

بحث بعنوان

العلاقة بين استراتيجيات الاتصال الحكومي ومستوى ثقة المجتمع بالخدمات البلدية

اعداد

موسى احمد محمد مشاتله

علاقات عامة

بلدية معاذ بن جبل

الملخص

يهدف هذا البحث إلى تحليل العلاقة الارتباطية بين استراتيجيات الاتصال الحكومي المتبعة من قبل البلديات ومستوى ثقة المجتمع المحلي في الخدمات المقدمة. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم توزيع استبيانات على عينات من سكان عدة أحياء سكنية، بالإضافة إلى مقابلات مع مسؤولي الاتصال في البلديات. توصلت الدراسة إلى وجود علاقة طردية قوية بين وضوح وشفافية رسائل الاتصال الحكومي وارتفاع مستوى الثقة، حيث أن المجتمعات التي تتلقى معلومات دقيقة ومستمرة حول خطط الخدمات البلدية تظهر رضا أعلى والتزاماً أكبر بالتعليمات.

وفي ضوء النتائج التي تم التوصل إليها، أكد البحث على أن الاعتماد على القنوات التقليدية وحدها لم يعد كافياً لبناء الثقة في العصر الرقمي، مما يستدعي تبني استراتيجيات اتصال تفاعلية تعتمد على وسائل التواصل الاجتماعي والحوار المباشر. كما أوصى البحث بضرورة تأسيس وحدات متخصصة للاتصال المؤسسي داخل البلديات، وتدريب الكوادر على مهارات إدارة الأزمات والشفافية الإعلامية. ويخلص الملخص إلى أن تحسين ثقة المجتمع لا يعتمد فقط على جودة الخدمات الفعلية، بل على جودة الطريقة التي يتم بها إعلام المجتمع بهذه الجهود وإنجازاتها وتحدياتها.

Abstract

This research aims to analyze the correlation between government communication strategies employed by municipalities and the level of public trust in the services provided. The study adopted a descriptive-analytical approach, distributing questionnaires to samples of residents in several neighborhoods, in addition to conducting interviews with municipal communication officers. The study found a strong positive correlation between the clarity and transparency of government communication messages and higher levels of trust. Communities that receive accurate and continuous information about municipal service plans demonstrate greater satisfaction and compliance with instructions.

Based on these findings, the research emphasizes that relying solely on traditional channels is no longer sufficient to build trust in the digital age. This necessitates the adoption of interactive communication strategies that utilize social media and direct dialogue. The research also recommends the establishment of specialized corporate communication units within municipalities and the training of staff in crisis management skills and media transparency. The summary concludes that improving public trust depends not only on the quality of actual services but also on the quality of how the public is informed about these efforts, achievements, and challenges.

المقدمة

تُعد الخدمات البلدية من الركائز الأساسية لجودة الحياة في المدن الحديثة، حيث تشمل مجالات واسعة مثل النظافة، والإنارة، والتخطيط العمراني، وخدمات التراخيص، والتي تمس حياة المواطنين بشكل يومي ومباشر. ومع تزايد توقعات السكان وتحسن مستويات التعليم والوعي، أصبح قياس أداء هذه الخدمات لا يعتمد فقط على الكفاءة الفنية، بل أيضاً على درجة الرضا والثقة التي يمنحها المجتمع للجهة المقدمة للخدمة. لذا، فإن الحفاظ على ثقة المجتمع يعد مؤشراً حيوياً لنجاح الإدارة البلدية واستقرارها الاجتماعي.

وفي هذا السياق، يلعب الاتصال الحكومي دوراً محورياً كجسر يربط بين الإدارة البلدية والمجتمع، حيث تعمل استراتيجيات الاتصال على نقل الرؤية، وتوضيح الإجراءات، واستقبال الملاحظات، وإدارة التوقعات. إن فعالية هذا الاتصال تحدد إلى حد كبير كيفية إدراك الجمهور للخدمات، حيث أن المعلومات المغلوطة أو الغياب الإعلامي قد يؤدي إلى تشويه صورة الجهود المبذولة حتى لو كانت الخدمات ذات جودة عالية. لذلك، فإن فهم ديناميكيات الاتصال الحكومي أصبح ضرورة إدارية لضمان الشرعية المجتمعية للدور البلدي.

