satisfaction, and the communicative variables explain more than half of the variance in citizens' trust.

The findings conceptualise the gap between "what is said" and "what is experienced" as a structural and ideological phenomenon and highlight the need to move from monologic, image-driven public relations towards more dialogic and citizen-centred communication in urban governance.

Keywords: public relations; municipal communication; critical discourse analysis; discursive gap; citizen trust; urban governance.

مقدمه

شهرداری‌ها به عنوان نهادهای اصلی مدیریت شهری، در دهه‌های اخیر ناگزیر به بهره‌گیری نظام‌مند از روابط عمومی برای مدیریت ارتباط با شهروندان، افزایش اعتماد عمومی و ارتقای مشارکت اجتماعی شده‌اند (کورنیان^۱، ۲۰۲۰). پژوهش‌ها نشان می‌دهد که روابط عمومی اگر محدود به اطلاع‌رسانی یک‌سویه و تبلیغ عملکرد شود، نه تنها اعتماد عمومی را افزایش نمی‌دهد، بلکه می‌تواند شکاف بی‌اعتمادی میان شهروندان و مدیریت شهری را تشدید کند. با گسترش رسانه‌های تعاملی و شبکه‌های اجتماعی، انتظار می‌رود روابط عمومی شهرداری‌ها به سمت گفت‌وگوی دوسویه و پاسخ‌گویی مشارکتی حرکت کنند (آلون، بارکات، ۲۰۲۰).

مطالعات شهری نشان می‌دهد که در بسیاری از شهرها، راهبردهای ارتباطی شهرداری با ادراک و تجربه شهروندان از کیفیت زندگی و خدمات شهری هم‌خوانی ندارد و نوعی «اختلال گفتمانی» مشاهده می‌شود که خود را در بی‌اعتمادی، بی‌تفاوتی و کاهش مشارکت شهروندان نشان می‌دهد (لیدینگهم، ۲۰۰۱؛ تیلور، ۲۰۱۱). در ایران نیز پژوهش‌ها به نقش روابط عمومی در تقویت ارتباط شهرداری با شهروندان و کاهش شکاف میان نهادهای شهری و مردم پرداخته‌اند (هاشمی‌فر، ۱۴۰۲)، اما بخش عمده آن‌ها یا رویکرد کمی و سنجش‌گرایانه داشته‌اند، یا روابط عمومی را صرفاً در چارچوب کارکردهای اجرایی بررسی کرده‌اند و کمتر به تحلیل هم‌زمان گفتمان رسمی و ادراک شهروندان پرداخته‌اند (کانتین، ۲۰۲۲).

در شهرداری همدان، هرچند تلاش‌هایی برای ارتقای روابط مردم‌محور، راه‌اندازی سامانه‌های ارتباطی و فعالیت در حوزه‌های فرهنگی و مختلف مدیریت شهری مشاهده می‌شود، شواهد میدانی نشان می‌دهد که بسیاری از شهروندان از سیاست‌ها و عملکرد شهرداری آگاه نیستند و شکاف گفتمانی میان آنچه روابط عمومی ارائه می‌دهد و آنچه شهروندان درک می‌کنند، همچنان وجود دارد. این وضعیت به معنای فاصله میان گفتمان رسمی و ادراک عمومی است و می‌تواند پیامدهایی چون بی‌اعتمادی، بی‌تفاوتی و کاهش مشارکت شهروندان به همراه داشته باشد (منفرد، ۱۴۰۱).

مسئله اصلی پژوهش این است که روابط عمومی شهرداری همدان تلاش می‌کند تصویری مثبت و مشارکت‌جویانه از مدیریت شهری ارائه دهد، اما میان گفتمان رسمی و ادراک شهروندان شکاف معناداری وجود دارد که خود را

در قالب بی‌اعتمادی، بی‌تفاوتی و نارضایتی نشان می‌دهد. این پژوهش با رویکرد ترکیبی، شکاف میان گفتمان رسمی روابط عمومی و ادراک شهروندان از مدیریت شهری را بررسی کرده و رابطه میان پیام‌های روابط عمومی و تجربه شهروندان از عملکرد شهرداری را تحلیل می‌کند (مبیلارد^۲، ۲۰۲۵).

پرسش اصلی پژوهش این است که شکاف میان گفتمان رسمی روابط عمومی شهرداری همدان درباره مدیریت شهری و ادراک عمومی شهروندان از مدیریت شهری چیست و این شکاف در سطوح محتوایی، زبانی و معنایی چگونه بازنمایی می‌شود؟

مبانی نظری پژوهش

پژوهش حاضر بر موضوع شکاف میان گفتمان رسمی روابط عمومی شهرداری همدان و ادراک عمومی شهروندان از مدیریت شهری متمرکز است؛ بنابراین، چهار خوشه مفهومی و نظری در کانون مبانی نظری قرار می‌گیرند:

- (۱) گفتمان رسمی و حوزه عمومی،
- (۲) تحلیل انتقادی گفتمان،
- (۳) مدیریت و حکمرانی شهری با تأکید بر مشارکت و اعتماد،
- (۴) روابط عمومی شهری و ارتباطات دیجیتال دولت - شهروند.

۱. گفتمان رسمی، حوزه عمومی و مشروعیت مدیریت شهری

نقطه آغاز، مفهوم «حوزه عمومی» در اندیشه یورگن هابرماس است؛ حوزه‌ای میان دولت و جامعه مدنی که در آن استدلال، گفت‌وگو و نقد، مبنای شکل‌گیری افکار عمومی و مشروعیت قدرت سیاسی تلقی می‌شود. در سطح محلی، شهرداری و روابط عمومی آن یکی از کنشگران مهم در حوزه عمومی شهری‌اند؛ یعنی جایی که معانی مرتبط با «شهر خوب»، «مدیریت کارآمد» و «شهروند مسئول» تولید و بازتولید می‌شود. اگر گفتمان رسمی شهرداری عمدتاً تبلیغی، یک‌سویه و دستوری باشد، فاصله میان روایت رسمی و تجربه زیسته شهروندان افزایش یافته و شکاف ادراکی و نهایتاً فرسایش اعتماد و مشروعیت مدیریت شهری رخ می‌دهد (اسمیلی و شارفبیلگ^۳، ۲۰۲۰).

۴. روابط عمومی شهری، ارتباطات دولت - شهروند و روابط عمومی دیجیتال

روابط عمومی دولتی و به‌ویژه روابط عمومی شهرداری‌ها، در دهه اخیر با توسعه فناوری‌های اطلاعاتی و شبکه‌های اجتماعی، دگرگونی اساسی یافته است. از یک‌سو، دولت‌های محلی و شهرداری‌ها با استفاده از وب‌سایت‌ها، سامانه‌های خدمات شهری و شبکه‌های اجتماعی، تلاش می‌کنند پیام‌های خود را سریع‌تر و گسترده‌تر به شهروندان برسانند؛ از سوی دیگر، همین فضا ابزار قدرتمندی برای شکل‌گیری ضدگفتمان‌ها، نقدها و روایت‌های بدیل شهروندی است. مرور پژوهش‌ها نشان می‌دهد که بسیاری از نهادهای عمومی هنوز نگاه یک‌سویه و تبلیغی به شبکه‌های اجتماعی دارند و کمتر از ظرفیت آن‌ها برای گفت‌وگوی واقعی، پاسخ‌گویی و مشارکت در تصمیم‌گیری استفاده می‌کنند (النزی، ۲۰۲۰). پژوهش‌های جدید در حوزه روابط عمومی دیجیتال نشان داده‌اند که استراتژی‌های ارتباطی شفاف، تعاملی و پاسخ‌گو در محیط‌های دیجیتال، می‌توانند سطح اعتماد، احساس عدالت رویه‌ای و رضایت شهروندان از خدمات شهری را ارتقا دهند (ورما و گوپتا، ۲۰۱۷).

۲. تحلیل انتقادی گفتمان و مطالعه گفتمان روابط عمومی

چارچوب نظری اصلی برای فهم این شکاف، «تحلیل انتقادی گفتمان» به‌ویژه در سنت نورمن فرکلاف است. فرکلاف^۱ گفتمان را نه صرفاً متن، بلکه شبکه‌ای از روابط میان «متن، رویه‌های گفتمانی و ساختارهای اجتماعی» می‌داند؛ به این معنا که انتخاب واژگان، استعاره‌ها، سبک زبانی، حذف‌ها و برجسته‌سازی‌ها در متن‌های رسمی، بازتاب و در عین حال ابزار بازتولید روابط قدرت و ایدئولوژی در جامعه است (فرکلاف، ۲۰۱۵). مطالعات حوزه عمومی و سازمان‌های دولتی نشان داده‌اند که گفتمان‌های رسمی اغلب تلاش می‌کنند منافع و تصمیمات ساختار قدرت را «طبیعی» و «بدیهی» جلوه دهند و تعارضات اجتماعی را پنهان سازند (سوزا^۲، ۲۰۱۸). پژوهش حاضر با الهام از این سنت، می‌کوشد نشان دهد روابط عمومی شهرداری همدان در متن‌ها، خبرها، شعارها و کمپین‌های خود چه نوع روایت‌هایی از شهر و مدیریت شهری را تثبیت کرده و این روایت‌ها تا چه اندازه با ادراک واقعی شهروندان همخوان است.

۳. مدیریت و حکمرانی شهری، مشارکت و اعتماد شهروندان

در ادبیات مدیریت شهری، از «مدیریت شهری سنتی» به سمت «حکمرانی شهری» حرکت شده است؛ یعنی تأکیدی فزاینده بر شبکه‌ای شدن مدیریت شهر، مشارکت شهروندان و ذی‌نفعان و واگذاری بخشی از فرآیند تصمیم‌گیری به سطوح محلی و محله‌ای. در این پارادایم، شهروند تنها دریافت‌کننده خدمات نیست، بلکه شریک تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری است و کیفیت خدمات عمومی با میزان مشارکت و احساس اثرگذاری او پیوند می‌خورد. براساس پژوهش‌های بین‌المللی، تجربه مواجهه روزمره شهروندان با سازمان‌های شهری - از جمله نحوه اطلاع‌رسانی، پاسخ‌گویی به شکایات، شفافیت تصمیم‌ها و امکان تعامل آنلاین - قش تعیین‌کننده‌ای در شکل‌گیری «اعتماد نهادی» و «رضایت از مدیریت شهری» دارد (حق‌جویان و حقیقت، ۱۴۰۲). در ایران نیز مطالعاتی در زمینه اعتماد به مدیریت شهری، مشارکت شهروندان و چالش‌های حکمرانی شهری نشان می‌دهند که نبود سازوکارهای مشارکتی مؤثر و شکاف ارتباطی میان نهادهای شهری و شهروندان، یکی از ریشه‌های بی‌اعتمادی و نارضایتی محسوب می‌شود (مهدی‌نژاد و نائینی، ۱۴۰۳).

