

## نقش روابط عمومی در کاهش شکاف بین نهادهای شهری و شهروندان

### فریبا کاظمی

مسئول روابط عمومی سازمان فضای سبز شهرداری خرم‌آباد

---

#### چکیده

امروزه، ارتباط مؤثر بین نهادهای شهری و شهروندان به‌عنوان یکی از عوامل کلیدی در توسعه پایدار شهری شناخته می‌شود. روابط عمومی به‌عنوان پلی بین سازمان‌ها و مخاطبان، نقش حیاتی در کاهش شکاف‌های اطلاعاتی، افزایش اعتماد عمومی و بهبود مشارکت شهروندی ایفا می‌کند. این مقاله با روش توصیفی-تحلیلی و با استفاده از منابع کتابخانه‌ای به بررسی راهکارهای روابط عمومی در تقویت تعامل بین نهادهای شهری و شهروندان می‌پردازد. یافته‌ها نشان می‌دهد که استفاده از ابزارهای ارتباطی دوسویه مانند شبکه‌های اجتماعی، جلسات عمومی و برنامه‌های آموزشی، همراه با شفافیت اطلاعاتی و پاسخگویی نهادهای شهری، می‌تواند به کاهش سوءتفاهم‌ها و افزایش رضایت شهروندان منجر شود. همچنین، روابط عمومی مبتنی بر اصول اخلاقی و حرفه‌ای، توانایی تبدیل چالش‌های شهری به فرصت‌های همکاری را دارد. در نتیجه، تقویت نقش روابط عمومی در مدیریت شهری نه تنها به بهبود تصویر نهادهای شهری کمک می‌کند، بلکه زمینه‌ساز حکمرانی مشارکتی و توسعه اجتماعی پایدار خواهد بود.

**کلیدواژه‌ها:** روابط عمومی، نهادهای شهری، شهروندان، اعتمادسازی، مشارکت عمومی، ارتباطات شهری.

---

## مقدمه

روابط عمومی<sup>۱</sup> (PR) نقشی حیاتی بین نهادهای شهری و شهروندان از طریق راهبردهای مختلف ارتباطی و مشارکتی ایفا می‌کند. روابط عمومی مؤثر اعتماد را تقویت می‌کند، شفافیت را افزایش می‌دهد و مشارکت شهروندی را ترویج می‌دهد که همگی برای ایجاد روابط مستحکم بین نهادهای شهری و جوامعی که به آن‌ها خدمت می‌کنند، ضروری هستند. یکی از کارکردهای اصلی روابط عمومی، بهبود ارتباط بین دولت محلی و عموم مردم است. روش‌های سنتی مانند بیانیه‌های مطبوعاتی و جلسات ممکن است همیشه در دسترسی به تمام اقشار جامعه مؤثر نباشند؛ بنابراین، متخصصان روابط عمومی از کانال‌های ارتباطی متنوعی از جمله رسانه‌های اجتماعی، پلتفرم‌های آنلاین و رویدادهای محلی برای انتشار اطلاعات و تعامل با شهروندان استفاده می‌کنند. به ویژه راهبردهای ارتباط دیجیتال، برای افزایش شفافیت و تقویت اعتماد عمومی اهمیت فزاینده‌ای یافته‌اند. با ارائه اطلاعات دقیق و به‌موقع از طریق کانال‌های دیجیتال، نهادهای شهری می‌توانند به نگرانی‌های عمومی پاسخ دهند، اطلاعات نادرست را اصلاح کنند و اعتماد به عملکرد خود را تقویت نمایند. (Pilia & Fonseca, 2024)

روابط عمومی همچنین نقش کلیدی در ترویج مشارکت شهروندی در حکمرانی شهری دارد. با ایجاد فرصت‌هایی برای شهروندان تا نظرات خود را بیان کنند، دانش خود را به اشتراک بگذارند و در فرآیندهای تصمیم‌گیری مشارکت داشته باشند، نهادهای شهری می‌توانند حس مالکیت و همکاری را تقویت کنند. مشارکت شهروندی می‌تواند به اشکال مختلفی از جمله نشست‌های عمومی، هیئت‌های مشورتی، مشورت‌های آنلاین و برنامه‌های بودجه‌ریزی مشارکتی صورت گیرد. این اقدامات نه تنها بینش‌های ارزشمندی برای سیاست‌گذاران فراهم می‌کنند، بلکه شهروندان را توانمند می‌سازند تا شرکای فعالی در شکل‌دهی به آینده جامعه خود باشند (Sun et al., 2023)