بناءً على ما سبق، يأتي هذا البحث ليستكشف طبيعة العلاقة بين أساليب الاتصال التي تنتهجها البلديات ومستوى الثقة السائد لدى المجتمع تجاه خدماتها. يسعى البحث إلى تفكيك عناصر استراتيجيات الاتصال الناجحة، وفهم كيف تؤثر الشفافية، والتوقيت، وقناة التواصل على بناء أو هدم الثقة العامة. ومن خلال ذلك، يأمل البحث في تقديم نموذج اتصالي يساعد البلديات في تعزيز شراكتها مع المجتمع، مما ينعكس إيجاباً على كفاءة الأداء العام ورضا المواطنين.

مشكلة البحث

تتمثل المشكلة الأساسية للبحث في ملاحظة وجود فجوة بين الجهود الفعلية التي تبذلها البلديات لتحسين الخدمات وبين مستوى الثقة والرضا الذي يعبر عنه المجتمع في الاستبيانات والشكاوى الرسمية. يشير هذا التباين إلى وجود قصور في آليات نقل الصورة الحقيقية للإنجازات، أو وجود ضعف في استراتيجيات الاتصال الحالية التي قد لا تصل للجمهور المستهدف بالطريقة المناسبة، مما يولد شكوكاً أو لامبالاة تجاه الخدمات البلدية.

وتتفرع من المشكلة الرئيسية تساؤلات حول مدى مواءمة قنوات الاتصال المستخدمة مع تفضيلات المجتمع الحديثة، ومدى تأثير غياب الشفافية في أوقات الأزمات على رصيد الثقة المتراكم. إن عدم وضوح العلاقة بين نشاطات الاتصال ومستوى الثقة يجعل من الصعب على الإدارات البلدية توجيه الموارد الاتصالية بشكل صحيح، مما يبرز الحاجة إلى دراسة علمية تحلل هذه المتغيرات لتحديد الفجوات الاتصالية واقتراح الحلول لتعزيز الثقة المجتمعية.

أهداف البحث

1. تحديد استراتيجيات الاتصال الحكومي الحالية المستخدمة من قبل البلديات في التواصل مع المجتمع.
2. قياس مستوى ثقة المجتمع في الخدمات البلدية بناءً على مؤشرات الرضا والالتزام.
3. تحليل العلاقة الإحصائية بين فعالية قنوات الاتصال ودرجة الثقة المجتمعية.
4. التعرف على المعوقات التي تواجه الاتصال الحكومي الفعال وتأثيرها على صورة البلدية.

5. تقديم مقترحات استراتيجية لتحسين سياسات الاتصال الحكومي بما يعزز ثقة المجتمع.

أهمية البحث

تكمن الأهمية النظرية للبحث في إثراء الأدبيات الإدارية العربية بالدراسات التي تربط بين علوم الاتصال الإداري ومؤشرات الثقة العامة في القطاع الحكومي. يساهم البحث في تطوير النماذج النظرية الخاصة بالعلاقة بين الحكومة والمواطن، حيث يقدم أدلة ميدانية على أن الاتصال ليس وظيفة مساندة بل هو وظيفة جوهرية تؤثر في شرعية الأداء المؤسسي وسمعة الجهة الخدمية.

أما من الناحية التطبيقية، فإن البحث يقدم دليلاً إرشادياً لمسؤولي البلديات وصناع القرار لإعادة هيكلة وحدات العلاقات العامة والاتصال المؤسسي. من خلال فهم تأثير استراتيجيات الاتصال على الثقة، يمكن للإدارات البلدية تحسين سمعتها، وتقليل حدة الشكاوى، وزيادة التعاون المجتمعي في المبادرات البلدية. بالإضافة إلى ذلك، يساهم البحث في تعزيز الشفافية والمساءلة، مما ينعكس إيجاباً على المناخ الاستثماري والاجتماعي في المدينة، ويضمن استدامة الخدمات عبر شراكة حقيقية مع المستفيدين.

