

تحلیل و شناخت روابط عمومی و شهرداری الکترونیک در نظام مدیریتی مالی - اداری شهرداری ها

مجتبی استاد حسنلو^{*۱}

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۱/۱۸ تاریخ چاپ: ۱۴۰۲/۰۳/۲۴

چکیده

شهرداری ها به عنوان یک نهاد عمومی غیر دولتی می توانند نقش مهم و اساسی در ارائه خدمات عمومی و اداره امور محلی داشته باشند. روابط عمومی از اجزا و عناصر اصلی ارتباطات است و در ایجاد بستر های مشارکت ذهنی و عینی نقش نهادی و بنیادی دارد، زیرا جنس و ماهیت مجموعه وظایف و فعالیت های آن به طور عمده، (ارتباطی، تعاملی و تبادلی) است. تحقیق حاضر به صورت تحلیلی و توصیفی انجام پذیرفته و همچنین به منابع و متون معتبر کتابخانه ای، استنادی و شبکه جهانی اینترنت نیز مراجعه شده است و سعی در تحلیل و بررسی روابط عمومی و شهرداری الکترونیک در نظام مدیریتی مالی - اداری شهرداری ها را دارد. شکل گیری و استقرار شهرداری الکترونیک از الگوی دولت الکترونیک تبعیت می کند را در چهار مرحله پیدایش، ارتقاء، تعامل و یکپارچه سازی طبقه بندی نمود که کلیه خدمات شهرداری ها به صورت برخط (online) و شبانه روزی با کیفیت و ضریب ایمنی بالا و با بهره گیری از ابزار فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) انجام می شود و اهمیت روابط عمومی و شهرداری الکترونیک در نظام مدیریتی مالی - اداری شهرداری ها به منظور افزایش سرعت و دقت فعالیت های مختلف سازمان ها و ارتباط اجزای مختلف آن با یکدیگر و در نتیجه بالا بردن بهره وری آنها به روشنی مشخص است.

واژگان کلیدی

روابط عمومی، شهرداری، الکترونیک، نظام مدیریتی، مالی - اداری، شهرداری ها.

*۱ - کارشناس حسابداری، کارشناس مالی شهرداری، خوی، ایران. mojtaba65ostad@gmail.com

۱. مقدمه

در نظام حقوقی ایران، قانون شهرداری مصوب ۱۳۳۴ ش قانون معیار است که با وجود رشد و آگاهی سیاسی و مدنی شهروندان، با نسخ مواد متعددی از آن، رویکردی واپس گرایانه اعمال شده، به این نحو که اساسی ترین وظایف و اختیارات شهرداری از آن ستانده و به دولت واگذار شده است که نتیجه آن مشارکت حداقلی شهروندان در اداره امور محلی خویش است و همچنین نقش نهاد شهرداری در جریان مدیریت شهری در جات مختلفی دارد که از حاکمیت تمام تا ایفای نقش های کم اهمیت متغیر است. درجه اهمیت و جایگاه شهرداری را قوانین و مقررات موضوعه نظام حقوقی تبیین می کنند (عالیزاده، ۱۳۹۷: ۲). روابط عمومی، مانند سایر رشته های علوم انسانی مورد غفلت قرار گرفته است و توسعه روزافزون و ارتباط و اطلاعات در کشور ها، نتوانسته در آن تأثیری داشته باشد. حتی کشور در حال توسعه ما نیز چنین وضعی دارد. مشکلات و ناکارایی اداری در کشور ما پدیده نو و جدیدی نیست و سال هاست که سازمان های مربوطه، برای اصلاح ساختاری آنها مطالعه و برنامه ریزی می کنند، هر چند تاکنون اقداماتی نیز به عمل آمده است. اینترنت با تأثیر گذاری بر جنبه های مختلف زندگی انسان، تحول عظیمی ایجاد کرده، این تغییرات روند اکثر سازمان ها و نهادها را نیز عوض کرده است و آنها را از روش های سنتی به سوی روش های نوین سوق داده است. شهر الکترونیک، همچون هر گونه ای از نمود زیست شهری در عصر اطلاعات، پدید های انسانی است. شهر الکترونیک نمادی است از اجتماع و گونه ای خاص از ارتباطات اجتماعی، نظامات فرهنگی و نمودهای رفتاری را در بر دارد و گونه ای خاص از زندگی را می طلبد که زندگی الکترونیکی خوانده می شود. در چنین شهری، شهروند کسی است که از حداقل دانش لازم در رابطه با مفاهیم پایه ICT، توانایی و امکان کافی برای برقراری ارتباط با اینترنت، توانایی و امکان مبادله پیام های الکترونیکی و توانایی و امکان کشف و تولید اطلاعات مورد نیاز برخوردار باشد (میرسعید قاضی، ۱۳۹۲؛ رابینز، ۱۳۷۸).

در ساختار سازمانی شهرداری های کشور، مشکلات مشترکی مشاهده می شود. این مشکلات بر عملکرد شهرداری ها تأثیر بسزایی دارد. اولین مشکل در این زمینه، روزآمد نبودن این ساختار است. ساختار سازمانی کنونی شهرداری ها میراث گذشته ای است که مبنا و پایه علمی چندانی ندارد. مشکل دوم، عدم شرح دقیق وظایف، پست ها و شرایط احراز و طبقه بندی آنهاست. نبود افراد متخصص، یا عدم تناسب میان جایگاه شغلی و تخصصی افراد از دیگر مشکلات عمده در شهرداری هاست. این در حالی است که هم اکنون رشته های تخصصی زیادی در ارتباط با شهرها و شهرداری ها در سطح تحصیلات تکمیلی وجود دارد.

۲. مبانی نظری و ادبیات پژوهش

شهرداری شخصیت حقوقی است که دارای استقلال اداری و مالی بوده و برای انجام وظایف و مأموریت هایی که بر اساس قوانین و مقررات مربوط در حوزه امور شهری به آن واگذار شده یا می شود. در محدوده و حریم شهرها با مشارکت مردم در اشکال سازمانی مختلف شامل، ستاد، منطقه، ناحیه، سازمان وابسته، مؤسسه یا شرکت وابسته به موجب قانون ایجاد می شود. طبق ماده ۱ قانون شهرداری در هر محل که جمعیت آن حداقل به پنج هزار نفر بالغ باشد شهرداری تاسیس می گردد. سازمان شهرداری در ایران با تصویب قانون بلدیة پا به عرصه وجود نهاد. «بلد» به معنای شهر است و «بلدیة» نام قدیم شهرداری است. شهرداری از نظر لغوی از دو کلمه «شهر» و «داری» تشکیل شده که «داری» به معنی اداره و مدیریت و «شهر» به جایی که دارای شهرداری باشد اطلاق می شده است؛ بنابراین از نظر لغوی «شهرداری» را می توان سازمان اداره شهر دانست (رضایی زاده، ۱۳۹۰). از حیث ریشه یابی نیز معادل لغت انگلیسی «Municipality» است. این لغت از ریشه

