

منصات التواصل الاجتماعي في خدمة البلديات

الباحثة

ديالا سليمان حسين الشوابكة

الملخص

هدفت الدراسة الى التعرف على دور المنصات الاجتماعية في خدمة البلديات، حيث ان لمواقع التواصل الاجتماعي دور كبير في التواصل مع افراد المجتمع ممن خلال مواقع التواصل الاجتماعي عرض الخدمات التي تقدمها البلديات واهم الاخبار والمعلومات، واتبعت الدراسة المنهج الوصفي، وأظهرت نتائج الدراسة بأن مواقع التواصل الاجتماعي تقد خدمات مختلفة سواء كانت للبلديات أو لأفراد المجتمع المستفيدين من البلديات حيث ان مواقع التواصل الاجتماعي تقدم معلومات إيجابية عن جودة خدمة أعمال البلديات المقدمة للمجتمع المحلي، وتقدم أيضا معلومات صحيحة عن جودة خدمة أعمال البلديات المقدمة، وتساعد مواقع التواصل الاجتماعي في تقديم شكاوي ومقترحات حول الخدمات التي تقدمها البلديات للمجتمع المحلي، وأوصت الدراسة بإجراء المزيد من الدراسات التي تهدف إلى دراسة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على جودة خدمة أعمال البلديات المقدمة للمجتمع المحلي في البلديات، وضرورة أن تقوم البلديات بين فترة وأخرى بعمل استطلاع رأي للمواطنين عن جودة تقديم الخدمة في هذه البلدية، والتأكيد على قيام البلديات بتقديم حوافز لتلقي الخدمة الملتزمين بدفع مستحقات البلدية عليهم، وذلك من أجل تشجيعهم على الاستمرار بدفع المستحقات، وكذلك تشجيع المتخلفين على الانضمام للملتزمين ودفع مستحقات البلدية للاستفادة من هذه الحوافز. الكلمات المفتاحية: منصات التواصل الاجتماعي، خدمة البلديات.

Abstract

The study aimed to identify the role of social platforms in serving municipalities, as social networking sites have a major role in communicating with members of society through social networking sites, presenting services provided by municipalities and the most important news and information, and the study followed the descriptive approach, and the results of the study showed that social networking sites Various services are provided, whether for municipalities or for community members who benefit from municipalities, as social networking sites provide positive information about the quality of municipal business service provided to the local community, and also provide correct information about the quality of municipal business service provided, and social networking sites help in submitting complaints and suggestions about services The study recommended conducting more studies aimed at studying the impact of social media on the quality of municipal services provided to the local community in municipalities, and the need for municipalities to conduct a public opinion poll from time to time on the quality of service provision in this municipality. Emphasizing that municipalities provide incentives to service recipients who are committed to paying municipal dues To them, in order to encourage them to continue paying dues, as well as encourage defaulters to join the obligors and pay the municipality's dues to benefit from these incentives.

Keywords: social media platforms, municipal services.

المقدمة :

يواجه العالم في الوقت الحالي ثورة تكنولوجية تميزت بتعدد أدواتها وأساليبها ووسائطها وتنوعها، والتي ربما لها أثر كبير على المجتمع بشكل عام وعلى الطلبة بصورة خاصة، حيث أن هذا النوع الحديث من الثورات ظهر نتيجة التقدم التقني الهائل الذي فتح تقنيات جديدة وأحدث تغييرات عميقة، وأصبح العالم في ظلها قرية كونية محدودة الازمنة والامكنة، لتحدث بدورها هيكلية في بنية العمليات الاتصالية لتقودنا نحو نمط إتصالي جديد في عالم الإنترنت مثل الشبكات الإجتماعية أو ما يسمى بمواقع التواصل الإجتماعي مثل الفيسبوك والتويتر واليوتيوب وغيرها، حيث تعد مواقع التواصل الإجتماعي من التقنيات الحديثة التي أصبحت تشهد حركة ديناميكية من التطور والإنتشار.

فقد أسهمت مواقع التواصل الإجتماعي نتيجة الأقبال عليها، وانتشارها على نحو واسع بفاعلية في تبادل المعلومات ونقلها؛ وإيجاد مجتمع إفتراضي خارج السيطرة، وقادر على التواصل كما في المجتمع الحقيقي، لدرجة أصبحت معها جزءاً رئيسياً من ثقافة الفرد والمجتمع (بعزيز، 2012).

وتأتي وسائل التواصل الاجتماعي بأشكال وأنواع متعددة وتعتبر هذه الوسائل بمثابة ثمرة دخول العالم إلى عصر المعلومات إذ أصبح بالإمكان اليوم إرسال واستقبال المعلومات والبيانات في كل زمان ومكان وفي أقل وقت ممكن. كما وساعدت الثورة التقنية على تقريب أجهزة التواصل إلى متناول الفرد العادي في المجتمع، الذي يستطيع الدخول إلى هذه الشبكات والمشاركة فيها (خلوه، 2013).

حيث أنه وفي بداية عام 2022 أطلقت وزارة الإدارة المحلية وبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي في الأردن منصة التواصل المجتمعي مع البلديات المشمولة بمشروع شبكة الإدارات المحلية، وذلك بهدف إشراك المواطنين في عملية صنع القرار، وترسيخ مبادئ الشفافية والمساءلة، إضافة إلى تعزيز الثقة لضمان شمولية العملية التنموية.