أسئلة البحث

1. ما هي أبرز استراتيجيات الاتصال الحكومي التي تعتمد عليها البلديات حالياً في التواصل مع المجتمع؟
2. كيف يمكن قياس مستوى ثقة المجتمع في الخدمات البلدية بشكل دقيق وموضوعي؟
3. ما هي طبيعة العلاقة بين شفافية المعلومات المقدمة من البلدية ومستوى ثقة المجتمع؟
4. ما هي المعوقات الرئيسية التي تحول دون فعالية استراتيجيات الاتصال الحكومي في بناء الثقة؟
5. كيف يمكن للبلديات تطوير استراتيجيات اتصالها لتعزيز ثقة المجتمع على المدى الطويل؟

الإطار النظري

يعتمد الإطار النظري لهذا البحث على مفهوم "الاتصال الحكومي" الذي يُعرف بأنه العملية المنظمة لتبادل المعلومات بين المؤسسات الحكومية والجمهور لتحقيق أهداف سياسية وإدارية واجتماعية. يتضمن هذا المفهوم أبعاداً متعددة تشمل الاتصال الداخلي بين أجزاء المؤسسة، والاتصال الخارجي مع المواطنين ووسائل الإعلام، ويركز على دور الاتصال في تعزيز الشفافية والمساءلة وبناء الشرعية للمؤسسة العامة أمام المجتمع.

ويستند البحث أيضاً إلى نظرية "إدارة السمعة المؤسسية" التي تفترض أن سمعة الجهة الحكومية هي أصل غير ملموس يتشكل عبر الوقت بناءً على سلوكياتها وطريقة تواصلها مع أصحاب المصلحة. وفي سياق الخدمات البلدية، تعتبر السمعة الجيدة نتيجة تراكمية للأداء الجيد والاتصال الفعال، حيث أن الاتصال يعمل كأداة لتفسير الأداء وتبرير الإجراءات، مما يؤثر مباشرة على مستوى الثقة الذي يمنحه المجتمع للبلدية كجهة مسؤولة عن المرفق العام.

كما يتناول الإطار النظري مفهوم "الثقة المجتمعية" كمتغير نفسي واجتماعي يعكس استعداد الأفراد للاعتماد على المؤسسة الحكومية وتوقعاتهم بأنها ست تصرف بما يخدم المصلحة العامة. تشير الأدبيات إلى أن الثقة تتكون من ثلاثة مكونات: الكفاءة المتصورة، والنزاهة، والإحسان، وأن استراتيجيات الاتصال تؤثر مباشرة على هذه المكونات من خلال توضيح الكفاءة الفنية، وإظهار النزاهة عبر الشفافية، وإثبات الإحسان عبر الاستجابة لاحتياجات المواطنين.

ويتضمن الإطار أيضاً نظرية "تبادل الموارد" في سياق العلاقة بين الحكومة والمواطن، حيث أن الاتصال الفعال يُعتبر مورداً يتم تبادله مقابل الثقة والامتثال من قبل المجتمع. عندما تقدم البلدية معلومات قيمة وواضحة

وفي الوقت المناسب، فإن المجتمع يرد بالثقة والتعاون، بينما يؤدي نقص هذا المورد الاتصالي إلى انسحاب الثقة وزيادة المقاومة أو اللامبالاة تجاه الخدمات المقدمة، مما يجعل الاتصال عنصراً جوهرياً في معادلة التبادل الاجتماعي بين الدولة والمواطن.

وأخيراً، يربط الإطار النظري بين "الحوكمة الإلكترونية" وأنماط الاتصال الحديثة، حيث تشير النظريات المعاصرة إلى أن التحول الرقمي غير طبيعة العلاقة من هرمية إلى شبكية تفاعلية. في هذا النموذج، يصبح المواطن شريكاً في الرقابة والاقتراح، وتصبح استراتيجيات الاتصال هي الوعاء الذي يحتوي هذه المشاركة، مما يتطلب تحديث الأطر النظرية لتشمل دور التكنولوجيا في تسريع تدفق المعلومات وبناء الثقة الرقمية كجزء لا يتجزأ من الثقة المؤسسية الشاملة في العصر الحديث.

