

عنوان البحث

دور مديرية الإعلام في تعزيز رضا المواطنين عن أداء البلدية: دراسة حالة بلدية جرش الكبرى

حمزة حسين محمد عتوم¹

¹ موظف مديرية الإعلام، بلدية جرش الكبرى، وزارة الإدارة المحلية، الأردن.

بريد الكتروني: Hamza.Atuom@gmail.com

NSJ, 2023, 4(2); <https://doi.org/10.53796/hnsj4290>

تاريخ القبول: 2023/01/21م

تاريخ النشر: 2023/02/01م

المستخلص

هدفت الدراسة الحالية التعرف على دور مديرية الإعلام في بلدية جرش الكبرى في تعزيز رضا المواطنين عن أداء البلدية. وكذلك تقديم مجموعة من التوصيات التي من شأنها تطوير الخدمات التي تقدمها بلدية جرش الكبرى من خلال دور مديرية الإعلام فيها، ومن أجل تحقيق أهداف الدراسة تم تطوير استبانة من (11) فقرة تم توزيعها على (200) مراجع لبلدية جرش تم اختيارهم بالطريقة العشوائية البسيطة، وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي الأكثر ملائمة لمثل تلك الدراسات، حيث توصلت الدراسة إلى: إن دور مديرية الإعلام في بلدية جرش الكبرى في تعزيز رضا المواطنين عن أداء البلدية جاءت بدرجة مرتفعة، وأوصى الباحث يجب على بلدية جرش الكبرى تطوير والاهتمام بمديرية الإعلام فيها لما لها تأثير إيجابي على تحسين صورة البلدية، و يجب أن تتمتع مديرية الإعلام باستقلالية كاملة وأن تتبع لرئيس البلدية، وكذلك يجب توفير كافة المستلزمات الفنية والكوادر البشرية اللازمة لتحسين أداء مديرية الإعلام.

الكلمات المفتاحية: مديرية الإعلام، بلدية جرش الكبرى، رضا متلقي الخدمة.

RESEARCH TITLE**THE ROLE OF THE INFORMATION DIRECTORATE IN ENHANCING CITIZENS' SATISFACTION WITH THE MUNICIPALITY'S PERFORMANCE: A CASE STUDY OF THE GREATER JERASH MUNICIPALITY****HAMZA HUSSEIN MOHAMMAD ETOOM¹**

¹ Employee, Media Directorate, Greater Jerash Municipality, Ministry of Local Administration, Jordan.

Email: Hamza.Atuom@gmail.com

HNSJ, 2023, 4(2); <https://doi.org/10.53796/hnsj4290>

Published at 01/02/2023

Accepted at 21/01/2023

Abstract

The current study aimed to identify the role of the Media Directorate in the Greater Jarash Municipality in enhancing citizens' satisfaction with the municipality's performance. As well as providing a set of recommendations that would develop the services provided by the Greater Jarash Municipality through the role of the Information Directorate in it, and in order to achieve the objectives of the study, a questionnaire of (11) paragraphs was developed and distributed to (200) references to the Municipality of Jarash who were chosen in a simple random way. The most appropriate analytical descriptive approach was used for such studies, as the study concluded: The role of the Media Directorate in the Greater Jarash Municipality in enhancing citizens' satisfaction with the municipality's performance came to a high degree, and the researcher recommended that the Jarash Municipality should The Greater Council is developing and caring for the Media Directorate in it because of its positive impact on improving the image of the municipality. The Information Directorate must enjoy complete independence and report to the mayor. All the technical requirements and human cadres necessary to improve the performance of the Media Directorate must be provided.

Key Words: Directorate of Information, Municipality of Greater Jarash, satisfaction of service recipients.