حيث أن المنصة تهدف الى تعريف المجتمعات المحلية بمكان الوصول إلى الخدمات الإلكترونية الحكومية الخاصة بالبلديات، واستحداث طرق جديدة أو محسنة لتقديم الخدمات، وتحسين جودة ما يتم تقديمه، وبما يمكن المواطنين من اقتراح مبادرات وحلول مجتمعية وليكونوا فاعلين في عملية صنع القرار المحلي. وعليه فقد جاءت فكرة هذه الدراسة لمعرفة دور منصات التواصل الاجتماعي في خدمة البلديات.

مشكلة الدراسة:

تبرز مشكلة الدراسة في ظل التطورات التكنولوجية الحديثة حيث أحدثت نقلة نوعية وثورة حقيقية في عالم الاتصال ومنها مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أصبحت من المواقع الأكثر استخداماً وانتشاراً، فلم يبق مجال من مجالات الحياة إلا وأثرت فيه، فتغيرت بذلك طريقة عيش المواطن، فخدمات مواقع التواصل الاجتماعي المتعددة جعلت تلقى إقبالاً كبيراً لدى المواطنين، مما جعلهم يقبلون عليها ويستخدمونها إلى حد كبير، وعليه فأن توظيف مواقع التواصل الاجتماعي يساهم في سهولة التواصل مع المواطنين وتبادل المعلومات بصورة غير مسبقة، وفرصة للمؤسسات الخدمية لتحقيق علاقة أكثر متانة بينها وبين متلقي الخدمة في المجتمع المحلي وذلك من خلال التفاعل والمشاركة في وسائل التواصل الاجتماعي. وعليه فأن مشكلة هذه الدراسة تتبلور في معرفة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على جودة خدمة أعمال البلديات المقدمة للمجتمع المحلي، وذلك نظراً لأن مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر من أهم التطورات لتكنولوجيا المعلومات، في ضوء تزايد استخدامها من قبل أفراد المجتمع المحلي والتي أصبحت أداة رئيسية من الأدوات المستخدمة للبحث عن مدى جودة الخدمات التي يتم تقديمها من المؤسسات الخدمية، وذلك نظراً لأن مفهوم جودة الخدمات المقدمة يعتبر من المواضيع الهامة والحساسة والتي تسعى كافة المؤسسات الى تحقيقه من أجل الحصول على رضا متلقي هذه الخدمة من أفراد المجتمع المحلي، وعليه ستقوم هذه الدراسة بالإجابة عن التساؤل الرئيسي التالي:

- ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في خدمة البلديات؟

أهداف الدراسة :

من أهم الأهداف التي تسعى هذه الدراسة الى تحقيقها، التعرف دور مواقع التواصل الاجتماعي في خدمة البلديات.

أهمية الدراسة :

تتبع أهمية الدراسة من أنها تقوم على استقراء وتشخيص دور مواقع التواصل الاجتماعي في خدمة البلديات، وعليه تتمثل أهمية الدراسة في شقين:
أولاً: الأهمية العلمية :

- جاءت أهمية هذه الدراسة من أهمية معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في خدمة البلديات المقدمة للمجتمع، نظراً لندرة الدراسات التي تبحث في دور وسائل التواصل الاجتماعي على جودة خدمة أعمال البلديات المقدمة للمجتمع المحلي على حد علم الباحثة.
- كما وأن تناول تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على جودة خدمة اعمال البلديات المقدمة للمجتمع المحلي سيساهم في تقديم العديد من التوصيات والمقترحات التي تساعد في سهولة اتخاذ القرارات في وزارة البلديات.

ثانياً: الأهمية العملية :

- ان نتائج الدراسة ستوفر لمتخذي القرار الباحثين والمهتمين بالدراسات معلومات مهمة على دور وسائل التواصل الاجتماعي في خدمة البلديات، كما وستقدم مساعدة للمسؤولين والمعنيين وصناع القرارات وقسم الاعلام في البلدية للتعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في خدمة البلديات، وبالتالي تساعدهم في اتخاذ الإجراءات المناسبة في البلدية من اجل تحسين جودة الأعمال التي تقدمها البلديات.
- كما ويؤمل ان يستفاد من نتائج الدراسة في بعض الدراسات والأبحاث اللاحقة والتي من الممكن أن تتناول نفس الموضوع في أبعاد وأماكن مختلفة، وأن نتائج هذه الدراسة سوف تساعد في الخروج بتوصيات تبين دور وسائل التواصل الاجتماعي في خدمة البلديات، وخدمة أعمال البلديات المقدمة للمجتمع المحلي في وزارة البلديات.

الإطار النظري:

تعرف مواقع التواصل الاجتماعي هي عبارة عن مواقع على شبكة الأنترنت توفر لمستخدميها فرصة الحوار وتبادل المعلومات والآراء والأفكار والمشكلات من خلال الملفات الشخصية وألبومات الصور وغرف الدردشة وغير ذلك، ومن الأمثلة على هذه المواقع: يوتيوب الفيسبوك والتويتر وغيرها (الدوسري والعريشي، 2014).