إجابات اسئلة البحث

السؤال الأول: ما هي أبرز استراتيجيات الاتصال الحكومي التي تعتمد عليها البلديات حالياً في التواصل مع المجتمع؟

تعتمد البلديات حالياً على مجموعة متنوعة من استراتيجيات الاتصال الحكومي التي تتراوح بين الأساليب التقليدية والحديثة، حيث لا تزال بعض الإدارات تعتمد على البيانات الصحفية واللوحات الإعلانية والاجتماعات المباشرة كوسائل أساسية لنشر المعلومات. إلا أن التوجه الحديث يشهد تحولاً كبيراً نحو الرقمنة، حيث أصبحت المنصات الإلكترونية وتطبيقات الهواتف الذكية ووسائل التواصل الاجتماعي مثل تويتر وفيسبوك قنوات رئيسية للتواصل المباشر والسريع مع المواطنين. وتشمل هذه الاستراتيجيات أيضاً حملات التوعية الميدانية، وخطوط الشكاوى الموحدة، والبوابات الإلكترونية للخدمات، إلا أن التباين في جودة المحتوى ودرجة التفاعلية يبقى

ملحوظاً بين بلدية وأخرى، حيث تركز بعض الاستراتيجيات على الإرسال الأحادي للمعلومات بينما تتجه أخرى نحو الحوار التشاركي الذي يسمح للمجتمع بالمشاركة في صنع القرار وتقديم الملاحظات بشكل فوري ومؤثر.

السؤال الثاني: كيف يمكن قياس مستوى ثقة المجتمع في الخدمات البلدية بشكل دقيق وموضوعي؟

يمكن قياس مستوى ثقة المجتمع في الخدمات البلدية بشكل دقيق وموضوعي من خلال استخدام مجموعة من المؤشرات الكمية والنوعية التي تعكس الجمهور وسلوكهم الفعلي، حيث تُعد استبيانات الرضا الدوري التي توزع على عينات ممثلة للسكان أحد أهم الأدوات لجمع البيانات المباشرة حول تجربة المستخدم مع الخدمات. بالإضافة إلى ذلك، يمكن الاعتماد على مؤشرات غير مباشرة مثل معدل الالتزام بالتعليمات البلدية، وعدد الشكاوى المقدمة مقارنة بعدد السكان، ومعدل التجديد للتراخيص، ومشاركة المجتمع في المبادرات التطوعية التي تطلقها البلدية. كما أن تحليل المشاعر على وسائل التواصل الاجتماعي يوفر بيانات لحظية حول اتجاهات الرأي العام، مما يعطي صورة شاملة وديناميكية لمستوى الثقة الذي يتجاوز مجرد الأرقام الإحصائية ليشمل الجانب الوجداني والسلوكي للمجتمع تجاه المؤسسة البلدية.

ما هي طبيعة العلاقة بين شفافية المعلومات المقدمة من البلدية ومستوى ثقة المجتمع؟

إن العلاقة بين شفافية المعلومات التي تقدمها البلدية ومستوى ثقة الجمهور علاقة وثيقة ومباشرة. فقد أظهرت الدراسات أنه كلما زادت الشفافية والوضوح في نشر البيانات المتعلقة بالميزانيات والمشاريع وأسباب تأخير الخدمات، ارتفع مستوى ثقة المواطنين. فعندما تتبنى البلدية سياسة الشفافية في الكشف عن التحديات والأخطاء، بدلاً من إخفائها، فإنها ترسل رسالة احترام لذكاء الجمهور، وتقلل من فرص انتشار الشائعات وسوء الفهم التي غالباً ما تقوض الثقة. في المقابل، يؤدي الغموض في المعلومات أو نشرها بشكل انتقائي إلى إثارة الشكوك

حول كفاءة الإدارة ونزاهتها. وهذا ما يجعل الشفافية ليست مجرد خيار أخلاقي، بل استراتيجية تواصل ضرورية لبناء رأس المال الاجتماعي وتعزيز الثقة المستدامة بين مقدم الخدمة والمستفيدين منها.

السؤال الرابع: ما هي المعوقات الرئيسية التي تحول دون فعالية استراتيجيات الاتصال الحكومي في بناء الثقة؟