علاوه بر این، روابط عمومی برای ارتقای تصویر و اعتبار نهادهای شهری ضروری است. با نمایش تأثیر مثبت برنامه‌ها و خدمات، تأکید بر تعهد به خدمت‌رسانی عمومی و رسیدگی به هرگونه تصور منفی یا چالش‌ها، نهادهای شهری می‌توانند تصویری قوی و مثبت در افکار عمومی ایجاد کنند. روابط عمومی مؤثر همچنین می‌تواند به جذب سرمایه، استعدادها و سایر منابع ضروری برای توسعه و رشد شهری کمک کند (Popova & Popovs, 2023)

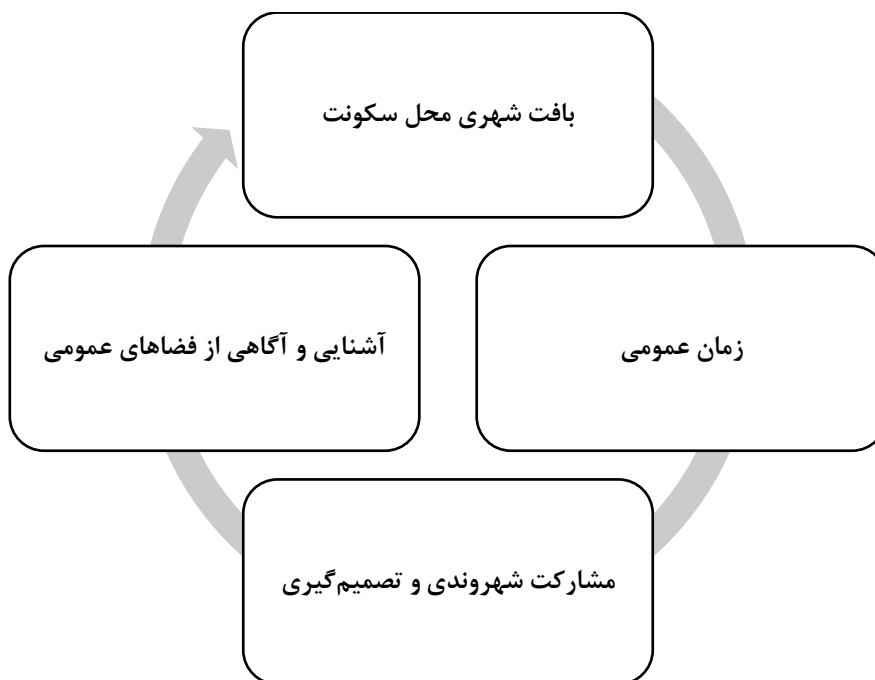
با این حال، چالش‌های متعددی می‌توانند اثربخشی روابط عمومی در پل زدن بین نهادهای شهری و شهروندان را مختل کنند. موانع ارتباطی مانند تفاوت‌های زبانی و اصطلاحات فنی ممکن است درک و تعامل شهروندان با نهادهای شهری را دشوار سازند. کمبود اعتماد ناشی از تجربیات گذشته یا تصورات از ناکارآمدی یا فساد دولتی نیز می‌تواند تلاش‌های روابط عمومی را تضعیف کند. علاوه بر این، محدودیت منابع، فرآیندهای بوروکراتیک و کمبود اراده سیاسی می‌توانند توانایی نهادهای شهری را در اجرای راهبردهای مؤثر روابط عمومی محدود کنند.

برای غلبه بر این چالش‌ها، نهادهای شهری باید رویکردی شهروندمحور را در روابط عمومی اتخاذ کنند. این امر مستلزم اولویت‌دهی به نیازها و ترجیحات شهروندان، دریافت فعالانه بازخورد آن‌ها و تنظیم راهبردهای ارتباطی و مشارکتی متناسب با نیازهای خاص آن‌هاست. همچنین نیازمند ایجاد روابط قوی با رهبران جامعه، سازمان‌های محلی و سایر ذینفعانی است که می‌توانند به‌عنوان واسطه‌های مورد اعتماد بین نهادهای شهری و شهروندان عمل کنند.