۵. شکاف گفتمانی و مدل مفهومی پژوهش

بر مبنای مباحث فوق، شکاف میان گفتمان رسمی روابط عمومی شهرداری و ادراک عمومی شهروندان را می‌توان حاصل برهم‌کنش سه دسته عامل دانست:

۱. ویژگی‌های گفتمان رسمی روابط عمومی: میزان شفافیت و واقعی‌نمایی وضعیت شهر، حد تبلیغی بودن پیام‌ها، میزان دعوت به مشارکت و گفت‌وگو، نحوه بازنمایی شهروند (فاعل/مفعول) (فرکلاف، ۲۰۱۵).
۲. تجربه زیسته و ادراک شهروندان از مدیریت شهری: تجربه روزمره از خدمات شهری، مواجهه با شهرداری در موقعیت‌های تعارض، ارزیابی عدالت، کارآمدی و پاسخ‌گویی (نصیری هنده‌خاله، ۱۴۰۲).
۳. بستر ارتباطی و رسانه‌ای: چگونگی استفاده شهرداری از رسانه‌های سنتی و دیجیتال، سطح تعاملی بودن کانال‌های ارتباطی، حضور یا غیبت میدان‌های گفت‌وگویی واقعی در شبکه‌های اجتماعی (النزی، ۲۰۲۰).

3. Alenzi
4. Verma & Gupta

1. Fairclough
2. Souza

پیشینه پژوهش

الف) پژوهش‌های داخلی

مرور مطالعات پیشین نشان می‌دهد که هماهنگی یا عدم هماهنگی میان پیام‌های رسمی مدیریت شهری و تجربه واقعی شهروندان، نقش تعیین‌کننده‌ای در شکل‌گیری اعتماد، مشارکت و رضایت عمومی دارد. پژوهش‌های داخلی و خارجی هر یک از زاویه‌ای به این موضوع پرداخته‌اند، اما کمتر مطالعه‌ای به صورت هم‌زمان گفتمان رسمی شهرداری و ادراک شهروندان را با رویکرد ترکیبی و تحلیلی بررسی کرده است؛ بنابراین، پیشینه پژوهش حاضر، مسیر شکل‌گیری شناخت علمی از شکاف گفتمانی و چالش‌های ارتباطی در مدیریت شهری را روشن می‌کند و خلأ پژوهشی موجود را نشان می‌دهد.

پژوهش‌های انجام‌شده در ایران طی سال‌های اخیر نشان می‌دهند که ارتباطات شهرداری‌ها و نحوه بازنمایی عملکرد مدیریت شهری در شکل‌گیری ادراک عمومی نقش تعیین‌کننده‌ای دارد. نخستین مطالعات در این زمینه، مانند پژوهش رضایی، مرادی و شریفی در سال ۱۳۹۷، بیان کردند که هرگاه پیام‌های روابط عمومی شهرداری با تجربه واقعی شهروندان هم‌خوان نباشد، اعتماد عمومی کاهش می‌یابد. این پژوهش شکاف میان تصویر رسمی و تجربه زیسته مردم را یکی از مهم‌ترین عوامل نارضایتی و بدبینی معرفی کرد.

کاظمی و احمدی در سال ۱۳۹۹ نشان دادند که پیام‌های رسمی شهرداری‌ها بیشتر جنبه تبلیغی داشته و تصویری آرمانی از خدمات شهری ارائه می‌دهند که با وضعیت واقعی شهروندان متفاوت است. یافته‌های این پژوهش تأکید می‌کند که ناهماهنگی میان گفتمان رسمی و عملکرد واقعی، منشأ شکل‌گیری شکاف ادراکی است.

در سال ۱۴۰۰، هاشمی با بررسی نقش ارتباطات شهری نشان داد که روابط عمومی شهرداری‌ها عمدتاً در سطح اطلاع‌رسانی یک‌سویه عمل می‌کنند و کمتر فرصت گفت‌وگوی واقعی میان مدیریت شهری و شهروندان فراهم می‌شود. این امر موجب می‌شود گفتمان رسمی نتواند بازتاب‌دهنده واقعی مسائل شهری باشد و فاصله‌ای میان روایت شهرداری و برداشت مردم ایجاد شود.

رحمانی نیز در سال ۱۴۰۲ نشان داد که نبود شفافیت، ناتوانی در ارائه اطلاعات قابل‌اعتماد و اختلاف میان وعده‌های اعلام‌شده و عملکرد واقعی، مهم‌ترین عوامل کاهش اعتماد شهروندان هستند. براساس این پژوهش، ادراک عمومی زمانی تضعیف می‌شود که شهروندان در تجربه روزمره خود شواهدی متناسب با پیام‌های رسمی مشاهده نکنند.

در ادامه این خط مطالعاتی، مهدی‌نژاد در سال ۱۴۰۳

تأکید کرد که گفتمان رسمی مدیریت شهری اغلب بر مفاهیم آرمانی مانند توسعه، عدالت و مشارکت استوار است، حال آنکه ساختارهای اجرایی و کارکردهای واقعی مدیریت شهری با این مفاهیم انطباق ندارد. به اعتقاد او، این ناهماهنگی، سبب فرسایش سرمایه اجتماعی و کاهش مشارکت شهروندان می‌شود.

حق جویان و حقیقت نائینی نیز در سال ۱۴۰۳ در ارزیابی سازوکارهای مشارکت الکترونیک دریافتند که ابزارهای ارتباطی شهرداری‌ها بیشتر به صورت نمایشی استفاده می‌شوند و امکان تعامل واقعی محدود است. این وضعیت سبب شکل‌گیری برداشت منفی از پیام‌های رسمی و افزایش شکاف میان اعتماد عمومی و گفتمان رسمی می‌شود.

دهقان‌پور فراشه در سال ۱۴۰۴ نشان داد که ادراک شهروندان از ابزارهای دیجیتال شهری زمانی مثبت است که پیام‌های رسمی درباره کارآمدی این ابزارها با تجربه عملی مردم سازگار باشد؛ در غیر این صورت، شکاف میان پیام و واقعیت افزایش می‌یابد.

ب) پژوهش‌های خارجی

در سطح بین‌المللی نیز مطالعات فراوانی به بررسی شکاف میان گفتمان رسمی و ادراک عمومی پرداخته‌اند. یکی از نخستین پژوهش‌ها در این زمینه، مطالعه انتمن^۱ در سال ۲۰۱۴ است که نشان داد پیام‌های رسمی زمانی اثرگذارند که با تجربه قابل مشاهده مردم هماهنگ باشند؛ در غیر این صورت، پیام رسمی بی‌اعتبار تلقی می‌شود.

در همین راستا، اسمیت^۲ در سال ۲۰۱۴ بیان کرد که اعتماد عمومی تابع مستقیم سازگاری میان پیام‌های رسمی و واقعیت تجربه‌شده است و هرگونه اغراق یا حذف اطلاعات موجب کاهش اعتماد می‌شود.

در سال ۲۰۱۴، سوزا در تحلیل گفتمان نهادهای عمومی نشان داد که سازمان‌های دولتی گاهی با استفاده از زبان تبلیغی و آرایشی، تلاش می‌کنند تصویری کنترل‌شده از خود ارائه دهند، اما شهروندان این تناقض را درک کرده و آن را نشانه‌ای از نبود صداقت تلقی می‌کنند. جانگ و وو نیز در سال ۲۰۱۵ در پژوهشی درباره رسانه‌های شهری در آسیا نشان دادند که شهرداری‌ها معمولاً از گفتمان توسعه‌گرایانه استفاده می‌کنند، حال آنکه شهروندان تجربیات متفاوتی از خدمات شهری دارند. این پژوهش نخستین بار مفهوم «شکاف مشروعیت گفتمانی» را معرفی کرد.

در سال ۲۰۲۰، آلنزی در تحلیل ارتباطات دولت در شبکه‌های اجتماعی مشخص کرد که ارتباطات رسمی

1. Enthman
2. Smith

۶. چارچوب نظری پیشنهادی پژوهش

بر پایه مفاهیم و یافته‌های اشاره‌شده، پژوهش حاضر، شکاف میان گفتمان رسمی روابط عمومی شهرداری همدان و ادراک عمومی شهروندان از مدیریت شهری را در قالب چارچوبی تلفیقی صورت‌بندی می‌کند که عناصر اصلی آن عبارتند از:

گفتمان رسمی روابط عمومی شهرداری: شامل مضامین مسلط (توسعه، مشارکت، شفافیت، هویت شهری)، سبک زبانی (رسمی/صمیمی، توجیهی/گفت‌وگومحور)، الگوی ارتباطی (یک‌سویه/دوسویه) و نحوه بازنمایی شهروندان (مخاطب، شریک، مزاحم، «شهروند نمونه» و...).

ادراک شهروندان از مدیریت شهری: شامل ادراک کیفیت خدمات شهری، احساس شنیده شدن، اعتماد به شهرداری، رضایت کلی از عملکرد مدیریت شهری و تمایل به مشارکت در امور شهری (مبتنی بر ادبیات انتظارات از خدمات عمومی و اعتماد به حکومت).

بستر دیجیتال و شهرداری الکترونیک: شامل تجربه شهروندان از پلتفرم‌های رسمی شهرداری (سایت، سامانه‌ها، شبکه‌های اجتماعی) و نقش سواد رسانه‌ای/دیجیتال در تفسیر و ارزیابی پیام‌های رسمی.

در این چارچوب، «شکاف گفتمانی» به‌عنوان متغیر محوری، حاصل عدم انطباق میان معانی و تصویری است که روابط عمومی شهرداری از مدیریت شهری می‌سازد، با درکی که شهروندان - در پرتو تجربه زیسته و مواجهه با پیام‌های رسمی و غیررسمی - از همان مدیریت شهری دارند. رویکرد آمیخته پژوهش، امکان می‌دهد که از یک‌سو این گفتمان رسمی به‌صورت کیفی (از طریق تحلیل محتوای انتقادی و گفتمان‌کاوی تولیدات روابط عمومی) و از سوی دیگر، ادراک شهروندان به‌صورت کمی (از طریق سنجش نگرش‌ها، اعتماد، رضایت و تجربه خدمات) اندازه‌گیری و مقایسه شود.

این مبانی نظری، زمینه را برای طراحی الگو و فرضیه‌های پژوهش فراهم می‌کند؛ به‌گونه‌ای که بتوان نشان داد کدام ویژگی‌های گفتمان رسمی روابط عمومی شهرداری همدان، بیشترین نقش را در ایجاد یا کاهش شکاف با ادراک عمومی شهروندان از مدیریت شهری ایفا می‌کنند.

بیشتر یک‌طرفه است و امکان گفت‌وگوی واقعی وجود ندارد؛ در نتیجه، پیام‌های رسمی کمتر باورپذیر می‌شوند.