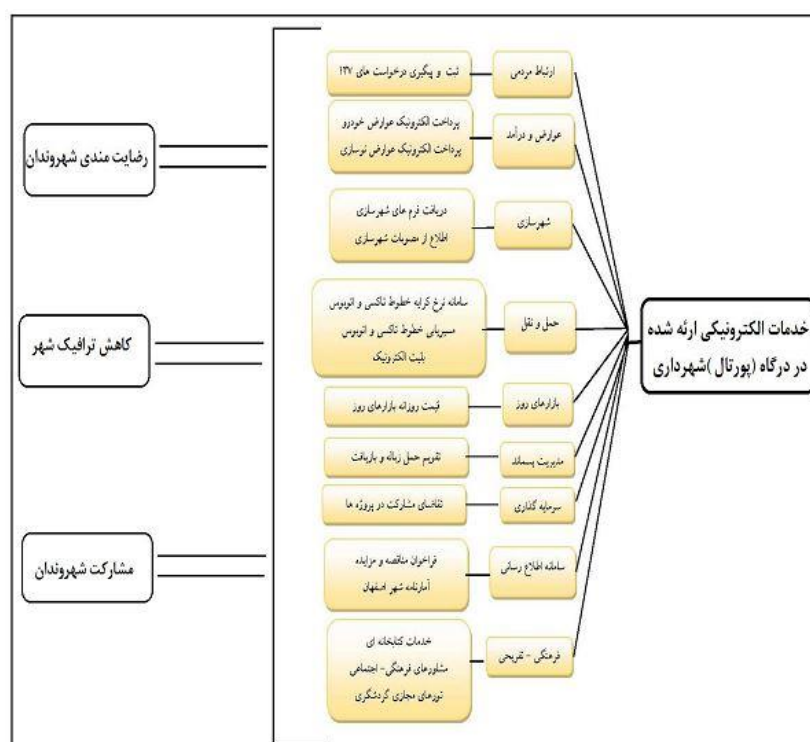
لاتین «Municipum» به مفهوم «جمع سکنه یک محل» که برای منافع مشترک دور هم جمع شده اند، اقتباس شده است (سعیدی رضوانی، ۱۳۷۸). شهرداری مؤسسه عمومی غیردولتی و برخوردار از شخصیت حقوقی مستقل است که برپایه نظام عدم تمرکز محلی در حدود وظایف و تکالیف محوله از سوی قانون گذار در محدوده شهر و در چارچوب بودجه و برنامه مصوب با لحاظ قوانین و مقررات موضوعه، به ارائه پاره ای خدمات شهری و اداره بخشی از امور محلی شهر زیر نظر شورای شهر و با هماهنگی وزارت کشور می پردازد. اصطلاح شهر الکترونیک یا شهر دیجیتال، اولین بار در سال ۱۹۹۴، در کنفرانس شهر دیجیتال اروپا طرح گردید. در سال ۱۹۹۶ پروژه هایی تحت این عنوان در برخی از شهرهای اروپایی به اجرا درآمد. فضاهای شهر الکترونیک با رویکرد چند مرکزی و معطوف به نیازهای روزمره شهروندان و تلاش در جهت پاسخ گویی جامع و کامل به آن طراحی می گردند (نژادجوادی پور، ۱۳۸۷: ۴۴). شهر الکترونیک، در واقع، ارتباطی دو سویه است بین کسب و کارها، سازمان ها و شهروندان. شهرداری الکترونیک، سازمانی است که با بهره گیری از فناوری اطلاعات و ارتباطات، خدمات خود را در حوزه وظایف شهرداری به صورت سریع، قابل دسترسی و امن به شهروندان ارائه می دهد. شهرداری با برخط نمودن خدمات، طراحی مجدد سازمان، ایجاد روندهای شهروند محور، یکپارچگی میان بخش های مختلف و ساده سازی تعامل، به پیاده سازی شهرداری الکترونیکی می پردازد (جلالی، ۱۳۸۳؛ روحانی و مذهب، ۱۳۸۸).

روابط عمومی به مفهوم یک حرفه، در قرن بیستم در آمریکا به وجود آمد با عنوان دفتر تبلیغات Publicity Bureau یا دفتر مطبوعات Press Bureau نامیده شد. اصطلاح روابط عمومی، ترجمه واژه انگلیسی public Relations برای نخستین بار در آمریکا در اتحادیه راه آهن به کار برده شد و در ایران نخستین بار در شرکت نفت به کار رفته و دفتری در آن شرکت ایجاد شد. روابط عمومی را در زبان عربی (العلاقات العامة) ترجمه کرده اند. روابط عمومی بخشی از وظایف مدیریت سازمان است و عملی ممتد، مداوم و طرح ریزی شده است که از طریق آن افراد و سازمان ها می کوشند تا تفاهم و پشتیبانی کسانی را که با آنها سرو کار دارند، به دست آورند (میرسعید قاضی، ۱۳۹۲). روابط عمومی آن دسته از اعمال مدیریتی است که با کمک آن برخورد و رفتار عامه را می سنجد و در نتیجه خط مشی ها و طرز عمل فرد یا سازمان را به صورتی که متضمن منافع عامه و فرد با سازمان مذکور باشد تغییر و برنامه عملی و فعالیت ارتباطی خود را به منظور حصول حسن تفاهم و قبول جامعه طرح می کند (Denter, 2003؛ آستین، ۱۳۹۴). وظایف روابط عمومی می توان به این موارد اشاره کرد:

- مطلع کردن و خبر دادن؛
- ترغیب، تشویق، ترویج و تبلیغ؛
- انجام تحقیقات اجتماعی و افکار سنجی و پیوند آن به منابع سازمان و عموم مردم؛
- هماهنگی موارد نیاز سازمان؛ (آستین، ۱۳۹۴).

روابط عمومی الکترونیک به نوعی از روابط عمومی اطلاق می شود که در آن از ابزارهای الکترونیک نظیر سیستم پاسخگویی الکترونیک، رادیو و نظایر آن برای انجام مأموریت های روابط عمومی استفاده می شود. در روابط عمومی الکترونیک به جای بهره گیری از شیوه های سنتی مواجهه با مشتریان یا مخاطبان، از تکنولوژی های الکترونیکی به منظور سهولت، سرعت و فراگیری بیشتر استفاده می شود. در هر صورت فرایند گام گذاشتن روابط عمومی از شکل سنتی به عرصه الکترونیک، یک جهش و گام اساسی برای ورود به دنیای مجازی محسوب می شود و سنگ بنای سایر فعالیت های

