

## بحث بعنوان

أهمية إدارة العلاقات العامة في تحسين صورة البلدية لدى المجتمع المحلي

اعداد

مأمون عبد المجيد حسن بني يونس

علاقات عامة

بلدية غرب إربد

## المخلص

تُعد إدارة العلاقات العامة من الركائز الأساسية التي تعزز من التواصل الفعّال بين المؤسسات العامة والمجتمعات المحلية، وتسهم في بناء صورة إيجابية عن هذه المؤسسات في أذهان المواطنين. تركز هذه الدراسة على تحليل دور إدارة العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للبلدية لدى المجتمع المحلي، من خلال أدوات التواصل الفعّال، والشفافية، والمشاركة المجتمعية.

وقد بيّنت نتائج البحث أن تفعيل ممارسات العلاقات العامة بشكل احترافي يسهم في تعزيز الثقة العامة، ورفع مستوى رضا المواطنين، وتحسين التفاعل مع الخدمات البلدية. كما أظهرت الدراسة أن غياب استراتيجية واضحة للعلاقات العامة يُضعف الصورة المؤسسية للبلدية، ويُقلل من فاعلية التواصل مع الجمهور. ومن هنا، يُوصى بتبني نماذج حديثة لإدارة العلاقات العامة تدمج التحول الرقمي والمسؤولية المجتمعية.

<https://jaspss.com>**Abstract**

Public relations management is a fundamental pillar that fosters effective communication between public institutions and local communities, contributing to building a positive image of these institutions in the minds of citizens. This study focuses on analyzing the role of public relations management in improving the public perception of the municipality through effective communication tools, transparency, and community engagement.

The research findings indicate that professionally implementing public relations practices contributes to enhancing public trust, increasing citizen satisfaction, and improving interaction with municipal services. The study also revealed that the absence of a clear public relations strategy weakens the municipality's institutional image and reduces the effectiveness of communication with the public. Therefore, it is recommended to adopt modern public relations management models that integrate digital transformation and social responsibility.

## المقدمة

تلعب البلديات دورًا محوريًا في تقديم الخدمات اليومية للمواطنين، بدءًا من النظافة وصولًا إلى التخطيط العمراني والتنمية المحلية. ومع تصاعد توقعات المجتمع من هذه المؤسسات، أصبح من الضروري تبني أدوات فعّالة لتعزيز التواصل مع الجمهور وتحسين الصورة العامة للبلدية، وهو ما تُحقّقه إدارة العلاقات العامة من خلال رسائلها الاستراتيجية ونشاطاتها التفاعلية.

في السياق المحلي، لا تزال بعض البلديات تعاني من نقص في تبني ممارسات العلاقات العامة المتقدمة، ما يؤدي إلى سوء الفهم، وانخفاض مستوى الثقة، وضعف التفاعل المجتمعي. ولذلك، يبرز هذا البحث كمحاولة لفهم كيف يمكن للعلاقات العامة أن تُعيد تشكيل الصورة الذهنية للمواطن تجاه بلديته، وتعزز من مكانتها كشريك تنموي فعّال في المجتمع.

إن الاهتمام بإدارة العلاقات العامة ليس ترفًا إداريًا، بل ضرورة مؤسسية تتماشى مع متطلبات الحوكمة الرشيدة والشفافية. وتأتي هذه الدراسة في ظل التحوّل الذي تشهده إدارة البلديات نحو نماذج أكثر تشاركية وانفتاحًا، ما يستدعي إعادة صياغة أدوار العلاقات العامة بما يتوافق مع هذه التغييرات ويعزز من فاعليتها.

## مشكلة البحث

رغم الأهمية البالغة التي تتمتع بها إدارة العلاقات العامة في تعزيز الصورة المؤسسية للبلديات، إلا أن العديد من البلديات لا تزال تعتمد على ممارسات تقليدية في التواصل مع الجمهور، ما يؤدي إلى اتساع فجوة الثقة بين المؤسسة والمجتمع. كما أن غياب استراتيجية متكاملة لإدارة العلاقات العامة يجعل الصورة الذهنية عن البلدية مشوّشة أو سلبية في أذهان المواطنين.