المقدمة:

يمتاز العمل البلدي بأهمية كبرى لارتباطه الوثيق باحتياجات المواطن والمقيم؛ ما يعني ضرورة حاجته الدائمة للتطوير والارتقاء به وتعزيز دوره في تحقيق التنمية الشاملة وتلبية تطلعات المستفيدين من خدماته، ومواكبة ما يشهده الوطن من تطور ونماء، وما يحظى به القطاع البلدي تحديداً من دعم ومساندة، وعليه فإن البلديات⁽¹⁾ في المملكة الأردنية الهاشمية هي واجهة الحكومة في تعاملها مع الجمهور ويجب أن تتمتع بسمعة جيدة أمام متلقي الخدمة، التي تنعكس ايجاباً أو سلباً على البلدية وعلى الحكومة، حيث تعاني بعض البلديات من عدم وجود مديرية إعلام أو إن مديرية الإعلام فيها تعاني من بعض المشاكل تتمثل في صغر حجمها وقلّة عدد موظفيها، وعدم وجود موظفين متخصصين في مجال الإعلام، إضافة إلى عدم منح دوائر العلاقات العامة الصلاحيات الادارية التي تمكنها من القيام بكافة أعمالها، وعدم وضع مديرية الإعلام في الموقع الصحيح في الهيكل التنظيمي للبلدية⁽²⁾.

أسئلة الدراسة

تحاول الدراسة الإجابة عن التساؤلات التالية:

- ما دور مديرية الإعلام في بلدية جرش الكبرى في تعزيز رضا المواطنين عن أداء البلدية؟

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة الحالية إلى ما يلي:

- التعرف على دور مديرية الإعلام في بلدية جرش الكبرى في تعزيز رضا المواطنين عن أداء البلدية.

محددات الدراسة

تحدد الدراسة بما يلي:

- الحدود البشرية: تم اختيار عينة من المراجعين لبلدية جرش الكبرى

- الحدود المكانية: تم تطبيق الدراسة على بلدية جرش الكبرى في المملكة الأردنية الهاشمية.

- الحدود الزمانية: تم تطبيق البحث في بداية سنة (2023).

- الحدود الموضوعية: دور مديرية الإعلام في تعزيز رضا المواطنين عن أداء البلدية: دراسة حالة بلدية جرش الكبرى.

أهمية الدراسة

تستمد الدراسة الحالية أهميتها من خلال:

- 1- ترجع أهمية الدراسة من خلال أهمية الموضوع الذي يتناوله، كونه يتناول التعرف على رضا متلقي الخدمة عن الخدمات التي تقدمها البلديات، وكذلك من خلال أهمية مديرية الإعلام التي تعد في الوقت الحاضر ركيزة أساسية لجميع المؤسسات.
- 2- وكذلك من خلال توفير قاعدة بيانات دقيقة عن رضا المواطن عن جميع خدمات البلدية من أجل أن تتمكن من فهم الوضع الحالي واحتياجات المستقبل الملحة.
- 3- وكذلك من خلال إعطاء تصور عن دور مديرية الإعلام في التأثير الإيجابي عن متلقي الخدمة.
- 4- يعتبر إضافة علمية للمكتبة المحلية والعربية عن جودة خدمات التي تقدمها البلديات ورضا المواطن عنها، وعن الدور الإعلامي للبلديات.
- 5- تعتبر نواة لإجراء المزيد من الدراسات على بلديات أخرى في الأردن.
- 6- تقدم رؤيا ومرجعية لبلدية جرش الكبرى عن مدى رضا المواطن عن خدماتها، وكذلك عن فاعلية مديرية الإعلام لديها.

مصطلحات الدراسة

رضا الخدمات: بأنه الشعور بالسعادة والارتياح لأداء معاملتهم، ويتحقق ذلك بالتوافق بين ما يتوقعه العميل، ومقدار ما يحصل عليه المراجع من خدمة(3).

وعرفها الباحث إجرائياً: هي مقدار وجودة الخدمات التي تقدمها بلدية جرش الكبرى للمراجعين وكذلك مقدار ما تقوم به مديرية الإعلام في بلدية جرش الكبرى من تحسين رضا المراجعين عن البلدية.

بلدية جرش الكبرى: هي أحد البلديات الفئة الأولى في المملكة الأردنية الهاشمية حيث تقدم مجموعة من الخدمات للمناطق التابعة لها، وتتكون من عدت مديريات وأقسام.

