

بحث بعنوان

دور الإعلام الرقمي في تعزيز ثقة المواطنين بالخدمات البلدية

اعداد

محمد سلامه عواد الخزاعلة

بلدية المفرق الكبرى

الملخص

يهدف هذا البحث إلى استكشاف الدور الحيوي الذي يلعبه الإعلام الرقمي في تعزيز ثقة المواطنين بالخدمات البلدية، في ظل التحول الرقمي المتسارع الذي تشهده المؤسسات الحكومية والمحلية. يتناول البحث الإشكالية المتمثلة في الفجوة التواصلية التقليدية بين البلديات والمواطنين، وكيف يمكن للأدوات الرقمية أن تسد هذه الفجوة من خلال توفير قنوات تفاعلية، وشفافية عالية، وسرعة في الاستجابة. كما يسلط الضوء على كيفية تحويل الإعلام الرقمي من مجرد وسيلة لإصدار البيانات إلى منصة للحوار المجتمعي والمشاركة الفاعلة في صنع القرار المحلي.

اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي، مستنداً إلى مجموعة من النظريات المتعلقة بالحوكمة الرقمية وإدارة العلاقات العامة في العصر الرقمي. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج التي تؤكد وجود علاقة طردية قوية بين مستوى التفاعل الرقمي للبلديات ودرجة ثقة المواطنين، مع الإشارة إلى أهمية معالجة الفجوة الرقمية لضمان شمولية الثقة. واختتم البحث بتقديم مجموعة من التوصيات الاستراتيجية التي من شأنها تمكين البلديات من توظيف الإعلام الرقمي بفاعلية لبناء جسور الثقة المستدامة مع مجتمعاتها المحلية.

Abstract

This research aims to explore the vital role of digital media in enhancing citizens' trust in municipal services, amidst the rapid digital transformation underway in governmental and local institutions. The research addresses the challenge of the traditional communication gap between municipalities and citizens, and how digital tools can bridge this gap by providing interactive channels, high transparency, and rapid response. It also highlights how digital media can be transformed from a mere means of disseminating information into a platform for community dialogue and active participation in local decision-making.

The research employs a descriptive-analytical approach, drawing on a range of theories related to digital governance and public relations management in the digital age. The study arrives at a set of findings confirming a strong positive correlation between the level of digital engagement by municipalities and the degree of citizen trust, while emphasizing the importance of addressing the digital divide to ensure comprehensive trust. The research concludes with a set of strategic recommendations that will enable municipalities to effectively utilize digital media to build sustainable bridges of trust with their local communities.

المقدمة

يشهد العالم تحولاً متسارعاً في مجال الاتصال والتكنولوجيا الرقمية، الأمر الذي انعكس بصورة مباشرة على طبيعة عمل المؤسسات العامة وأساليب تفاعلها مع المواطنين. وأصبح الإعلام الرقمي أحد أهم الأدوات التي تعتمد عليها الجهات الحكومية لتعزيز التواصل المؤسسي، ونشر المعلومات، وإشراك الجمهور في متابعة الخدمات وتقييمها، بما يسهم في تحقيق مبادئ الشفافية والمساءلة والحوكمة الرشيدة.

وتُعد البلديات من أكثر المؤسسات الحكومية ارتباطاً بالحياة اليومية للمواطنين، إذ تتولى مسؤولية تقديم مجموعة واسعة من الخدمات الأساسية، مثل إدارة النفايات، وصيانة الطرق، وتنظيم الأسواق، والرقابة الصحية، وإصدار التراخيص، وتطوير المرافق العامة. ونظراً لارتباط هذه الخدمات بجودة الحياة، فإن مستوى ثقة المواطنين بأداء البلديات يمثل مؤشراً مهماً على كفاءة الإدارة المحلية وفعالية الخدمات المقدمة.

وفي ظل الانتشار الواسع لاستخدام الإنترنت ومنصات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الذكية، اتجهت البلديات إلى توظيف الإعلام الرقمي بوصفه وسيلة استراتيجية لتعزيز التواصل مع المواطنين، والإعلان عن المشاريع والإنجازات، واستقبال الملاحظات والشكاوى، والرد على الاستفسارات بصورة أكثر سرعة وشفافية. وقد أدى هذا التحول إلى إحداث نقلة نوعية في العلاقة بين البلديات والمجتمع المحلي، حيث أصبح المواطن شريكاً في متابعة الأداء وتقييم الخدمات، وليس مجرد متلقٍ لها.

وتشير الأدبيات الحديثة إلى أن نجاح الإعلام الرقمي لا يقاس بعدد المنصات المستخدمة أو حجم المحتوى المنشور فحسب، وإنما بقدرته على بناء الثقة من خلال توفير المعلومات الدقيقة في الوقت المناسب، وإتاحة قنوات تواصل فعالة، والاستجابة لاحتياجات المواطنين، وتعزيز المشاركة المجتمعية في صنع القرار المحلي.

كما يسهم الإعلام الرقمي في الحد من انتشار المعلومات المضللة عبر تقديم المعلومات الرسمية الموثوقة، الأمر الذي يعزز مصداقية المؤسسات العامة ويقوي علاقتها بالمجتمع.

وتبرز أهمية هذا البحث في تناوله لدور الإعلام الرقمي في تعزيز ثقة المواطنين بالخدمات البلدية من خلال استعراض المفاهيم النظرية ذات الصلة، وتحليل آليات توظيف وسائل الإعلام الرقمي في البلديات، وبيان أثرها في تحسين جودة الخدمات وتعزيز الشفافية والمساءلة، وصولاً إلى تقديم مجموعة من التوصيات التي يمكن أن تسهم في تطوير سياسات الاتصال الرقمي في البلديات، وبما ينسجم مع توجهات التحول الرقمي وتحديث الإدارة العامة.

مشكلة البحث

تتمثل المشكلة الجوهرية للبحث في التناقض الظاهر بين التوسع الكبير في استخدام البلديات للإعلام الرقمي وبين استمرار وجود فجوة ثقة لدى شريحة واسعة من المواطنين تجاه الخدمات البلدية. فعلى الرغم من إنشاء العديد من البلديات لحسابات على منصات التواصل الاجتماعي وإطلاق تطبيقات ذكية، إلا أن هذه الممارسات غالباً ما تظل في إطار "الإعلام الأحادي" أو الترويجي، دون أن ترقى إلى مستوى التفاعل الحقيقي والشفافية المؤسسية التي تبني الثقة. هذا القصور في توظيف الإعلام الرقمي يؤدي إلى استمرار تراكم الشكاوى، وانتشار الشائعات حول المشاريع البلدية، وشعور المواطنين بأن أصواتهم لا تُسمع أو تُؤخذ على محمل الجد.