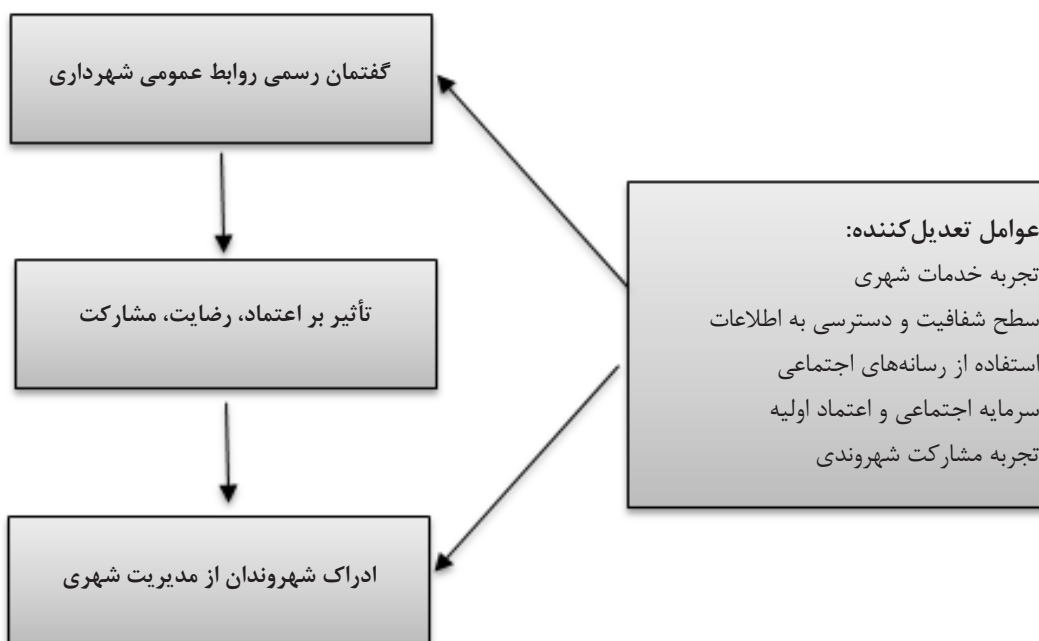
کیم و لی^۱ نیز در سال ۲۰۲۰ نشان دادند که ادراک مثبت شهروندان زمانی شکل می‌گیرد که میان پیام رسمی شهرداری و تجربه واقعی خدمات شهری سازگاری وجود داشته باشد و این عنصر «صداقت ارتباطی» مهم‌ترین پیش‌بینی‌کننده اعتماد عمومی است. سیبندا^۲ نیز در سال ۲۰۲۱ نشان داد که اگر مشارکت شهروندان فقط در گفتمان رسمی مطرح شود ولی سازوکار واقعی آن فراهم نباشد، پیام‌های رسمی صوری تلقی شده و شکاف میان دولت محلی و شهروندان افزایش می‌یابد.

در سال ۲۰۲۲، پژوهش کپف^۳ درباره حوزه عمومی دیجیتال نشان داد که شبکه‌های اجتماعی امکان مقایسه سریع میان روایت رسمی و روایت‌های مردمی را فراهم می‌کنند و هرگونه تناقض میان این دو بلافاصله آشکار می‌شود؛ بنابراین فضای دیجیتال عامل برجسته‌ساز شکاف گفتمانی است. در سال ۲۰۲۳، گزارش جهانی «ارتباطات عمومی معتبر» تأکید کرد که پیام‌های رسمی زمانی معتبرند که شفاف، قابل‌سنجش و قابل‌تأیید باشند و هرگونه گزینش‌گری یا اغراق موجب فروپاشی اعتماد عمومی می‌شود. در سال ۲۰۲۳، چین^۴ و همکاران در یک مرور نظام‌مند درباره خدمات عمومی نشان دادند که شکاف میان پیام و تجربه یک پدیده جهانی است و میزان این شکاف، ادراک شهروندان نسبت به نهادهای شهری را تعیین می‌کند.

جمع‌بندی پیشینه

مرور پژوهش‌های داخلی و خارجی نشان می‌دهد که عمده مطالعات بر اهمیت هماهنگی میان پیام‌های رسمی روابط عمومی و تجربه واقعی شهروندان تأکید دارند. همه پژوهش‌ها تقریباً متفق‌القول‌اند که ارتباطات یک‌سویه، پیام‌های تبلیغی و عدم شفافیت، شکاف میان گفتمان رسمی و ادراک عمومی را افزایش می‌دهد. همچنین روشن شد که پژوهشی که به‌صورت هم‌زمان گفتمان رسمی شهرداری و ادراک شهروندان را با رویکرد آمیخته مطالعه کند، در ادبیات داخلی کمتر انجام شده است؛ از این‌رو، پژوهش حاضر خلأ مهمی را پوشش می‌دهد و می‌تواند به توسعه دانش در حوزه ارتباطات شهری و حکمرانی محلی کمک مؤثری داشته باشد.

1. Kim & Lee
2. Sibanda
3. Kopof
4. Chean



شکل ۱- مدل مفهومی

روش‌شناسی

نوع پژوهش

این پژوهش ماهیتی کاربردی دارد و با رویکردی ترکیبی (کیفی - کمی) طراحی شده است. در بخش کیفی، با روش تحلیل گفتمان، ساختار و محتوای گفتمان رسمی روابط عمومی شهرداری همدان بررسی شد. در بخش کمی نیز با روش توصیفی - پیمایشی و از طریق پرسشنامه، ادراک شهروندان از عملکرد مدیریت شهری سنجیده شد. هدف از ترکیب این دو رویکرد، تحلیل دقیق شکاف میان گفتمان رسمی شهرداری و برداشت عمومی شهروندان بود.

در بخش کمی، جامعه آماری شامل همه شهروندان بالای ۱۸ سالی بود که در سال ۱۴۰۴ دست کم یک بار با واحدهای مختلف شهرداری همدان تعامل داشته‌اند؛ حدود ۳۵۰ هزار نفر. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۳۸۴ نفر تعیین شد و با لحاظ احتمال ریزش به ۴۰۰ نفر افزایش یافت. نمونه‌گیری به صورت تصادفی طبقه‌ای و متناسب با مناطق شهری و محلات انجام گرفت تا نمایندگی اجتماعی و فضایی جامعه حفظ شود. همچنین همه مدیران، کارشناسان و کارکنان روابط عمومی شهرداری و سازمان‌های تابعه (حدود ۵۰ نفر) به دلیل محدود بودن تعداد، به روش سرشماری وارد مطالعه شدند.

در بخش کیفی، جامعه شامل دو گروه بود: مدیران

و کارشناسان روابط عمومی و مدیران ارشد مرتبط با سیاست‌گذاری ارتباطی و نیز شهروندانی که تجربه مستقیم مواجهه با پیام‌ها و کمپین‌های روابط عمومی شهرداری داشتند. نمونه‌ها به صورت هدفمند^۱ و با روش گلوله‌برفی^۲ انتخاب شدند تا افراد دارای غنای اطلاعاتی بیشتر برگزیده شوند. مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت که پیش‌بینی می‌شد حدود ۱۵ تا ۲۰ مصاحبه را شامل شود. این طراحی چند سطحی جامعه و نمونه، از یک سو امکان سنجش کمی میزان و الگوی شکاف میان گفتمان رسمی و ادراک شهروندان را فراهم کرد و از سوی دیگر با داده‌های کیفی، به فهم دقیق‌تر نحوه شکل‌گیری، بازنمایی و تفسیر گفتمان مدیریت شهری در بافت اجتماعی همدان کمک نمود.

ابزارها و تکنیک‌های پژوهش

این پژوهش برای بررسی شکاف بین گفتمان رسمی روابط عمومی شهرداری همدان و ادراک شهروندان، از مجموعه‌ای از ابزارهای کیفی و کمی بهره گرفته است.

در بخش کیفی، تحلیل گفتمان ابزار اصلی بود. برای این منظور، طیف متنوعی از تولیدات ارتباطی شهرداری- از

1. purposefully
2. snowball

قرار گرفتند. در بخش کمی، پرسشنامه‌ای محقق ساخته طراحی شد که مبتنی بر یافته‌های بخش کیفی و ادبیات نظری بود. این پرسشنامه مؤلفه‌هایی همچون میزان شفافیت پیام‌های رسمی، کیفیت خدمات شهری، سطح اعتماد به شهرداری، میزان هم‌خوانی پیام‌های روابط عمومی با تجربه زیسته شهروندان و رضایت از عملکرد مدیریت شهری را اندازه‌گیری می‌کند. گویه‌ها عمدتاً در قالب طیف پنج‌درجه‌ای لیکرت طراحی شده‌اند تا امکان سنجش دقیق نگرش‌ها و ادراکات فراهم شود. روایی محتوایی ابزار از طریق نظر متخصصان و پایایی آن با محاسبه آلفای کرونباخ تأیید شده است.

جمله اطلاعاتیه‌ها، گزارش‌ها، محتوای وب‌سایت روابط عمومی، پست‌های شبکه‌های اجتماعی، شعارها و کمپین‌های شهری - گردآوری و تحلیل شد. این تحلیل با بهره‌گیری از روش‌هایی مانند کدگذاری موضوعی، تحلیل چارچوب‌بندی، تحلیل زبانی - معنایی و تحلیل انتقادی گفتمان انجام گرفت تا روایت رسمی، مضامین اصلی و شیوه‌های مشروعیت‌بخشی در گفتار شهرداری استخراج شود. برای تکمیل این داده‌ها، مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته با مدیران و کارشناسان روابط عمومی انجام شد. پرسش‌ها بر موضوعاتی مانند منطق تدوین پیام‌ها، اهداف و استراتژی‌های ارتباطی، محدودیت‌های سازمانی و برداشت آنان از واکنش شهروندان متمرکز بود. مصاحبه‌ها ضبط، پیاده‌سازی و سپس با تحلیل مضمون مورد بررسی

جدول ۱- نتایج پایایی

مؤلفه پرسشنامه	تعداد گویه‌ها	آلفای کرونباخ	میزان پایایی
ادراک از شفافیت و صداقت پیام‌های رسمی	۶	۰.۸۲	مطلوب
ارزیابی کیفیت خدمات شهری	۵	۰.۷۹	قابل قبول
اعتماد شهروندان به مدیریت شهری	۷	۰.۸۵	مطلوب
هم‌خوانی پیام‌های رسمی با تجربه شخصی	۴	۰.۷۶	قابل قبول
رضایت کلی از عملکرد شهرداری	۵	۰.۸۱	مطلوب
تجربه مواجهه با پیام‌های روابط عمومی	۴	۰.۷۴	قابل قبول
کل پرسشنامه	۳۱	۰.۸۸	بسیار مطلوب

شیوه تحلیل داده‌ها

داده‌های کیفی با کدگذاری و تحلیل مضمون و بر پایه چارچوب تحلیل انتقادی گفتمان تفسیر شدند. نتایج این بخش در تدوین سازه‌های پرسشنامه کمی نقش تعیین‌کننده داشت. در بخش کمی، از آمار توصیفی، آزمون هم‌بستگی، تحلیل رگرسیون (یا تحلیل مسیر) و در صورت لزوم آزمون تفاوت میان گروه‌ها استفاده شد. تحلیل داده‌های کمی با نرم‌افزارهای آماری انجام گرفت.

یافته‌های کیفی

داده‌های کیفی شامل:

- تحلیل گفتمان محتوای رسمی شهرداری (متن‌ها، خبرها، بیانیه‌ها، شبکه‌های اجتماعی، سامانه ۱۳۷ و...)
- مصاحبه با مدیران و کارشناسان روابط عمومی
- مصاحبه با شهروندان درباره تجربه مواجهه با پیام‌های رسمی

تحلیل براساس روش کدگذاری باز، محوری و انتخابی انجام شد. درنهایت ۶ مضمون کلان، ۲۰ مضمون میانی و بیش از ۵۰ زیر مقوله استخراج شد.