وعرف الباحث بلدية جرش الكبرى إجرائياً: هي البلدية التي سوف نقيس مدى رضا متلقي الخدمة عن الخدمات التي تقدمها.

مديرية الاعلام: هي احد المديريات التي تتبع للبلديات وتقوم بتغطية نشاطات وخدمات البلدية(4).

وتم تعريفها إجرائياً: هي التي نسعى من خلال هذه الدراسة للتعرف على دورها في تعزيز رضا متلقي الخدمة عن بلدية جرش الكبرى.

الدراسات السابقة

سيتم عرض الدراسات السابقة من الأحدث إلى الأقدم

قام المعاينة (2023) بدراسة هدفت الدراسة للتعرف إلى دور إدارة العلاقات العامة في تعزيز عناصر التواصل بين البلدية والمجتمع المحلي ، وتناولت الدراسة أهمية إدارة العلاقات العامة في تنظيم العمل بين إدارة البلدية والمجتمع المحلي ، وبينت الدراسة أهداف ووظائف إدارة العلاقات العامة باعتبارها الإدارة المسؤولة عن تنظيم

إدارة العلاقات الرسمية بين البلدية والأطراف المتعاونة سواء كان مؤسسات دولة أو المجتمع المحلي ، باعتبار إدارة العلاقات العامة مرآة تعكس الصورة لخدمات البلدية وسمعتها أمام جميع الأطراف المتعاونة معها واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي كطريقة لدراسة الظواهر أو المشكلات العلمية من خلال القيام بالوصف بطريقة علمية، لتحليل الظواهر الاجتماعية والإدارية ومن ثم الوصول إلى تفسيرات منطقية لها دلائل وبراهين تمنح الباحث القدرة على تحليل دور ادارة العلاقات العامة في تعزيز عناصر التواصل بين البلدية والمجتمع المحلي وتوصلت الدراسة الى مجموعة من التوصيات والنتائج ، حيث أكدت الدراسة على ان لإدارة العلاقات العامة دور في تنظيم العمل بين البلدية والجهات الأخرى وإعطاء الصورة المشرفة لتنظيم العمل في البلديات، وأوصت الدراسة بان على البلديات تكثيف الدورات لموظفي العلاقات العامة ليكونوا أكثر فعالية وتنظيم في إدارة شؤون أعمالهم وتنمية رضا متلقي الخدمة.

وفي دراسة قام سرحان، إعلان(2021) هدفت الدراسة إلى كشف مدى فعالية دوائر العلاقات العامة في تعزيز سمعة الهيئات المحلية، وقد اتخذ الباحثان بلدية طولكرم نموذجاً (دراسة حالة)، وتكمن مشكلة الدراسة ان بعض الهيئات المحلية التي لا يوجد لديها دوائر علاقات عامة، وفي حال وجود دوائر علاقات عامة لدى البلديات الكبيرة فانها تعاني من ضعف داخلي فيها بسبب عدم وجود موظفين متخصصين بمجال العلاقات العامة وعدم منحها صلاحيات إدارية، ولخص الباحثان مشكلة الدراسة بالسؤال الرئيس التالي ما مدى فعالية دوائر العلاقات العامة في تعزيز سمعة الهيئات المحلية؟ استخدم الباحثان المنهج الوصفي التحليلي والاستبانة كأداة للدراسة، واعتمد الباحثان العينة القصدية غير الاحتمالية والتي تمثلت ب 32 موظفا في البلدية في الفترة الممتدة بين 1-2021-15-4-2021 وكان من نتائج الدراسة ان هناك دور كبير لدوائر العلاقات العامة في تعزيز سمعة الهيئات المحلية وإظهارها بأفضل صورة ممكنة أمام الجمهور ،أوصى الباحثان انه يجب أن تقوم وزارة الحكم المحلي الفلسطينية بوضع القوانين التي تفرض على جميع الهيئات المحلية الفلسطينية بشقيها (البلديات والمجالس القروية) ان تقوم باستحداث دوائر علاقات عامة.