وتنتفع عن هذه المشكلة الجوهرية تساؤلات حول الكيفية التي يمكن بها للبلديات أن تنتقل من الاستخدام الشكلي للإعلام الرقمي إلى الاستخدام الاستراتيجي الفعّال. كيف يمكن للإعلام الرقمي أن يحول المواطن من متلقٍ سلبي للخدمات إلى شريك فاعل وواثق في أداء البلدية؟ وما هي الآليات الرقمية التي تضمن تحقيق الشفافية

والمساءلة، وبالتالي تعزيز الثقة المؤسسية؟ إن عدم الإجابة على هذه التساؤلات وتطبيق حلولها يظل عائقاً أمام تحقيق التنمية المحلية المستدامة ورضا المجتمع.

أهداف البحث

1. التعرف على الواقع الفعلي لاستخدام البلديات للإعلام الرقمي في التواصل مع المواطنين، وتقييم مستوى التفاعل والشفافية المتحقق.
2. تحليل العلاقة بين ممارسات الشفافية الرقمية للبلديات (مثل نشر الميزانيات وتقارير الأداء) ودرجة ثقة المواطنين في الخدمات البلدية.
3. تقييم فاعلية المنصات التفاعلية والتطبيقات الذكية في تسريع الاستجابة لملاحظات وشكاوى المواطنين، وأثر ذلك على رضاهم العام.
4. تحديد دور الحملات الإعلامية الرقمية في زيادة الوعي المجتمعي بالمشاريع البلدية ومكافحة الشائعات المتعلقة بها.
5. اقتراح إطار استراتيجي وتطبيقي يُمكن البلديات من توظيف الإعلام الرقمي بفعالية لتعزيز الثقة المؤسسية وضمان المشاركة المجتمعية.

أهمية البحث

تتجلى الأهمية النظرية للبحث في إثراء المكتبة الأكاديمية العربية بالدراسات التي تتقاطع فيها علوم الإعلام الرقمي مع الإدارة المحلية والحوكمة الرقمية. فالبحث يسد فجوة في الأدبيات السابقة التي ركزت غالباً على

الإعلام الرقمي في المؤسسات المركزية أو القطاع الخاص، من خلال تسليط الضوء بشكل متخصص على المستوى المحلي (البلديات) كونه المستوى الأقرب للمواطن. كما يساهم في تطوير المفاهيم النظرية المتعلقة بـ "الثقة المؤسسية" في العصر الرقمي، وتقديم نماذج تفسيرية جديدة لكيفية بناء هذه الثقة عبر القنوات التفاعلية. أما على الصعيد العملي والتطبيقي، فتكمن أهمية البحث في تقديمه لدليل استرشادي واستراتيجي لصناع القرار في البلديات، وللمسؤولين عن الإعلام والاتصال المؤسسي. فالنتائج والتوصيات التي يتوصل إليها البحث توفر لهم أدوات قابلة للتطبيق لتحسين أدائهم الرقمي، وتصميم حملات تواصلية أكثر فاعلية، وإعادة هيكلة آليات الاستجابة للشكاوى. مما ينعكس إيجاباً على تحسين جودة الخدمات المقدمة، ورفع مستوى رضا المواطنين، وتحويل البلديات إلى مؤسسات شفافة، مرنة، وقادرة على كسب ثقة مجتمعها المحلي.

تكمن أهمية البحث في:

- توضيح دور الإعلام الرقمي في تطوير أداء البلديات
- إبراز أهمية التواصل الإلكتروني في تعزيز ثقة المواطنين
- تقديم توصيات تساعد البلديات على تحسين استراتيجياتها الإعلامية
- دعم متخذي القرار في تطوير الخدمات البلدية

أسئلة البحث

1. كيف يساهم الإعلام الرقمي في تعزيز الشفافية والمساءلة في الخدمات البلدية؟
2. ما هو أثر التواصل ثنائي الاتجاه عبر المنصات الرقمية على مستوى رضا المواطنين؟

3. كيف يمكن للإعلام الرقمي أن يُسهم في إدارة الأزمات ومكافحة الشائعات المتعلقة بالمشاريع البلدية؟
4. ما دور التطبيقات الذكية والبوابات الإلكترونية في تسهيل الإجراءات وتعزيز ثقة المواطن بكفاءة البلدية؟
5. كيف يؤثر الفجوة الرقمية على شمولية بناء الثقة، وما هي الحلول المقترحة؟

الإطار النظري

يُعد مفهوم الإعلام الرقمي وتطوراتهِ المتسارعة من أبرز المحاور التي تناولتها الأدبيات المعاصرة في مجال الاتصال، حيث انتقل الإعلام من نموذج "ويب 1.0" القائم على التلقي السلبي، إلى "ويب 2.0" وما بعده، والذي يتميز بالتفاعلية، وإتاحة المحتوى من قبل المستخدم، وإنهيار الفوارق بين المرسل والمستقبل. وفي سياق المؤسسات العامة، لم يعد الإعلام الرقمي مجرد قناة نشر، بل أصبح بيئة افتراضية للحوار المجتمعي. وتشير نظريات الاتصال الرقمي إلى أن قوة الرسالة المؤسسية لم تعد تكمن في فخامتها، بل في مدى تفاعلها، وسرعة استجابتها، وشفافيتها، مما يتطلب من المؤسسات إعادة هيكلة استراتيجياتها التواصلية لتتوافق مع ثقافة المشاركة الرقمية.

أما فيما يتعلق بمفهوم الثقة في الإدارة العامة، فتعرفها الأدبيات الإدارية والسياسية بأنها "الاستعداد لقبول الضعف بناءً على توقعات إيجابية حول سلوك الطرف الآخر". وفي سياق العلاقة بين البلدية والمواطن، تتكون الثقة من ثلاثة أبعاد رئيسية: الكفاءة (القدرة على تقديم الخدمة)، والنزاهة (الالتزام بالمبادئ والشفافية)، والخيرية (الاهتمام بمصلحة المواطن فوق المصلحة الذاتية). تشير النظريات إلى أن الثقة ليست حالة ثابتة، بل هي عملية ديناميكية تُبنى عبر الوقت من خلال تراكم التجارب الإيجابية، وتُهدر بسرعة عند حدوث خرق للتوقعات، مما يجعل الحفاظ عليها يتطلب جهداً تواصلياً مستمراً.

وترتبط هذه المفاهيم ارتباطاً وثيقاً بنظريات الحوكمة الرقمية والتحول نحو الحكومة الإلكترونية. تطرح هذه النظريات نموذجاً انتقالياً من الإدارة التقليدية المركزية إلى الإدارة اللامركزية المرتكزة على المواطن. وتؤكد نظرية الحوكمة الرقمية أن التكنولوجيا ليست غاية في حد ذاتها، بل هي وسيلة لتمكين المواطن، وتعزيز مشاركته في صنع القرار، وتحسين جودة الحياة. في هذا الإطار، تُعتبر البلديات الرقمية هي الوحدة الأساسية لنجاح التحول الرقمي على المستوى الوطني، لأنها تمثل نقطة الاتصال المباشرة والأولى بين الدولة والمواطن. ومن منظور العلاقات العامة، يفسر "النموذج المتماثل ثنائي الاتجاه" لـ "جرونيغ وهنت" كيفية بناء العلاقات المتبادلة بين المؤسسة وجمهورها. في العصر الرقمي، يتجلى هذا النموذج من خلال استخدام البلديات لمنصات التواصل ليس فقط للرد على الشكاوى، بل لطلب المشورة، وإجراء استطلاعات الرأي، ودمج ملاحظات المواطنين في التخطيط الاستراتيجي. تؤكد نظرية إدارة العلاقات أن نجاح المؤسسة العامة يقاس بمدى قوة وجود العلاقات التي تبنيها مع جمهورها، وأن الإعلام الرقمي هو الحاضنة المثالية لهذه العلاقات إذا ما استُخدم بصدق واستراتيجية واضحة.