جدول ۲- نتایج کدگذاری باز

مضمون کلان	زیرمضمون	کدهای استخراج شده	تحلیل
۱. توسعه محوری آرمانی و زیباسازی گفتمانی شهر	۱-۱. برجسته سازی توسعه کالبدی به عنوان معیار اصلی موفقیت	• تمرکز افراطی بر پروژه های عمرانی • قاب بندی توسعه به عنوان حرکت «جهشی» • حذف محدودیت ها، مشکلات و تأخیرها	گفتمان رسمی، «پیشرفت» را عمدتاً به ساخت و ساز تقلیل می دهد و تصویری ایدئولوژیک از توسعه ارائه می کند؛ امری که موجب فاصله میان توسعه تبلیغی و نیازهای واقعی شهروندان شده است.
	۲-۱. استفاده از زبان آرمانی و کلی گویی	• واژگان غیر عملیاتی و شعاری • نبود شاخص های سنجش پذیر • روایت سازی بدون اتکا به داده	متن های رسمی غالباً «فاقد شاخص مندی» اند و نمونه ای از گفتمان فاقد نشانگرهای ارزیابی محسوب می شوند که به کاهش اعتباریت پیام منجر می گردد.
	۳-۱. پاسخ گویی گزینشی به چالش ها	• برجسته سازی موفقیت ها • نادیده گیری مشکلات (خاموش سازی) • ارجاع مداوم به موانع بیرونی	این الگو نمونه ای از «مانور راهبردی» در تحلیل انتقادی گفتمان است؛ روایتی که مسئولیت پذیری را به حداقل رسانده و ناکامی ها را به عوامل بیرونی نسبت می دهد.
۲. بازنمایی شهروند به عنوان مخاطب تابع، نه کنشگر مشارکتی	۱-۲. روایت شهروند همکار اما غیر تصمیم ساز	• مشارکت نمادین • فقدان سازوکارهای واقعی مشارکت • تأکید بر نقش مصرف کننده بودن شهروند	مشارکت در گفتمان رسمی بیشتر «نمادین» است و شهروندان تجربه می کنند که پرسش ها و انتقاداتشان شنیده نمی شود.
	۲-۲. گفتمان شهروند مطیع و حامی مدیریت	• دعوت به همراهی به عنوان وظیفه اخلاقی • تأکید بر تبعیت از قوانین • بازنمایی انتقاد به عنوان اخلال	این الگو نوعی «انضباط سازی گفتمانی» ایجاد می کند که در آن شهروند باید همراه باشد، نه پرسشگر.
	۳-۲. حذف یا کم رنگ سازی صداها و انتقادی	• عدم انعکاس نارضایتی ها • پاسخ گویی حداقلی در شبکه های اجتماعی • ارجاع به کانال های غیر شفاف	این رویکرد بخشی از «مدیریت گفتمان» است که به منظور کنترل افکار عمومی و کاهش نمایش تعارض ها اعمال می شود.
۳. شفافیت گزینشی و مدیریت اطلاعات	۱-۳. غلبه اطلاع رسانی تک سویه	• جریان عمودی اطلاعات • کمبود گزارش های عملکردی • انتشار گزینشی اخبار مثبت	این وضعیت نشان دهنده نوعی گفتمان با شفافیت پایین است که دسترسی شهروندان به اطلاعات واقعی را محدود می کند.
	۲-۳. غیبت داده های پایه در پیام ها	• نبود آمار دقیق • نبود گزارش پیشرفت پروژه ها • ارائه نمودارهای بدون منبع	حذف داده به عنوان ابزاری برای کنترل فضای تفسیر عمل می کند و سطح اعتماد شهروندان را کاهش می دهد.
	۳-۳. بازنمایی فرایند حل مسئله بدون مستندات	• عباراتی مانند «در حال رسیدگی...» • نبود توضیح درباره نحوه رسیدگی • نبود پاسخ نهایی	این الگو «پاسخ گویی نمایشی» یا شبه پاسخ گویی است که بیشتر نقش آرام سازی موقت افکار عمومی را دارد تا حل مسئله.

مضمون کلان	زیرمضمون	کدهای استخراج شده	تحلیل
۴. تفاوت روایت رسمی شهر و واقعیت تجربه شده شهروندان	۴-۱. دوپارگی میان شهر زیبا و شهر واقعی	• نمایش تصویری ایده آل • استفاده از تصاویر زیباشناختی • نادیده گیری مناطق کم برخوردار	این الگو نوعی گفتمان زیباشده را تقویت می کند که تنها بخش «قابل نمایش» شهر را بازنمایی می سازد.
	۴-۲. تجربه ناکارآمدی سامانه ها	• ناکارآمدی سامانه ۱۳۷ • نبود پیگیری درخواست ها • نبود بازخورد	این شکاف مهم ترین منبع بی اعتمادی عملکردی است؛ سامانه ها وجود دارند اما مسئله را حل نمی کنند.
	۴-۳. ذهنیت شهروندان درباره فاصله گفتار - عمل	• ناسازگاری وعده ها با تجربه • عملکرد متفاوت در محلات • عدم تطابق روایت رسمی با واقعیت	این تفاوت همان «شکاف گفتار - عمل» است که نقش تعیین کننده ای در کاهش اعتماد عمومی دارد.
۵. گفتمان روابط عمومی به عنوان ابزار مشروعیت سازی	۵-۱. استفاده از زبان توجیهی	• ارجاع به محدودیت ها • تأکید بر ارزش مندی تلاش ها • شخصی سازی موفقیت ها	هدف، رهاسازی مدیریت از فشار انتقادات و ایجاد مشروعیت روایت رسمی است.
	۵-۲. خلق دستاوردهای نمادین	• بزرگ نمایی پروژه های کوچک • تمرکز بر افتتاح ها • برجسته سازی حضور مسئولان	این الگو «مشروعیت نمایی» را ایجاد می کند و دستاوردهای نمادین را جایگزین عملکرد واقعی می سازد.
	۵-۳. تولید تصویر مدیریت کارآمد از طریق قاب بندی رسانه ای	• برجسته کردن فداکاری مدیران • استفاده از استعاره های اراده محور • کم رنگ سازی نقایص سیستمی	گفتمان رسمی مسئولیت مشکلات را از ساختار به عوامل بیرونی منتقل می کند و تصویری کارآمد از مدیریت می سازد.
۶. تجربه زیسته شهروندان از مدیریت شهری	۶-۱. احساس بی صدایی در برابر ساختار رسمی	• شنیده نشدن مطالبات • نبود بازخورد از سامانه ها • سردرگمی در پیگیری	شهروندان خود را «شنونده صرف» می دانند و احساس می کنند امکان دخالت واقعی ندارند.
	۶-۲. تجربه ناکارآمدی روزمره	• تأخیر در رفع مشکلات • ناهماهنگی واحدها • کمبود نظارت محلی	این تجربه، ادراک مردم از کارآمدی مدیریت شهری را به طور جدی تضعیف می کند.
	۶-۳. تفسیر انتقادی پیام های رسمی	• بی اعتمادی به تبلیغات • تردید در صحت داده ها • احساس بزرگ نمایی	شهروندان پیام های رسمی را نمایشی، اغراق آمیز و دور از واقعیت روزمره می دانند.

تحلیل یافته های کیفی

پیام اصلی داده های کیفی: گفتمان روابط عمومی شهرداری بیش از حد آرمانی، تبلیغی، یک سوپیه و فاقد سازوکار گفت و گوی واقعی است؛ در حالی که ادراک شهروندان مبتنی بر تجربه های پراکنده، ناکارآمدی های روزمره و بی شفافی است. این وضعیت، شکاف گفتمانی را در سه سطح ایجاد می کند:

۱. **سطح محتوا:** توسعه گرایی آرمانی ↔ تجربه ناکارآمدی خدمات

۲. **سطح زبانی:** زبان دستاوردی ↔ زبان انتقادی شهروندان

۳. سطح معنایی: تصویر «شهر در حال جهش» ↔ شهر «نیازمند حل مسائل روزمره»

دستاوردی، تلاش می‌کند تصویر مطلوبی از مدیریت شهری بسازد؛ اما شهروندان با تفسیر انتقادی پیام‌ها و تجربه‌های زیسته متفاوت، این روایت را معتبر نمی‌دانند؛ بنابراین، شکاف میان گفتمان رسمی و ادراک عمومی، شکافی ساختاری، زبانی، ایدئولوژیک و هویتی است.

گفتمان روابط عمومی شهرداری همدان گفتمانی تکنوکراتیک، تبلیغی، آرمانی و یک‌سویه است که با استفاده از برجسته‌سازی گزینشی، حذف انتقادات و زبان

جدول ۳- خلاصه یافته‌های کیفی براساس تحلیل گفتمان انتقادی فرکلاف

سطح تحلیل	عنوان مؤلفه	توضیح و خلاصه یافته
سطح متنی	واژگان توسعه‌گرایانه و آرمانی	استفاده از واژه‌های جهشی، تحول‌گرا و آینده‌ساز؛ طبیعی‌سازی تصویر مثبت؛ پنهان‌سازی فاعل از طریق نام‌سازی.
سطح متنی	استعاره‌های ایدئولوژیک	بازنمایی شهرداری به‌عنوان «موتور محرک» و «رهبر توسعه» و شهروندان به‌عنوان «همراه»؛ تثبیت نسبت قدرت فرمانده - پیرو.
سطح متنی	حذف‌های استراتژیک	حذف چالش‌ها، صدای منتقدان و داده‌های عینی؛ کنترل فضای تفسیر از طریق «حذف ایدئولوژیک‌ها»
سطح متنی	برجسته‌سازی گزینشی	برجسته‌سازی افتتاح‌ها و بازدیدها و کمرنگ‌سازی مشکلات شهری و نارضایتی؛ مدیریت واقعیت.
سطح متنی	قطب‌بندی گفتمانی	ساخت دوگانه‌هایی مانند «مدیریت تلاشگر/موانع بیرونی»، «شهروند همراه/منتقد مزاحم»؛ انتقال مسئولیت به عوامل بیرونی.
رویه گفتمانی	تولید گفتمان دستاوردی	تولید متمرکز، بوروکراتیک و فیلترشده پیام‌ها؛ کنترل انتقاد؛ انتشار از بالا به پایین برای تثبیت مشروعیت نهادی.
رویه گفتمانی	بازتولید گفتمان و جریان یک‌سویه	جریان اطلاعات عمودی و غیرمشارکتی؛ عدم نقش‌دهی به بازخورد شهروندان؛ ارتباطات تک‌ساحتی.
رویه گفتمانی	مصرف گفتمان و مقاومت شهروندان	تعبیر شهروندان از پیام‌ها به‌عنوان «تبلیغی»؛ احساس شکاف گفتار - عمل؛ شکل‌گیری مقاومت و خوانش انتقادی.
بستر اجتماعی	گفتمان مشروعیت‌ساز	تلاش برای تثبیت کارآمدی، خنثی‌سازی نقدها و پرکردن شکاف عملکرد با روایت‌سازی؛ تأکید بر تخصص، اخلاق‌گرایی و فنی‌سازی.
بستر اجتماعی	بازنمایی سلسله‌مراتب قدرت	نمایش شهرداری به‌عنوان «فاعل و تصمیم‌گیر» و شهروند به‌عنوان «مخاطب و تابع»؛ شکل‌گیری شهروندی منفعل و سلطه گفتمانی.
بستر اجتماعی	تولید هویت شهری از بالا	ساخت هویت رسمی شهر («شهر تاریخی - درحال جهش») بدون انطباق با تجربه زیسته؛ ایجاد گسست هویتی.
بستر اجتماعی	شکاف گفتمانی اصلی	اختلاف میان گفتار رسمی و تجربه واقعی در سه سطح معنایی، معرفتی و هویتی؛ تضعیف اعتماد اجتماعی.