علاوه بر این، نهادهای شهری باید در برنامه‌های آموزش و توسعه کارکنان روابط عمومی خود سرمایه‌گذاری کنند. این برنامه‌ها باید بر تقویت مهارت‌های ارتباطی، افزایش شایستگی فرهنگی و ترویج استفاده از فناوری‌ها و تکنیک‌های نوآورانه تمرکز داشته باشند. با

<sup>1</sup> Public Relations

تجهیز متخصصان روابط عمومی به دانش و مهارت‌های لازم برای تعامل مؤثر با شهروندان، نهادهای شهری می‌توانند کیفیت و تأثیر تلاش‌های روابط عمومی خود را بهبود بخشند (Das, 2024). نمودار زیر چهار مؤلفه کلیدی در تعامل بین شهروندان و محیط شهری را نشان می‌دهد.



شکل ۱: مؤلفه‌های کلیدی در تعامل بین شهروندان و محیط شهری

### پیشینه تحقیق

روابط عمومی (PR) به‌عنوان یک رویکرد چندوجهی برای تقویت محیط‌های شهری پایدار، تسهیل مشارکت شهروندان و ارتقای کیفیت کلی زندگی ضروری است. در قلب استراتژی‌های مؤثر روابط عمومی، اصل شفافیت در برنامه‌ریزی و توسعه شهری قرار دارد. موفقیت ابتکارات شهری اغلب به حمایت و مشارکت عمومی/اجتماعی وابسته است که مستلزم شفاف و تعاملی بودن فرآیندهای برنامه‌ریزی است. تیان‌مینگ و همکاران تأکید می‌کنند که استراتژی‌های توسعه شهری باید مشارکت جامعه را دربرگیرند تا موفقیت آن‌ها تضمین شود، این ایده را تقویت می‌کنند که پذیرش عمومی اساس دستیابی به نتایج پایدار است (Tianming et al., 2021) این یافته‌ها با نتایج پژوهش بویلاکوا و همکاران همسواست که از مدل‌های توسعه مبتنی بر جامعه فراگیر دفاع می‌کنند؛ مدل‌هایی که ساختارهای حکمرانی محلی را تقویت کرده و به نیازهای ساکنان شهری به‌طور مؤثر پاسخ می‌دهند.

اصولی نژاد (۱۴۰۳) مقاله‌ای با عنوان استراتژی‌های روابط عمومی در افزایش اعتماد عمومی به مدیریت شهری تدوین نمودند، نتایج تحقیق ایشان نشان داد که استفاده از رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان ابزاری برای تعامل مستقیم با شهروندان، تأثیر قابل توجهی در افزایش شفافیت، کاهش فاصله میان مدیریت شهری و مردم و بهبود ارتباطات سازمانی دارد. همچنین، پیاده‌سازی

سیستم های پاسخگویی و ارائه اطلاعات شفاف از پروژه های شهری موجب افزایش احساس اطمینان در شهروندان و کاهش بی اعتمادی می شود. یافته های تحقیق ایشان نشان می دهند که مشارکت فعال شهروندان در فرآیندهای تصمیم گیری شهری، نه تنها اعتماد آن ها را نسبت به مدیریت شهری تقویت می کند، بلکه موجب پذیرش بیشتر سیاست های شهری و افزایش سطح تعاملات اجتماعی می شود. پژوهش حاضر تاکید دارد که شهرداری هایی که سیاست های مشتری مدارانه را در خدمات شهری اعمال کرده، ارتباطات موثری را در رسانه های اجتماعی برقرار نموده و شهروندان را در فرآیندهای سیاست گذاری و تصمیم گیری شهری مشارکت می دهند، موفق تر در جلب اعتماد عمومی هستند. اجرای این راهکارها می تواند به بهبود روابط مدیریت شهری با شهروندان، افزایش میزان رضایت عمومی و ارتقای کیفیت اداره امور شهری منجر شود.