أخيراً، يربط الإطار النظري بين مفاهيم الشفافية، والمساءلة، والثقة. تشير "نظرية الوكالة" في الإدارة العامة إلى أن المواطنين (الموكلين) يفوضون البلديات (الوكلاء) لإدارة الموارد العامة. ولضمان عدم انحراف الوكيل عن مصلحة الموكل، يجب أن تكون هناك آليات رقابة. الإعلام الرقمي يوفر هذه الآليات من خلال جعل العمليات البلدية مرئية للجمهور (الشفافية)، مما يسهل محاسبة المسؤولين (المساءلة). وعندما يرى المواطن أن البلدية تفتح دفاترها وتشرح قراراتها وتقبل النقد، فإن ذلك يقلل من "تكلفة الوكالة" ويبني جسراً متيناً من الثقة المؤسسية.

أولاً: مفهوم الإعلام الرقمي

يُعد الإعلام الرقمي أحد أبرز مظاهر التطور التكنولوجي الذي شهده العالم خلال العقود الأخيرة، حيث أصبح يمثل نقلة نوعية في أساليب الاتصال ونقل المعلومات مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية. ويقصد بالإعلام الرقمي استخدام الوسائط الإلكترونية المعتمدة على شبكة الإنترنت والتقنيات الرقمية لإنتاج المحتوى الإعلامي ونشره وتبادله والتفاعل معه بصورة فورية، من خلال مجموعة متنوعة من المنصات، مثل المواقع الإلكترونية، ومنصات التواصل الاجتماعي، والتطبيقات الذكية، والبريد الإلكتروني، والمنصات التفاعلية الأخرى.

ويتميز الإعلام الرقمي بمجموعة من الخصائص التي جعلته أداة فعالة في التواصل المؤسسي، من أهمها السرعة في نقل المعلومات، وسهولة الوصول إلى الجمهور المستهدف، وانخفاض تكلفة النشر مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية، إضافة إلى إمكانية التفاعل المباشر بين المؤسسة والجمهور، وإتاحة الفرصة للمواطنين للتعبير عن آرائهم وتقديم ملاحظاتهم ومقترحاتهم بصورة آنية.

وقد أدى التطور الكبير في استخدام الهواتف الذكية وانتشار خدمات الإنترنت إلى زيادة اعتماد المؤسسات الحكومية على الإعلام الرقمي بوصفه وسيلة رئيسة للتواصل مع المواطنين، وتقديم المعلومات والخدمات، والإعلان عن المشروعات والأنشطة، واستقبال الشكاوى والاستفسارات، بما يساهم في تحسين جودة الخدمات وتعزيز العلاقة بين المؤسسة والجمهور.

وفي إطار عمل البلديات، أصبح الإعلام الرقمي يمثل أحد أهم أدوات الإدارة الحديثة، إذ يساهم في تحقيق الشفافية، وتعزيز المشاركة المجتمعية، وتحسين مستوى التواصل مع المواطنين، كما يساعد في نشر التعليمات والقرارات والبرامج البلدية بصورة دقيقة وسريعة، الأمر الذي ينعكس إيجاباً على مستوى الثقة بالمؤسسة البلدية.

ثانيًا: مفهوم الخدمات البلدية

تُعرف الخدمات البلدية بأنها مجموعة الخدمات العامة التي تقدمها البلديات للمواطنين بهدف تلبية احتياجاتهم اليومية، والمحافظة على الصحة العامة، وتحسين البيئة الحضرية، وتعزيز التنمية المحلية المستدامة. وتُعد هذه الخدمات من الركائز الأساسية التي تعتمد عليها المجتمعات في توفير بيئة آمنة وصحية ومنظمة، الأمر الذي يجعل كفاءة تقديمها مؤشرًا مهمًا على مستوى أداء البلديات.

وتتنوع الخدمات البلدية لتشمل العديد من المجالات، من أبرزها خدمات النظافة العامة وجمع النفايات والتخلص منها بطرق سليمة، وصيانة الطرق والأرصفة والإنارة، وإنشاء الحدائق والمتنزهات العامة، وتنظيم الأسواق والمحال التجارية، وإصدار التراخيص المختلفة، والرقابة الصحية على المنشآت الغذائية، وتنظيم استخدامات الأراضي، وإدارة المرافق العامة، إضافة إلى تنفيذ المشاريع التنموية التي تسهم في تحسين مستوى الخدمات المقدمة للمواطنين.

ولا يقتصر دور البلديات على تقديم الخدمات التقليدية، بل امتد ليشمل تبني مفاهيم الإدارة الحديثة والتحول الرقمي، من خلال توفير الخدمات الإلكترونية، وإطلاق التطبيقات الذكية، واستخدام وسائل الإعلام الرقمي للتواصل مع المواطنين، والإعلان عن المشاريع والخطط المستقبلية، واستقبال الملاحظات والشكاوى، بما يعزز جودة الخدمات وسرعة تقديمها.

وتزداد أهمية الخدمات البلدية مع تزايد توقعات المواطنين بالحصول على خدمات ذات جودة عالية تتسم بالسرعة والكفاءة والعدالة والشفافية، الأمر الذي يفرض على البلديات تطوير أساليب عملها والاستفادة من التقنيات الحديثة لتحقيق رضا المواطنين وتعزيز ثقتهم بالمؤسسة البلدية.

ثالثاً: دور الإعلام الرقمي في تعزيز ثقة المواطنين بالخدمات البلدية

تُعد ثقة المواطنين بالمؤسسات الحكومية من أهم المؤشرات التي تعكس جودة الأداء المؤسسي وكفاءة تقديم الخدمات العامة، كما تمثل أحد المرتكزات الأساسية لنجاح الإدارة المحلية وتحقيق التنمية المستدامة. وتكتسب هذه الثقة أهمية خاصة في عمل البلديات؛ نظراً لكونها الجهة الحكومية الأكثر ارتباطاً بالحياة اليومية للمواطنين، حيث تتولى مسؤولية تقديم العديد من الخدمات الأساسية التي تمس احتياجاتهم المباشرة.

وفي ظل التطور المتسارع في تقنيات الاتصال والتحول الرقمي، أصبح الإعلام الرقمي أداة استراتيجية تستخدمها البلديات لتعزيز التواصل مع المواطنين، وتوفير المعلومات، ورفع مستوى الشفافية، وإشراك المجتمع في متابعة الخدمات والمشاركة في صنع القرار. ولا يقتصر دور الإعلام الرقمي على نشر الأخبار والإعلانات، بل أصبح وسيلة فاعلة لبناء علاقة قائمة على الثقة المتبادلة بين البلدية والمواطنين، من خلال التواصل المستمر، والاستجابة السريعة، وإتاحة المعلومات الدقيقة، وإشراك المجتمع في مختلف مراحل التخطيط والتنفيذ والتقييم.