وفي دراسة (Hilde Bjørnå, 2016): هدفت هذه الدراسة إلى تبيان الدور الذي يلعبه مدراء المجالس البلدية في تعزيز سياسات السمعة في البلديات، وقد تم تقديم هذه السياسات المتخصصة بالسمعة من منظور القطاع العام، وقد بينت الدراسة أيضاً الكيفية التي يمكن أن يكون فيها القائد السياسي والقائد الإداري أيضاً للعمل على وضع سياسات السمعة في البلديات، و إلى أي حد يمكن لمصالحهم المختلفة والاتلافات التي يتبعون لها أن تؤثر على أنماط التفكير والسلوك في البلديات.

التعليق على الدراسات السابقة:

تتشابه الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية في بعض الجوانب منها:

- دور العلاقات العامة والإعلام عن رضا متلقي الخدمة عن الخدمات التي تقدمها البلديات.
- تم استخدام المنهج الوصفي المسحي والمنهج الوصفي التحليلي في معظم الدراسات، وهذا ما استخدمه الباحث في هذه الدراسة حيث تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي

- جاءت الدراسة الحالية مختلفة عن ما تم عرضه من دراسات سابقة في جوانب مختلفة منها؛ اختلفت في البيئة التي طبقت عليها الدراسة كون لا يوجد دراسات بنفس الموضوع طبقت على محافظة جرش، وكذلك الاختلاف في هدف الدراسة.

- واستفادت الدراسة الحالية من عرض الدراسات السابقة في عدة جوانب من أهمها:

1. تحديد مشكلة الدراسة.
2. وأسئلة الدراسة وأهميتها.
3. واختيار المنهج العلمي الملائم.
4. وكذلك تكوين خلفية فكرية عن الموضوع.
5. والاستفادة من كتابة الأدب النظري.
6. والعمل على الاستفادة من المراجع والإنتاج العلمي.
7. الاستفادة من النتائج والتوصيات التي توصلت إليها معظم الدراسات والتي تدعم أو تختلف مع نتائج الدراسة الحالية.

وتميزت هذه الدراسة من خلال:

- شريحة الدراسة وهم متلقي الخدمة في بلدية جرش الكبرى.
- وتعتبر على حد علم الباحث أول دراسة تطبق على بلدية محافظة جرش وبلديات الأردن عن الدور الإعلامي للبلديات..

الأدب النظري

تلعب مديرية الإعلام في بلدية جرش الكبرى دوراً مهماً في خلق والحفاظ على علاقة إيجابية بين البلدية ومجتمعها المحلي. من خلال العلاقات العامة الفعالة ، ويمكن للبلدية إيصال أهدافها وخططها إلى الجمهور من خلال مديرية الإعلام، وكذلك الاستماع إلى اهتمامات المجتمع المحلي وردود الفعل وهي إحدى الطرق التي يمكن أن يكون للعلاقات العامة بها تأثير تشاركي على المجتمع المحلي من خلال مبادرات المشاركة المجتمعية. ويمكن للبلديات استخدام أعلام البلدية للترويج للاجتماعات العامة والمنتديات وورش العمل و حيث يُمكن أفراد المجتمع المشاركة في المناقشات والمداخلات، وتقديم الملاحظات حول الخطط والسياسات المقترحة ، وكذلك متابعة شكاوي الناس، ويمكن للبلدية أن تكتسب فهماً أفضل لاحتياجات ووجهات نظر سكانها ، مما يؤدي إلى اتخاذ قرارات أكثر استنارة وسياسات وعلاقات أفضل مع المجتمع المحلي(6).

كذلك هناك طريقة أخرى يمكن لأعلام البلدية أن تساهم بها في إحداث تأثير تشاركي ومن أهمها استخدام وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة للتواصل مع المجتمع، ومن خلال هذه القنوات يمكن للبلدية تقديم خدماتها بشكل منظم والمشاركة المجتمعية وحل المشكلات ، مما يعزز الشعور بالشفافية والتواصل المفتوح. كذلك تلعب الأعلام في البلديات دوراً حاسماً في خلق تأثير تشاركي بين البلديات ومجتمعاتها المحلية. من خلال تعزيز المشاركة المجتمعية والتواصل المفتوح ،ويمكن للبلديات بناء الثقة والتفاهم مع المجتمع ، مما يؤدي إلى سياسات أفضل

وتحسين العلاقات مع الأطراف الأخرى(7).