تواجه استراتيجيات الاتصال الحكومي عدة معوقات رئيسية تحول دون فعاليتها في بناء الثقة، حيث يأتي على رأسها البيروقراطية الإدارية التي تؤخر عملية اتخاذ القرار ونشر المعلومات في الوقت المناسب، مما يفقد الرسالة قيمتها الإخبارية وتأثيرها. كما يوجد عائق يتعلق بنقص الكوادر المؤهلة في وحدات العلاقات العامة التي تمتلك مهارات الاتصال الحديث وإدارة الأزمات، مما يؤدي إلى صياغة رسائل جامدة وفعالة لا تلامس هموم المجتمع. بالإضافة إلى ذلك، فإن الفجوة الرقمية بين فئات المجتمع المختلفة قد تمنع وصول الرسائل الإلكترونية لكبار السن أو ذوي الدخل المحدود، مما يخلق شعوراً بالإقصاء، وأخيراً فإن عدم وجود آلية واضحة للاستجابة للملاحظات المقدمة من المجتمع يجعل عملية الاتصال تبدو أحادية الجانب، مما يفسد الغرض من بناء الثقة القائمة على الحوار المتبادل والاحترام.

السؤال الخامس: كيف يمكن للبلديات تطوير استراتيجيات اتصالها لتعزيز ثقة المجتمع على المدى الطويل؟

يمكن للبلديات تطوير استراتيجيات اتصالها لتعزيز ثقة المجتمع على المدى الطويل من خلال تبني نهج اتصالي متكامل يركز على الاستمرارية، والصدق، والتفاعلية، حيث يجب الانتقال من ثقافة الإعلام عن الإنجازات فقط إلى ثقافة الشراكة في الحديث عن التحديات والحلول. يتطلب ذلك استثماراً في البنية التحتية الرقمية لضمان وصول المعلومة لكل فئات المجتمع، بالإضافة إلى تدريب الموظفين على مهارات الاستماع

الفعال والرد السريع على الاستفسارات والشكاوى عبر كافة القنوات. كما يُوصى بإنشاء مجالس استشارية من سكان الأحياء لمناقشة خطط الخدمات قبل تنفيذها، مما يعزز الشعور بالملكية والمشاركة، وأخيراً فإن ربط الاتصال بالأداء الفعلي ضروري، حيث أن الوعود الاتصالية يجب أن تقترن بتنفيذ ميداني ملموس، لأن الثقة لا تُبنى بالكلام فقط بل بالإثبات العملي المستدام للجودة والالتزام بالمواعيد المعلنة.

النتائج والتوصيات

النتائج

- أظهرت النتيجة الأولى للبحث وجود ارتباط إيجابي ذي دلالة إحصائية بين كثافة ونوعية رسائل الاتصال الحكومي ومستوى ثقة المجتمع، حيث سجلت الأحياء التي تتلقى نشرات دورية ومفصلة حول خطط النظافة والصيانة مستويات ثقة أعلى بنسبة تصل إلى 35% مقارنة بالمناطق التي يغيب عنها هذا التواصل. وأكدت البيانات أن الانتظام في التواصل يخلق شعوراً بالأطمئنان لدى السكان بأن البلدية حاضرة وتعمل، حتى لو كانت هناك بعض التقصيرات الميدانية، مما يثبت أن الاتصال يلعب دوراً مخففاً لتداعيات القصور في الخدمات ويعزز الصبر المجتمعي انتظاراً للحلول.

- وكشفت النتيجة الثانية عن تفوق قنوات الاتصال الرقمية والتفاعلية على القنوات التقليدية في بناء الثقة، خاصة بين فئة الشباب وأرباب الأسر، حيث وجد أن الاستجابة السريعة عبر تطبيقات البلديات وحسابات التواصل الاجتماعي تزيد من مصداقية الجهة الخدمية. وأظهرت النتائج أن المواطنين يتقنون أكثر في البلدية التي تتيح لهم تتبع شكاوهم إلكترونياً والحصول على تحديثات فورية حول حالة الطلب، مقارنة بتلك

التي تعتمد على المكالمات الهاتفية أو المراجعات الشخصية التي تتسم بالغموض وطول الإجراءات، مما يشير إلى أن الشفافية الرقمية أصبحت معياراً أساسياً للثقة في الإدارة الحديثة.

• أما النتيجة الثالثة فسلطت الضوء على دور الشفافية في الإفصاح عن الأخطاء والإخفاقات، حيث تبين أن البلديات التي اعتذرت علناً عن تقصير معين ووضعت خطة علاجية واضحة كسبت ثقة أكبر من تلك التي حاولت التستر أو الصمت. وأثبتت الدراسة أن الاعتراف بالخطأ يُفسر من قبل المجتمع كدليل على النزاهة والمسؤولية، مما يعزز رأس المال التقوي للبلدية، بينما يؤدي الغموض إلى تفاقم الشائعات وتآكل السمعة، مما يؤكد أن honesty في الاتصال الحكومي هي استراتيجية ربحية على المدى الطويل وليست مجرد موقف أخلاقي.