**کرمعلی (۱۴۰۰)** به بررسی تاثیر روابط عمومی بر مشارکت شهروندی در شهرداری نیاوند پرداخته است، نتایج بدست آمده توسط ایشان نشان داد روابط عمومی در مدیریت شهری نیز امروزه با توجه به نتایج تحقق جامعه اطلاعاتی در جوامع، علاوه بر اینکه باید در اطلاع رسانی صحیح و سریع طرحها و برنامه های شهرداری ها و پدیدآوردن زمینه مشارکت شهروندان در برنامه های شهرداری به طور شبانه روزی فعال باشد می بایست به علت افزایش انتظارات شهروندان و سازمان های موجود در جامعه از شهرداریها و مدیران شهری به سمت ایجاد و تحقق روابط عمومی مردم گرا که در آن آگاهی از محتوای افکار عمومی و ارائه پاسخهای حرفه ای به شهروندان و رسانه ها اصل عمده است گام بردارند و با انجام نظر سنجیهای علمی و اصولی نیازها و اولویت های اصلی شهروندان را برای مدیران ارشد شهری مشخص نمایند تا فاصله میان این نیازها و اولویتهای اجرایی مدیران کاهش یابد.

**قاسمی برمی (۱۳۹۶)**، در پایان نامه کارشناسی ارشد خود به بررسی نقش روابط عمومی شهرداری تهران در افزایش مشارکت شهروندان مناطق ۶ و ۱۷ شهرداری پرداخته است و عنوان داشته مشارکت ایجاد نوعی احساس همبستگی و تعلق و تلاش دسته جمعی میان افراد یک جامعه به منظور نیل به یک نظام عادلانه اجتماعی است. علاوه براین روابط عمومی مجموعه ای از اقدامات و تلاش های آگاهانه، سنجیده و برنامه ریزی شده به منظور جلب مشارکت عمومی و کسب تفاهم متقابل بین یک سازمان و گروه های مورد نظر آن سازمان است. نتایج بدست آمده توسط ایشان نشان داد بین روابط عمومی شهرداری تهران افزایش مشارکت شهروندان رابطه وجود دارد.

**حاجیانی و همکاران (۱۳۹۱)**، اعتماد اجتماعی به مدیریت شهری و عوامل مؤثر بر آن را مورد مطالعه قرار دادند، نتایج تحقیق ایشان نشان می دهد که بطور کلی میزان اعتماد شهروندان به مدیریت شهری تهران در سطح پایینی است. نتایج همچنین نشان داد که پاسخگو بودن، وحدت هنجاری و وجود شفافیت سازمانی در شهرداری از مهم ترین عوامل تغییر مثبت و ارتقای سطح اعتماد شهروندان تهرانی به مدیریت شهری تهران است.

### روش تحقیق

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش گردآوری داده ها، توصیفی-تحلیلی است منابع گردآوری داده ها از طریق کتابخانه ای و اسنادی می باشند.

### یافته های تحقیق

- روابط عمومی تنها به معنای اطلاع رسانی یک طرفه نیست، بلکه به عنوان یک فرآیند ارتباط دوسویه، تعاملی و مشارکتی در مدیریت شهری تعریف می شود. سرمایه گذاری در بخش روابط عمومی شهری، علی رغم هزینه اولیه، در بلندمدت منجر به کاهش هزینه های اجتماعی، افزایش رضایت شهروندی و اثربخشی بیشتر در اجرای طرح های شهری می شود.

از جمله اثرات نقش روابط عمومی در کاهش شکاف بین نهادهای شهری و شهروندان می توان به موارد زیر اشاره کرد.

#### -افزایش شفافیت و اعتماد عمومی

یافته‌ها نشان می‌دهند که استفاده مؤثر از ابزارهای روابط عمومی (مانند اطلاع‌رسانی منظم، برگزاری جلسات شفافیت و انتشار گزارش‌های عملکردی) به‌طور قابل توجهی میزان اعتماد شهروندان به نهادهای شهری را افزایش می‌دهد.

#### -کاهش سوء تفاهم و بی‌اعتمادی

روابط عمومی فعال و هدفمند می‌تواند از ایجاد شایعات و تفسیرهای نادرست از تصمیمات شهری جلوگیری کند و با ارتباط دوسویه، سوء تفاهم بین شهروندان و مدیریت شهری را کاهش دهد.

#### -ترویج شفافیت و مشارکت

روابط عمومی با انتشار اطلاعات دقیق، شفافیت در حکمرانی را افزایش می‌دهد و اعتماد بین نهادها و شهروندان را تقویت می‌کند. این شفافیت، مشارکت عمومی در فرآیندهای تصمیم‌گیری را تشویق می‌کند، زیرا شهروندان احساس می‌کنند بهتر آگاه شده‌اند و توانمندتر هستند تا با دولت‌های محلی خود تعامل داشته باشند (Ndraha و همکاران، ۲۰۲۴).