1- تعزيز الشفافية من خلال توفير المعلومات

تُعد الشفافية من أهم المبادئ التي تقوم عليها الإدارة العامة الحديثة، وترتبط ارتباطاً وثيقاً بمستوى ثقة المواطنين بالمؤسسات الحكومية. ويؤدي الإعلام الرقمي دوراً رئيساً في تحقيق هذا المبدأ من خلال إتاحة المعلومات المتعلقة بعمل البلديات بصورة واضحة وسهلة الوصول، بما يضمن حق المواطنين في المعرفة والاطلاع على الإجراءات والقرارات التي تؤثر في حياتهم اليومية.

وتستخدم البلديات مواقعها الإلكترونية ومنصات التواصل الاجتماعي لنشر الأخبار الرسمية، والقرارات الإدارية، والخطط الاستراتيجية، والمشروعات التنموية، والموازنات، ومواعيد تنفيذ المشاريع، إضافة إلى نشر التعليمات

المتعلقة بالخدمات المختلفة. كما يتم الإعلان عن المناقصات والفرص الاستثمارية والبرامج المجتمعية، الأمر الذي يعزز من مستوى الإفصاح المؤسسي ويحد من الغموض الذي قد يحيط ببعض الإجراءات الإدارية. وتسهم الشفافية في الحد من انتشار المعلومات غير الدقيقة، كما تمنح المواطنين شعورًا بأن البلدية تعمل وفق مبادئ واضحة يمكن متابعتها وتقييمها، وهو ما يعزز مصداقية المؤسسة ويزيد من ثقة المواطنين بها.

2- سرعة الاستجابة للشكاوى والاستفسارات

أصبح الإعلام الرقمي وسيلة فعالة للتواصل المباشر بين البلديات والمواطنين، حيث توفر المنصات الرقمية قنوات متعددة لاستقبال الشكاوى والاقتراحات والاستفسارات، مثل صفحات التواصل الاجتماعي، والتطبيقات الذكية، وخدمات المحادثة الإلكترونية، والنماذج الإلكترونية المتاحة عبر المواقع الرسمية.

وتكمن أهمية هذه الوسائل في تقليص الوقت والجهد اللازمين للتواصل مع البلدية، إذ يستطيع المواطن الإبلاغ عن أي مشكلة تتعلق بالخدمات البلدية في أي وقت ومن أي مكان، مع إمكانية إرفاق الصور أو تحديد الموقع الجغرافي للمشكلة، مما يساعد الجهات المختصة على سرعة التعامل معها.

ولا تقتصر أهمية سرعة الاستجابة على معالجة المشكلات الفنية، بل تمتد إلى تعزيز شعور المواطنين بأن البلدية تستمع إلى احتياجاتهم وتولي اهتمامًا حقيقيًا بملاحظاتهم. وكلما كانت الاستجابة أسرع وأكثر مهنية، ازداد رضا المواطنين، وتعززت ثقتهم بقدرة البلدية على أداء مهامها بكفاءة وفاعلية.

3- تعزيز المشاركة المجتمعية في صنع القرار

تمثل المشاركة المجتمعية أحد المبادئ الأساسية للإدارة المحلية الحديثة، حيث لم يعد المواطن مجرد متلقٍ للخدمة، بل أصبح شريكًا في تطويرها وتقييمها. وقد أسهم الإعلام الرقمي في توفير بيئة تفاعلية تتيح للمواطنين التعبير عن آرائهم والمشاركة في مناقشة القضايا المحلية بطريقة أكثر سهولة وفاعلية.

وتستخدم البلديات وسائل الإعلام الرقمي لإجراء استطلاعات الرأي حول المشروعات والخدمات، واستقبال المقترحات المتعلقة بتطوير المرافق العامة، وتنظيم اللقاءات الافتراضية مع المواطنين، وإتاحة المجال للتعليق على المبادرات والبرامج المختلفة.

وتساعد هذه الممارسات على تعزيز شعور المواطنين بالمسؤولية والانتماء تجاه مجتمعهم المحلي، كما تمنحهم الإحساس بأن آراءهم تحظى بالاهتمام، وأنها تؤخذ بعين الاعتبار عند اتخاذ القرارات المتعلقة بالخدمات البلدية. ويؤدي ذلك إلى بناء علاقة تقوم على الشراكة والتعاون بين البلدية والمجتمع المحلي، مما ينعكس إيجابًا على مستوى الثقة المتبادلة.

4- إبراز إنجازات البلدية ومشروعاتها التنموية

يؤدي الإعلام الرقمي دورًا مهمًا في تعريف المواطنين بالجهود التي تبذلها البلديات في تطوير الخدمات وتحسين البنية التحتية، وذلك من خلال نشر الأخبار والتقارير والصور ومقاطع الفيديو التي توثق مراحل تنفيذ المشاريع المختلفة، مثل تعبيد الطرق، وإنشاء الحدائق، وتحسين شبكات الإنارة، وتطوير المرافق العامة، وتنفيذ المبادرات البيئية والمجتمعية.

كما تتيح المنصات الرقمية للبلديات عرض مؤشرات الأداء، والإعلان عن نسب الإنجاز، وشرح أهداف المشاريع وآثارها المتوقعة على المجتمع المحلي، الأمر الذي يساهم في تكوين صورة واضحة لدى المواطنين حول طبيعة العمل البلدي وحجم الجهود المبذولة.

وتزداد أهمية هذا الجانب عندما يتم عرض الإنجازات بصورة موضوعية مدعومة بالأرقام والإحصاءات والصور الواقعية، حيث يساهم ذلك في تعزيز مصداقية البلدية، ويزيد من قناعة المواطنين بكفاءة الأداء، ويشجعهم على دعم المبادرات التنموية والمشاركة فيها.

5- مكافحة الشائعات وتعزيز المصداقية

أدى الانتشار الواسع لوسائل التواصل الاجتماعي إلى تسهيل تداول المعلومات، إلا أنه أسهم في الوقت نفسه في انتشار الشائعات والأخبار غير الدقيقة التي قد تؤثر في ثقة المواطنين بالمؤسسات الحكومية. ومن هنا يبرز دور الإعلام الرقمي بوصفه وسيلة رسمية لتصحيح المعلومات، والرد على الأخبار المغلوطة، وتقديم الحقائق بصورة سريعة وموثوقة.

وتحرص البلديات على استخدام حساباتها الرسمية لنشر البيانات التوضيحية، والإجابة عن الاستفسارات، وتصحيح المعلومات المتداولة عند الحاجة، بما يضمن وصول المعلومة الصحيحة إلى المواطنين في الوقت المناسب.