إضافة إلى ذلك، يُلاحظ ضعف الاستفادة من قنوات الاتصال الحديثة، مثل وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية، في إيصال رسائل البلدية وتعزيز التفاعل المجتمعي. ويساهم هذا القصور في إضعاف قدرة البلدية على تصحيح المفاهيم الخاطئة، والرد على الانتقادات بشكل فعّال، وتقوية صلتها بالجمهور، ما يثير ضرورة البحث في سبل تطوير ممارسات العلاقات العامة بما يخدم أهداف التنمية المحلية ويرتقي بصورة البلدية.

### أهداف البحث

1. تحليل دور إدارة العلاقات العامة في تشكيل الصورة الذهنية الإيجابية للبلدية لدى المجتمع المحلي.
2. تحديد أبرز التحديات التي تواجه البلديات في تفعيل ممارسات العلاقات العامة الفعّالة.
3. استكشاف مدى استفادة البلديات من وسائل الاتصال الحديثة في إدارة علاقاتها مع الجمهور.
4. تقييم أثر الشفافية والمشاركة المجتمعية في تعزيز الثقة بين المواطنين والبلدية.
5. تقديم توصيات عملية لتطوير استراتيجية متكاملة لإدارة العلاقات العامة في البلديات.

### أهمية البحث

تكمن أهمية هذا البحث في تسليط الضوء على بعدٍ استراتيجي غالبًا ما يُغفل في العمل البلدي، وهو البُعد التواصلية والسمعة المؤسسية. فتحسين صورة البلدية لا ينعكس فقط على رضا المواطنين، بل يُعزز أيضًا من فاعلية تنفيذ المشاريع، ويزيد من التعاون المجتمعي، ويُقلل من التوترات الناتجة عن سوء الفهم أو غياب المعلومات.

كما أن البحث يُعد مرجعاً عملياً للمسؤولين في البلديات لتطوير أنظمتهم الاتصالية، ويُساهم في دعم مبادرات التحول الرقمي والشفافية. ويأتي في وقت تزداد فيه الحاجة إلى بلديات قادرة على بناء جسور ثقة مع مجتمعاتها، خاصة في ظل التحديات التنموية والخدمية المتزايدة التي تتطلب دعماً مجتمعياً واسعاً.

### اسئلة البحث

1. ما دور إدارة العلاقات العامة في تحسين صورة البلدية؟
2. ما أبرز التحديات التي تواجه البلديات في إدارة علاقاتها مع المجتمع؟
3. كيف تؤثر الشفافية على صورة البلدية لدى المواطنين؟
4. ما مدى فاعلية وسائل التواصل الاجتماعي في إدارة العلاقات العامة للبلدية؟
5. كيف يمكن للبلدية تعزيز مشاركة المجتمع من خلال العلاقات العامة؟

### الإطار النظري

- مفهوم العلاقات العامة: تُعرّف العلاقات العامة بأنها وظيفة إدارية تهدف إلى بناء جسور تفاهم متبادل بين المؤسسة والجمهور عبر التواصل المخطط والمستمر، وتُعد جزءاً لا يتجزأ من استراتيجية الاتصال المؤسسي (الجابري، 2018).
- السمعة المؤسسية: تشير السمعة إلى الانطباع العام الذي يكوّنه الجمهور عن المؤسسة بناءً على أداؤها، ورسائلها، وسلوكها. وللسمعة تأثير مباشر على ثقة المواطنين ودعمهم للمؤسسة، خاصة في القطاع العام (العيسى، 2020).