#### -بهبود تصویر ذهنی از نهادهای شهری

فعالیت‌های روابط عمومی، از جمله تبلیغات اجتماعی، کمپین‌های آموزشی و معرفی دستاوردهای شهرداری، به بهبود تصویر ذهنی شهروندان از عملکرد نهادهای شهری کمک کرده است.

#### -کاهش تعارضات اجتماعی

با ایجاد کانال‌های ارتباطی رسمی و مؤثر، شهروندان احساس می‌کنند که صدایشان شنیده می‌شود. این امر منجر به کاهش اعتراضات خیابانی، شکایات غیررسمی و تنش‌های اجتماعی بین شهروندان و مدیریت شهری می‌شود.

#### -ضرورت تخصصی‌سازی بخش روابط عمومی در شهرداری‌ها

یافته‌ها بر لزوم استخدام کارشناسان متخصص در حوزه روابط عمومی، ارتباطات شهری و مدیریت بحران در ساختار شهرداری‌ها تأکید دارند. بسیاری از شهرداری‌ها هنوز این بخش را به‌عنوان یک وظیفه فرعی و اداری در نظر می‌گیرند.

#### -تأثیر فناوری و رسانه‌های دیجیتال

استفاده از پلتفرم‌های دیجیتال (مانند اپلیکیشن‌های شهری، شبکه‌های اجتماعی و سامانه‌های گزارش‌دهی الکترونیکی) به‌عنوان ابزارهای روابط عمومی، تأثیر چشمگیری در نزدیک‌تر کردن فاصله بین شهروندان و نهادهای شهری داشته است.

#### -تقویت فراگیری دیجیتال

اقدامات روابط عمومی می‌تواند با ارائه آموزش و منابع به جوامع محروم، شکاف دیجیتالی را به میزان قابل توجهی کاهش دهد. به‌عنوان مثال، فعالیتهای روابط عمومی که بر سواد دیجیتال تمرکز دارند، به شناسایی و حمایت از افرادی که دسترسی به فناوری ندارند کمک کرده و در نتیجه، فراگیری اجتماعی را ارتقا می‌دهند (Hidayat و همکاران، ۲۰۲۴).

### - سرمایه اجتماعی سازی

استراتژیهای مؤثر روابط عمومی، به‌ویژه از طریق تعاملات چهره به چهره و رسانه‌های اجتماعی، سرمایه اجتماعی شهروندان را افزایش می‌دهند. این تلاش‌ها اعتماد بین فردی و مشارکت مدنی را تقویت می‌کنند که برای حیات پویای جامعه ضروری هستند (Zhang & Abitbol, ۲۰۱۶).

### چالش‌ها و محدودیت‌ها

روابط عمومی به‌عنوان پلی بین نهادهای شهری و شهروندان نقش حیاتی در کاهش شکاف ارتباطی و افزایش اعتماد عمومی ایفا می‌کند، اما با چالش‌ها و محدودیت‌های متعددی روبه‌رو است. برخی از این چالش‌ها عبارتند از:

### عدم اعتماد شهروندان به نهادهای شهری

- شکاف تاریخی: تجربیات گذشته شهروندان از بی‌پاسخ ماندن مطالبات یا عملکرد ضعیف نهادها، باعث بی‌اعتمادی شده است.

- شایعات و اطلاعات نادرست: گسترش شایعات در فضای مجازی و رسانه‌های غیررسمی، اعتماد عمومی را تضعیف می‌کند.

### - ضعف در ارتباطات دوسویه

- تمرکز بر اطلاع‌رسانی یک‌سویه: بسیاری از نهادهای شهری صرفاً به انتشار اخبار و دستورالعمل‌ها می‌پردازند و کمتر به گوش دادن به نظرات شهروندان می‌پردازند.

- عدم استفاده از ابزارهای تعاملی: نبود پلتفرم‌های مؤثر برای مشارکت شهروندان در تصمیم‌گیری‌ها، باعث کاهش تعامل می‌شود.

### - محدودیت‌های ساختاری و بوروکراسی

- کندی فرآیندهای اداری: بوروکراسی پیچیده در نهادهای شهری، پاسخگویی را با تأخیر مواجه می‌کند.

- عدم انعطاف در سیاست‌گذاری: سیاست‌های ثابت و غیرمنعطف، امکان تطبیق با نیازهای متغیر شهروندان را کاهش می‌دهد.

