

## إستراتيجيات الاتصال الرقمي لمجلس النواب في مملكة البحرين وعلاقتها بتعزيز الثقة لدى الجمهور دراسة ميدانية

أماني الثنيان

باحثة دكتوراة في الإعلام الرقمي وتكنولوجيا الاتصال، كلية الآداب والعلوم، الجامعة الأهلية، المنامة، مملكة البحرين  
amanialthnian88@gmail.com

### ملخص البحث

تهدف الدراسة إلى رصد وتحليل الفجوة الاتصالية القائمة بين استراتيجيات الاتصال الرقمي التي يتبناها مجلس النواب البحريني وبين قدرة هذه الاستراتيجيات على تلبية التوقعات المعلوماتية والتفاعلية للجمهور فرغم التطور التقني والتحول الرقمي الشامل لا يزال هناك تباين في فاعلية الرسائل الموجهة وقدرتها على بناء جسور الشفافية والثقة مما يضع التخطيط الاتصالي للمجلس قيد الدراسة للكشف عن طبيعة العلق بين استراتيجيات الاتصال الرقمي لمجلس النواب في مملكة البحرين ومستوى ثقة الجمهور في سياق بيئة رقمية متسارعة وتوقعات جماهيرية متزايدة. كما تهدف الدراسة الى رصد واقع استراتيجيات الاتصال الرقمي التي يتبناها مجلس النواب في مملكة البحرين وتحديد مدى تأثير استراتيجيات الاتصال الرقمي المتبعة على التفاعلية والشفافية الرقمية كما تحاول الدراسة تحديد تأثير استراتيجيات الاتصال الرقمي على تعزيز الثقة لدى الجمهور من خلال أبعاد المصادقية والكفاءة.

نوع الدراسة وصفية اعتمدت على منهج "المسح الإعلامي للجمهور" الذي يعد الأداة المنهجية الأكثر فاعلية في رصد اتجاهات الرأي العام نحو المؤسسات التشريعية حيث يساعد في وصف ملامح استراتيجيات الاتصال الرقمي المتبعة في مجلس النواب البحريني من وجهة نظر المستخدمين ثم تحليل تأثير تلك الاستراتيجيات على بناء الثقة في مخرجات الاتصال الرقمي المستخدم كما يتيح المنهج إجراء المقارنات بين فئات الجمهور المختلفة وتحليل الفروق الإدراكية لدى مجتمع وعينة الدراسة كما تكون مجتمع الدراسة من كافة المواطنين البحرينيين المتابعين والمستخدمين للمنصات الرقمية الرسمية التابعة لمجلس النواب وعينة الدراسة عينة عشوائية بسيطة قوامها 400 مفردة تتجاوز أعمارهم 18 عاما فما فوق وذلك لضمان امتلاك المبحوث الوعي السياسي واستخدمت الدراسة أداة الاستبيان كأداة رئيسية. تم توظيف نظرية الامتياز في العلاقات العامة وذلك لتفسير العلاقة بين استراتيجيات الاتصال الرقمي التي يتبناها مجلس النواب البحريني ومستوى الثقة لدى الجمهور حيث ساعدت هذه النظرية في تحليل مدى اعتماد المجلس على الاتصال التفاعلي القائم على الحوار بين المواطنين. وتخلص الدراسة لتقديم نموذج علمي يشرح طبيعة العلاقة بين الاتصال الرقمي البرلماني وثقة الجمهور ومن المتوقع أن تسهم النتائج في سد فجوة معرفية فيما يتعلق بتوجيه سياسات الاتصال لمجلس النواب البحريني نحو بيئة رقمية أكثر كفاءة ومرونة.

**الكلمات المفتاحية:** إستراتيجيات الاتصال الرقمي، مجلس النواب البحريني، تعزيز الثقة.

## Digital communication strategies of the House of Representatives in the Kingdom of Bahrain and their relationship to enhancing public trust: A field study

**Amani Althunyan**

PhD Researcher in Digital Media and Communication Technology, College of Arts and Sciences, Ahlia University, Manama, Kingdom of Bahrain  
amanielthnian88@gmail.com

### Abstract

This study aims to identify and analyze the communication gap between the digital communication strategies adopted by the Bahraini Parliament and their ability to meet the public's informational and interactive expectations. Despite technological advancements and the comprehensive digital transformation, there remains a disparity in the effectiveness of the messages conveyed and their capacity to build bridges of transparency and trust. This necessitates examining the Parliament's communication planning to uncover the nature of the relationship between the Bahraini Parliament's digital communication strategies and the level of public trust within a rapidly evolving digital environment and escalating public expectations. Also, the study aims to assess the current state of the digital communication strategies adopted by the Bahraini Parliament and determine the extent to which these strategies impact digital interactivity and transparency. Furthermore, the study seeks to determine the impact of these digital communication strategies on enhancing public trust through the dimensions of credibility and efficiency.