روابط عمومی در فضای آنلاین در همین مرحله گذاشته می شود (رنجیری، ۱۳۸۰). امروزه به مدد فناوری های نوین اطلاعاتی و ارتباطی، امکان پیام رسانی در لحظه، روی خطوط الکترونیکی و دیجیتالی، قابل تبادل و تعامل شده است. نظام های پیشرفته ارتباطی و اطلاعاتی به صورت کانال های پیام رسانی در جایگاه هوش مصنوعی از طریق ابر رایانه ها برای اولین بار در طول خلقت، کار مدیریتی می کنند و به منزله انسان مجازی، عامل تبادل اطلاعات و تجزیه و تحلیل آنها، بین فرستندگان و گیرندگان نقش آفرینی می نماید (William, 2006). هدف راه اندازی روابط عمومی الکترونیک، رسیدن به روزی است که به توان تمام خدمات یک سازمان را به طور شبانه روزی، بدون مراجعه فیزیکی مخاطبان آن سازمان و تنها از طریق اتصال به پایگاه های آن نهاد انجام داد. روابط عمومی نقش مهم و برجسته ای در برخورد با مخاطبان دارد و علت ارتباط گسترده با تعداد زیادی از مخاطبان که روزانه به آن مراجعه و درخواست اطلاعات می کنند، می تواند روش مناسبی در اختیار مدیران سازمان ها و مؤسسات قرار دهد (متولی زاده، ۱۳۸۶). از وظایف مهم روابط عمومی ها، اطلاع رسانی دقیق و به موقع به سازمان و مخاطبان عام و خاص و ایجاد همخوانی در ابعاد درون و بیرون سازمان است که با ساختن تصویر ذهنی مناسب از سازمان و برخورداری از ابزارهای دقیق ارتباطی، مخاطبان را به استقبال از فعالیت ها و برنامه ها ترغیب و به توسعه روابط عمومی کمک می کند (Grunig, 2002).



تصویر ۱: نقش روابط عمومی و شهرداری الکترونیک، مأخذ: نگارنده، ۱۴۰۲

۳. روش شناسی پژوهش

تحقیق حاضر به صورت تحلیلی و توصیفی انجام پذیرفته و همچنین به منابع و متون معتبر کتابخانه ای، استنادی و شبکه جهانی اینترنت نیز مراجعه شده است و سعی در تحلیل و بررسی روابط عمومی و شهرداری الکترونیک در نظام مدیریتی مالی - اداری شهرداری ها را دارد.

۴. پیشینه پژوهش

شاهرخ و خوشحال (۱۴۰۰)، به بررسی دلایل لزوم ایجاد شهرداری الکترونیک در شهرداری داراب و موانع و مشکلات اشاره کرده اند که در واقع تحقق شهرداری الکترونیک اهداف مدیریت شهری در توسعه پایدار شهر و مشارکت شهروندان در این مهم راحقق می گرداند. رحیمی و خداداد (۱۳۹۳)، به بررسی تأثیر نقش های روابط عمومی شهرداری بر رضایت مراجعین در شهرداری استان اردبیل پرداخته اند. هدف اصلی تحقیق مطالعه سنجش تأثیر نقش های روابط عمومی شهرداری بر رضایت مراجعین در شهرداری استان اردبیل می باشد. نقش های روابط عمومی به عنوان متغیر مستقل شامل مولفه های نقش اقناعی، نقش اطلاعی، نقش حل مسأله، نقش مشاوره ای، نقش توسعه مناسبات و نقش آموزش همگانی می باشد. ال ویلکاکس و نولت (۲۰۰۱، ت: باقریان، ۱۳۷۹)، در مقاله ای به اصول اخلاقی و حرفه گرایی در روابط عمومی اشاره داشته اند؛ که اگر حرفه روابط عمومی به صورت تجارت درآید و بدون توجه به اصول اخلاقی و وجدانی فقط برای قبول هر نوع مشتری پایه ریزی شود. البرز، سعیدی و افخمی (۱۴۰۰)، به مطالعه مؤلفه های مرتبط با جایگاه روابط عمومی الکترونیک در شهرداری تهران (مناطق ۲۲ گانه)، پرداخته اند. یافته های این تحقیق نشان داد، با توجه به بررسی مؤلفه های سواد رایانه ای، آموزش روابط عمومی الکترونیک، نگرش مدیران و کارشناسان در رابطه با روابط عمومی الکترونیک و میزان استفاده از تکنولوژی های روابط عمومی الکترونیک (پست الکترونیک، خبرنامه الکترونیک، سامانه پیامکی، چندرسانه ای، تالار گفتگو، نظرسنجی الکترونیک، تلگرام)، در واحدهای روابط عمومی مناطق ۲۲ گانه شهرداری تهران، از روابط عمومی الکترونیک به نحو مطلوب استفاده می گردد.

حسینی راد (۱۳۹۶)، به ارزیابی آمادگی الکترونیکی شهرداری ها در راستای تحقق شهرداری الکترونیک گریزی زده و روند پیشرفت IT در شهرداری را در سه مرحله: شناسایی وضع موجود، ترسیم وضع مطلوب و برنامه ریزی گذار از وضع موجود به وضع مطلوب در نظر گرفته است. شریفی (۱۳۸۹)، در بررسی نقش روابط عمومی در ارتقای سطح آگاهی مخاطبان، این نتیجه به دست می آید که روابط عمومی ها با به کار بردن کانال های ارتباطی به عنوان واسطه ای بین خود و جامعه و تقویت محتوای آنها، یعنی ارائه اطلاعات در مورد سازمان خود، سطح آگاهی و دانش مردم را بالا می برند. بر این اساس، روابط عمومی ها، از طریق فعال کردن بخش امور رسانه ای خود، با سپردن آن به افراد متخصص و ماهر در رشته های ارتباطات، رونامه نگاری و به کار بردن تکنیک های روابط عمومی، می توانند در ارتقای سطح آگاهی افکار عمومی و مخاطبان خود نقش داشته باشند. مجیدی قهرودی و گلستانی (۱۳۹۰)، به پادکست و روابط عمومی الکترونیک، شیوه های نوین اطلاع رسانی نظیر پادکست و تأثیر آن در روابط عمومی الکترونیک اشاره کرده اند. صفری و کنعانی احمدبگلو (۱۴۰۱)، نیز به شهرداری الکترونیکی زیربنای شهر الکترونیک اشاره داشته اند. روابط عمومی شهرداری تربت حیدریه (۱۳۷۵)، در رابطه با مفهوم، جایگاه و نقش روابط عمومی در شهرداری چنین عنوان نموده است که روابط عمومی دارای دو مفهوم کاربردی عام و خاص است و از مفهوم عام آن، دو برداشت استنباط می شود: کیفیت ارتباط یک شخص با فرد یا افراد جامعه پیرامون خود، تعیین نگرش های حاکم بر روابط موجود در یک جامعه؛ و اصطلاح روابط عمومی در مفهوم خاص خود به معنای بخش، دایره، واحد و یا قسمتی خاص از یک ارکان دولتی یا غیر دولتی است. علیخانی، ناجی عظیمی و لگزیان (۱۳۹۶)، نتایج این پژوهش در ارزیابی آمادگی الکترونیکی مناطق شهرداری مشهد در راستای تحقق شهرداری الکترونیک، نشان داد که منطقه هفت شهرداری مشهد با مقدار ۰/۲۵ دارای کمترین و منطقه ۴ با مقدار ۰/۴۶۶۲ دارای بیشترین مقدار آمادگی برای شهرداری الکترونیکی می باشد.