### چالش‌های فناوری و دیجیتالی شدن

- دسترسی نابرابر به فضای مجازی: بخشی از شهروندان (به ویژه سالمندان یا اقشار کم‌درآمد) ممکن است به ابزارهای دیجیتالی دسترسی نداشته باشند.

- نبود استراتژی محتوایی مؤثر: تولید محتوای نامفهوم، غیرجذاب یا غیرشفاف، اثربخشی ارتباطات را کاهش می‌دهد.

### کمبود منابع و بودجه

- محدودیت مالی: کمبود بودجه برای اجرای کمپین‌های مؤثر روابط عمومی و برگزاری برنامه‌های مشارکتی.

- نیروی انسانی ناکافی: تعداد کم متخصصان روابط عمومی در نهادهای شهری و عدم آموزش کافی آن‌ها.

## چالش‌های فرهنگی و اجتماعی

- تفاوت در انتظارات شکاف بین انتظارات شهروندان و توانایی نهادهای شهری در برآورده کردن آن‌ها.

- تنوع فرهنگی: در شهرهای بزرگ، تفاوت‌های فرهنگی و زبانی می‌تواند ارتباطات را پیچیده کند.

### نتیجه‌گیری

در دنیای امروز که ارتباطات و تعاملات اجتماعی نقشی کلیدی در مدیریت شهری ایفا می‌کنند، روابط عمومی به‌عنوان پلی میان نهادهای شهری و شهروندان عمل کرده و نقش حیاتی در کاهش شکاف بین این دو ایفا می‌کند. این پژوهش نشان می‌دهد که روابط عمومی با بهره‌گیری از ابزارهای ارتباطی مدرن، دیالوگ دوسویه، شفاف‌سازی اطلاعات و جلب مشارکت شهروندان، می‌تواند اعتماد عمومی را تقویت کرده و فاصله بین مدیریت شهری و انتظارات جامعه را کاهش دهد.

بررسی‌های انجام‌شده حاکی از آن است که نهادهای شهری با استفاده از راهبردهای مؤثر روابط عمومی—از جمله رسانه‌های اجتماعی، نظرسنجی‌های مردمی، برنامه‌های مشارکتی و پاسخگویی سریع به مطالبات عمومی می‌توانند به درک متقابل بهتری دست یابند. همچنین، روابط عمومی با تقویت تصویر مثبت سازمانی و ارتقای مسئولیت‌پذیری اجتماعی، بستری برای همکاری سازنده بین شهروندان و مدیران شهری فراهم می‌آورد.

در نهایت، می‌توان گفت که موفقیت مدیریت شهری در گرو ارتباطات اثربخش با شهروندان است و روابط عمومی به‌عنوان یک ابزار راهبردی، نه تنها در کاهش تنش‌ها و شکاف‌های اجتماعی مؤثر است، بلکه می‌تواند به ارتقای کیفیت خدمات شهری و توسعه پایدار شهرها کمک شایانی کند. برای دستیابی به این هدف، لازم است نهادهای شهری به روابط عمومی به‌عنوان یک کارکرد راهبردی نگاه کنند و با سرمایه‌گذاری در آموزش و به‌کارگیری نیروهای متخصص، گام‌های بلندتری در جهت تحقق حکمرانی خوب شهری بردارند.

### پیشنهادات کاربردی

- تقویت ارتباطات دوسویه از طریق نظرسنجی‌های مستمر و گفت‌وگوی مستقیم با شهروندان.

- افزایش شفافیت با انتشار گزارش‌های عملکردی منظم و پاسخگویی به انتقادات.

- استفاده از پلتفرم‌های دیجیتال تعاملی مانند اپلیکیشن‌های شهری و شبکه‌های اجتماعی پویا.

- آموزش کارکنان روابط عمومی برای بهبود مهارت‌های ارتباطی و مدیریت بحران.

- مشارکت دادن شهروندان در فرآیند تصمیم‌گیری از طریق برگزاری جلسات عمومی و مشورت با جامعه محلی.

در نهایت، روابط عمومی مؤثر نیازمند تغییر نگرش از «اطلاع‌رسانی صرف» به «تعامل سازنده» است تا بتواند اعتماد ازدست‌رفته را بازگرداند و شکاف بین نهادهای شهری و شهروندان را کاهش دهد.