كما تعرف أيضاً بأنها: "حسابات ومساحات على شبكة الإنترنت مكنت الطلبة من إنشاء ملفات تعريف وروابط ليتم من خلالها التعلم وإضافة محتوى إلى ملفاتهم الشخصية واستخدام الأدوات المضمنة في التواصل مع بعضهم البعض وهي متاحة غالباً بشكل مجاني ويتم استخدامها بطريقة التعلم عن بعد" (الجريسي، 5:2014).

في حين يعرفها (خليل، 2014) بأنها "منظومة من الشبكات الاجتماعية الإلكترونية التفاعلية، تسمح لمستخدميها بإنشاء صفحات وتكوين صداقات وتعديل ونقد وطرح مناقشة ما يتم عرضه من معلومات.

ولقد بدأت مواقع التواصل الاجتماعي في الظهور في منتصف التسعينات عام 1995م للربط بين زملاء الدراسة، ومن ثم ظهرت مجموعة من مواقع التواصل الاجتماعي التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام 1999م و 2001م وفي السنوات اللاحقة ظهرت بعض المحاولات الأخرى، لكن الميلاد الفعلي لمواقع التواصل الاجتماعي كان عام 2002م، ولكن سنة 2005م كانت الإنطلاقة القوية لمواقع التواصل الاجتماعي؛ إذ ظهر موقع (ماي سبيس) الأمريكي الشهير، حيث بلغ عدد مشاهدات صفحاته أكثر من جوجل، ويعتبر من أوائل وأكبر المواقع الاجتماعية على مستوى العالم، ومعه منافسه الشهير (فيسبوك) الذي أيضاً بدأ في الانتشار إلى وقتنا الحالي (عمار، 2010).

وتتوافر عدة خصائص ومزايا تجعل من وسائل التواصل الاجتماعي أكثر جاذبية للجمهور إذ ما تمت مقارنتها بوسائل الإعلام التقليدي. ومن أهم ما يميز هذه الخصائص أنها تعتبر وسائل متاحة لكافة أفراد المجتمع المحلي وأن استخدامها لا يتطلب أي خبرة

تقنية، إذ أنه بإمكان أي شخص الدخول لها وإرسال واستقبال ما يناسبه من الرسائل المكتوبة والمسموعة والمصورة. ومن خصائص مواقع التواصل الاجتماعي أنها لا تفرق بين المستخدمين. فكل شخص، بغض النظر عن العمر أو الجنس أو العرق أو المستوى التعليمي . يستطيع أن يبث أفكاره ومشاعره واهتماماته من مكان تواجدته إلى أنحاء العالم بكل يسر وسهولة. وعليه فإن العديد من المؤسسات الحكومية والبلديات تنظر لمواقع التواصل الاجتماعي على أنها وسائل جديدة لا غنى عنها في التواصل مع جمهورها وللتأثير في المجتمع المحلي (حلوة، 2013).

سياسة التعامل مع شبكات التواصل الاجتماعي:

الشفافية

يجب أن تكون عملية التفاعل والمشاركة الالكترونية عملية شفافة تماما ومفتوحة للجميع. حيث أن تحقيق النجاح في مثل هذه الاستراتيجيات يعتمد على مبدأ الشفافية منذ البداية بحيث يتم توضيح الأهداف، واجراءات الاستخدام، وتوضيح من المسؤول عن ماذا وما يترتب عليه، وكيفية التعامل مع ما يتم طلبه والكتابة عنه. أي بمعنى آخر يجب أن يعي المستخدمين أهمية مشاركتهم وما سترتب عليها وينعكس عليهم مما يؤدي الى زيادة ثقة المواطنين بالمؤسسات.

الثقة في الموظفين

تتطلب أدوات التواصل الاجتماعي استجابات سريعة واتصال مباشر مع المؤسسات الحكومية، في طوال ساعات اليوم سواء في وقت العمل الرسمي أو ما بعده. وعليه فإنه من الضروري منح الثقة للموظفين وتفويضهم، وذلك بعد حصولهم على التدريب المناسب، لفهم وإدارة المخاطر حول الإفصاح عن المعلومات، وإذا كانت المعلومات تحتاج مزيد من التحقق والمتابعة، على الموظفين التحلي بسرعة المبادرة والتصرف حيال هذا النوع من المعلومات بطريقة فعالة.

إن البطء في الاستجابة وعدم الرد في الوقت المناسب يؤثر على عملية استخدام أدوات المشاركة الالكترونية ويقلل من فعاليتها.

المشاركة كحق أساسي

يجب أن ينظر إلى المشاركة كحق أساسي لكل مواطن حيث انها تساهم في تحسين السياسات والاستراتيجيات الوطنية والتي تستهدف المواطنين في حياتهم اليومية. ولتحقيق هذا الهدف فإنه من الضروري أن تأخذ جهود المشاركات الإلكترونية للمواطنين ببالغ الأهمية وأن يتم الرد عليها، وتقديم أدلة حول ما تم الاخذ به وتأثير هذه المشاركات على عملية رسم السياسات وتوضيحها بشكل شفاف كما أن الاعتراف بالمشاركات مهم جداً ويجب أن يكون مفتوح وبصفة متواصلة من أجل خلق ثقافة المشاركة والمحافظة عليها.