جدول ۴- کدگذاری باز

شماره	گزاره/عبارت معنایی استخراج شده	در این مرحله واحدهای معنایی از متن استخراج شده‌اند (کد باز)
۱	تأکید مکرر بر «تحول»، «پیشرفت»، «جهش»	واژگان آرمانی و توسعه‌محور
۲	برجسته‌سازی افتتاح پروژه‌ها و فعالیت‌های تبلیغی	برجسته‌سازی دستاوردها
۳	حذف نارضایتی‌ها و مشکلات مناطق کم‌برخوردار	حذف انتقادات
۴	توصیف مدیران به‌عنوان «متخصص» و «دلسوز»	مشروعیت‌سازی مدیریتی
۵	نبود داده‌های قابل سنجش و شفاف	فقدان شفافیت
۶	نمایش شهروند به‌عنوان «همراه» و «پشتیبان»	بازنمایی تابعیت شهروند
۷	کنترل جریان اطلاعات و انتشار گزینشی	مدیریت یک‌سویه اطلاعات
۸	عدم بازنمایی اعتراض‌ها و چالش‌ها	حذف صداها و مخالف
۹	تأکید بر «جهاد»، «خدمت‌رسانی»، «تعهد»	اخلاقی‌سازی عملکرد
۱۰	فاصله میان پیام‌های رسمی و تجربه عمومی	شکاف گفتار - عمل
۱۱	استفاده از استعاره‌هایی مانند «موتور محرک توسعه»	استعاره‌های قدرت‌محور
۱۲	بازنمایی مشکلات به‌عنوان عوامل بیرونی (تحریم، کمبود بودجه)	نسبت‌زدایی از مسئولیت
۱۳	استفاده از تصاویر زیباشناختی برای پوشاندن واقعیت	زیباسازی گفتمانی
۱۴	تکرار عباراتی کلی بدون شاخص کمی	نشانه‌های تهی
۱۵	نادیده‌گرفتن محلات حاشیه و کم‌برخوردار	حاشیه‌زدایی گفتمانی
۱۶	پاسخ ندادن به پرسش‌های انتقادی شهروندان	مقاومت در برابر پاسخ‌گویی
۱۷	تأکید بر برنامه‌ها نه نتایج واقعی	برنامه‌محوری به‌جای نتیجه‌محوری
۱۸	فرایند انتشار پیام از بالا به پایین	ساختار ارتباط یک‌طرفه
۱۹	تولید معنا در قالب ترکیب سیاست - تبلیغات	تبلیغی‌سازی گفتار
۲۰	فقدان مشارکت واقعی در تولید محتوا	مشارکت‌زدایی شهروندی

نتایج کدگذاری محوری

در این مرحله، کدهای باز حول پدیده‌های مرکزی گروه‌بندی و مفهوم‌پردازی می‌شوند.

جدول ۵- کدگذاری محوری

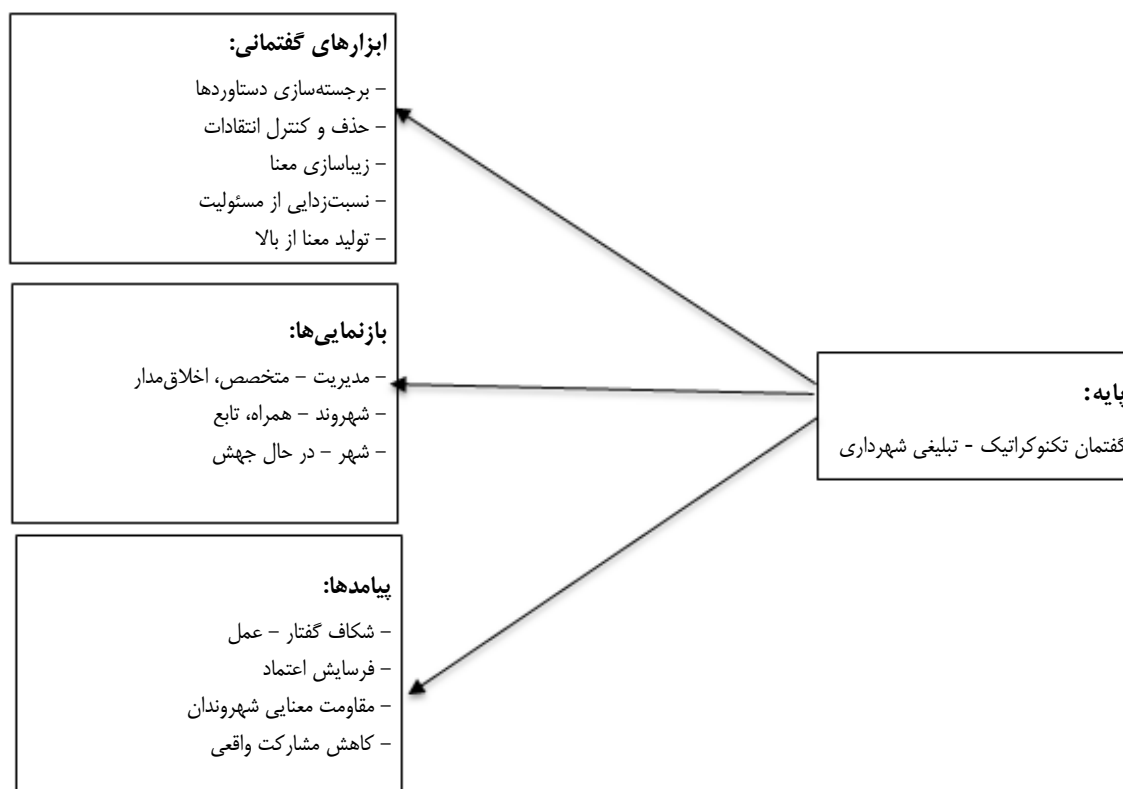
مقوله محوری	کدهای باز مرتبط	شرح/توضیح
گفتمان دستاوردی و آرمانی	واژگان توسعه محور، برجسته سازی دستاوردها، برنامه محوری	ساخت گفتمان «پیشرفت دائمی» حتی در نبود داده واقعی
حذف و کنترل اطلاعات	حذف انتقادات، حذف صداها، مخالف، مدیریت یک سو، اطلاعات	جلوگیری از شکل گیری روایت های رقیب و انتقادی
بازنمایی قدرت مدیریت شهری	مشروعیت سازی مدیریتی، استعاره های قدرت محور، اخلاقی سازی عملکرد	تثبیت جایگاه مسلط مدیریت در سلسله مراتب معنا
شهروند تابع و نه مشارکت جو	بازنمایی همراهی شهروند، مشارکت زدایی	تبدیل شهروند به مخاطب منفعل و مصرف کننده پیام
شکاف گفتار - عمل	نشانه های تهی، فقدان شفافیت، شکاف پیام و تجربه	تناقض میان واقعیت زیسته و روایت رسمی
زیباسازی و تزئینی سازی گفتمان	تصاویر زیباشناختی، واژگان کلی گویانه	ساخت «تصویر شهری شکل اما غیر واقعی»
نسبت زدایی از مسئولیت	نسبت دادن مشکلات به عوامل بیرونی	توجه گیری نهادی برای کاهش فشار پاسخ گویی
ساختار ارتباطی بالا به پایین	ارتباط یک طرفه، پاسخ دادن به انتقادات	نبود گردش واقعی اطلاعات و مشارکت مردمی

نتایج کدگذاری انتخابی

در این مرحله، مقوله محوری اصلی استخراج شده و سایر مقوله ها حول آن سازمان دهی می شوند.

جدول ۶- کدگذاری انتخابی (هسته گفتمانی)

مقوله انتخابی	مقوله های محوری مرتبط	تبیین نهایی
گفتمان رسمی شهرداری همدان: گفتمان تکنوکراتیک - تبلیغی با محوریت کنترل معنا، برجسته سازی دستاورد و حذف شکاف های واقعی	گفتمان آرمانی، حذف و کنترل اطلاعات، بازنمایی قدرت، شهروند تابع، شکاف گفتار - عمل، زیباسازی، نسبت زدایی از مسئولیت، ارتباط بالا به پایین	روایت رسمی مدیریت شهری تلاش می کند تصویر یک «شهرداری کارآمد، در حال پیشرفت، پاسخ گو و اخلاق مدار» را بازتولید کند؛ اما این روایت بر پایه ایجاد انسجام مصنوعی، حذف چالش ها و تولید معنا از بالا بنا شده است. نتیجه آن: شکل گیری شکاف ساختاری میان تصویر رسمی و تجربه واقعی شهروندان و کاهش اعتماد عمومی.