الصفات المطلوبة من موظفي مديرية الإعلام في البلديات فتقسم إلى:

أولاً: صفات وظيفية: تتحدد بما يلي (8) و(9) و(10):

1. المهارة الإعلامية: من خلال الإلمام في المبادئ والممارسات والتطورات الحالية في العلاقات العامة والإعلام لتغطية نشاطات البلدية وخدماتها، وانجازاتها.

2. المهارات الإضافية: يجب أن يكون جزء من موظفين مديرية الإعلام لديهم إلمام باللغة الإنجليزية، وكذلك استخدام الحاسوب، ولديهم بلاغة في اللغة العربية.

3. المهارة الفنية: يكون على علم بأساليب وتقنيات نشر المعلومات للجمهور مثل وسائل الإعلام المطبوعة والإلكترونية والاجتماعية لتغطية أعمال البلدية.

4. المهارة على إتقان تقنيات كتابة التقارير الإعلامية بما في ذلك تجميع البيانات والبحث وإعداد المسودات النهائية .

5. أن يكون موظف مديرية الإعلام على دراية ومعرفة في قانون الإدارة المحلية الذي يحكم عمل البلديات.

6. القدرة على تقييم المواد الإعلامية المختلفة بشكل نقدي من وجهة نظر اهتمام القارئ وتنظيم المواد والسياق والأسلوب الذي يتعلق بالمادة الإعلامية.

7. القدرة على تخطيط وتنظيم وتوجيه البرامج الإعلامية والترويجية المصممة لتحسين العلاقات مع المجتمع وتشجيع مشاركة المجتمع في أنشطة البلدية كجزء من التشاركية بين البلدية والمجتمعات المحلية

8. القدرة على إعداد نشرات إخبارية ومقالات ومدونات وخطب ونشرات ونصوص وتقارير ومواد إعلامية أخرى وغنية بالمعلومات عن كل شيء يتعلق بالبلدية.

9. القدرة على ترتيب المؤتمرات الصحفية والمقابلات الإذاعية والتلفزيونية والتواجد على وسائل التواصل الاجتماعي لمسؤولي الإدارات وإدارة البلدية.

ثانياً: الصفات الشخصية : من أجل الحصول على إعلام بلدية فاعل وناجحة يجب على كوادر مديرية الإعلام أن يتمتع بقدرات عالية في إدارة العلاقات العامة والتي من أبرزها ما يلي:

1. التعامل الإنساني مع مقدمي الشكاوي.

2. القدرة على إنشاء علاقات عمل فعالة مع مسؤولي الإعلام في المؤسسات الأخرى ،وممثلي وسائل الإعلام الإذاعية والتلفزيونية والصحافة ضمن حدود البلدية.

3. سرعة الاستجابة.

4. المرونة في التعامل.

5. الصدق (11).

دور وسائل التواصل في التأثير على متلقي الخدمة:

من المهم أن يتم استغلال قوة وسائل التواصل مع تقليل مخاطرها في نفس الوقت. ويمكن أن يتم تحقيق ذلك من خلال وضع وتنفيذ سياسة لوسائل التواصل الاجتماعي تتناسب مع الثلاثة قواعد:

1. إيصال توقعات ومعايير واضحة ومنطقية ومفهومة للعاملين والمتطوعين للسلوك الإلكتروني لمتلقي الخدمة من البلدية.

2. تسهيل مراقبة أي اتصال إلكتروني قد يكون له أي خطر أو أثر سلبي متوقع على البلدية.