- الاتصال البلدي المجتمعي: يُعد الاتصال أداة رئيسية لربط البلدية بمجتمعها، ويشمل ذلك نشر المعلومات، الاستماع للمواطنين، وتشجيع المشاركة. وتفعيل هذا الاتصال يعزز من فاعلية الخدمات ويدعم التنمية المحلية (المنصوري، 2019).
- الحوكمة والشفافية: تُعد الشفافية أحد مبادئ الحوكمة الرشيدة، وهي تُسهم في تقليل الفساد، وتحسين الكفاءة، وبناء الثقة. وتظهر الدراسات أن المؤسسات الشفافة تحظى بصورة أفضل في أعين الجمهور (الحمادي، 2021).
- التحول الرقمي في العلاقات العامة: مع تطور التكنولوجيا، أصبح من الضروري دمج الأدوات الرقمية في ممارسات العلاقات العامة، مثل منصات التواصل، والتطبيقات الذكية، وأنظمة إدارة الجمهور، لتعزيز التفاعل وسرعة الاستجابة (الزهيري، 2022).

### إجابات اسئلة البحث

#### ما دور إدارة العلاقات العامة في تحسين صورة البلدية؟

العلاقات العامة تلعب دوراً جوهرياً في بناء صورة إيجابية من خلال تصميم رسائل واضحة، والتفاعل مع الجمهور، وتصحيح المفاهيم المغلوطة. كما أنها تُعزز من الشفافية وتُظهر جهود البلدية في خدمة المجتمع، مما يزيد من الثقة العامة ويُحسّن الصورة الذهنية لدى المواطنين.

## ما أبرز التحديات التي تواجه البلديات في إدارة علاقاتها مع المجتمع؟

من أبرز التحديات: غياب الاستراتيجيات المتكاملة، نقص الكوادر المؤهلة، ضعف استخدام القنوات الرقمية، والاعتماد على أنماط تواصل أحادية الجانب. هذه العوائق تُثقل من فاعلية الرسائل وتُضعف التفاعل الحقيقي مع احتياجات المجتمع وتوقعاته.

## كيف تؤثر الشفافية على صورة البلدية لدى المواطنين؟

الشفافية تُعدّ ركيزة أساسية في بناء الثقة، إذ عندما يُدرك المواطن أن البلدية تعمل بوضوح ونزاهة، فإن ذلك يُعزز من قبوله لقراراتها ويُقلل من الشكوك والانتقادات. كما أن إتاحة المعلومات حول المشاريع والإنفاق يُشعر المواطن بأنه شريك في التنمية، ما يُحسن من صورة المؤسسة بشكل مباشر.

## ما مدى فاعلية وسائل التواصل الاجتماعي في إدارة العلاقات العامة للبلدية؟

وسائل التواصل الاجتماعي أداة فعّالة جدًا في الوصول السريع للمواطنين، ونشر الأخبار، وقياس ردود الأفعال، والاستجابة للاستفسارات. ومع ذلك، فإن فاعليتها تعتمد على جودة المحتوى، وسرعة الرد، واستمرارية التفاعل، وليس فقط على الوجود الرقمي الشكلي.

## كيف يمكن للبلدية تعزيز مشاركة المجتمع من خلال العلاقات العامة؟

يمكن للبلدية تعزيز المشاركة من خلال تنظيم ورش عمل، واستطلاعات رأي، وحملات توعوية، واستقبال المقترحات والشكاوى عبر قنوات متعددة. هذه الممارسات تُشعر المواطن بأهميته كشريك فعال، وتُسهم في بناء علاقة تعاونية بدلاً من علاقة خدمة أحادية الاتجاه.