شکل ۲- مدل پایه مدل گفتمانی



شکل ۳- طرح کلی مدل گفتمانی

بلوک سوم: «شکاف‌های سه گانه گفتمانی»	بلوک دوم: «سازوکارها و تکنیک‌های گفتمانی»	بلوک اول: «ساختار گفتمان رسمی روابط عمومی شهرداری»
این بلوک قلب مدل کیفی است؛ خروجی آن سازوکارها، سه نوع شکاف است: ۱. شکاف معنایی فاصله بین زبان آرمانی و تبلیغی روابط عمومی با زبان و مسائل واقعی زندگی روزمره شهروندان. - پیام: شهر زیبا، در حال توسعه، رو به پیشرفت - تجربه: ترافیک، آلودگی، خدمات ناکافی در محلات، بی‌پاسخی ۲. شکاف معرفتی فاصله بین اطلاعاتی که شهرداری ارائه می‌کند و اطلاعاتی که شهروند برای قضاوت منصفانه نیاز دارد. نبود داده‌های شفاف، آمار دقیق، گزارش‌های قابل پیگیری - احساس پنهان‌کاری، اغراق و «نمی‌گویند واقعاً چه خبر است» ۳. شکاف هویتی فاصله بین «شهروند بازنمایی‌شده در گفتمان رسمی» و «شهروند واقعی مطالبه‌گر». - در گفتمان رسمی: شهروند مطیع، تشویق به همراهی و حمایت - در واقعیت: شهروند ناراضی، منتقد، خسته از شنیده‌نشدن «شکاف معنایی» - «شکاف معرفتی» - «شکاف هویتی».	ساختار گفتمان رسمی، به واسطه یک‌سری تکنیک‌ها عمل می‌کند: - حذف و حاشیه‌رانی انتقاد و تعارض - کم‌رنگ کردن یا نادیده‌گرفتن صدهای منتقد، مشکلات ساختاری و شکست پروژه‌ها. - زیباسازی معنا و دستاوردسازی نمادین - استفاده از واژگان آرمانی (توسعه، پیشرفت، تحول، امید) بدون پیوند روشن با تجربه روزمره شهروندان. - طبیعی‌سازی سلسله‌مراتب قدرت - نمایش مدیران به‌عنوان کارشناسان غیرقابل چالش و شهروندان به‌عنوان مخاطبان منفعل. - برجسته‌سازی توسعه نمادین نسبت به خدمات روزمره - تمرکز بر پروژه‌های بزرگ، نمادین و رسانه‌پسند در مقابل مسائل زیرساختی محلات کم‌برخوردار.	این بلوک نشان‌دهنده منطق مسلط بر تولید پیام‌های شهرداری است: - منطق تکنوکراتیک - تبلیغی - تمرکز بر دستاوردسازی، افتتاح پروژه‌ها، برجسته‌کردن عملکرد فنی و مدیریتی. - شفافیت‌گزینی - ارائه اطلاعات محدود، انتخابی و غیرقابل پیگیری، حذف داده‌های حساس و مقایسه‌پذیر. - بازنمایی شهروند در مقام مخاطب تابع - تعریف شهروند به‌عنوان «همراه، حامی، مطیع قوانین» نه شریک تصمیم‌سازی و منتقد مشروع. - کارکرد نمایشی سامانه‌ها و رسانه‌های دیجیتال - استفاده از سامانه‌هایی مثل ۱۳۷ و شبکه‌های اجتماعی بیشتر به‌عنوان ویرترین و کانال تبلیغ، نه بستر گفت‌وگو.
حلقه بازخورد	بلوک چهارم: «ادراک و کنش شهروندان (پیامدهای ادراکی و رفتاری)»	
	شهروندان بی‌اعتماد شهرداری برای جبران، تبلیغات را شدیدتر می‌کنند، ولی چون ساختار همان منطق قبلی است، گفتمان تبلیغی تقویت می‌شود و شکاف دوباره تشدید می‌شود. یعنی: یک چرخه معیوب گفتمانی شکل می‌گیرد. «چرخه بازتولید گفتمان تبلیغی و شکاف گفتمانی».	در این بلوک، پیامدهای این شکاف در سطح تجربه و رفتار شهروندان نشان داده می‌شود: - ادراک «گفتار - عمل گسیخته» - احساس تناقض بین آنچه گفته می‌شود و آنچه انجام می‌شود. - کاهش اعتماد به پیام‌های رسمی - تردید نسبت به صداقت، نیت و کارآمدی مدیریت شهری. - خستگی معنایی و بی‌تفاوتی ارتباطی - بی‌توجهی به پیام‌های روابط عمومی، نادیده‌گرفتن تبلیغات و اطلاعیه‌ها. - کاهش مشارکت و همراهی در سیاست‌های شهری - کاهش انگیزه برای مشارکت در طرح‌ها، پروژه‌ها، جلسات و فرایندهای مشورتی. - در شکل: یک بلوک انتهای با این چهار پیامد.

شکل ۴- تشریح مدل گفتمانی

این مدل نشان می‌دهد که چگونه ساختار گفتمان رسمی روابط عمومی شهرداری همدان، از طریق سازوکارهای خاص تولید معنا (حذف انتقاد، زیباسازی، طبیعی‌سازی قدرت)، به شکل‌گیری سه نوع شکاف معنایی، معرفتی و هویتی میان مدیریت شهری و شهروندان می‌انجامد و این شکاف‌ها در سطح ادراک و کنش شهروندان به صورت بی‌اعتمادی، تجربه گفتار - عمل گسیخته، خستگی معنایی و کاهش مشارکت تجلی می‌یابد. فلش بازخورد نیز حاکی از آن است که این پیامدها خود به بازتولید و تشدید منطق تبلیغی و ارتباط یک‌سویه در گفتمان رسمی کمک می‌کند.

یافته‌های کمی

این بخش نتایج آماری مربوط به سنجش ادراک شهروندان از مدیریت شهری را ارائه می‌کند. تحلیل آماری شامل چهار بخش است:

۱. آمار توصیفی ۲. آزمون هم‌بستگی ۳. تحلیل رگرسیون و مدل مسیر ۴. آزمون تفاوت میان گروه‌ها (مناطق شهری)

آمار توصیفی متغیرهای اصلی

مقدارهای مربوط به میانگین، انحراف معیار و دامنه نمره‌ها در جدول زیر آمده است.

جدول ۱- آمار توصیفی متغیرها

متغیر	تعداد	میانگین	انحراف معیار	کمینه - بیشینه
شفافیت پیام‌ها	۴۰۰	۲/۶۷	۰/۹۱	۵ - ۱
کیفیت خدمات شهری	۴۰۰	۳/۰۴	۰/۸۵	۵ - ۱
هم‌خوانی پیام و تجربه شهروندان	۴۰۰	۲/۳۸	۰/۹۸	۵ - ۱
اعتماد به مدیریت شهری	۴۰۰	۲/۵۹	۰/۹۴	۵ - ۱
رضایت کلی	۴۰۰	۲/۹۷	۰/۸۰	۵ - ۱

نتایج نشان داد شفافیت، اعتماد و هم‌خوانی پیام‌ها در سطحی کمتر از حد متوسط قرار دارند. کیفیت خدمات و رضایت در حد میانه مقیاس پنج‌درجه‌ای قرار گرفته‌اند. کمترین وضعیت مربوط به متغیر «هم‌خوانی پیام‌های رسمی با تجربه واقعی شهروندان» است.

آزمون هم‌بستگی پیرسون

برای بررسی ارتباط میان مؤلفه‌ها، ضریب هم‌بستگی پیرسون محاسبه شد.

جدول ۲- ماتریس هم‌بستگی

متغیر	شفافیت	کیفیت خدمات	هم‌خوانی پیام و تجربه	اعتماد	رضایت
شفافیت پیام‌ها	—				
کیفیت خدمات	**۰/۴۸	—			
هم‌خوانی پیام و تجربه	**۰/۵۵	**۰/۵۰	—		
اعتماد	**۰/۶۲	**۰/۵۸	**۰/۷۱	—	
رضایت	**۰/۵۴	**۰/۴۹	**۰/۶۴	**۰/۶۸	—

** سطح معناداری کمتر از ۰/۰۰۱

نتایج نشان داد میان همه متغیرها رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. بیشترین هم‌بستگی مربوط به «هم‌خوانی پیام و تجربه» با «اعتماد» است (۰/۷۱). هرچه پیام‌های رسمی

با تجربه‌های واقعی افراد سازگارتر باشد، سطح اعتماد و رضایت آن‌ها بالاتر است.

ضرایب رگرسیون

(شفافیت پیام‌ها) ۲. کیفیت خدمات ۳. همخوانی پیام و

تجربه

در این پژوهش، «اعتماد به شهرداری» براساس سه مؤلفه کلیدی ارتباطی پیش‌بینی شده است: ۱. گفتمان رسمی

جدول ۳- ضرایب رگرسیون

متغیر پیش‌بین	ضریب استاندارد شده	آماره t	سطح معناداری
شفافیت پیام‌ها	۰/۳۴	۸/۵۰	۰/۰۰۱ >
کیفیت خدمات	۰/۲۸	۶/۱۴	۰/۰۰۱ >
همخوانی پیام و تجربه	۰/۴۷	۱۱/۷۵	۰/۰۰۱ >

است. معناداری مدل: $p > 0.001$ این مقدار نشان می‌دهد که کل مدل از نظر آماری معنادار است و احتمال اینکه چنین رابطه‌ای تصادفی شکل گرفته باشد کمتر از یک‌دهم درصد است. پس مدل قابل اعتماد و معتبر است.

خروجی مدل نشان می‌دهد ضریب تبیین: $R^2 = 0.56$ این یعنی مدل توانسته پنجاه و شش درصد از تغییرات اعتماد شهروندان را براساس سه مؤلفه فوق توضیح دهد. این مقدار برای داده‌های علوم اجتماعی بسیار خوب و قابل اتکا

جدول ۴- خلاصه نتایج مدل رگرسیون چندگانه

نتیجه و تفسیر	نقش در مدل	متغیر پیش‌بین
انتظار می‌رود اثر مثبت داشته باشد؛ شفافیت پیام، اعتماد را بالا می‌برد.	مؤلفه ارتباطی	گفتمان رسمی (شفافیت پیام‌ها)
یکی از قوی‌ترین پیش‌بین‌ها؛ شهروند خدمات را لمس می‌کند، بنابراین اثر مهمی دارد.	مؤلفه ارتباطی	کیفیت خدمات
هرچه پیام‌ها با تجربه واقعی شهروند هماهنگ‌تر باشد، اعتماد بیشتر می‌شود.	مؤلفه ارتباطی	همخوانی پیام و تجربه
۰/۵۶؛ مدل بیش از نیمی از تغییرات اعتماد را توضیح می‌دهد.	قدرت تبیین مدل	مقدار R^2
کمتر از ۰/۰۰۱؛ مدل کاملاً معنادار است.	معناداری مدل	مقدار p

تحلیل مسیر

برای بررسی روابط مستقیم و غیرمستقیم، مدلی شامل مسیرهای زیر آزمون شد:

- شفافیت ← اعتماد
- کیفیت خدمات ← اعتماد
- همخوانی پیام و تجربه ← اعتماد
- اعتماد ← رضایت

مدل نشان می‌دهد که سه مؤلفه ارتباطی شهرداری نقش بسیار مهمی در شکل‌گیری اعتماد شهروندان دارند. وقتی پیام‌ها شفاف باشند، خدمات باکیفیت ارائه شود و تجربه واقعی مردم با آنچه در تبلیغات گفته می‌شود هماهنگ باشد، اعتماد شهروندان به شکل چشمگیری افزایش پیدا می‌کند. هر سه متغیر اثر مثبت و معنادار بر اعتماد دارند. همخوانی پیام با تجربه واقعی شهروندان قوی‌ترین عامل اثرگذار بر اعتماد است. پس از آن شفافیت پیام‌ها و سپس کیفیت خدمات قرار دارند.

شاخص‌های برازش مدل

شاخص‌ها نشان‌دهنده برازش مناسب مدل‌اند:

شاخص برازش تطبیقی $(CFI) = 0.96$

شاخص نشانه‌گذاری تاکر - لوئیس $(TLI) = 0.94$

ریشه میانگین مربعات تقریب $(RMSEA) = 0.045$

ریشه میانگین مربعات باقیمانده $(SRMR) = 0.035$

ضرایب مسیرهای استاندارد شده

مسیر	ضریب استاندارد شده	سطح معناداری
هم‌خوانی پیام → اعتماد	۰/۴۷	۰/۰۰۱ >
شفافیت پیام‌ها → اعتماد	۰/۳۴	۰/۰۰۱ >
کیفیت خدمات → اعتماد	۰/۲۸	۰/۰۰۱ >
اعتماد → رضایت	۰/۵۲	۰/۰۰۱ >

تحلیل میانجی‌گری (نقش اعتماد) نتایج نشان می‌دهد: اعتماد، نقش میانجی قوی بین مؤلفه‌های گفتمان و رضایت دارد. وقتی اعتماد وارد مدل می‌شود، اثر مستقیم گفتمان بر رضایت کاهش یافته و نقش غیرمستقیم آن معنادار می‌شود. نتیجه کلیدی: اعتماد حلقه واسط میان گفتمان رسمی و رضایت عمومی است. آزمون تفاوت میان مناطق شهری (آزمون آنووا) برای بررسی تفاوت میانگین اعتماد و رضایت در مناطق مختلف شهر همدان، آزمون تحلیل واریانس یک‌طرفه اجرا شد.