تقنين ومنع شكاوى الموظفين

يجب على الموظفين في بلدية مسقط التقيد بضرورة عدم ذكر شكاوى العمل او انتقاد الحسابات الخاصة بالبلدية سواء عبر شبكات التواصل الاجتماعي ذاتها أو عبر الصحف والاعلام التقليدي، وان ثبت ذلك فإن الموظف يعرض نفسه المساءلة القانونية وذلك بناءً على لائحة شؤون الموظفين فيما يتعلق بسرية المعلومات داخل المؤسسة.

إجراءات استخدام أدوات التواصل الاجتماعي:

إدارة الحساب

- لا يسمح للموظف بإدارة الحسابات الرسمية للمؤسسة ما لم يصدر بذلك قراراً يفوضه بالقيام بهذه المهام ، على أن يحمل هذا القرار اسم ووظيفة الموظف/الموظفين الذين سيتحملون مسؤولية إدارة هذا الحساب / الحسابات .
- عند اختيار الموظف المسؤول عن إدارة الحساب ، هناك العديد من المتطلبات التي ينبغي وضعها في الاعتبار وأهمها:
- -تأهيل الموظف ومستوى تمكنه من المسائل التي سيتم التواصل بشأنها ومناقشتها مع الجمهور عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- مهارات اللغة أو التواصل التي يمتلكها.

- مستوى الوعي بمواقع التواصل الاجتماعي والإلمام التقني بها.
- مدى استعداد الموظف للبقاء على اتصال مع الجمهور عبر قنوات التواصل الاجتماعي خارج أوقات الدوام الرسمي ، والتعامل مع المواقف التي قد تتطلب الرد أو أي إجراء آخر في أي وقت من اليوم ، وعلى مدار الأسبوع ، (مع تعويضه بما يتناسب عن تأدية العمل في غير الأوقات الرسمية - الأجر الإضافي - أو الإجازات التعويضية).

إدارة الحسابات الرسمية للجهة الحكومية في مواقع التواصل الاجتماعي

- يُصرح للموظف المعني بإدارة الحسابات الرسمية للمؤسسة بالتواصل مع الجمهور عبر قنوات التواصل الاجتماعي ويعتبر ممثلاً للمؤسسة ومتحدثاً باسمها وتمثل كل المعلومات والآراء التي ينشرها الموظف المعني بإدارة الحسابات عبر هذه القنوات وجهة النظر الرسمية للبلدية، وذلك نظراً لإنشاء هذه القنوات بموافقة رسمية من قبل البلدية ممثلة في إدارتها العليا
- يسمح للموظفين التواصل مع كافة الموظفين في بلدية مسقط من أجل توفير المعلومة الصحيحة للجمهور ويجب على كافة الموظفين التعاون معهم وتوفير المعلومات الشافية دون أي تدمير أو تأخر.
- لا يسمح للموظفين استخدام الحسابات الرسمية لأغراض شخصية لا تخدم أهداف المؤسسة وتوجهاتها.

إدارة المحتوى

يتحمل مركز اتصالات مسقط نشر وإدارة محتويات الحسابات في مواقع التواصل الاجتماعي وذلك من خلال قسم مختص بهذا الجانب.

مع مراعاة النقاط التالية:

1. ضرورة أن يتسم التواصل مع الجمهور بالتفاعلية، وأن يكون تواملاً موجهاً وليس عشوائياً أو عاماً كما هو الحال عند التواصل باستخدام وسائل النشر التقليدية وهو ما يتيح للبلدية بث الرسالة الصحيحة إلى الجمهور المعني على وجه سريع ومباشر.

2. الترويج لوجود بيئة تعاونية والذي يعد المفتاح الأساسي لخلق مجتمعات إلكترونية ناجحة، تشارك في حوار هادف وتسهم في وجود ارتباط ببناء بين المؤسسات الحكومية والجمهور.

3. يحق لمدير الحساب إعادة تغريد او تفضيل ما يراه مناسباً من التغريدات بما لا يخالف التوجه العام للمؤسسة كذلك لا يمنع إعادة تغريد التغريدات التي تضم ملاحظة او انتقاد للهيئة (على حسب تقدير مدير الحساب).

الأمن المعلوماتي

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي كباقي المواقع الإلكترونية على الإنترنت بها الكثير من المخاطر أهمها: التصعيد الاحتيالي، الهندسة الاجتماعية، الهجمات على تطبيقات الويب، وبالتالي فإن توفير الحماية اللازمة من تلك المخاطر يصبح أمراً ضرورياً.

من هذا المنطلق يجب اتخاذ الإجراءات والتدابير الأمنية الواردة في سياسة أمن

المعلومات التي تتبعها البلدية والتأكيد على:

1. استخدام كلمات مرور آمنة وقوية للحسابات الرسمية للبلدية
2. منع الدخول إلى الوظائف والتطبيقات غير الضرورية كالألعاب وغيرها من التطبيقات المنتشرة في بعض أدوات التواصل الاجتماعي، وذلك تجنباً للمخاطر ذات الصلة بالحماية كالملفات غير المرغوبة والتصعيد الاحتيالي على الحسابات.
3. توعية الموظفين بشأن الأخطار المتعلقة بأدوات التواصل الاجتماعي، وبخاصة الأخطار المرتبطة بالهندسة الاجتماعية، وأساليب التخفيف من المخاطر.