This descriptive study employed a "media survey of the public," considered the most effective methodological tool for monitoring public opinion trends toward legislative institutions. It helps describe the features of the digital communication strategies employed by the Bahraini Parliament from the users' perspective, and then analyzes the impact of these strategies on building trust in the outputs of the digital communication. The methodology also allows for comparisons between different audience segments and the analysis of perceptual differences within the study population and sample. The study population consisted of all Bahraini citizens who follow and use the official digital platforms of the Parliament. The sample was a simple random sample of 400 individuals aged 18 and above, ensuring political awareness among the respondents. The study used a questionnaire as its primary data collection tool.

The theory of excellence in public relations was employed to explain the relationship between the digital communication strategies adopted by the Bahraini Parliament and the level of public trust. This theory helped analyze the extent to which the Parliament relies on interactive communication based on dialogue with citizens. The study concludes by presenting a scientific model that explains the nature of the relationship between parliamentary digital communication and public trust. The findings are expected to contribute to bridging a knowledge gap regarding the direction of communication policies for the Bahraini Parliament towards a more efficient and flexible digital environment.

**Keywords:** Digital Communication Strategies, Bahraini Parliament, Enhancing Trust.

## 1. مقدمة الدراسة

شهد العالم المعاصر تحولاً جذرياً في أنماط التفاعل البشري والمؤسسي نتيجة الثورة التكنولوجية المتسارعة، حيث أصبحت البيئة الرقمية هي الفضاء الأساسي الذي تتشكل فيه الآراء والتوجهات المجتمعية، ولم تعد المؤسسات الرسمية بمعزل عن هذا التطور، بل وجدت نفسها أمام ضرورة حتمية لتبني استراتيجيات اتصالية رقمية تتجاوز الأطر التقليدية لتصل إلى الجمهور في مساحاته الافتراضية الخاصة، مما يفرض إعادة صياغة كاملة لهوية الاتصال السياسي والمؤسسي لضمان الفعالية والاستمرارية في ظل تدفق معلوماتي لا يتوقف.

وتعد استراتيجيات الاتصال الرقمي في الوقت الراهن حجر الزاوية في بناء السمعة المؤسسية، حيث تتيح هذه الأدوات للمؤسسات السياسية القدرة على إدارة الحوارات العامة وتوجيه الرسائل بدقة متناهية وبسرعة تفوق الوسائل التقليدية، كما توفر قنوات تفاعلية تكسر الحواجز البيروقراطية وتسمح بالاستماع المباشر لنبض الشارع، مما يعزز من مرونة المؤسسة وقدرتها على التكيف مع الأزمات والمتغيرات المتلاحقة التي تطرأ على الرأي العام بشكل يومي.

وفي سياق العمل البرلماني، يمثل الاتصال الرقمي أداة حيوية لتعزيز الشفافية والمكاشفة، إذ يسعى البرلمان الرقمي إلى تفعيل قنوات تواصل مستدامة تضع المواطن في قلب العملية التشريعية والرقابية، وهو ما يتطلب امتلاك رؤية استراتيجية واضحة لإدارة المحتوى الرقمي عبر المنصات المختلفة، تهدف في جوهرها إلى ردم الفجوة بين المشرع والناخب، وضمان وصول المعلومة البرلمانية الصحيحة بعيداً عن التشويه أو الانتقائية التي قد تمارسها بعض الوسائل الإعلامية غير الرسمية.

وترتبط فعالية هذه الاستراتيجيات بشكل مباشر بمدى قدرتها على خلق حالة من الثقة المتبادلة، حيث إن الثقة في المؤسسات السياسية لا تُمنح كحق مكتسب بل تُبنى من خلال الممارسة الاتصالية الصادقة والمستمرة، فالتواجد الرقمي المكثف للمؤسسة التشريعية يساهم في إزالة الغموض حول الأدوار والمهام البرلمانية، ويخلق انطباعات لدى الجمهور بوجود رقابة مجتمعية فاعلة ومشاركة حقيقية في صنع القرار، مما ينعكس إيجاباً على الاستقرار السياسي والاجتماعي للدولة.

وقد قطعت مملكة البحرين أشواطاً كبيرة في مجال التحول الرقمي الشامل، حيث تتبنى المملكة استراتيجيات وطنية متقدمة تهدف إلى رقمنة كافة الخدمات الحكومية والبرلمانية، وتأتي تجربة مجلس النواب البحريني كنموذج رائد في المنطقة من خلال توظيف التقنيات الحديثة لتعزيز التواصل مع المواطنين، حيث يسعى المجلس عبر منصاته المختلفة إلى تقديم محتوى إعلامي برلماني متكامل يواكب تطلعات المجتمع البحريني ويدعم المسيرة الديمقراطية التي تشهدها المملكة في ظل المشروع الإصلاحي الشامل.