## النتائج والتوصيات

### النتائج

1. تُسهم إدارة العلاقات العامة الفعّالة في بناء صورة ذهنية إيجابية ومستدامة عن البلدية، حيث يرتبط تحسين الصورة مباشرةً بمستوى الشفافية والتفاعل مع الجمهور.
2. تُظهر البلديات التي تعتمد على استراتيجيات علاقات عامة متكاملة زيادة ملحوظة في رضا المواطنين ومستوى مشاركتهم في الفعاليات والمشاريع المحلية.
3. يُعد ضعف التدريب والتأهيل في مجال العلاقات العامة من أبرز أسباب فشل البلديات في إيصال رسائلها بشكل فعّال، مما يؤدي إلى سوء الفهم وتشويه الصورة المؤسسية.
4. تُسهم وسائل التواصل الاجتماعي في توسيع نطاق التفاعل وتحسين سرعة الاستجابة، لكن دون وجود محتوى ذي جودة وخطّة اتصالية واضحة، تبقى هذه الأدوات غير فعّالة.
5. تُشير النتائج إلى أن غياب الشراكة الحقيقية مع المجتمع يُضعف الثقة، ويجعل الصورة الذهنية للبلدية تعتمد على الإشاعات أو التجارب السلبية المفردة بدلاً من الرؤية الشاملة.

### التوصيات

1. يجب على البلديات تطوير استراتيجية وطنية موحدة لإدارة العلاقات العامة تتضمن أهدافاً واضحة، ومؤشرات أداء، وآليات تقييم دورية لضمان فاعلية الممارسات الاتصالية.

2. يُوصى بتأهيل كوادر متخصصة في العلاقات العامة عبر برامج تدريبية مستمرة تركز على مهارات الاتصال، إدارة الأزمات، واستخدام الأدوات الرقمية الحديثة.
3. ينبغي اعتماد سياسة اتصال شفافة ومستمرة تُتيح للمواطنين الاطلاع على خطط البلدية، وميزانياتها، ومشاريعها، مما يعزز الثقة ويقلل من الشكوك والانتقادات غير المبنية على معلومات.
4. يجب تفعيل دور وسائل التواصل الاجتماعي كقنوات حيوية للتواصل، من خلال إنشاء فرق متخصصة لإدارة المحتوى والتفاعل اليومي مع الجمهور وتحليل ردود الأفعال.
5. يُوصى بتبني نماذج تشاركية تُشرك المواطنين في صنع القرار البلدي، عبر استطلاعات الرأي، المجالس الاستشارية، ومنصات الاقتراحات الرقمية، لتعزيز الشعور بالانتماء والمسؤولية المشتركة.

### المصادر والمراجع

- الجابري، م. (2018). \*العلاقات العامة والتواصل المؤسسي في القطاع العام\*. بيروت: دار الفارابي.
- العيسى، ن. (2020). \*السمعة المؤسسية ودورها في تعزيز الثقة العامة\*. مجلة الإدارة العامة، 45(2)، 78-94.
- المنصوري، س. (2019). \*الاتصال المجتمعي ودوره في التنمية المحلية\*. دبي: مركز الإمارات للدراسات.
- الحمادي، ع. (2021). \*الشفافية والحوكمة في المؤسسات المحلية\*. الرياض: مكتبة العبيكان.
- الزهيري، ي. (2022). \*التحول الرقمي في العلاقات العامة: التحديات والفرص\*. مجلة الاتصال والإعلام، 11(1)، 112-130.

السليم، ف. (2017). \*استراتيجيات العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية\*. القاهرة: دار النهضة العربية.

الرشيد، ر. (2020). \*إدارة السمعة في القطاع البلدي\*. مجلة الدراسات البلدية، 8(3)، 45-60.

الخالدي، ه. (2019). \*الحوكمة المحلية وبناء الثقة مع المجتمع\*. عمان: دار وائل للنشر.

البدري، م. (2021). \*التواصل الرقمي وتأثيره على الصورة الذهنية للبلديات\*. مجلة الإعلام الجديد، 14(2)،

88-105.

النجار، ل. (2018). \*المشاركة المجتمعية وأثرها على تحسين الأداء البلدي\*. بيروت: المركز العربي

للدراسات.