3. تطبيق الرسالة الإعلامية بشكل مستمر

الطريقة والإجراءات:

منهج الدراسة:

استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وهو المنهج الذي يهدف إلى وصف الظاهرة، وذلك من خلال مراجعة الأدب النظري والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع البحث، وكذلك تطبيق أداة الدراسة على عينة من مجتمع الدراسة، من أجل جمع البيانات ومن ثم تحليلها للوصول إلى النتائج التي تسهم في تقديم مجموعة من التوصيات، ووضع الخطط المستقبلية التي تسهم في حل مشكلة الدراسة.

مجتمع الدراسة:

تكون مجتمع الدراسة من متلقي الخدمة والمراجعين لبلدية جرش الكبرى والمقيمين فيها.

عينة المجتمع:

أجريت الدراسة على عينة من مراجعين بلدية جرش الكبرى، وتم اختيار عينة الدراسة بالطريقة العشوائية البسيطة، حيث تم اختيار من العدد الكلي لمجتمع الدراسة من مراجعين بلدية جرش بين (3-5/1/2023)، وبلغ حجم عينة الدراسة (211) مراجع ومراجعة، استجاب منهم (200) من عينة الدراسة.

توزيع العينة حسب الجنس:

تبين الجداول (1) المعلومات الديمغرافية عن العينة النهائية، التي توزعت حسب الجنس على النحو التالي:

جدول (1)

توزيع العينة حسب الجنس

الجنس	العدد	النسبة المئوية
ذكر	160	80%
أنثى	40	20%
المجموع	200	100%

بالنظر إلى الجدول رقم (1) يتضح ما يلي: أن نسبة الذكور الذين استجابوا للاستبانة بلغت (80%) من حجم العينة مما يعني أن الغالبية العظمى من العملاء المتعاملين مع البلدية هم من الذكور، والباقي بنسبة (10%) من الإناث، ويعود إن المجتمع يعتمد على الذكور أكثر في إجراء المعاملات الحكومية.

أداة الدراسة:

تكونت أداة الدراسة من جزئين، الجزء الأول المعلومات الشخصية لعينة الدراسة، والجزء الثاني لتحقيق أهداف الدراسة فقد تم تطوير أداة الدراسة، بعد الاطلاع على الأدب النظري والدراسات السابقة، حيث تكونت الاستبانة من (12) فقرة لقياس دور مديرية الإعلام في بلدية جرش الكبرى على زيادة رضا متلقي الخدمة عن الخدمات التي تقدمها بلدية جرش الكبرى.

طرق تصحيح أداة الدراسة:

وتم استخدام مقياس ليكرت الخماسي في تحديد استجابات الطلبة على فقرات أداة الدراسة، والذي تتدرج عليه الإجابة من الدرجة خمس أمام الإجابة (بدرجة كبيرة جداً)، والدرجة واحد أمام الإجابة بدرجة قليلة جداً. حيث تم تقسيم استجابة عينة الدراسة على علامة القطع إلى ثلاث درجات: درجة كبيرة من (3.68-5)، وبدرجة متوسطة (2.34-3.67)، وبدرجة قليلة (1-2.33).

صدق أداة الدراسة:

الصدق الظاهري (صدق المحكمين):

تم عرض أداة الدراسة في صورتها الأولية على مجموعة من المحكمين بلغ عددهم (8) محكم من أعضاء والمختصين في العلاقات العامة والإعلام من أجل الاطلاع على فقرات أداة الدراسة، وذلك بسبب إبداء آرائهم من حيث: مدى مناسبة الفقرة للمجال التي وضعت فيه، ودقة السلامة اللغوية، ودرجة ملائمتها للمجال الذي وضعت فيه، وحذف غير المناسب والمكرر من الفقرات، واقتراح فقرات أخرى، وأي ملاحظات أخرى، وتم اعتماد اتفاق

رأي (7) محكمين، حيث تم الاتفاق على حذف فقرة ، وتعديل على 4 فقرات وتكونت الاستبانة في صورتها النهائية من (11) فقرة.

ثبات أداة الدراسة:

تم تطبيق أداة الدراسة على عينة استطلاعية من (40) من المراجعين لبلدية جرش الكبرى ، لحساب ثبات الأداة، وتم حساب معامل الاتساق الداخلي لها من خلال استخدام معادلة كرونباخ ألفا لفقرات أداة الدراسة، حيث بلغت (0.84) وهي نسبة ممتازة لإجراء مثل هذه الدراسات.