• وأوضحت النتيجة الرابعة أن هناك فجوة واضحة في مهارات موظفي الاتصال في بعض البلديات، حيث أن 60% من الرسائل الصادرة كانت ذات صيغة بيروقراطية جامدة لا تشجع على التفاعل أو الفهم السريع من قبل الجمهور العام. وأثر هذا الأسلوب سلباً على مستوى الثقة، حيث شعر السكان بأن البلدية بعيدة عنهم ولا تهتم بلغتهم أو همومهم اليومية، مما يستدعي إعادة تأهيل الكوادر الاتصالية لتبني لغة مبسطة وإنسانية تقرب المسافة بين الإدارة والمواطن، وتحويل الرسائل من مجرد إعلانات رسمية إلى رسائل خدمية ذات قيمة مضافة للمستفيد.

- وفي النتيجة الخامسة، تم التوصل إلى أن الثقة المجتمعية تتأثر بشكل كبير بدرجة الاستجابة للملاحظات المقدمة عبر قنوات الاتصال، حيث أن الاتصال الأحادي دون استجابة فعلية يؤدي إلى خيبة أمل وسقوط الثقة بسرعة. أظهرت البيانات أن الأحياء التي شهدت تحسينات ملموسة بعد تقديم شكاوى عبر قنوات الاتصال المخصصة سجلت أعلى مستويات الولاء للبلدية، مما يؤكد أن الاتصال يجب أن يكون حلقة مغلقة تبدأ بالاستماع وتنتهي بالفعل الميداني، وأن غياب حلقة الاستجابة يجعل عملية الاتصال شكلاً بدون مضمون لا يولد ثقة حقيقية بل يولد إحباطاً أكبر من الصمت.

التوصيات

- توصي الدراسة الأولى بضرورة اعتماد استراتيجية اتصال حكومي متكاملة وموحدة داخل البلديات، بحيث يتم تنسيق كافة الرسائل الصادرة عن الإدارات المختلفة عبر قناة رسمية واحدة لضمان اتساق المعلومة ووضوحها. ويجب أن تشمل هذه الاستراتيجية خطة زمنية للنشر الدوري حول الإنجازات والتحديات، مع تحديد مسؤوليات واضحة لوحدات العلاقات العامة في إدارة المحتوى والرد على الاستفسارات. إن توحيد المصدر الاتصالي يمنع تضارب المعلومات الذي يربك المجتمع ويضعف الثقة، كما يضمن وصول رسالة مؤسسية قوية تعكس رؤية البلدية بوضوح، مما يعزز من الهيبة المؤسسية ويسهل على المواطنين معرفة أين يجدون المعلومة الموثوقة في أي وقت.
- وتوصي الدراسة الثانية بتعزيز البنية التحتية الرقمية للاتصال، والاستثمار في تطوير تطبيقات ذكية تفاعلية تتيح للمواطنين ليس فقط تقديم الشكاوى بل ومتابعة مراحل معالجتها بشكل لحظي. ويجب أن تكون هذه المنصات سهلة الاستخدام ومتاحة للجميع، مع توفير خيارات متعددة للتواصل تناسب كافة الفئات العمرية

والتعليمية. إن توفير الشفافية الرقمية عبر هذه التطبيقات يبني ثقة تقنية ومؤسسية في آن واحد، حيث يشعر المواطن بأن لديه رقابة مباشرة على الأداء، مما يقلل من الشعور بالعجز ويزيد من الشعور بالشراكة الفعالة مع البلدية في إدارة شؤون الحي والخدمات العامة.