## منابع

۱. اصولی نژاد، رضا(۱۴۰۳)، استراتژی های روابط عمومی در افزایش اعتماد عمومی به مدیریت شهری، نوزدهمین کنفرانس ملی حقوق، علوم اجتماعی و انسانی، روانشناسی و مشاوره، شیروان، <https://civilica.com/doc/2204451>
۲. حاجیانی، ابراهیم و همکاران(۱۳۹۱)، اعتماد اجتماعی به مدیریت شهری و عوامل مؤثر بر آن، فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، دوره ۱، شماره ۲ - شماره پیاپی ۲، صص ۵۵-۹۰
۳. قاسمی برمی، علی(۱۳۹۶)، بررسی نقش روابط عمومی شهرداری تهران در افزایش مشارکت شهروندان(مورد مطالعه مناطق ۱۷ شهرداری تهران) پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق استاد راهنما: نادر صادقی لواسانی،
۴. کرمعلی، مریم(۱۴۰۱)، بررسی تاثیر روابط عمومی بر مشارکت شهروندی(مطالعه موردی: شهرداری نهبوند)، یازدهمین کنفرانس ملی حقوق، علوم اجتماعی و انسانی، روانشناسی و مشاوره، شیروان، <https://civilica.com/doc/1595297>
5. Das, D. K. (2024). Exploring the Symbiotic Relationship between Digital Transformation, Infrastructure, Service Delivery, and Governance for Smart Sustainable Cities. *Smart Cities*, 7(2), 806–835. <https://doi.org/10.3390/smartcities7020034>
6. Hidayat, M. N. F., Baharun, H., Aisyah, E. N., Zaini, A. W., Sanjani, M. A. F., & Hasanah, R. (2024). Bridging the Digital Divide: The Role of Public Relations in Enhancing Digital Inclusivity. 59–66. <https://doi.org/10.1109/icet64717.2024.10778472>
7. Ndraha, A. B., Waruwu, E., Zebua, D., & Zega, A. (2024). Kebijakan Kelembagaan Kehumasan Dan Jurnalistik Untuk Meningkatkan Transparansi Dan Partisipasi Masyarakat Dalam Pemerintahan. *Jurnal Ilmu Ekonomi, Pendidikan Dan Teknik.*, 1(2), 23–31. <https://doi.org/10.70134/identik.v1i2.37>
8. Pilia, Valle ,M., & Ramírez Fonseca, F. (2024). The influence of the urban model on civic involvement and public time. A study applied to the commuting population of the Greater Metropolitan Area of San José, Costa Rica. *Cities*, 148, 104849. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2024.104849>
9. Popova, Y., & Popovs, S. (2023). Effects and Externalities of Smart Governance. *Smart Cities*, 6(2), 1109–1131. <https://doi.org/10.3390/smartcities6020053>
10. Sun, H., Fu, L., & Yang, S. (2023). What contributes to the government-citizen knowledge sharing: Analysis of 293 cities in China. *Journal of Innovation & Knowledge*, 8(2), 100362. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2023.100362>
11. Tianming, Gao & Etal(2021), Planning for Sustainability: An Emerging Blue Economy in Russia’s Coastal Arctic? Sustainability DOI: 10.3390/su13094957
12. Zhang, W., & Abitbol, A. (2016). The Role of Public Relations in Social Capital. 6(3), 211–233. <https://doi.org/10.29333/OJCMT/2565>



# The Role of Public Relations in Bridging the Gap between Urban Institutions and Citizens

Fariba Kazemi

*Public Relations Officer, Khorramabad Municipality Green Space Organization*

---

## Abstract

Today, effective communication between urban institutions and citizens is recognized as a key factor in sustainable urban development. Public relations serves as a bridge between organizations and their audiences, playing a vital role in reducing information gaps, enhancing public trust, and improving civic engagement. This descriptive-analytical study, using library resources, examines public relations strategies to strengthen interaction between urban institutions and citizens. Findings indicate that the use of two-way communication tools—such as social media, public meetings, and educational programs—along with transparency and accountability from urban institutions, can reduce misunderstandings and increase citizen satisfaction. Additionally, public relations based on ethical and professional principles can transform urban challenges into opportunities for collaboration. As a result, strengthening the role of public relations in urban management not only improves the image of municipal institutions but also fosters participatory governance and sustainable social development.

**Keywords:** Public relations, urban institutions, citizens, trust-building, public participation, urban communication.

---