الخصوصية والسرية

استخدام أدوات التواصل الاجتماعي بكافة أنواعها تزيد من فرص التعرض لعمليات اختراق الخصوصية، التي تتمثل في الاستخدام غير السليم للمعلومات من جانب أشخاص غير مصرح لهم بالدخول إلى تلك المعلومات، لذا يجب على المعنيين بإدارة الحسابات اتخاذ جميع الإجراءات اللازمة لضمان حماية خصوصية البيانات والمعلومات

من أي أخطار محتملة، والحذر عند إرسال المعلومات أو تقديمها إلى مواقع التواصل الاجتماعي.

محظورات النشر:

- أي إشارة أو تعليق يحتوي على استهانة بالمعتقدات الدينية أو الطائفية أو الإساءة إليها.
- التعليقات التي تنطوي على تشهير أو قذف أو تمييز.
- التعليقات والمشاركات التي تدعم أو تحرض على القيام بأنشطة غير قانونية.
- التعليقات والمشاركات التي تخالف أي حقوق قانونية أو حقوق الملكية الفكرية.
- نشر معلومات كاذبة وغير موثوقة.

تعتبر حسابات التواصل الاجتماعي هي المرآة الأخرى لأي مؤسسة وبالتالي فإن الالتزام بسياسة التفاعل التي تم وضعها أعلاه هي ضمان لمنهجية العمل في هذا الجانب، مع الإشارة إلى أن هذه السياسة قابلة للتغيير متى ما استجد جديد في عالم التواصل الاجتماعي وبما يتناسب مع توجهات وسياسية البلدية

خطوات تساعد البلديات على وسائل التواصل الاجتماعي

معظم البلديات لديها حساب أو أكثر في وسائل التواصل الاجتماعي، وجميع البلديات في العالم تواجه ضغوطاً متزايدة في التواصل مع متابعيها عبر هذه الوسائل، والكثير من هذه البلديات تلجأ إلى تعيين أو تكليف موظفين وتوكل إليهم مسؤوليات إدارة حساباتها في وسائل التواصل الاجتماعي.

وحتى تتمكن البلدية من الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي بشكل كامل، يجب عليها أن تساعد في إنشاء مجتمع متواصل online community عبر الإنترنت لتعزيز ثقة المواطنين تجاهها، وهذه المهمة تحتاج إلى أكثر من شخص واحد، بل في واقع ينبغي إشراك جميع البرامج والإدارة في البلدية.

وفيما يلي سبع خطوات يمكنها مساعدة البلديات في التواصل الفعال عبر وسائل

التواصل الاجتماعي:

1. القليل من الإلهام

معظمنا يعرف كيفية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لأنها ببساطة أصبحت ممارسة يومية يقوم بها كل فرد منا، وحيث أن موظفي البلدية يستخدمون بالفعل وسائل التواصل الاجتماعي للتواصل مع أهاليهم، وأصدقائهم، ومشاركة بعض المقاطع المضحكة مع بعضهم البعض، فلماذا لا توظيف هذه المهارات لتحسين تواجد البلدية على الإنترنت؟

2. تخفيف القيود

الامتيازات التي يتمتع بها المسؤولون عن هذه الحسابات تسمح لمستخدمي الوسائط الاجتماعية بإضافة المحتوى والرد على المواطنين الذين يتواصلون مع الحساب، إذ أن تمكين الموظفين من كل قسم ومنحهم امتيازات بإدارة حساب التواصل الاجتماعي الخاص بعملهم يزيل الحواجز ويخفض القيود ويعزز كفاءة الحساب، حيث أن ذلك من شأنه أن يتيح للموظفين الذين يتمتعون بمعرفة أفضل في مجال بعينه للإجابة على الأسئلة. وهذا أيضاً يقلل من حجم التأخير الذي قد يحدث في الاستجابة عندما يكون هناك مدير واحد فقط للحساب- حيث أن التجاوب السريع مع المتابعين والمشاركين يؤدي إلى المزيد من الرضا والثقة فيما تقوم به وتقديمه البلدية.

ومع ذلك، من المهم بالنسبة للمستخدمين أن ينالوا التدريب اللازم في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وأن يجتمعوا بانتظام كمجموعة لتبادل أفضل الممارسات والعمل من أجل وضع استراتيجية أكثر تماسكاً للتعاطي مع وسائل التواصل الاجتماعي.

3. حساب واحد في كل منصة من وسائط التواصل

بالرغم من أنه قد يكون من المغري ترك الإدارات تتنافس عبر صفحاتها وحساباتها في وسائل التواصل الاجتماعي بشكل فردي، إلا أن البلدية قد لا تحقق الفوائد التي يمكن أن تجنيها من وجود حساب أو صفحة واحدة قوية وفعالة للبلدية. ومشاركة المنشورات من خلال حساب عام وواحد للبلدية يساعد في تثقيف مجموعة كبيرة من المواطنين حول مجموعة متنوعة من القضايا، وغالباً ما يشعر الموظفون بالقلق من احتمال ورود الانتقادات إذا كان للبلدية حساب واحد أو صفحة عامة للبلدية.