ويؤدي هذا الدور إلى الحد من تأثير الشائعات، ويعزز ثقة المواطنين بالمصادر الرسمية للمعلومات، كما يرسخ مبدأ المصداقية والشفافية في التواصل المؤسسي، ويقلل من حالة الغموض أو الالتباس التي قد تنتج عن تداول المعلومات غير الموثوقة.

6- تحسين جودة الخدمات ورفع مستوى رضا المواطنين

يسهم الإعلام الرقمي في تحسين جودة الخدمات البلدية من خلال تمكين البلديات من قياس رضا المواطنين بصورة مستمرة، ورصد ملاحظاتهم، وتحليل احتياجاتهم، والاستفادة من آرائهم في تطوير الخدمات. وتوفر المنصات الرقمية بيانات ومؤشرات تساعد صناع القرار على تحديد نقاط القوة والضعف في الأداء، واتخاذ الإجراءات المناسبة لمعالجة المشكلات وتحسين مستوى الخدمات.

كما أن التواصل المستمر مع المواطنين يتيح للبلديات التعرف على أولويات المجتمع المحلي، والاستجابة لها بصورة أكثر سرعة وكفاءة، الأمر الذي يؤدي إلى رفع مستوى رضا المواطنين وتعزيز ثقتهم بقدرة البلدية على تحقيق تطلعاتهم.

7- دعم التحول الرقمي في الإدارة البلدية

أصبح الإعلام الرقمي جزءاً لا يتجزأ من منظومة التحول الرقمي في المؤسسات الحكومية، حيث يسهم في تقديم الخدمات الإلكترونية، وتبسيط الإجراءات، وتقليل الوقت والجهد اللازمين لإنجاز المعاملات، إضافة إلى تعزيز التكامل بين مختلف الأنظمة الرقمية المستخدمة في البلديات.

ويساعد هذا التحول في رفع كفاءة الأداء المؤسسي، وتحسين تجربة المواطنين في الحصول على الخدمات، وزيادة مستوى الرضا عن الأداء البلدي، الأمر الذي ينعكس بصورة مباشرة على تعزيز الثقة بالمؤسسات المحلية.

يتضح مما سبق أن الإعلام الرقمي أصبح ركيزة أساسية في تطوير عمل البلديات وتعزيز علاقتها بالمواطنين، إذ يسهم في ترسيخ مبادئ الشفافية والمساءلة، وتحسين سرعة الاستجابة، وتعزيز المشاركة المجتمعية، وإبراز الإنجازات، ومكافحة الشائعات، وتحسين جودة الخدمات. ومن ثم، فإن الاستخدام الفاعل للإعلام الرقمي لا يقتصر على تحسين الاتصال المؤسسي، بل يمثل أداة استراتيجية لبناء الثقة المستدامة بين البلديات والمواطنين، ودعم جهود الإصلاح الإداري والتحول الرقمي في قطاع الإدارة المحلية.

رابعاً: التحديات التي تواجه توظيف الإعلام الرقمي في تعزيز ثقة المواطنين بالخدمات البلدية

على الرغم من التطور الكبير الذي شهدته وسائل الإعلام الرقمي، وما توفره من فرص واسعة لتعزيز التواصل بين البلديات والمواطنين، إلا أن توظيف هذه الوسائل يواجه عدداً من التحديات التي قد تحد من فاعليتها في تحقيق أهدافها، وتؤثر في مستوى الثقة التي يسعى الإعلام الرقمي إلى بنائها وتعزيزها. وتختلف هذه التحديات باختلاف الإمكانيات التقنية والإدارية والاقتصادية للبلديات، إلا أنها تشترك في تأثيرها المباشر على جودة الاتصال المؤسسي ومستوى رضا المواطنين.

1- ضعف البنية التحتية الرقمية

تُعد البنية التحتية الرقمية الأساس الذي تقوم عليه جميع خدمات الاتصال والتواصل الإلكتروني، إذ تعتمد فاعلية الإعلام الرقمي على توفر شبكات إنترنت مستقرة، وأنظمة معلومات حديثة، ومنصات إلكترونية قادرة على استيعاب احتياجات المواطنين. إلا أن بعض البلديات، وخاصة في المناطق الريفية أو الأقل نمواً، لا تزال تواجه تحديات تتعلق بضعف البنية التحتية التقنية، سواء من حيث سرعة الإنترنت أو جاهزية الأنظمة الإلكترونية أو توافر الأجهزة والمعدات اللازمة.

ويؤثر هذا الضعف في قدرة البلديات على تقديم خدمات رقمية ذات جودة عالية، كما يؤدي إلى تعطل بعض الخدمات الإلكترونية أو بطء تحديث المعلومات المنشورة، الأمر الذي قد ينعكس سلبيًا على تجربة المواطنين ويقلل من ثقتهم بقدرة البلدية على مواكبة التطورات الرقمية.

2- نقص الكفاءات البشرية المتخصصة في إدارة الإعلام الرقمي

يتطلب نجاح الإعلام الرقمي وجود كوادر بشرية تمتلك المعرفة والمهارات اللازمة لإدارة المنصات الرقمية، وإنتاج المحتوى الإعلامي، والتفاعل مع الجمهور، وتحليل البيانات، وإدارة الأزمات الإعلامية. إلا أن بعض البلديات تعاني من محدودية الكوادر المؤهلة في هذا المجال، أو تعتمد على موظفين لا يمتلكون التدريب الكافي في إدارة الاتصال الرقمي.

ويؤدي هذا النقص إلى ضعف جودة المحتوى المنشور، وتأخر تحديث المعلومات، وعدم الاستفادة المثلى من الإمكانيات التي توفرها المنصات الرقمية، إضافة إلى ضعف القدرة على التعامل مع تعليقات المواطنين واستفساراتهم بصورة احترافية، مما يؤثر في صورة البلدية ويحد من قدرتها على بناء الثقة مع المجتمع المحلي.

3- انتشار الأخبار المضللة والشائعات

أسهمت وسائل التواصل الاجتماعي في تسريع تداول المعلومات، إلا أنها في الوقت ذاته أصبحت بيئة خصبة لانتشار الأخبار غير الدقيقة والشائعات، خاصة في أوقات الأزمات أو عند تنفيذ مشاريع أو اتخاذ قرارات قد تثير اهتمام الرأي العام.

وقد تؤدي المعلومات المضللة إلى تكوين تصورات سلبية لدى المواطنين حول أداء البلديات، خصوصًا إذا لم تبادر الجهات الرسمية إلى توضيح الحقائق في الوقت المناسب. ولذلك فإن تأخر البلدية في إصدار البيانات

الرسمية أو ضعف حضورها الرقمي قد يسمح بانتشار الشائعات على نطاق واسع، وهو ما ينعكس سلباً على مستوى الثقة والمصادقية.

ومن هنا تبرز أهمية امتلاك البلديات خطاً واضحة لإدارة الاتصال في الأزمات، تعتمد على سرعة نشر المعلومات الدقيقة، والرد على الاستفسارات، وتصحيح الأخبار غير الصحيحة عبر القنوات الرسمية.