نتایج آزمون آنووا

۱. تفاوت میانگین اعتماد در مناطق مختلف: معنادار

• مقدار $F = 8.72$

• سطح معناداری $p < 0.001$

۲. تفاوت میانگین رضایت: معنادار

• مقدار $F = 6.10$

• سطح معناداری $= 0.001$

نتایج آزمون پس‌آزمون

- مناطق کم‌برخوردار به‌طور معناداری اعتماد و رضایت پایین‌تری نسبت به مناطق مرکزی و بالاتر شهر دارند.
- این تفاوت در حد «اثر کوچک تا متوسط» طبقه‌بندی می‌شود.

جمع‌بندی یافته‌های کمی

گفتمان رسمی شهرداری (شفافیت، کیفیت خدمات، هم‌خوانی پیام و تجربه) رابطه معناداری با اعتماد و رضایت شهروندان دارد. هم‌خوانی پیام و تجربه واقعی مهم‌ترین پیش‌بینی‌کننده اعتماد است. اعتماد نقش میانجی میان گفتمان رسمی و رضایت شهروندان دارد. مناطق کم‌برخوردار بیشترین شکاف میان پیام رسمی و تجربه واقعی را نشان داده‌اند. نتایج کمی کاملاً مؤید یافته‌های کیفی است و شکاف گفتمانی در سطح آماری نیز تأیید می‌شود.

تفسیر تلفیقی یافته‌های کیفی و کمی

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که میان گفتمان رسمی روابط عمومی شهرداری همدان و ادراک شهروندان از مدیریت شهری، یک شکاف گفتمانی چندلایه وجود دارد که هم در سطح معنایی و هویتی و هم در سطح آماری و تجربی قابل ردیابی است. در بخش کیفی، گفتمان رسمی شهرداری عمدتاً حول یک الگوی «توسعه‌محوری آرمانی» و «زیباسازی گفتمانی شهر» سامان یافته است؛ به‌طوری‌که پروژه‌های عمرانی، افتتاح‌ها و دستاوردهای نمادین، محور اصلی روایت‌های رسمی را تشکیل می‌دهد، در حالی که مسائل روزمره شهروندان، نابرابری محلات و ناکارآمدی برخی خدمات در حاشیه یا سکوت قرار می‌گیرد. این گفتمان، شهروند را بیش از آن که «کنشگر مشارکت‌جو» بازنمایی کند، در مقام «مخاطب تابع و همراه» قرار می‌دهد و در نتیجه، رابطه‌ای عمودی و یک‌سویه میان مدیریت شهری و افکار عمومی بازتولید می‌شود. در مقابل، داده‌های کیفی حاصل از مصاحبه با شهروندان نشان می‌دهد که تجربه زیسته آنان از مدیریت شهری، سرشار از مواجهه با ناکارآمدی‌های روزمره، احساس شنیده‌نشدن، بی‌پاسخ ماندن پیگیری‌ها در سامانه‌ها (از جمله ۱۳۷) و ادراک «گفتار - عمل گسیخته» است؛ شهروندان پیام‌های روابط عمومی را عموماً تبلیغی، اغراق‌آمیز و فاقد پشتوانه شفاف اطلاعاتی تلقی می‌کنند و از تکرار شعارهای مشابه، نوعی «خستگی معنایی» را گزارش می‌کنند. این تصویر کیفی با نتایج کمی کاملاً هم‌خوان است. میانگین متغیرهای «شفافیت پیام‌ها»، «هم‌خوانی پیام و تجربه» و «اعتماد» به مدیریت شهری» پایین‌تر از سطح میانه مقیاس بوده و نشان می‌دهد که شهروندان نه‌تنها پیام‌های رسمی را شفاف و صادقانه تجربه نمی‌کنند، بلکه تطابق معناداری میان روایت رسمی و تجربه واقعی خود نمی‌بینند. در عین حال، تحلیل رگرسیون و مدل مسیر نشان داد که هر سه مؤلفه شفافیت، کیفیت خدمات و هم‌خوانی پیام و تجربه، به‌طور معناداری اعتماد شهروندان را پیش‌بینی

می‌کنند و در این میان، «هم‌خوانی پیام و تجربه واقعی» قوی‌ترین اثر را بر اعتماد دارد و اعتماد نیز به‌نوبه خود مهم‌ترین پیش‌بینی‌کننده رضایت کلی از شهرداری است. جمع‌بندی این بخش آن است که شکاف میان گفتمان رسمی و ادراک شهروندان، هم در سطح کیفی به‌صورت «زبان آرمانی، حذف انتقاد و بازنمایی شهروند تابع» و هم در سطح کمی به‌صورت «سطح پایین اعتماد و رضایت و هم‌خوانی ضعیف پیام و تجربه» بازتاب یافته و به‌این ترتیب، «شکاف گفتمانی» یک واقعیت هم‌زمان معنایی و آماری در مدیریت شهری همدان است.

مقایسه با ادبیات پیشین

نتایج این پژوهش با بدنه قابل توجهی از مطالعات داخلی و خارجی همسو است. در سطح داخلی، پژوهش‌های رضایی و همکاران، کاظمی و احمدی و هاشمی نشان داده‌اند که هرگاه پیام‌های رسمی شهرداری با تجربه واقعی شهروندان از کیفیت خدمات، پاسخ‌گویی و عدالت شهری هم‌خوان نباشد، اعتماد عمومی تضعیف شده و مشارکت شهروندان در فرآیندهای شهری کاهش می‌یابد. این مطالعات تأکید می‌کنند که غلبه رویکرد تبلیغی، کلی‌گویی و عدم شفافیت، منشأ اصلی شکاف ادراکی میان مدیریت شهری و مردم است؛ دقیقاً همان الگویی که در تحلیل گفتمان رسمی شهرداری همدان مشاهده شد. در سطح خارجی نیز یافته‌ها با نتایج پژوهش‌هایی که بر «شکاف مشروعیت گفتمانی» میان روایت‌های رسمی دولت‌های محلی و تجربه شهروندان تأکید کرده‌اند، هم‌خوان است؛ برای نمونه، مطالعات سوزا، جانگ و وو و سیباندان نشان می‌دهد که نهادهای عمومی غالباً با استفاده از زبان آرایی و توسعه‌گرایانه، تلاش می‌کنند تصویری کنترل‌شده و مثبت از عملکرد خود ارائه دهند؛ اما شهروندان در مواجهه روزمره با خدمات و با استفاده از رسانه‌های اجتماعی، تناقض میان این تصویر و واقعیت را تشخیص داده و آن را نشانه‌ای از نبود صداقت و شفافیت تلقی می‌کنند. در پژوهش حاضر نیز شبکه‌های اجتماعی و سامانه‌های دیجیتال، به‌جای آن‌که به بستر گفت‌وگوی دوسویه تبدیل شوند، بیشتر کارکرد «مدیریت کانال» و نمایش دستاوردهای گزینشی را پیدا کرده‌اند و شهروندان این وضعیت را نوعی «پاسخ‌گویی نمایشی» می‌فهمند. از منظر نظری حوزه عمومی، یافته‌های این پژوهش با برداشت هابرماسی از «شکست ارتباطی» در حوزه عمومی نیز همسو است؛ جایی که سلطه گفتمان ابزاری و تبلیغی بر گفت‌وگوی استدلالی، به فرسایش مشروعیت و کاهش اعتماد می‌انجامد. همچنین در چارچوب تحلیل انتقادی گفتمان فرکلاف، می‌توان نشان داد که گفتمان رسمی شهرداری همدان با استفاده از حذف انتقادات، زیباسازی معنا و طبیعی‌سازی سلسله‌مراتب قدرت، به بازتولید

«شهروند منفعل» و «مدیریت مسلط» کمک می‌کند و این همان چیزی است که در داده‌های کیفی این پژوهش به‌روشنی آشکار شده است.

تبیین علل شکاف میان گفتمان رسمی و ادراک شهروندان

بر مبنای یافته‌های کیفی و کمی، می‌توان ریشه‌های شکاف گفتمانی میان روابط عمومی شهرداری همدان و ادراک شهروندان را در چند سطح تبیین کرد:

- ۱- غلبه گفتمان تکنوکراتیک - تبلیغی بر گفتمان مشارکتی - گفت‌وگویی ساختار تولید پیام در روابط عمومی، متمرکز، بالا به پایین و مبتنی بر منطق «دستاوردسازی» است؛ به‌گونه‌ای که هدف اصلی، نمایش کارآمدی مدیریت شهری و خنثی‌سازی انتقادات است، نه بازتاب واقعیت چندلایه شهر و شنیدن صداها و متکثر شهروندان. این الگو به تولید «گفتمان مشروعیت‌ساز» می‌انجامد که در آن، زبان اخلاقی (خدمت، جهاد، تعهد) و زبان فنی (ضرورت‌های کارشناسی) برای تثبیت تصمیمات موجود به کار گرفته می‌شود.
- ۲- شفافیت‌گزینشی و فقدان داده‌های قابل اتکا در بسیاری از پیام‌های رسمی، داده‌ها و شاخص‌های عینی جای خود را به شعارهای کلی و نشانه‌های تهی داده‌اند؛ در حالی که شهروندان برای سنجش صداقت و کارآمدی مدیریت شهری، به اطلاعات دقیق، قابل سنجش و قابل پیگیری نیاز دارند. نبود این داده‌ها در سطح گفتمان، «شکاف معرفتی» میان شهرداری و شهروندان را تشدید می‌کند و به برداشت «پنهان‌کاری» یا «اغراق‌گویی» دامن می‌زند.
- ۳- بازنمایی شهروند در مقام مخاطب تابع و نه شریک تصمیم‌سازی گفتمان رسمی، شهروند را عمدتاً در نقش «همراه، حامی و مطیع قوانین» بازنمایی می‌کند و انتقاد را کمتر به‌عنوان بخشی مشروع از حوزه عمومی به رسمیت می‌شناسد؛ در نتیجه، سازوکارهای مشارکت واقعی در تولید گفتمان و سیاست‌های شهری ضعیف می‌ماند و شهروندان احساس می‌کنند نقش‌شان به مصرف‌کننده پیام تنزل یافته است. این امر به «شکاف هویتی» میان شهروند معرفی‌شده در گفتمان رسمی و شهروند واقعی مطالبه‌گر منجر می‌شود.
- ۴- ناکارآمدی تجربه‌شده در سطح خدمات، به‌ویژه در مناطق کم‌برخوردار نتایج کمی نشان داد که مناطق

بخشی از زیرساخت حکمرانی شهری تلقی شده است که از طریق تولید معنا، بازنمایی شهروند و شکل‌دهی به هویت شهری، در تولید یا فرسایش مشروعیت و اعتماد نقش دارد. نتایج پژوهش این نگاه را تقویت می‌کند و نشان می‌دهد که کیفیت گفتمان رسمی و الگوی ارتباطی، به‌طور مستقیم و غیرمستقیم بر اعتماد و رضایت شهروندان اثرگذار است.

۳- پیوند تحلیلی میان تحلیل انتقادی گفتمان و سنجش پیمایشی ادراک شهروندان این پژوهش نشان داد که می‌توان تحلیل انتقادی گفتمان رسمی (در سطح متن و قدرت) را با سنجش کمی ادراک شهروندان پیوند داد و از این طریق، «اعتبار بیرونی» تفسیرهای گفتمانی را افزایش داد. هم‌پوشانی نتایج کیفی و کمی در تأیید وجود شکاف گفتمانی، از این منظر یک نوآوری روش‌شناختی محسوب می‌شود.