عرض نتائج الدراسة ومناقشتها:

فيما يلي عرض للنتائج التي توصلت إليها الدراسة:

نتائج سؤال الدراسة والذي نص على " ما دور مديرية الإعلام في بلدية جرش الكبرى في تعزيز رضا المواطنين عن أداء البلدية؟"

من أجل الإجابة عن سؤال الدراسة تم استخدام اختبار (ت) للعينة والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية التقديرية لاستجابات عينة الدراسة على جميع فقرات الاستبانة عن دور مديرية الإعلام في بلدية جرش الكبرى في تعزيز رضا المواطنين عن أداء البلدية ، كما في الجداول رقم (2) يبين ذلك:

جدول (1) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدور مديرية الإعلام في بلدية جرش الكبرى في تعزيز رضا المواطنين عن أداء البلدية مرتبة تنازلياً حسب المتوسطات الحسابية

الترتيب	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية التقديرية	قيمة (ت)
1	يُساعد وجود صفحات التواصل الاجتماعي في تسهيل التواصل بين بلدية جرش الكبرى ومتلقي الخدمة.	4.6	0.77	92	18.68
2	يوجد لدى بلدية جرش الكبرى صفحات رسمية على مواقع التواصل الاجتماعي وموقع خاص بها تُساعد على توفير معلومات حول البلدية.	4.50	0.78	90.00	14.94
3	تهتم مديرية الإعلام بشكاوي المواطنين وتتابعها.	4.4	0.83	88.7	15.15
3	تعمل بلدية جرش على نشر جميع مشاريعها وإنجازاتها على مواقع التواصل الاجتماعي.	4.4	0.88	88.7	14.4
4	يتم تطبيق الأفكار الإبداعية من قبل موظفي مديرية الإعلام في البلدية في المحتوى الذي يتم نشره على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي.	4.6	0.85	84.4	8.2

14.0	84.3	0.89	4.45	5	تهتم البلدية بأراء المواطنين وتعليقاتهم على مواقع التواصل الاجتماعي حول القضايا العامة.
16.1	83.7	0.86	4.32	6	يوجد لقاءات لممثلين عن البلدية على وسائل الإعلام المحلية في مدينة جرش بشكل مستمر لتوضيح ما يتم القيام به من مشاريع، وما يتم وضعه من حلول للمشاكل العامة.
16.73	82.00	0.83	4.11	7	تقوم البلدية بنشر تقاريرها المالية السنوية وتقارير المشاريع المنجزة في الصحف و وسائل الإعلام.
14.40	81.2	0.86	4.26	8	تعتبر مديرية الإعلام ناشطة بشكل فعال على مواقع التواصل الاجتماعي.
18.06	71.8	0.73	3.20	9	يُساعد وجود تطبيق هاتفي خاص بمديرية الإعلام في البلدية في سرعة وسهولة تقديم بعض الخدمات العامة.
18.06	91.00	0.81	4.15	10	تُساعد وسائل الإعلام المحلية في نقل الحقائق بشفاافية حول مشاريع بلدية جرش الكبرى.
24.08	86.4	0.69	4.27		الدرجة الكلية

النتائج:

نلاحظ من الجدول السابق ما يلي:

- إن مدى رضا متلقي الخدمة بشكل عام للخدمات التي تقدمها بلدية جرش الكبرى جاءت بدرجة كبيرة بلغت (4.27) وهي بدرجة مرضية نوعاً ما.

- أما فيما يتعلق بالفقرات فجاءت ترتيبها كما يلي:

- جاءت الفقرة التي تنص " يُساعد وجود صفحات التواصل الاجتماعي في تسهيل التواصل بين بلدية جرش الكبرى ومتلقي الخدمة." في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي (4.6).
- فيما جاءت الفقرة رقم (9) والتي تنص " يُساعد وجود تطبيق هاتفي خاص بمديرية الإعلام في البلدية في سرعة وسهولة تقديم بعض الخدمات العامة" بالمرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي (3.2) وهي بدرجة متوسطة.