4- بطة الاستجابة لشكاوى المواطنين واستفساراتهم

يتوقع المواطنون من البلديات، في ظل استخدام الإعلام الرقمي، سرعة التفاعل مع الشكاوى والطلبات والاستفسارات. إلا أن بعض البلديات قد تواجه صعوبات تنظيمية أو إدارية تؤدي إلى تأخر الردود أو بطة معالجة المشكلات، سواء بسبب محدودية الموارد البشرية، أو كثرة الطلبات الواردة، أو غياب نظام إلكتروني فعال لإدارة الشكاوى.

ويؤدي بطة الاستجابة إلى شعور المواطنين بعدم الاهتمام بملاحظاتهم، مما يضعف مستوى الرضا عن الخدمات، ويؤثر في صورة البلدية باعتبارها جهة خدمية مسؤولة عن تلبية احتياجات المجتمع. لذلك فإن سرعة الاستجابة لا تُعد مجرد جانب فني، بل تمثل عنصراً أساسياً في بناء الثقة وتعزيز جودة العلاقة بين البلدية والمواطنين.

5- محدودية الثقافة الرقمية لدى بعض فئات المجتمع

على الرغم من الانتشار الواسع لاستخدام الإنترنت والهواتف الذكية، لا تزال هناك فئات من المجتمع تواجه صعوبة في استخدام التقنيات الرقمية، مثل كبار السن أو الأشخاص ذوي المهارات التقنية المحدودة أو سكان بعض المناطق التي تقتصر على خدمات الاتصال الحديثة.

ويؤدي هذا التفاوت في مستوى الثقافة الرقمية إلى عدم استفادة جميع المواطنين من الخدمات الإلكترونية التي تقدمها البلديات، كما قد يحد من قدرتهم على الوصول إلى المعلومات أو تقديم الطلبات والشكاوى عبر الوسائل الرقمية.

وللتغلب على هذه المشكلة، ينبغي أن تحرص البلديات على تبسيط تصميم المنصات الإلكترونية، وتوفير قنوات بديلة للحصول على الخدمات، وتنفيذ برامج توعوية وتدريبية لتعزيز الثقافة الرقمية وتشجيع المواطنين على استخدام الخدمات الإلكترونية.

6- التحديات المالية والإدارية

يتطلب تطوير الإعلام الرقمي استثمارات مستمرة في البنية التحتية التقنية، وتحديث الأنظمة، وتأهيل الموظفين، وإنتاج محتوى إعلامي احترافي، وهو ما قد يشكل عبئاً مالياً على بعض البلديات، لا سيما تلك التي تعاني من محدودية الموارد والإمكانات.

كما قد تواجه البلديات تحديات إدارية تتمثل في مقاومة التغيير، أو بطء إجراءات اتخاذ القرار، أو غياب السياسات الواضحة لإدارة الاتصال الرقمي، مما يحد من سرعة تنفيذ برامج التحول الرقمي والاستفادة من التقنيات الحديثة.

7- تحديات أمن المعلومات وحماية الخصوصية

تعتمد البلديات في تقديم خدماتها الرقمية على جمع ومعالجة كميات كبيرة من بيانات المواطنين، الأمر الذي يفرض عليها مسؤولية كبيرة في حماية هذه البيانات من الاختراق أو الاستخدام غير المصرح به. وأي خلل في أمن المعلومات قد يؤدي إلى فقدان ثقة المواطنين بالمنصات الرقمية، ويؤثر في سمعة البلدية ومصداقيتها.

لذلك يتطلب نجاح الإعلام الرقمي تطبيق معايير عالية للأمن السيبراني، وتحديث الأنظمة بصورة مستمرة، ووضع سياسات واضحة لحماية البيانات الشخصية، إضافة إلى توعية الموظفين والمواطنين بالممارسات الآمنة عند استخدام الخدمات الإلكترونية.

يتبين أن نجاح الإعلام الرقمي في تعزيز ثقة المواطنين بالخدمات البلدية لا يعتمد على توفير المنصات الإلكترونية فقط، بل يرتبط بقدرة البلديات على مواجهة التحديات التقنية والإدارية والبشرية والتنظيمية التي قد تعيق تحقيق أهداف التحول الرقمي. وكلما استطاعت البلديات تطوير بنيتها التحتية، وتأهيل كوادرها، وتعزيز أمن المعلومات، والاستجابة السريعة لاحتياجات المواطنين، زادت فاعلية الإعلام الرقمي في بناء الثقة، وتحسين جودة الخدمات، وترسيخ علاقة إيجابية ومستدامة بين البلدية والمجتمع المحلي.

إجابات أسئلة البحث

السؤال الأول: كيف يساهم الإعلام الرقمي في تعزيز الشفافية والمساءلة في الخدمات البلدية؟

يكن جوهر مساهمة الإعلام الرقمي في تعزيز الشفافية والمساءلة في قدرته على كسر احتكار المعلومات وتحويلها إلى بيانات مفتوحة ومتاحة للجمهور في الوقت الفعلي. فمن خلال البوابات الإلكترونية ومنصات التواصل، يمكن للبلديات نشر تفاصيل الميزانيات، وعقود المقاولات، ومراحل تنفيذ المشاريع التنموية بشكل مرئي وموثق، مما يسمح للمواطنين بمراقبة أداء البلدية ومساءلتها دون حواجز بيروقراطية. هذا الانكشاف المؤسسي المستمر يزيل الغموض ويحد من فرص الفساد أو سوء الإدارة، حيث يدرك المسؤولون أن كل إجراء يخضع للمراقبة العامة. وبالتالي، تتحول الشفافية من مجرد شعار إلى ممارسة يومية ملموسة، مما يخلق بيئة

من المساءلة الأفقية حيث يكون المواطن هو الرقيب الأول، وهذا الرقابة الذاتية والمجتمعية هي الأساس المتين الذي تُبنى عليه الثقة الحقيقية في نزاهة وكفاءة الخدمات البلدية.

السؤال الثاني: ما هو أثر التواصل ثنائي الاتجاه عبر المنصات الرقمية على مستوى رضا المواطنين؟

يُحدث التواصل ثنائي الاتجاه عبر المنصات الرقمية نقلة نوعية في علاقة المواطن بالبلدية، حيث يتحول من نموذج البث الأحادي (من البلدية إلى المواطن) إلى نموذج الحوار التفاعلي، وهذا التحول له أثر بالغ على مستوى الرضا. عندما تتفاعل البلدية مع تعليقات المواطنين، وتستجيب لاستفساراتهم، وتعلن عن حلول للمشاكل التي أبلغوا عنها عبر نفس المنصة، فإن ذلك يولد لدى المواطن شعوراً عميقاً بالتقدير والانتماء، ويشعره بأن صوته مسموع ومؤثر. هذه الاستجابة السريعة والمباشرة تقلل من الإحساس بالاعترا ب المؤسسي، وتكسر الصورة النمطية للبلدية كجهاز جامد وبيروقراطي. إن الرضا هنا لا ينبع فقط من حل المشكلة التقنية أو الخدمة، بل من جودة التجربة التواصلية والشعور بالشاركة، مما يرفع من مؤشر الولاء والثقة في المؤسسة البلدية على المدى الطويل.