رحمانی و ابراهیم زاده (۱۳۹۷)، در پژوهشی به شناسایی و رتبه بندی عوامل مؤثر بر پذیرش خدمات الکترونیک شهرداری مشهد از دیدگاه شهروندان پرداخته اند که یافته ها نشان داد نگرش شهروندان و هنجارشکنی های ذهنی و کنترل رفتاری درک شده و مورد اعتماد از طرف شهروندان جزء عوامل اصلی در خدمات الکترونیک شهرداری هستند. قربانی، سرمست و مهدی پور (۱۳۹۵)، در بررسی زیرساخت های استقرار شهرداری الکترونیک در کلان شهر تبریز متوجه شده اند که زیرساخت های مدیریت راهبردی، آموزش نیروی انسانی، خدماتی و کاربردی برای استقرار شهرداری الکترونیک در شهرداری تبریز هنوز فراهم نشده است. ولی زیر ساخت های فنی (شبکه ای و ارتباطی)، سخت افزاری و پشتیبانی، نرم افزاری و سیستم های کاربردی و امنیت اطلاعات برای استقرار شهرداری الکترونیک در شهرداری فراهم شده است. آهنی و همکاران (۱۳۹۷)، در پژوهشی به بررسی کیفیت محیط شهر الکترونیک با تأکید بر ادراکات ذهنی شهروندان، مورد مطالعاتی: شهر تبریز، پرداخته اند. نتایج حاصل از پژوهش نشان می دهد که کیفیت کالبدی محیط شهری متأثر از فناوری ارتباطی و اطلاعاتی با امتیاز ۴,۲۰ در حد خوب، کیفیت محیطی و اقتصادی محیط شهری متأثر از فناوری ارتباطی و اطلاعاتی با امتیاز ۳,۷ در حد متوسط، معیار اجتماعی، با امتیاز ۳,۴ پایین ترین امتیاز را در بین معیارها به خود اختصاص داده است. غضنفرپور، صباحی گراغانی و حسن زاده (۱۳۹۵)، به ارزیابی شاخص های شهر الکترونیک در راستای توسعه پایدار شهری از دیدگاه مدیران شهری (مطالعه موردی: مناطق چهارگانه شهر کرمان)، پرداخته اند که یافته های پژوهش با توجه به آزمون تی تک نمونه ای نشان می دهند که از دیدگاه مدیران، شهر کرمان از لحاظ شاخص های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی شهر الکترونیک در راستای توسعه پایدار شهری در وضعیت نامطلوب قرار دارد.

عبادی و پیران نژاد (۱۳۹۳)، به حکمرانی الکترونیک در شهرداری ها: مطالعه پورتال شهرداری های کشور، اشاره کرده اند که نتایج حاصل از میانگین امتیازات حاکی از آن است که با وجود نقش مهم شهرداری ها در حکمرانی شهری، اغلب پورتال ها در سطوح اولیه بلوغ مدل های خدمات رسانی الکترونیکی بوده و نیازمند توجه ویژه برای ارتقاء به سطوح بالاتر، هم از نظر کمی و هم از نظر کیفی هستند. موسی زاده و همکاران (۱۳۹۶)، در امکان سنجی و بسترسازی توسعه شهر الکترونیک در شهرهای منطقه ای (مطالعه موردی: شهر گرگان)، نتایج به دست آمده از آزمون کای اسکور نشان دهنده استفاده متوسط شهروندان گرگانی از فناوری اطلاعات و ارتباطات است. محمدی، مرادی و اکبری (۱۳۹۹)، نیز به بررسی تحلیلی مزایای شهر الکترونیک پرداخته اند که از یافته های این پژوهش می توان به مزایا و تاثیرات مثبت شهرهای الکترونیکی در زمینه خدمات فرهنگی، عمومی اجتماعی، صرفه های اقتصادی و مسائل زیست محیطی اشاره کرد. معینی فر و عطار (۱۳۹۴)، به بررسی موانع فضایی و کالبدی اجرای شهرداری الکترونیک از نظر شهروندان و کارکنان شهرداری تهران، پرداخته اند که موانع فضایی و کالبدی اجرای شهرداری الکترونیک از نظر کارکنان شهرداری تهران عبارتند از همخوانی فضای مجازی و فضای حقیقی، تضاد میان معنا و کارکرد.

۵. یافته های پژوهش

مفهوم شهرداری الکترونیک به میزان زیادی با مفهوم شهر الکترونیک عجین است. شهر الکترونیک دسترسی الکترونیکی شهروندان به شهرداری، ادارات دولتی، بنگاه های اقتصادی و کلیه خدمات شهری به صورت شبانه روزی را فراهم می کند. این شهر، عاملی در جهت ایجاد سازمان های شیشه ای است به طوری که تمام کارکردها و هدف های سازمان به طور شفاف قابل ملاحظه باشد. این شهر از بستر پیشرفته اطلاعات مخابراتی برخوردار است به صورتی که می توان از طریق کامپیوتر با ادارات، خانه ها، مدارس و... ارتباط برقرار کرد. شهرداری الکترونیک امکان دسترسی شهروندان به پایگاه های

داده خدمات شهرداری، به صورت ۲۴ ساعته و هفت روز هفته را فراهم می آورد. شهرداری الکترونیک با بهره گیری از فناوری اطلاعات، با تغییر در معماری ساختار خود و با ساده سازی رویه ها و قوانین و مهندسی مجدد فعالیت ها و شفافیت رویه ها و ارتباط موثر با شهروندان، خدمات خود را در حوزه وظایف شهرداری به صورت قابل دسترس و امن به شهروندان ارائه می کند. از آنجایی که شهرداری ها قسمت عمده ای از فعالیت سازمان ها را در شهر ها عهده دار و در هر نوع برنامه ریزی و تصمیم گیری مدیریت شهری، سهم عمده ای را دارا هستند، می توانند کانون راه رسیدن به شهر الکترونیکی باشند (طیرانی راد، ۱۳۸۷؛ ملکی و مدانلو جویباری، ۱۳۹۵). سیستم مدیریت امنیت اطلاعات رویکرد سیستماتیک برای مدیریت اطلاعات حساس، به منظور محافظت از آن می باشد که کارمندان و فرایندها و سیستم های اطلاعاتی را در بر می گیرد. اقدامات و فعالیت هایی که از سوی روابط عمومی انجام می گیرد به ۲ دسته تقسیم می شوند: نخست، فعالیت هایی که از قبل پیش بینی و برنامه ریزی شده و با بررسی طرح های اجرایی با آمادگی به اجرا در می آیند. دسته دوم، آن سری از فعالیت ها و اقدامات اجرایی است که بنا به نیاز و براساس مصلحت روز، ضرورت اجرای آن وجود دارد در اجرای هر برنامه کلی، عمومی، یا جزئی و مقطعی روابط عمومی ها چهار مرحله وجود دارد که طی صحیح و منظم این مراحل، موفقیت اقدامات روابط عمومی ها را تضمین می کند و از آغاز تا پایان یک چرخه (سیکل بسته) را تشکیل می دهد: (تحقیق، تهیه برنامه، ارتباط، ارزیابی) در حقیقت طبیعت تشکیل روابط عمومی به علت اقتضای مبرم زمان، برای راهنمایی و رهبری افکار عمومی است. میدان وسیع و امکانات ارتباطی متعددی در دسترس مسئولان روابط عمومی قرار دارد که می توان مؤثرترین و کارآمدترین آنها را در موارد لزوم به خدمت در آورد، این امکانات و اقدامات بنا به طبیعت و ماهیت دریافت آنها، از سوی مخاطبان به سه دسته تقسیم شده اند:

- تاکتیک نوشتاری^۱

- تاکتیک گفتاری^۲

- تاکتیک بصری یا دیداری^۳

در میان وسایل و امکانات روابط عمومی، تاکتیک نوشتاری از همه متداول تر و مهمتر است. مثل اطلاعیه خبری، نشست خبری، مهمانی و مسافرت های مطبوعاتی، مصاحبه ها و اداره جلسه ها. این تحقق، به مسئولیت اجتماعی منجر نخواهد شد، مگر این که در راه تحقق آن مهارت ها و تخصص در این زمینه به صورت فعال به کار گرفته شود، لذا روابط عمومی ها، موظف به فراهم آوردن تسهیلاتی برای حضور و تماس مردم، با نهاد مربوطه از طریق مختلف هستند. همچنین خارج از مسائل و مشکلات مردم نسبت به سایر مراکز بویژه مراکز هم سنخ نهاد مربوطه آگاهی داشته باشند و ضرورتاً اقدام به تشکیل جلسات کوچکتري با ترکیب مسئولان نهادهای هم سنخ کنند. عصر جدید، شاید انتقال دیدگاه های مدیران به فراسوی سازمان ها باشد، اگر در زمان (تیلور) پدر مدیریت علمی، توصیه به مدیران، این بود که سازمان هایشان را بهره ور نگه دارند و اگر در مکتب روابط انسانی، مدیران به ارضای نیازهای روحی و روانی کارکنان تشویق می شدند، هم اکنون الزام و موقعیت جامعه، مدیران را متوجه محیط های خارج از سازمان هایشان ساخته است و وسایل محیطی را در دستور کار مدیران قرار می دهد و توصیه می کند، باید تفکرات محدود و جزء نگر را کنار گذاشته و اندیشه ای قوی در این باره پیدا کنند. هم اکنون مردم هوشمند و پویای جامعه در سازمان های دولتی و خارج از دستگاه های دولتی، درباره ضرورت

وجود یک (واسطه و رابطه) میان دولت و مردم توافق نظر دارند تا مردم و دولت تبادل نظر داشته باشند. برقراری ارتباط و انتقال پیام ها، هسته مرکزی و کانون اصلی فعالیت های روابط عمومی را تشکیل می دهد. مسئولان روابط عمومی باید به خوبی وسایل و کانال های ارتباطی موجود در جامعه را بشناسند و نسبت به کارکرد های آنها آگاهی کامل داشته باشند. چرا که هنگامی که نیاز ارتباطی احساس شد به خوبی بتوانند تصمیم بگیرند که کانال یا کانال های موجود در جامعه را به کار گیرند. همه مسئولان روابط عمومی که مسئولیت ارتباط با وسایل ارتباطی را به عهده دارند، باید به این اصل مهم و کلی و این واقعیت واقف باشند و آن را در فعالیت ارتباطی خود به عنوان محور اصلی در نظر بگیرند، در برخورد با خبر نباید به صورت انفعالی عمل کنند و منتظر نشوند تا با پیش آمدن رویدادی خبر آن را تهیه کنند، بلکه هنگامی که لازم بود خبر را بیافرینند، مبتنی بر صحت و دقت باشد، برحسب تشخیص و خط مشی سازمان می توانند، با مسئولان برنامه های مورد توجه خود ارتباط داشته و با آنان همکاری مقتضی داشته باشند (متولی، ۱۳۹۴). مزایای روابط عمومی الکترونیک عبارتند از: ۱. اطلاع رسانی لحظه ای، ۲. دسترسی سریع به اطلاعات، ۳. کاهش حجم نامه های اداری و بایگانی، ۴. پایین آوردن هزینه های تبلیغاتی، ۵. فراگیری و فرامیزی بودن (میرزا امینی، ۱۳۸۲). بر اساس یافته پژوهش می توان شش اصل طلایی در روابط عمومی را نام برد که عبارتند از:

- ۱- گفتن واقعیت: بگذاریم مردم بدانند چه چیزی دارد رخ می دهد.
 - ۲- عمل کردن: درک عمومی از یک سازمان، ۹۰ درصد وابسته به عمل آن سازمان و ۱۰ درصد مربوط به وعده های آنان است.
 - ۳- به مشتری گوش دادن: باید به مشتریان خوب گوش داد و دید مردم چه می خواهند.
 - ۴- مدیریت کردن برای فردا: واکنش مردم را باید پیش بینی کرد و اقدامات مشکل ساز را حذف و اعتماد لازم را ایجاد کرد.
 - ۵- وابسته کردن همه سازمان به روابط عمومی: هیچ بخشی از استراتژی سازمان بدون بررسی تاثیر احتمالی آن بر مردم نباید اجرا شود.
 - ۶- اخلاق: آرام، صبور و خوش نیت بودن (رنجیری، ۱۳۸۰).
- به طور کلی هدف از ایجاد شهرداری الکترونیک را می توان شفاف سازی قوانین و فعالیت های مربوط به شهر، مشارکت شهروندان در بهبود عملکرد شورای اسلامی و شهرداری، حذف بروکراسی و کاهش مراجعین حضوری، تهیه بانک اطلاعات شهر و شهرداری، توسعه ارتباطات الکترونیکی شهروندان، پرداخت اینترنتی عوارض درآمد شهرسازی نوسازی و... عنوان کرد. خدمات الکترونیک شهری به معنای فراهم کردن شرایطی است که نهادها بتوانند خدمات خود را با بهره گیری از قابلیت های فناوری اطلاعات و ارتباطات، به صورت شبانه روزی و در تمام ایام هفته به شهروندان، ارائه کنند. در این ارتباط «خدمات الکترونیک» که معمولاً به عرضه خدمات از طریق اینترنت منتسب می گردد خدماتی است که کاملاً به صورت برخط قابل ارائه بوده و در بسیاری موارد، جایگزین سیستم های کاغذی شده است. خدمات شهرداری الکترونیک و در ارتباط با مفاهیمی تخصصی چون «شهرداری الکترونیک» و یا «دولت الکترونیک شهری- محلی» استفاده شده است که با توجه به یافته پژوهش می توان شکل گیری و استقرار شهرداری الکترونیکی از الگوی دولت الکترونیکی تبعیت می کند را در چهار مرحله طبقه بندی نمود:

جدول ۱- شکل گیری و استقرار شهرداری الکترونیکی از الگوی دولت الکترونیکی، مأخذ: نگارنده، ۱۴۰۲

ردیف	مراحل	مفهوم و کاربرد	اقدامات و راهکارها
۱	مرحله پیدایش	مرحله فرهنگ سازی می باشد و ابزارها و خدمات ساده الکترونیکی در اختیار کاربران قرار می دهد و احداث وب سایت اولین گام در این مرحله می باشد.	- تهیه اسناد بالادستی و راهبردی جهت استقرار شهرداری الکترونیکی و ارائه تسهیلات اینترنتی؛ - لزوم ایجاد ساختار مناسب تکنولوژیکی اطلاعات در وزارت کشور و سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور؛ - افزایش آگاهی عمومی شهروندان و کارکنان دولت به تسهیلات فناوری اطلاعات و لزوم به کارگیری نیروهای متخصص در این حوزه؛
۲	مرحله ارتقاء	سازمان به گسترش و ارائه خدمات خود برای عموم کاربران می پردازد و منابع اطلاعاتی لازم را برای ارائه خدمات و کالاهای مناسب تقویت و ساماندهی می کند و بعد از آن در این مرحله فعالیت های توسعه زیرساخت های شبکه ای و سخت افزاری برای ارائه خدمات بهتر در اولویت اجرایی سازمان قرار می گیرد.	- ارائه خدمات و کالاهای اساسی به صورت الکترونیکی به شهروندان و سعی در تولید، توزیع و استفاده از اطلاعات الکترونیکی و بروز کردن منابع انسانی؛ - لزوم ایجاد شبکه محلی و بین سازمانی دستگاه های اجرایی شهری، تجهیز و ارتقای سخت افزار و نرم افزار آن ها با در نظر گرفتن اصلاح نظام مدیریت شهری و رویه های سنتی؛
۳	مرحله تعامل	کاربر تعامل آنلاین خود را با شهرداری آغاز می کند. برای ورود به این مرحله لازم است که زیرساخت های سخت افزاری و شبکه ای مطلوب باشند. در این مرحله تعامل به صورت خودجوش و بیشتر از طرف کاربر انجام می شود.	- تعامل اطلاعاتی در بین دستگاه های اجرایی و شهروندان، در سطح ملی با دستگاه های دولتی و خصوصی و با جامعه اطلاعاتی جهان به عنوان شهروندان هزاره سوم؛ - تعامل و ایجاد سیستم های یکپارچه در سطح ادارات، سازمان ها و شرکت ها و نیز تعاملی کردن وب سایت ها؛
۴	مرحله یکپارچه سازی	دامنه خدمات ارائه شده به شهروندان گسترش می یابد و خدمات متنوع تری عرضه می شود. عدم یکپارچگی اطلاعات در سازمان و مشکلات عدیده ای را به وجود می آورد که عدم دسترسی به اطلاعات مناسب در موقع مناسب که سبب تصمیم گیری های مهم مدیریتی و ذخیره سازی اطلاعات تکراری و... از آن قبیل می باشند (Davenport, 1998, pp.121-131).	- لزوم استفاده از یک بستر مناسب برای استقرار، قابلیت ها و ابزارها و تجهیزات فناوری اطلاعات و مدیریت مشارکت شهروندان در جهت پیاده سازی شهرداری الکترونیکی؛ - ایجاد پایگاه اطلاعاتی جامع و کامل و دسترسی سریع و آسان به اطلاعات دقیق و صحیح و به روز با انجام تعاملات لازم بین نرم افزارها و داده ها و لزوم ارزیابی عملکرد؛ - التزام در جلوگیری از افزونگی داده ها با کاهش تعداد دفعات وارد کردن داده ها با امکان استفاده بهینه از کلیه فرآیندها و اجزاء مختلف سیستم ها (احمدی، ۱۳۸۸).

۶. بحث و نتیجه گیری

شهرداری الکترونیکی، شهرداری است که در آن، اداره امور شهروندان، شامل خدمات دولتی و سازمان های مرتبط را به صورت برخط (online) و شبانه روزی با کیفیت و ضریب ایمنی بالا و با بهره گیری از ابزار فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) و کاربردهای آن انجام می شود. شهرداری الکترونیکی، شهروندان را از دنیای تک بُعدی شهرهای سنتی و امروزی خارج کرده و به دنیای جدیدی راهنمایی خواهد کرد، دنیایی که دستاورد فناوری های نوین اطلاعات و ارتباطات می باشد. شهرداری به عنوان یکی از مهمترین عناصر مدیریت شهری می تواند نقشی تأثیرگذار در ارائه خدمات عمومی و اداره پاره ای از امور محلی داشته باشد. بی شک روابط عمومی، مانند سایر رشته های علوم انسانی مورد غفلت قرار گرفته است و توسعه روزافزون و ارتباط و اطلاعات در کشور ها، نتوانسته در آن تأثیری داشته باشد. روابط عمومی بخشی از وظایف مدیریت سازمان است و عملی ممتد، مداوم و طرح ریزی شده است که از طریق آن افراد و سازمان ها می کوشند تا تفاهم و پشتیبانی کسانی را که با آنها سرو کار دارند، به دست آورند. از آنجا که روابط عمومی شهرداری ها نقش بارز و خطیری در ایجاد ارتباط اطلاعاتی بین مردم و مدیران شهری (شهردار و شورای شهر)، همچنین شناسایی ناهماهنگی ها، کم و کاستی ها موجود بین بخش های مختلف اداری شهرداری با درک اهمیت این وظایف و کارکردها باید به دو نکته توجه داشته باشند: اول اینکه در برنامه ریزی ها و تصمیمات کلان اداری و شهری، تصمیم گیری برای برگزاری جلسات و مراسم داخلی، مشارکت در جلسات هماهنگی ادارات و ایجاد تغییر و تحول در سطوح مدیریتی و بخش های اداری و... به واحد روابط عمومی اهمیت لازم را بدهند؛ و به طور متقابل، اطلاعات لازم را در اختیار آن قرار دهند. دوم اینکه سعی نمایند متصدیان روابط عمومی را از بین افراد واقع بین و کارشناس انتخاب نمایند؛ زیرا اگر قرار است برنامه ریزی های شهری بر اساس اطلاعات دقیق انجام شود و بخشی از این اطلاعات و داده ها از طریق روابط عمومی کسب شود، لازم است که متصدیان روابط عمومی، افراد واقع بین باشند و درک درستی از خواسته ها و داشته های جامعه به دست آورند و منتقل کنند. نقش نهاد شهرداری در جریان مدیریت شهری درجات مختلفی دارد که از حاکمیت تمام تا ایفای نقش های کم اهمیت متغیر است. درجه اهمیت و جایگاه شهرداری را قوانین و مقررات موضوعه نظام حقوقی تبیین می کنند. شهرداری به عنوان یکی از مهمترین عناصر مدیریت شهری می تواند نقشی تأثیرگذار در ارائه خدمات عمومی و اداره پاره ای از امور محلی داشته باشد. بی شک روابط عمومی، مانند سایر رشته های علوم انسانی مورد غفلت قرار گرفته است و توسعه روزافزون و ارتباط و اطلاعات در کشور ها، نتوانسته در آن تأثیری داشته باشد؛ و شکل گیری و استقرار شهرداری الکترونیکی از الگوی دولت الکترونیکی تبعیت می کند را در چهار مرحله پیدایش، ارتقاء، تعامل و یکپارچه سازی طبقه بندی نمود و عمده اهداف دنبال کننده آن؛ شفاف سازی قوانین و فعالیت های مربوط به شهر، مشارکت شهروندان در بهبود عملکرد شورای اسلامی و شهرداری، حذف بروکراسی و کاهش مراجعین حضوری، تهیه بانک اطلاعات شهر و شهرداری، توسعه ارتباطات الکترونیکی شهروندان، پرداخت اینترنتی عوارض درآمد شهرسازی نوسازی و... می باشند. ویژگی های و راهکارهای پیشنهادی برای روابط عمومی و شهرداری الکترونیک را می توان در قالب پارمترهای زیر بررسی اجرایی کرد:

- حذف پرونده های کاغذی و تبدیل آن به اطلاعات دیجیتالی در راستای تسهیل تعاملات و ارتباطات بین سازمانی؛

- فراهم کردن و ایجاد بستر و کانال های آموزشی در سازمان؛

- حذف بخش های مربوط به پاسخگویی تلفنی در سازمان و دسترسی ۲۴ ساعته به خدمات شهری؛

- توجه به ارتباطات الکترونیک و لزوم به کارگیری آن در بخش های پاسخگویی؛
- ایجاد محلی برای تبادل نظرات شهروندان درباره عملکرد شهردار و سازمان شهرداری با در نظر گرفتن افزایش مشارکت مردمی در اداره شهری؛
- کاهش مقوله ترافیک شهری؛
- پرداخت عوارض های مربوط به نوسازی و ... از طریق اینترنت با ایجاد یک سیستم مدیریت اطلاعات جامع برای مدیران سازمان های شهری؛
- حذف روند های مربوط به پرونده های شهرداری و کاهش افزایش رفت و آمد فیزیکی به سازمان و صرفه جویی در منابع شهری؛
- اطلاع رسانی روز به روز فعالیت های شهرسازی و امور مربوط به شهر با راه اندازی سامانه های اطلاع رسانی و افزایش آگاهی مردم؛
- کاهش هزینه های فعالیت های اداره و امور شهری و همچنین کاهش فساد اداری و صحت و اعتبار روابط عمومی و عملکرد کارکنان؛

۷. منابع و مآخذ

- (۱) آستین، کلر. (۱۳۹۴). فن روابط عمومی، ترجمه، تدوین و نشر: گروه کارشناسان ایران.
- (۲) آهنی، سمیه؛ کااوند، الهام؛ زارعی، فاطمه و پورمحمدی، محمدرضا. (۱۳۹۷). بررسی کیفیت محیط شهر الکترونیک با تأکید بر ادراکات ذهنی شهروندان، مورد مطالعاتی: شهر تبریز، معماری و شهرسازی آرمانشهر، شماره ۲۳، صص ۲۹۳-۲۸۳.
- (۳) احمدی، سید مسعود. (۱۳۸۸). شهرداری الکترونیکی و یکپارچگی فراگیر در شهرداری ها، دومین کنفرانس بین المللی شهرداری الکترونیکی.
- (۴) البرز، راضیه؛ سعیدی، رحمان و افخمی، حسین علی. (۱۴۰۰). مطالعه مؤلفه های مرتبط با جایگاه روابط عمومی الکترونیک در شهرداری تهران (مناطق ۲۲ گانه)، فصلنامه مطالعات رسانه های نوین، سال هفتم، شماره ۲۵، صص ۲۲۲-۱۹۷.
- (۵) ال ویلکاکس، دنیس؛ نولت، لارنس. (۲۰۰۱). اصول اخلاقی و حرفه گرایی در روابط عمومی، ترجمه: مهدی باقریان (۱۳۷۹)، فصلنامه هنر هشتم، سال هجدهم، صص ۳۳-۳۰.
- (۶) جلالی، علی اکبر. (۱۳۸۳). شهر الکترونیک، چاپ سوم، تهران: مرکز انتشارات دانشگاه علم و صنعت.
- (۷) حسینی راد، سیدمجتبی. (۱۳۹۶). ارزیابی آمادگی الکترونیکی شهرداری ها در راستای تحقق شهرداری الکترونیک، مدیریت شهری، شماره ۴۹، صص ۱۱۶-۹۹.
- (۸) رابینز، استیفن پی. (۱۳۷۸). رفتار سازمانی، ترجمه: علی پارسایان و محمد اعرابی، دفتر پژوهش های فرهنگی، تهران.
- (۹) رضایی زاده، محمدجواد. (۱۳۹۰). حقوق برنامه ریزی شهری، چاپ اول، تهران: انتشارات مجد.
- (۱۰) رحمانی، ملیحه و ابراهیم زاده، عیسی. (۱۳۹۷). شناسایی و رتبه بندی عوامل مؤثر بر پذیرش خدمات الکترونیک شهرداری مشهد، پژوهش های مدیریت عمومی، سال یازدهم، شماره چهل و یکم، صص ۲۸۶-۲۶۵.
- (۱۱) رنجبری، رضا. (۱۳۸۰). روابط عمومی، اینترنت، چالش ها و راهکارها، اطلاعات (ضمیمه)، تهران.