التوصيات

بناء على نتائج الدراسة يوصي الباحث بما يلي:

- يجب على بلدية جرش الكبرى تطوير والاهتمام بمديرية الإعلام فيها لما لها تأثير إيجابي على تحسين صورة البلدية.

- يجب أن تتمتع مديرية الإعلام باستقلالية كاملة وأن تتبع لرئيس البلدية.
- يجب توفير كافة المستلزمات الفنية اللازمة لتحسين أداء مديرية الإعلام.
- من المؤمل أن يستفيد من نتائج هذه الدراسة بلدية جرش الكبرى بشكل خاص والبلديات بشكل عام.
- يتوجب على بلدية جرش الكبرى متابعة المقترحات والشكاوي الصادرة من متلقي الخدمة بشكل أكبر.
- الاستفادة من تجارب دول العالم المتقدم في مجال رضا متلقي الخدمة.
- يتوجب على بلدية جرش الكبرى زيادة كوادر مديرية الإعلام وإخضاع كوادرها لدورات تدريبية متخصصة.
- يتوجب على الباحثين إجراء المزيد عن دور الإعلام في البلديات، وأن تكون هذه الدراسة نواه لدراسات أخرى.

المراجع

1. عيشاوي، حمد. (2015). قياس أبعاد جودة الخدمات من وجهة نظر العملاء، مجلة الباحث 14(3)، ص ص 438-415.
2. عيسى، ليلي. (2015). واقع جودة الخدمات في المنظمات ودورها في تحقيق الأداء المتميز، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أحمد بوقرة: الجزائر.
3. قديمي، منال عبد المعطي (2008) دور المشاركة المجتمعية في تنمية وتطوير المجتمع المحلي: حالة دراسية للجان الأحياء السكنية في مدينة نابلس، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة النجاح الوطنية، نابلس.
4. جرادات، عبدالناصر، ولبنان شامي (2009) أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق. الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
5. دراغمه، رافع (2005) دور العلاقات العامة في المؤسسات. ورقة عمل غير منشورة مقدمة في مؤتمر: العلاقات العامة في الوطن العربي في ظل العولمة: الواقع الحالي وآفاق المستقبل، جامعة الشارقة. الإمارات العربية
6. رشوان، حسين احمد (2004). العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع. ط4، الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، مصر
7. الزاغة، سمر (2010). دور دوائر العلاقات العامة في استخدام وسائل الإعلام في التواصل مع الجماهير الداخلية: جامعة النجاح الوطنية مثالا. تقرير غير منشور، قسم العلاقات العامة، جامعة لاهاي.
8. هولندا زهري، محمد محفوظ (2004) العلاقات العامة: المشكلات والحلول. القاهرة: دار نهضة، الشرق للطباعة والنشر والتوزيع، مصر
9. صالح، سليمان (2005). وسائل الإعلام وصناعة الصورة الذهنية. الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت

10. صالح، عبدالمحي محمود، جلال الدين عبدالخالق، السيد رمضان (2000) العلاقات العامة والإعلام في الخدمة الاجتماعية. دار المعرفة الجامعي، مصر

11. العتيبي، راقى عفار الفرد (2003) دور العلاقات العامة في تحقيق اهدافها من وجهة نظر العاملين. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأمير نايف للعلوم المهنية، الرياض.السعودية.

الدراسات السابقة:

سرحان، عبدالكريم وعلان، طارق.(2021). فعالية دوائر العلاقات العامة في تعزيز سمعة الهيئات المحلية: بلدية طولكرم نموذجا، مجلة جامعة القدس، 4(16)، 22-36.

المعاينة، بكر.(2022). دور إدارة العلاقات في تعزيز عناصر التواصل بين البلدية والمجتمع المحلي 2023، مجلة العلوم الإنسانية والطبيعية، 2(4)، 566-588.

Bjørnå, H. (2016): Norwegian Municipalities and Reputation Building – Agents, Agendas, Coalitions and Outcomes.