السؤال الثالث: كيف يمكن للإعلام الرقمي أن يُسهم في إدارة الأزمات ومكافحة الشائعات المتعلقة بالمشاريع

البلدية؟

يتميز الإعلام الرقمي بالسرعة الفائقة والقدرة على الوصول إلى شرائح واسعة، مما يجعله السلاح الأمثل في مواجهة الشائعات وإدارة الأزمات قبل تفاقمها. عند ظهور شائعة حول مشروع بلدي (مثل شائعات تتعلق بإغلاق طرق أو هدم مباني)، يمكن للبلدية استخدام منصاتها الرقمية لنشر الحقائق بشكل فوري، مدعومة بالأدلة المرئية مثل مقاطع الفيديو، والخرائط التفاعلية، والرسوم البيانية (الإنفوجرافيك) التي تشرح المشروع بوضوح.

كما يمكن تنظيم جلسات "أسئلة وأجوبة" مباشرة مع المسؤولين للرد على المخاوف مباشرة. هذه الاستباقية الرقمية تمنع الشائعات من الترسخ في الأذهان، وتضع البلدية كمصدر وحيد وموثوق للمعلومات، مما يعزز مناعتها المجتمعية ويحافظ على استقرار الثقة حتى في أوقات الأزمات والتغيير.

السؤال الرابع: ما دور التطبيقات الذكية والبوابات الإلكترونية في تسهيل الإجراءات وتعزيز ثقة المواطن بكفاءة البلدية؟

تلعب التطبيقات الذكية والبوابات الإلكترونية دوراً محورياً في إعادة هندسة تجربة المستخدم (المواطن) مع الخدمات البلدية، حيث تحول الإجراءات المعقدة والطويلة إلى نقرات بسيطة وسريعة. عندما يتمكن المواطن من دفع الفواتير، أو استخراج التراخيص، أو الإبلاغ عن مشكلة (كحفرية في الطريق أو تراكم نفايات) وتتبع حالة طلبه خطوة بخطوة عبر تطبيق ذكي، فإن ذلك يزيل الاحتكاك البيروقراطي الممل. هذه السلاسة والسرعة في الإنجاز تعكس للمواطن مدى حداثة وكفاءة المؤسسة البلدية، وتثبت له أن الإدارة تتبنى التكنولوجيا لخدمة المواطن وليس لتعقيد حياته. إن سهولة الوصول للخدمات وجودة التصميم الرقمي يعكسان احترافية البلدية، وهذا الانطباع الإيجابي المباشر يترجم فوراً إلى ثقة عالية في قدرة البلدية على إدارة الموارد وتقديم خدمات عالية الجودة.

السؤال الخامس: كيف يؤثر الفجوة الرقمية على شمولية بناء الثقة، وما هي الحلول المقترحة؟

تؤثر الفجوة الرقمية سلباً على شمولية بناء الثقة، حيث أن الاعتماد الكلي على الإعلام الرقمي قد يؤدي إلى تهميش الفئات غير القادرة على الوصول للتكنولوجيا أو تفتقر لمهاراتها، مثل كبار السن، أو سكان المناطق النائية، أو ذوي الدخل المحدود. إذا شعرت هذه الفئات أن البلدية تتواصل فقط مع "النخبة الرقمية"، فإنها ستفقد

الثقة في عدالة المؤسسة واهتمامها بجميع شرائح المجتمع. لمعالجة هذه الإشكالية، يجب على البلديات تبني نهج "التواصل الهجين"، حيث يتم دمج الأدوات الرقمية مع القنوات التقليدية. ويشمل ذلك إنشاء مكاتب مساعدة رقمية في المراكز التجارية أو المراكز المجتمعية لمساعدة غير القادرين، واستخدام الإذاعة المحلية، واللوحات الإعلانية التقليدية، وعقد المجالس البلدية المفتوحة حضورياً. هذا النهج المزدوج يضمن أن تكون الثقة مبنية على أساس شامل وعادل، ولا تُترك أي فئة من المجتمع خارج دائرة المشاركة والثقة.

النتائج والتوصيات

النتائج

1. كشف البحث عن وجود علاقة طردية قوية ومباشرة بين مستوى الشفافية الرقمية التي تمارسها البلديات ودرجة ثقة المواطنين في خدماتها. فقد أظهرت البيانات أن البلديات التي تتبنى سياسة "البيانات المفتوحة"، وتنتشر تقارير دورية مفصلة عن الميزانيات، ومراحل تنفيذ المشاريع، ومؤشرات الأداء على مناصبها الرقمية، تحظى بنسب ثقة ورضا أعلى بكثير مقارنة بالبلديات التي تقتصر منشوراتها على البيانات الرسمية الجافة أو التغطية الإعلامية للفعاليات، مما يؤكد أن المواطن الرقمي يقدر المعلومة الموثقة والواضحة.

2. توصلت الدراسة إلى أن سرعة وجودة الاستجابة للتفاعلات الرقمية تُعد العامل الحاسم في تحويل التواجد الرقمي للبلدية إلى رصيد من الثقة. وقد تبين أن المواطنين الذين يتلقون ردوداً سريعة، مهذبة، وحلولاً فعلية لمشاكلهم التي أبلغوا عنها عبر منصات التواصل أو التطبيقات الذكية، يطورون ولاءً مؤسسياً عالياً. في المقابل، إن تجاهل الشكاوى الرقمية أو الرد عليها بردود آلية غير مجدية يؤدي إلى إحباط مضاعف ويولد انطباعاً سلبياً بأن البلدية تتخذ من الرقمية مجرد واجهة شكلية دون مضمون حقيقي.

3. أثبتت النتائج فاعلية المحتوى المرئي والتفاعلي في تعزيز الوعي المجتمعي وتبديد المخاوف تجاه المشاريع البلدية. فقد لوحظ أن استخدام البلديات لمقاطع الفيديو التوضيحية، والخرائط التفاعلية، والرسوم البيانية (الإنفوجرافيك) لشرح المشاريع المعقدة أو المزعجة (مثل مشاريع البنية التحتية التي تسبب إزعاجاً مؤقتاً) ساهم بشكل كبير في تقبل المواطنين لهذه المشاريع. هذا الفهم البصري والواضح يقلل من مقاومة التغيير ويحد من انتشار الشائعات، مما يخلق بيئة مجتمعية داعمة ومتفهمة لأهداف البلدية.

4. أبرز البحث تحدياً جوهرياً يتمثل في "الفجوة الرقمية" وتأثيرها السلبي على شمولية الثقة، حيث أظهرت النتائج أن الاعتماد المفرط على القنوات الرقمية فقط أدى إلى شعور بعض الفئات، خاصة كبار السن وسكان الأطراف، بالإقصاء وتراجع ثقتهم في عدالة الخدمات البلدية. هؤلاء المواطنون يشعرون أن البلدية تركز جهودها فقط على الفئة الشابة والقادرة تقنياً، مما يستدعي ضرورة وجود قنوات تواصل تقليدية موازية لضمان أن تكون الثقة مبنية على أساس مجتمعي شامل وعادل لا يستثني أحداً.