- ۱۲) رحیمی، غلامرضا؛ خداداد، مقصود. (۱۳۹۳). بررسی تأثیر نقش های روابط عمومی شهرداری بر رضایت مراجعین در شهرداری استان اردبیل، اولین سمپوزیوم بین المللی علوم مدیریت با محوریت توسعه پایدار، تهران، موسسه آموزش عالی مهر اروند، مرکز راهکارهای دستیابی به توسعه پایدار.
- ۱۳) روابط عمومی شهرداری تربت حیدریه. (۱۳۷۵). مفهوم، جایگاه و نقش روابط عمومی در شهرداری، ماهنامه شهرداری ها، سال سوم، شماره ۲۵.
- ۱۴) روحانی، پریسا؛ احسام مذهب، رویا. (۱۳۸۸). رابطه متقابل شهر الکترونیک و شهرداری الکترونیک، دومین کنفرانس بین المللی شهرداری الکترونیک، تهران، سازمان شهرداری ها و دهیاری های کشور.
- ۱۵) سعیدی رضوانی، نوید. (۱۳۷۸). برنامه ریزی: آینده در آئینه امروز، ماهنامه شهرداری ها، شماره ۶.
- ۱۶) شاهرخ، سمیرا و خوشحال، فاطمه. (۱۴۰۰). بررسی دلایل لزوم ایجاد شهرداری الکترونیک در شهرداری داراب و موانع و مشکلات، پانزدهمین کنفرانس ملی شهرسازی، معماری، عمران و محیط زیست.
- ۱۷) شریفی، زینب. (۱۳۸۹). بررسی نقش روابط عمومی در ارتقای سطح آگاهی مخاطبان، شبکه اطلاع رسانی روابط عمومی ایران (شارا).
- ۱۸) صفری، سعید و کنعانی احمدبگلو، علی. (۱۴۰۱). شهرداری الکترونیک زیربنای شهر الکترونیک، اولین کنفرانس بین المللی شهر الکترونیک، تهران.
- ۱۹) طیرانی راد، احسان. (۱۳۸۷). مهارت های زندگی در شهر الکترونیک، مجله ارتباطات و دانش شناسی.
- ۲۰) عالیزاده، محمدابراهیم. (۱۳۹۷). نقش و جایگاه روابط عمومی و پیاده سازی روابط عمومی الکترونیک در شهرداری ها، نخستین همایش تدبیر در توسعه پایدار مدیریت، حسابداری و اقتصاد، شرکت به اندیش آوران تدبیر فهستان، مشهد.
- ۲۱) عبادی، نغمه و پیران نژاد، علی. (۱۳۹۳). حکمرانی الکترونیک در شهرداری ها: مطالعه پورتال شهرداری های کشور، مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، دوره ۶، شماره ۲، صص ۲۸۸-۲۶۵.
- ۲۲) علیخانی، شیماء؛ ناجی عظیمی، زهرا و لگزبان، محمد. (۱۳۹۶). ارزیابی آمادگی الکترونیک مناطق شهرداری مشهد در راستای تحقق شهرداری الکترونیک، چشم انداز مدیریت دولتی، شماره ۳۱، صص ۹۶-۷۹.
- ۲۳) غضنفرپور، حسین؛ صباحی گراغانی، یاسر و حسن زاده، مرتضی. (۱۳۹۵). ارزیابی شاخص های شهر الکترونیک در راستای توسعه پایدار شهری از دیدگاه مدیران شهری (مطالعه موردی: مناطق چهارگانه شهر کرمان)، فصلنامه علمی - پژوهشی برنامه ریزی فضایی (جغرافیا)، سال ششم، شماره چهارم، پیاپی ۲۳، صص ۱۸-۱.
- ۲۴) قربانی، علی؛ سرمست، بهرام و مهدی پور، فاطمه. (۱۳۹۵). بررسی زیرساخت های استقرار شهرداری الکترونیک در کلان شهر تبریز، فصلنامه علمی - پژوهشی مدیریت سازمان های دولتی، دوره ۴، شماره ۲، صص ۱۴۸-۱۳۷.
- ۲۵) متولی زاده، علی. (۱۳۸۶). روابط عمومی الکترونیک، ماهنامه تدبیر، شماره ۱۸۳، انتشارات سازمان مدیریت صنعتی، تهران.
- ۲۶) متولی، کاظم. (۱۳۹۴). کارکردهای روابط عمومی و تبلیغات، چاپ هفتم، انتشارات بهجت.
- ۲۷) ملکی، سعید؛ مدانلو جویباری، مسعود. (۱۳۹۵). نقش شهرداری الکترونیک در توسعه فضای شهری (مطالعه موردی: محلات منطقه ۶ شهر تهران)، مجله آمایش جغرافیایی فضا، سال ششم، مسلسل بیست و دوم، صص ۱۹۳-۲۰۸.

- ۲۸) میرزا امینی، محمدرضا. (۱۳۸۲). سیمای سیاست ملی فناوری اطلاعات، هفته نامه گسترش صنعت، شماره ۶۱۱ انتشارات سازمان مدیریت صنعتی، تهران.
- ۲۹) مجیدی قهرودی، نسیم و گلستانی، کبری. (۱۳۹۰). پادکست و روابط عمومی الکترونیک، مطالعات رسانه ای، سال ششم، شماره سیزدهم، صص ۵۸-۱۹.
- ۳۰) معینی فر، مریم و عطار، عباس. (۱۳۹۴). بررسی موانع فضایی و کالبدی اجرای شهرداری الکترونیک از نظر شهروندان و کارکنان شهرداری تهران، هویت شهر، سال نهم، شماره بیست و دوم، صص ۶۲-۵۳.
- ۳۱) میرسعید قاضی، علی. (۱۳۹۲). تئوری و عمل در روابط عمومی و ارتباطات، چاپ یازدهم، نشر مبتکران.
- ۳۲) موسی زاده، حسین؛ بزی، خدارحم؛ میرکتولی، جعفر و فرخ زاد، محمد. (۱۳۹۶). امکان سنجی و بسترسازی توسعه شهر الکترونیک در شهرهای منطقه ای (مطالعه موردی: شهر گرگان)، مجله جغرافیا و توسعه فضای شهری، سال چهارم، شماره ۲، شماره پیاپی ۷، صص ۱۶۸-۱۵۱.
- ۳۳) نژادجوادی پور، مهران. (۱۳۸۷). راهبردهای توسعه خدمات شهرداری الکترونیک با مدل سوات (مورد: شهرداری منطقه ۱۳ تهران)، مجله مدیریت شهری، شماره ۲۲، صص ۴۳-۵۹.
- ۳۴) Denter, A., (2003). "Public Relations". [on line]. Available: [http://www. articles. diretorym. com](http://www.articles.diretorym.com).
- ۳۵) Davenport, T. H., (1998). Putting the enterprise into the enterprise system, Harvard Business Review, Vol.76, No.4, pp.121-131.
- ۳۶) Grunig, L. A., Grunig, J. E., & Dozier, D. M. (2002). Excellent public relations and effective organizations: A study of communication management in three countries. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- ۳۷) William, A. (2006). Using public relations to win a war against monopoly. Public Relations Review.

Analysis and recognition of public relations and electronic municipality in the financial-administrative management system of municipalities

Mojtaba Ostad Hasanlu^{*1}

Abstract

As a non-governmental public institution, municipalities can play an important and essential role in providing public services and managing local affairs. Public relations is one of the main components and elements of communication and has an institutional and fundamental role in creating platforms for subjective and objective participation, because the nature and nature of its set of duties and activities are mainly (communicative, interactive and exchange). The present research has been done analytically and descriptively and has also referred to reliable sources and texts in the library, citation and the global Internet and tries to analyze and investigate public relations and electronic municipality in the financial-administrative management system of municipalities. The formation and establishment of e-municipality follows the model of e-government and classified it in four stages: emergence, promotion, interaction and integration, all municipal services are online and 24/7 with high quality and safety factor. Information and communication technology (ICT) tools are used and the importance of public relations and electronic municipality in the financial-administrative management system of municipalities in order to increase the speed and accuracy of various activities of organizations and the communication of its different components with each other and as a result It is clear to increase their productivity.

Keywords

Public relations, municipality, electronics, management system, financial-administrative, municipalities.

1. Accounting expert, municipal financial expert, Khoi, Iran. (mojtaba65ostad@gmail.com).