پیامدهای عملی و راهبردی

بر مبنای یافته‌ها، می‌توان چند محور عملی و سیاستی برای کاهش شکاف گفتمانی و تقویت ارتباطات مدیریت شهری همدان پیشنهاد کرد:

۱- گذار از ارتباط یک‌سویه تبلیغی به ارتباط گفت‌وگومحور و مشارکتی ضروری است که واحد روابط عمومی، از منطق «گزارش دستاورد» به‌سوی منطق «گفت‌وگو درباره مسائل» حرکت کند. این امر مستلزم بازنگری در مأموریت روابط عمومی، طراحی فرایندهای منظم برای دریافت و انعکاس بازخورد شهروندان در تصمیم‌گیری‌ها و ایجاد فضاهای واقعی گفت‌وگو (اعم از حضوری و مجازی) میان مدیران شهری و گروه‌های مختلف شهروندان است.

۲- نهادینه‌سازی شفافیت داده‌محور شهرداری می‌تواند با راه‌اندازی داشبوردهای عمومی، انتشار منظم گزارش‌های پیشرفت پروژه‌ها، اعلام شاخص‌های عملکردی و هزینه‌ها و ارائه اطلاعات قابل‌فهم و قابل‌پیگیری برای شهروندان، «شکاف معرفتی» را کاهش دهد. این شفافیت، شرط لازم برای اصلاح برداشت شهروندان از صداقت پیام‌های رسمی و تقویت اعتماد است.

۳- بازطراحی سامانه‌های ارتباطی، به‌ویژه ۱۳۷، براساس منطق پاسخ‌گویی واقعی سامانه‌های ارتباط مردمی باید از سطح «ثبت شکایت» به سطح «مدیریت چرخه حل مسئله» ارتقا یابد؛ یعنی برای هر درخواست، شماره پیگیری، زمان‌بندی روشن، اطلاع‌رسانی

کم‌برخوردار شهر همدان به‌طور معناداری سطح پایین‌تری از اعتماد و رضایت را نسبت به مناطق مرکزی و برخوردار گزارش کرده‌اند و در این مناطق، فاصله میان پیام رسمی و تجربه واقعی بیش از سایر نقاط است. این بدین معناست که شکاف گفتمانی، صرفاً یک امر نمادین نیست، بلکه بر بستر نابرابری فضایی و خدماتی شکل می‌گیرد؛ هر چه تجربه ناکارآمدی و بی‌توجهی در محلات بیشتر باشد، پیام‌های رسمی بیشتر به‌عنوان «تزیین واقعیت» تلقی شده و بی‌اعتمادی تعمیق می‌شود.

۵- کارکرد نمایشی سامانه‌های ارتباطی و فضای دیجیتال گرچه سامانه ۱۳۷ و کانال‌های مجازی شهرداری در ظاهر به‌عنوان ابزارهای پاسخ‌گویی و تعامل معرفی شده‌اند، اما یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که این سامانه‌ها در عمل بیشتر کارکرد «کانال مدیریت‌شده» و یک‌سویه دارند تا «فضای گفت‌وگویی و مشارکتی»؛ نبود بازخورد روشن، عدم اطلاع‌رسانی درباره مراحل رسیدگی و فقدان امکان پیگیری شفاف، باعث شده است که شهروندان این ابزارها را نمایشی و کم اثر تلقی کنند و این خود یکی از سازوکارهای تشدید شکاف ادراکی است. در مجموع، می‌توان گفت که ترکیب «گفتمان تبلیغی»، «شفافیت گزینشی»، «بازنمایی شهروند تابع»، «تجربه نابرابر خدمات» و «کارکرد نمایشی سامانه‌های ارتباطی»، زیرساخت اصلی شکل‌گیری شکاف گفتمانی در مدیریت شهری همدان را می‌سازد.

پیامدهای نظری

این پژوهش از منظر نظری چند دلالت مهم دارد:

۱- توسعه مفهوم «شکاف گفتمانی» در روابط عمومی شهری یافته‌ها نشان می‌دهد که شکاف میان شهرداری و شهروندان را نمی‌توان صرفاً با شاخص‌های رضایت یا اعتماد توضیح داد؛ بلکه باید آن را به‌عنوان «شکاف معنایی، معرفتی و هویتی» میان آنچه در سطح رسمی گفته می‌شود و آنچه در سطح تجربه زیسته فهم و تفسیر می‌شود، صورت‌بندی کرد. تمایز سه‌گانه «شکاف معنایی، معرفتی و هویتی» که در این پژوهش استخراج شد، می‌تواند به غنای مفهومی مطالعات ارتباطات شهری و روابط عمومی کمک کند.

۲- تقویت نگاه گفتمانی به روابط عمومی به‌عنوان زیرساخت حکمرانی شهری در چارچوب نظری، روابط عمومی شهرداری نه یک واحد اجرایی حاشیه‌ای، بلکه

مرحله به مرحله و گزارش نهایی ارائه شود و داده‌های تجمیعی این سامانه‌ها نیز به صورت شفاف منتشر گردد. تنها در این صورت است که سامانه‌ها از نگاه شهروندان از «ابزار نمایشی» به «ابزار حل مسئله» تبدیل خواهند شد.

۴- توجه ویژه به مناطق کم‌برخوردار در راهبردهای ارتباطی و خدماتی با توجه به اینکه بیشترین شکاف میان پیام و تجربه در مناطق کم‌برخوردار مشاهده شده است، سیاست‌های ارتباطی و خدماتی شهرداری باید حساس به فضا و عدالت‌محور طراحی شود؛ از جمله: حضور میدانی مدیران در این محلات، اجرای برنامه‌های مشارکتی محله‌محور و انعکاس واقعی مسائل و مطالبات این مناطق در رسانه‌های رسمی شهرداری.

۵- بازتعریف هویت شهروند در گفتمان رسمی روابط عمومی شهرداری لازم است در سطح زبان و روایت، تصویر شهروند را از «مخاطب تابع و حامی منفعل» به «شریک برابر در حکمرانی شهری» تغییر دهد؛ این امر می‌تواند از طریق به رسمیت شناختن حق نقد، برجسته‌سازی نمونه‌های واقعی مشارکت شهروندی و استفاده از زبان هم‌سطح و غیرآمرانه در پیام‌ها تحقق یابد.

نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با تمرکز بر شهرداری همدان نشان داد که میان گفتمان رسمی روابط عمومی و ادراک عمومی شهروندان از مدیریت شهری، شکافی چندبعدی وجود دارد که ریشه در ترکیب خاصی از عوامل گفتمانی (زبان آرمانی، حذف انتقاد، زیباسازی شهر، بازنمایی شهروند تابع)، ساختاری (ارتباط یک‌سویه، سامانه‌های نمایشی) و خدماتی (نابرابری فضایی و تجربه ناکارآمدی) دارد. این شکاف، نه فقط یک مسأله ارتباطی محدود، بلکه پدیده‌ای مرتبط با مشروعیت حکمرانی شهری، سرمایه اجتماعی و کارآمدی سیاست‌های شهری است. از منظر نظری، پژوهش با صورت‌بندی «شکاف گفتمانی» در سه سطح معنایی، معرفتی و هویتی و پیوند آن با اعتماد و رضایت شهروندان، گامی در جهت تعمیق نگاه گفتمانی به روابط عمومی شهری برداشته است. از منظر عملی، یافته‌ها ضرورت بازنگری اساسی در الگوی ارتباطی شهرداری، تقویت شفافیت داده‌محور، ایجاد سازوکارهای واقعی گفت‌وگو و مشارکت و توجه ویژه به مناطق کم‌برخوردار را برجسته می‌کند. تداوم گفتمان تبلیغی و یک‌سویه، به‌ویژه در عصر شبکه‌های اجتماعی و حوزه عمومی دیجیتال، می‌تواند به تعمیق بی‌اعتمادی و فرسایش مشروعیت مدیریت شهری

منجر شود؛ در حالی که حرکت به سوی روابط عمومی تعاملی، شفاف و پاسخ‌گو، می‌تواند شکاف موجود را به فرصتی برای «بازسازی رابطه شهر - شهروند» و تقویت حکمرانی شهری در همدان تبدیل کند.

منابع فارسی

- رضایی، م.، نادری، الف.، و سهرابی، ح. (۱۳۹۹). شکاف ادراکی میان مدیریت شهری و شهروندان: نقش شفافیت و کیفیت خدمات شهری. فصلنامه پژوهش‌های مدیریت شهری، ۱۴(۲)، ۱۲۵ - ۱۴۸.
- کاظمی، س.، و احمدی، ر. (۱۴۰۰). تحلیل رابطه اعتماد اجتماعی و الگوهای ارتباطی شهرداری‌ها با شهروندان. فصلنامه سیاست‌گذاری شهری، ۷(۳)، ۵۵ - ۷۴.
- هاشمی، ن. (۱۳۹۸). رویکردهای نوین در روابط عمومی شهری و چالش‌های ارتباطی در ایران. تهران: انتشارات سمت.
- صادقی، ف.، و معتمد، ک. (۱۴۰۱). تحلیل انتقادی گفتمان در مدیریت شهری: بازنمایی قدرت و شهروندی. فصلنامه مطالعات گفتمان، ۹(۱)، ۸۹ - ۱۱۲.
- مرادی، ب.، و یوسفی، ش. (۱۳۹۷). نقش سامانه‌های مشارکتی دیجیتال در ارتقای پاسخ‌گویی مدیریت شهری. مجله فناوری اطلاعات و مدیریت، ۵(۴)، ۲۹ - ۴۶.
- موسوی، د. (۱۴۰۰). نابرابری فضایی و رضایت شهروندان از خدمات عمومی: مطالعه موردی مناطق کم‌برخوردار شهرهای ایران. مطالعات برنامه‌ریزی شهری و منطقه‌ای، ۲۴(۲)، ۱۰۷ - ۱۳۲.
- فرکلاف، ن. (۱۳۹۲). تحلیل انتقادی گفتمان (ترجمه م. بهرنگ). تهران: نشر نی.
- هابرماس، ی. (۱۳۹۰). کنش ارتباطی و ساختار حوزه عمومی (ترجمه ک. منصوری). تهران: انتشارات نگاه معاصر.

منابع انگلیسی

- Jang, H., & Wu, J. (2019). Government communication, public trust, and citizen engagement: A discourse perspective. *Public Relations Review*, 45(3), 112 - .
- Sousa, L. (2020). Digital public sphere and municipal legitimacy: Understanding the discourse gap. *International Journal of Urban Governance*, 12(4), 377395 - .
- Sibanda, M. (2018). Representing citizens in local government communication: A critical discourse analysis. *Journal of Urban Affairs*, 40(6), 845864 - .
- Fairclough, N. (2015). *Language and Power* (3rd ed.). London: Routledge.
- Habermas, J. (1991). *The Structural Transformation of the Public Sphere*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Christensen, T., & Lægreid, P. (2005). Trust in government: The relative importance of communication. *Public Administration Review*, 65(6), 759769 - .
- Taylor, M., & Kent, M. (2014). Dialogic engagement and local government: Principles of effective public communication. *Public Relations Journal*, 8(2), 1-22.