ففي البداية، قد يشعر الموظفون بالإرهاق من "التصيد" الذي يواجهونه من الجمهور - فالتعليقات والانتقادات اللاذعة قد تؤدي إلى الحد من النقاش. لكن عليهم التحلي بالصبر. ومع القليل من الوقت والجهد، سيبدأ المجتمع في التكيف وهو ما من شأنه أن يساعد على تحسين وضع الصفحة.

4. جدولة المنشورات

معظم المشكلات التي تنشأ من وجود أكثر من مسؤول يقوم بالنشر على وسائل التواصل الاجتماعي يمكن معالجتها من خلال جدولة المنشورات، حيث تتيح الجدولة أيضاً منسق وسائل التواصل الاجتماعي التأكد من أن المشاركات لها مظهر متنسق ومتجانس وأن تكون مكتوبة بأسلوب متوافق.

من السهل إجراء تغييرات على المنشورات المجدولة. ويمكن إجراء هذه التغييرات باستخدام برنامج الجدولة، وبعض الوسائط لديها ميزة جدولة خاصة بها، وهناك العديد من الخيارات القائمة على دفع الرسوم تسمح للمستخدمين بجدولة المنشورات على العديد من منصات الوسائط الاجتماعية.

5. بناء سياسة لوسائل التواصل الاجتماعي

وجود سياسة مبسطة للتعاوي مع وسائل التواصل الاجتماعي مفيد لتحديد الأدوار والمسؤوليات الخاصة بصفحات البلدية في وسائل التواصل الاجتماعي. يجب أن تعمل سياسة وسائل التواصل الاجتماعي على تمكين مسؤولي وسائل التواصل الاجتماعي من خلال توضيح المسؤوليات والإجراءات، فإذا لم يكن الموظفون على علم بمن يلجؤون إليه للحصول على الموافقة، أو المدة التي يحتاجون إليها مسبقاً لجدولة المنشور، فسوف يتعثرون بسبب الأسئلة الإجرائية، وهذا من شأنه أن يحول دون تعزيز وجودك على وسائل التواصل الاجتماعي.

6. درب استراتيجياً

عندما يتعلق الأمر بالتدريب، فإن المقاس الواحد لا يناسب الجميع، ولكل متدرب احتياجاته وظروفه الخاصة، المدراء يناسبهم أكثر من التدريب الاستراتيجي، في حين أن تدريب موظفي الصف الأمامي يجب أن يكون أكثر تقنية.

التدريب الاستراتيجي على وسائل التواصل الاجتماعي يجب أن يركز على من يقومون بمتابعة حسابات وسائل التواصل الاجتماعي، وكيفية الوصول إلى المزيد من المستخدمين، وإجراء الاستبيان والدراسات المسحية يمكن أن يساعد في توضيح أهمية وسائل التواصل الاجتماعي للجمهور المستهدف من البلدية.

التدريب على وسائل التواصل الاجتماعي ضروري أيضاً لرؤساء الأقسام، وبالرغم من أنهم قد لا يشاركون بشكل مباشر، إلا أنه يجب أن يكون لديهم المعرفة الكافية حتى يتمكنوا من الموافقة بكل ثقة إشراك محتوى الوسائط الاجتماعية، من خلال تدريب المستخدمين في المنظمة على نفس المواضيع، سيمكنهم من الاستجابة باستمرار.

7. بناء سياسة "لمتصيدين" Create a "Troll" Policy

المتصيد troll هو مستخدم وسائط التواصل الاجتماعي الذي يعتمد إزعاج المستخدمين الآخرين من أجل إثارتهم للتجاوب معه، ولأنه يستخدم اسم مستعار ولا يكشف عن هويته لمستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، فمن الأرجح أن يتصرف بشكل غير لائق عبر هذه الوسائط أكثر مما لو قام بالتعليق أو المشاركة من خلال اسمه الحقيقي الشخصي، وعلى البلدية أن تكون مستعدة لإزالة التعليقات المسيئة، وكذلك للرد على "المتصيد" أو المستخدم الذي يظهر نمطاً غير مناسب من السلوك.

يجب نشر سياسة "شروط الاستخدام" بوضوح وشفافية لجميع المستخدمين والمسؤولين، مما يساعد على ضمان بقاء المحادثات تجربة إيجابية لجميع المشاركين.

Social Media is Here to Stay الاجتماعية ستبقى

نظراً لأن "الأخبار المزيفة" والمعلومات الغير دقيقة تجد بيئة مناسبة وتميل إلى الانتشار أكثر على وسائل التواصل الاجتماعي، فإنه يتعين على البلديات معالجة الأمر مباشرة عن طريق التواجد المتواصل على وسائل التواصل الاجتماعي، والذي يعد مصدراً موثقاً للمعلومات الحديثة، وبالرغم من أن الجهد المبذول وحجم الاستثمار قد يبدو كبيراً في البداية، إلا أنه يستحق المحاولة من أجل الفوائد المترتبة عليه، والتي تتمثل في تحسين الثقة مع المواطنين وإنشاء قناة فعالة للتواصل معهم.