- تركز التوصية الثالثة على ضرورة تدريب العاملين في وحدات الاتصال والعلاقات العامة على مهارات الاتصال الحديثة، وإدارة الأزمات، وكتابة التقارير الإعلامية بأسلوب مبسط للجمهور العام. ينبغي أن يتطور دور مسؤول الاتصال من مجرد نقل الأخبار إلى دور شريك استراتيجي يفهم هموم المجتمع، ويستطيع صياغة رسائل مؤثرة تلامس مشاعرهم، وتشرح بوضوح جهود البلدية بلغة مفهومة. كما يُقترح عقد ورش عمل دورية لتبادل الخبرات مع البلديات الأخرى الناجحة في هذا المجال، مما يعزز الكفاءة المهنية لفرق الاتصال، ويضمن إنتاج رسائل عالية الجودة تُسهم في بناء صورة إيجابية للبلدية لدى الجمهور.

- وتوصي الدراسة الرابعة بإنشاء مجالس مجتمعية استشارية في كل حي، تعمل كقناة اتصال مباشرة ومستدامة بين سكان المنطقة وإدارة البلدية لمناقشة الاحتياجات واقتراح الحلول قبل تنفيذ المشاريع. هذا الإشراف المبكر يضمن أن الخدمات المقدمة تتوافق مع توقعات المجتمع، ويقلل من احتمالية الرفض أو الشكاوى لاحقاً، مما يعزز الثقة عبر المشاركة الفعلية في صنع القرار. كما أن وجود ممثلين عن المجتمع داخل هيكل التواصل البلدي يرسخ مبدأ الشراكة الحقيقية، ويجعل السكان يشعرون بأن أصواتهم مسموعة ومقدرة، مما يرفع من مستوى الرضا والثقة في نزاهة وفعالية الإدارة البلدية.

- وأخيراً، توصي الدراسة الخامسة بربط تقارير الأداء الاتصالي بمؤشرات ثقة المجتمع بشكل دوري، حيث يجب قياس أثر الحملات الإعلامية ورسائل التواصل على مستوى الرضا العام عبر استبيانات دورية

وتحليل مشاعر المستخدمين. ويجب أن تكون هذه المؤشرات جزءاً من تقييم أداء المدراء والمسؤولين في البلدية، لضمان الجدية في تطبيق استراتيجيات الاتصال وبناء الثقة. إن ما لا يُقاس لا يُدار، وبالتالي فإن جعل الثقة مؤشراً أداءً رئيسياً يضمن استمرار التركيز على تحسين جودة الاتصال، ويحول دون العودة إلى الأساليب البيروقراطية التقليدية التي أثبتت الدراسات عدم فعاليتها في بناء الثقة المستدامة في العصر الحالي.

المصادر والمراجع

1. الأحمد، خالد بن محمد. (2021). *الاتصال الحكومي وبناء الثقة في المؤسسات العامة*. الرياض: دار الملك عبد العزيز للنشر.
2. التميمي، سعد بن عبد الله. (2020). فاعلية وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز صورة البلديات لدى المجتمع. *مجلة العلوم الإدارية والسياسية*، 16(3)، 88-105.
3. الحسن، يوسف إبراهيم. (2019). *إدارة السمعة المؤسسية في القطاع الحكومي*. جدة: دار العلوم للنشر والتوزيع.
4. الخالدي، عمر فاروق. (2022). قياس ثقة المواطنين في الخدمات البلدية: مؤشرات وأدوات. *مجلة الإدارة العامة*، 14(2)، 45-62.
5. الزيد، فهد بن ناصر. (2018). *استراتيجيات الاتصال في الأزمات وإدارة الرأي العام*. الرياض: مركز الدراسات الاتصالية.

6. السالم، أحمد علي. (2021). دور الشفافية الإعلامية في تعزيز الشرعية المجتمعية للبلديات. *مجلة الدراسات الحضرية*، 9(4)، 112-130.
7. الشريف، ليلي محمد. (2020). *العلاقات العامة الحكومية والتحول الرقمي*. القاهرة: دار الفكر العربي.
8. العتيبي، ماجد بن سعود. (2019). تأثير جودة الخدمات على مستوى الثقة في الإدارة المحلية. *مجلة التنمية الإدارية*، 7(1)، 20-35.
9. القحطاني، عبد الرحمن بن حسن. (2023). *الحكومة الإلكترونية ومشاركة المواطنين في صنع القرار*. الدمام: منشورات جامعة الإمام عبد الرحمن بن فيصل.
10. محمود، سامي عبد الفتاح. (2018). الاتصال المؤسسي كأداة لبناء رأس المال الاجتماعي. *مجلة العلوم الاجتماعية*، 12(2)، 75-90.