5. خلصت الدراسة إلى أن المنصات التشاركية الرقمية، مثل بوابات "الميزانية التشاركية" وتطبيقات "الإبلاغ عن المشكلات مع تتبع الحالة"، تعزز شعور المواطن بالتمكين والشراكة الحقيقية. عندما يرى المواطن أن فكرته أو بلاغه قد تم أخذه بعين الاعتبار وتنفيذه على أرض الواقع، فإنه ينتقل من حالة "العميل المستهلك للخدمة" إلى حالة "الشريك في الحوكمة المحلية". هذا التحول النفسي والاجتماعي يعمق جذور الثقة، ويجعل المواطن أكثر تسامحاً مع الأخطاء العرضية، وأكثر دفاعاً عن مشاريع بلديته.

التوصيات

1. توصي الدراسة بضرورة قيام البلديات بوضع "استراتيجية اتصال رقمي شاملة" طويلة المدى، تتجاوز مجرد النشر اليومي للمعلومات، لترتكز على بناء العلاقات وإدارة السمعة الرقمية. يجب أن تتضمن هذه الاستراتيجية تخصيص ميزانيات كافية، وتعيين فرق عمل متخصصة في الإعلام الرقمي وإدارة المجتمعات الافتراضية، ووضع مؤشرات أداء رئيسية دقيقة لقياس مستوى التفاعل، ورضا المواطنين، ومدى تحويل التفاعل الرقمي إلى ثقة مؤسسية ملموسة، مع مراجعة هذه الاستراتيجية دورياً لمواكبة التطورات التكنولوجية.

2. تؤكد التوصيات على أهمية الاستثمار في "بناء القدرات البشرية" للعاملين في البلديات، ليس فقط في الجانب التقني، بل في مهارات "التواصل التعاطفي" و"إدارة الأزمات الرقمية". يجب تدريب الموظفين على كيفية التعامل مع الشكاوى الإلكترونية بحرفية وسرعة، وكيفية صياغة الرسائل الرقمية بلغة قريبة من المواطن بعيداً عن المصطلحات البيروقراطية المعقدة. إن العنصر البشري هو من يقف خلف الشاشة، وتفاعله الإيجابي هو ما يصنع الفارق في بناء الثقة، لذا يجب تمكينه وتحفيزه لتقديم أفضل تجربة رقمية للمواطن.

3. لمعالجة إشكالية الفجوة الرقمية، تُوصي الدراسة بتبني نموذج "التواصل الهجين" الذي يدمج بين الأدوات الرقمية المتقدمة والقنوات التقليدية. يجب على البلديات إنشاء "مراكز مساعدة رقمية" في المراكز التجارية والأحياء الشعبية لمساعدة غير القادرين على استخدام التطبيقات، بالإضافة إلى الاستمرار في عقد اللقاءات المباشرة (المجالس البلدية المفتوحة)، واستخدام الإذاعة المحلية، وتوزيع النشرات المطبوعة. هذا التكامل يضمن وصول رسالة البلدية وبناء الثقة مع كافة شرائح المجتمع دون تمييز.

4. نظراً لأهمية البيانات الشخصية، توصي الدراسة بضرورة أن تولي البلديات أولوية قصوى لـ "أمن المعلومات وخصوصية البيانات"، وأن تجعل هذا الأمر جزءاً من رسالتها التواصلية. يجب على البلديات تطوير بواباتها وتطبيقاتها وفقاً لأعلى معايير الحماية السيبرانية، وأن تنشر "سياسة خصوصية البيانات" بلغة واضحة ومبسطة للمواطنين تشرح كيف يتم جمع بياناتهم، وكيف تُستخدم، وكيف تُحمى. إن طمأننة المواطن بأن بياناته في أمان، وتوضيح الإجراءات المتخذة لحمايتها، هو شرط أساسي لكسب ثقته وتشجيعه على التفاعل والمشاركة الرقمية.

5. أخيراً، توصي الدراسة البلديات بتوسيع نطاق "الحكومة التشاركية الرقمية" من خلال إطلاق مبادرات رقمية تمنح المواطنين صوتاً حقيقياً في صنع القرار. يمكن تحقيق ذلك عبر إطلاق منصات للتصويت على أولويات المشاريع المحلية، أو استطلاعات رأي دورية حول تطوير المرافق العامة، أو إنشاء "لجان استشارية رقمية" من نشطاء المجتمع المحلي. عندما تترجم البلدية هذه الملاحظات الرقمية إلى قرارات وسياسات فعلية، وتعلن عن ذلك بشفافية، فإنها ترسخ مفهوم المواطنة الفاعلة، وتبني ثقة عميقة ومستدامة قائمة على الاحترام المتبادل والشراكة الحقيقية في بناء المجتمع.

المصادر والمراجع

1. البكري، محمد عبد الله. (2021). *الإعلام الرقمي وإدارة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية: المفاهيم والتطبيقات*. القاهرة، مصر: دار الفكر العربي.
2. الحمداني، علي حسين، والجبوري، نور سالم. (2022). فاعلية التواصل الرقمي في تعزيز الثقة المؤسسية: دراسة تطبيقية على البلديات المحلية. *مجلة العلوم الإدارية والمالية*، 14(2)، 115-142.

3. الخالدي، سعاد محمد. (2020). *الحكومة الرقمية والمشاركة المجتمعية: نحو إدارة محلية رشيدة*. عمان، الأردن: دار الشروق للنشر والتوزيع.
4. الزعبي، أحمد فواز. (2023). أثر تطبيقات الحكومة الذكية على رضا المواطنين وجودة الخدمات البلدية. *مجلة الدراسات الاقتصادية والإدارية*، 9(1)، 45-68.
5. السالم، فهد عبد الرحمن. (2021). *استراتيجيات الاتصال المؤسسي في عصر التحول الرقمي*. الرياض، المملكة العربية السعودية: مكتبة العبيكان.
6. العتيبي، مشعل سعد. (2022). الشفافية الرقمية وأثرها على مكافحة الفساد الإداري في القطاع العام. *مجلة القانون والسياسة*، 7(3)، 201-228.
7. القاسمي، ليلي أحمد. (2020). *الفجوة الرقمية وتحديات المشاركة الإلكترونية للمواطنين*. بيروت، لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية.
8. المنصوري، طارق يوسف. (2023). إدارة الأزمات والشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي في المؤسسات المحلية. *مجلة الإعلام والاتصال*، 11(4)، 89-112.
9. النجار، هشام محمود. (2021). *نظريات الاتصال الحديثة وتطبيقاتها في الإدارة العامة*. الإسكندرية، مصر: دار الجامعة الجديدة.
10. يوسف، كمال عبد الحميد. (2019). *اللامركزية الإدارية والديمقراطية المحلية: دراسة في تطوير الخدمات البلدية*. دمشق، سوريا: دار الفكر المعاصر.