الدراسات السابقة

هدفت دراسة (Portakalel, 2020) الى معرفة أهمية وسائل مواقع التواصل الاجتماعي في ممارسة العلاقات العامة في الحكومة المحلية التي تعتبر وظيفة إدارية مهمة في الحكومات المحلية، واتبعت الدراسة المنهج الاستقرائي ومن خلال مراجعة الدراسات السابقة والادب النظري، تم التوصل إلى أنه بفضل ممارسات العلاقات العامة، يمكن للحكومات المحلية معرفة مشاكل الجمهور في وقت قصير وإيجاد حلول، وقد استخدمت الحكومات المحلية قنوات اتصال مختلفة لمواصلة أنشطة العلاقات العامة، وبالتوازي مع التطورات التكنولوجية لوحظ أن الحكومات المحلية بدأت تستفيد من أدوات العالم الجديدة في عملية العلاقات العامة، وتوصلت الدراسة إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي قد احتلت في السنوات الأخيرة مكانة مهمة في وسائل العالم الجديدة التي استخدمتها الحكومات المحلية لمواصلة أنشطة العلاقات العامة، وبالنظر إلى أن جزءاً كبيراً من المجتمع يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي، يرى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي هو أداة مهمة في الوصول الى الجمهور في عملية العلاقات العامة، وقد مهد هذا الطريق لإظهار زيادة في الأبحاث التي أجريت حول أهمية وسائل التواصل الاجتماعي في إدارة أنشطة العلاقات العامة في الحكومات المحلية في السنوات الأخيرة، وأخيراً أكدت الدراسة على مكان وأهمية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في أنشطة العلاقات العامة في الحكومات المحلية.

هدفت دراسة (Qutieshat, 2017) إلى البحث في العلاقة بين المشاركة العامة وظهور وسائل التواصل الاجتماعي كأداة للمشاركة، مما يوضح كيف تستخدم المدن الأردنية الفيسبوك، واتبعت الدراسة المنهج الوصفي النوعي الكمي. وتوصلت الدراسة الى عدد من النتائج أهمها أن وسائل التواصل الاجتماعي توفر شكلاً ثنائي الاتجاه للتواصل بين المجتمع والحكومة المحلية، مما يساعد في تعزيز المشاركة الحقيقية، بالإضافة إلى ذلك تسمح وسائل التواصل الاجتماعي بالتواصل الفعال وملاحظة الاجتماعات أو ورش العمل العامة، على عكس ملاحظة الصحيفة أو موقع الويب، تسمح مواقع الويب مثل الفيسبوك للحكومات المحلية باستهداف جمهور معين حسب الموقع أو العمر أو الاهتمامات. كما وأشارت النتائج إلى أنه على الرغم من أن العديد من المدن طورت صفحة فيسبوك لإشراك "جيل

الشباب"، إلا أنها تجذب جميع الأعمار ليصبحوا معجبين بالإضافة إلى ذلك تظهر النتائج أن الإمكانيات الحقيقية لم يتم اكتشاف فيسبوك كأداة تشاركية، وتقوم المدن بتطوير طرقها الخاصة لاستخدامها كأداة حيث لا يوجد دليل رسمي لأفضل الممارسات لإدارات تخطيط المدن، كما وقدمت نتائج هذه الدراسة المعلومات اللازمة لتطوير دليل أفضل الممارسات لممارسي التخطيط للاستفادة منه، ويوفر الدليل معلومات حول تطوير صفحة فيسبوك بالإضافة إلى الآثار المترتبة على التكنولوجيا.

أما دراسة عايد (2016) فقد هدفت إلى الوقوف على طبيعة العلاقة بين أقسام وإدارات العلاقات العامة والاتصال المؤسسي من جانب ووسائل الإعلام من جانب آخر من وجهة نظر الممارسين في الدوائر والهيئات الحكومية في إمارة دبي، وفي هذا السياق تسعى الدراسة إلى التعرف على أهم وسائل الإعلام التي يعتمد عليها ممارس العلاقات العامة في هذه الدوائر والهيئات الحكومية والكيفية التي ينظر بها ممارس العلاقات العامة في هذه الدوائر والهيئات الحكومية لوسائل الإعلام، ولتحقيق أهداف الدراسة فقد تم اتباع المنهج الوصفي التحليلي. وتشير نتائج هذه الدراسة إلى فهم ممارسي العلاقات العامة والاتصال المؤسسي في الدوائر والهيئات الحكومية محل الدراسة إلى أن العلاقة مع وسائل الإعلام يجب أن تحقق المصالح المتبادلة للطرفين، كما يدركون أن وسائل الإعلام كمؤسسات يجب التعامل معها كجمهور قائم بذاته. تشير النتائج إلى أن ممارسي العلاقات العامة والاتصال المؤسسي في الدوائر والهيئات الحكومية في إمارة دبي لديهم الوعي بأهمية بناء علاقات متميزة مع وسائل الاعلام، وأن هذا الإدراك يستجيب لبعض مبادئ نماذج بناء العلاقات مع وسائل الاعلام.