وبالنظر إلى الإحصائيات الرسمية الصادرة عن هيئة المعلومات والحكومة الإلكترونية في مملكة البحرين لعام 2023، نجد أن نسبة انتشار الإنترنت بين السكان بلغت 99%، في حين وصل عدد الحسابات النشطة على منصات التواصل الاجتماعي إلى أكثر من 1.5 مليون حساب، وهو ما يتجاوز عدد السكان الفعلي مما يشير إلى كثافة الاستخدام وتعدد الحسابات للفرد الواحد، كما كشفت الأرقام أن المواطن البحريني يقضي ما معدله 7 ساعات يومياً في استخدام الوسائل الرقمية، مما يجعل من الفضاء الإلكتروني الساحة الحقيقية والوحيدة للعمل الاتصالي البرلماني الفاعل.

وبواجه مجلس النواب في مملكة البحرين تحدياً استراتيجياً يتمثل في كيفية الحفاظ على جاذبية خطابه الرقمي وسط هذا الكم الهائل من المحتوى المتنافس، حيث لم يعد كافياً مجرد النشر الإخباري، بل انتقلت الحاجة إلى صناعة محتوى تفاعلي يعالج قضايا المواطن بشكل مباشر، وهو ما يضع الاستراتيجيات الاتصالية للمجلس تحت مجهر التقييم المستمر من قبل الجمهور الذي أصبح يمتلك أدوات نقدية وتحليلية تمكنه من قياس مدى جدية المجلس في التعاطي مع مشكلاته الأساسية.

وتظهر المشكلة البحثية بوضوح عند تتبع مستويات الثقة لدى الجمهور، إذ إن التحولات الرقمية قد تؤدي في بعض الأحيان إلى نتائج عكسية إذا لم يتم إدارتها باحترافية، فانتشار الشائعات والأخبار المضللة في الفضاء الرقمي يتطلب من مجلس النواب استراتيجية اتصالية هجومية ودفاعية في آن واحد، تعمل على تصحيح المفاهيم الخاطئة وبناء جدار من المصداقية يحمي المؤسسة التشريعية من الاهتزاز أمام حملات التشكيك، وهو ما يجعل من دراسة العلاقة بين الاستراتيجية المتبعة وتعزيز الثقة ضرورة أكاديمية وتطبيقية.

إن تعزيز الثقة الجماهيرية يتطلب انتقالاً من "إعلام المؤسسة" إلى "إعلام المواطن"، حيث يتم التركيز على الإنجازات التشريعية التي تلامس حياة الناس اليومية، واستخدام لغة رقمية بسيطة ومباشرة تبتعد عن التعقيدات القانونية، مع تفعيل أدوات

قياس الأثر الرقمي لفهم طبيعة استجابة الجمهور وتطوير الرسائل الاتصالية بناءً على التغذية الراجعة، وهو المسار الذي تتبناه الإدارات الإعلامية الحديثة لضمان بقاء المؤسسة البرلمانية كمرجعية أولى وموثوقة للمواطن.

ختاماً، تأتي هذه الدراسة لتسلط الضوء على واقع استراتيجيات الاتصال الرقمي لمجلس النواب البحريني، مستهدفةً الكشف عن ملامح هذه الاستراتيجيات ومدى مواظمتها للمعايير المهنية والتقنية الحديثة، وكيفية انعكاس ذلك على مستوى الثقة التي يوليها الجمهور البحريني لممثلي الشعب، في محاولة لتقديم رؤية علمية تساهم في تطوير المنظومة الاتصالية البرلمانية بما يخدم الصالح العام ويدعم أركان الدولة الحديثة في العصر الرقمي.

## 2. الدراسات السابقة

### 2.1 دراسات خاصة بالمتغير المستقل (استراتيجيات الاتصال الرقمي):

دراسة Tkalac Verčič et al (2025) بعنوان: Developing the Digital Communication Acceptance Scale (DICAS) for Measuring Employee Acceptance of Digital Communication Technologies in the Workplace