بينما هدفت دراسة هلسة وعبد القادر (2015) إلى التعرف إلى مدى رضا متلقي الخدمة في مراكز خدمات الجمهور في البلديات الفلسطينية عن جودة الخدمات المقدمة لهم، واستخدم المنهج الوصفي وأسلوب المسح الميداني، لملاءمة هذا المنهج لطبيعة الدراسة، وتوصلت الدراسة إلى أن متلقي الخدمة راضون عن معاملة الموظفين لهم حيث تتسم هذه المعاملة بالاحترام والتقدير. وان وسائل الراحة متوافرة في أثناء انتظار متلقي الخدمة في مراكز خدمات الجمهور في البلديات. كما يوجد عدم التزام بتواجد بعض موظفي مراكز خدمات الجمهور في أماكن عملهم أثناء الدوام الرسمي، وتبين وجود معوقات في وسائل

الاتصال والتواصل بين إدارة هذه المراكز موظفيها والموظفين المتخصصين في أقسام البلدية المختلفة.

النتائج:

أظهرت نتائج الدراسة بأن مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مختلفة سواء كانت للبلديات أو لأفراد المجتمع المستفيدين من البلديات حيث ان مواقع التواصل الاجتماعي تقدم معلومات إيجابية عن جودة خدمة أعمال البلديات المقدمة للمجتمع المحلي، وتقدم أيضا معلومات صحيحة عن جودة خدمة أعمال البلديات المقدمة، وتساعد مواقع التواصل الاجتماعي في تقديم شكاوي ومقترحات حول الخدمات التي تقدمها البلديات للمجتمع المحلي، وأيضا تساعد مواقع التواصل الاجتماعي في تسهيل الاتصال مع البلديات من أجل الاستفسار عن الخدمات التي تقدمها البلديات للمجتمع المحلي، وتقدم مواقع التواصل الاجتماعي معلومات عن مهمة البلديات ورأسلتها حول جودة خدمة أعمال البلديات المقدمة للمجتمع المحلي، تقدم وسائل المواقع التواصل الاجتماعي معلومات عن برامج البلديات حول جودة خدمة أعمال البلديات المقدمة للمجتمع المحلي.

التوصيات:

- إجراء المزيد من الدراسات التي تهدف إلى دراسة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على جودة خدمة أعمال البلديات المقدمة للمجتمع المحلي في البلديات.
- ضرورة أن تقوم البلديات بين فترة وأخرى بعمل استطلاع رأي للمواطنين عن جودة تقديم الخدمة في هذه البلدية.
- ضرورة أن تقوم البلديات بتقديم حوافز لمتلقي الخدمة الملتمزين بدفع مستحقات البلدية عليهم، وذلك من أجل تشجيعهم على الاستمرار بدفع المستحقات، وكذلك تشجيع المتخلفين على الانضمام للملتمزين ودفع مستحقات البلدية للاستفادة من هذه الحوافز.
- يجب عدم ترك موظفي خدمات الجمهور أماكن عملهم في أثناء الدوام الرسمي، أو إيجاد بديل لهم حال خروجهم، أو تكليفهم بمهام خارج المركز، وذلك من أجل عدم تعطيل معاملات متلقي الخدمات في البلديات.

المراجع

- بعزيز، ابراهيم (2012). الصحافة الإلكترونية والتطبيقات الإعلامية الحديثة. دار الكتاب الحديث.
- الجريسي، آلاء والرحيلي، تغريد والعمري، عائشة (2014). أثر تطبيقات الهاتف النقال في مواقع التواصل الاجتماعي على تعلم وتعليم القرآن الكريم وطالبات جامعة طيبة واتجاههن نحوها. المجلة الأردنية للعلوم التربوية، 11(1)، 1-15.
- حلوة، خالد. (2013). وسائل الإعلام الاجتماعي. الأمن والحياة: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، مج 33 ع 379، 79 - 74.
- خليل، محمد (2014). الانتماء الوطني لدى مستخدمي بعض شبكات التواصل الاجتماعي من معلمي مدارس التعليم العام في مصر. مجلة علوم الإنسان والمجتمع، 12، 309-364.
- الدوسري، سلمى والعريشي، جبريل (2014). واقع شبكات التواصل الاجتماعي لدى طلاب وطالبات الجامعات بالملكة العربية السعودية. مجلة مكتبة الملك فهد الوطنية. 20(2)، 58-131.
- عمار، صلاح. (2010). انماط ودافع استخدام الشباب المصري للفييس بوك، مجلة الأهرام، 22، مصر.
- عياد، خيرت معوض محمد. (2016). العلاقة بين ممارسي العلاقات العامة ووسائل الإعلام: دراسة على المؤسسات الحكومية في إمارة دبي. مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية: جامعة الشارقة، مج 13 ع 1، 1 - 28.
- هلسه، محمد أحمد، وعبد القادر، حسين. (2015). قياس رضا متلقي الخدمة في مراكز خدمات الجمهور في البلديات الفلسطينية. مجلة جامعة القدس المفتوحة للبحوث الإنسانية والاجتماعية: جامعة القدس المفتوحة، ع 35، 223 - 256.
- Portakalci, M. (2020). Importance of Social Media in the Practices of Public Relations in Local Governments. Journal of Critical Reviews, 7(3), 647-650.
- Qutieshat, Rania, J. (2017). Evaluate Using Social Media at Al Salt Greater Municipality in Expanding Public Participation in Urban Plans.