هدفت هذه الدراسة إلى تطوير والتحقق من صحة مقياس قبول الاتصال الرقمي (DICAS)، وهو أداة مصممة لقياس مدى قبول الموظفين لتقنيات الاتصال الرقمي في بيئة العمل. تمثلت الإجراءات المنهجية في اتباع نهج كمي من خلال دراسة استطلاعية وميدانية، حيث طبق المقياس على عينة بلغت (610) موظفاً من مؤسسات متنوعة، وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي لتطوير فقرات المقياس التي شملت أبعاد سهولة الاستخدام، والفعالية المدركة، والقلق من الخصوصية. اعتمدت الدراسة على أساليب إحصائية متقدمة شملت التحليل العاملي الاستكشافي والتوكيدي واختبار ألفا كرونباخ للتأكد من الثبات. توصلت النتائج إلى أن مقياس (DICAS) يتمتع بخصائص سيكومترية عالية وقدرة فائقة على تشخيص معوقات تبني استراتيجيات الاتصال الرقمي داخل المؤسسات، كما أظهرت النتائج أن "الفائدة المدركة" هي المحرك الأهم لقبول التقنية الرقمية. وأوصت الدراسة بضرورة قيام المؤسسات بإجراء تقييم دوري لمستويات قبول الاتصال الرقمي بين كوادرها لضمان نجاح الخطط الاستراتيجية الرقمية وتطوير برامج تدريبية متخصصة لتقليل القلق من الخصوصية.

دراسة Saleh Enweer (2025) بعنوان: الصورة الذهنية لشركة برنيق للطيران لدى الجمهور بمدينة مصراتة: دراسة ميدانية

استهدفت هذه الدراسة التعرف على ملامح الصورة الذهنية لشركة طيران برنيق لدى الجمهور الليبي بمدينة مصراتة وعلاقتها بالاتصال المؤسسي المتبع. اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي، وتم سحب عينة عشوائية بسيطة قوامها (150) مفردة من الجمهور في مدينة مصراتة. استخدمت الدراسة الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات، وتضمنت معالجات إحصائية مثل التكرارات، والنسب المئوية، والمتوسطات الحسابية، واختبارات الارتباط. كشفت النتائج أن استراتيجيات التواصل المتبعة عبر المنصات الرقمية للشركة تساهم بشكل كبير في تكوين صورة ذهنية إيجابية، حيث أبدى الجمهور رضاهم عن دقة المعلومات المنشورة وسرعة الاستجابة للاستفسارات، مما أدى لتعزيز مكانة الشركة التنافسية. وخلصت التوصيات إلى ضرورة تكثيف الحملات الاتصالية الرقمية التي تبرز جوانب الجودة والخدمات المتميزة، والعمل على تحديث المحتوى الإعلامي للشركة بشكل آني لمواكبة تطلعات الجمهور.

دراسة Haifa Alhedaithy (2025) بعنوان: Proposed design for a mobile exhibition to raise awareness of the Surrealist art heritage

هدفت الدراسة إلى استكشاف جدوى تصميم معرض متنقل رقمي وتفاعلي لرفع مستوى الوعي بالتراث الفني السريالي، مع التركيز على دور التصميم في تعزيز الاتصال البصري الرقمي. اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي من خلال دراسة الفنون السريالية، والمنهج التجريبي في الإطار التطبيقي لتصميم المعرض. تم اختيار عينة قصدية مكونة من (6) أعمال فنية سريالية تم نسخها رقمياً وتطوير محتوى تفاعلي حولها. استخدمت الدراسة أساليب تحليلية لمقارنة مدى فاعلية الوسائط الرقمية في إيصال الرسالة الفنية. أظهرت النتائج أن توظيف تقنيات الاتصال الرقمي والتفاعل البصري يزيد من معدلات الانخراط المعرفي لدى الجمهور ويساهم في تبسيط المفاهيم الفنية المعقدة. وأوصت الدراسة بتبني المؤسسات الثقافية لاستراتيجيات

المعارض الرقمية المتنقلة كأداة اتصالية عصرية للوصول إلى شرائح أوسع من الجمهور، وتطوير منصات رقمية تدعم التفاعل المباشر مع المقتنيات التراثية.

**دراسة Zina Ahmed (2025) بعنوان: The Role of Public Relations in Crisis Management and its Impact on the Iraqi Public: The Economic Crisis as a Model**

هدفت الدراسة إلى تحديد دور إدارات العلاقات العامة في المؤسسات العراقية في إدارة الأزمات المالية وتأثير استراتيجياتها الاتصالية على مدركات الجمهور العراقي. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وطُبقت على عينة عشوائية بسيطة من سكان مدينة بغداد بلغت (200) مبحوث. استخدمت الباحثة استمارة الاستبانة لجمع البيانات، واعتمدت أساليب إحصائية شملت معامل ارتباط بيرسون واختبار (T) ومعادلات الانحدار. أثبتت النتائج وجود دور حيوي للعلاقات العامة في التخفيف من حدة الأزمة عبر تبني استراتيجيات اتصالية شفافة، كما تبين أن استخدام المنصات الرقمية في توضيح القرارات الاقتصادية ساهم في تقليل حالة الهلع الشعبي. وأوصت الدراسة بضرورة منح استقلالية أكبر لمكاتب الإعلام في المؤسسات السيادية، وتطوير بروتوكولات اتصالية رقمية موحدة للتعامل مع الأزمات الطارئة لضمان وحدة الخطاب الرسمي أمام الجمهور.

**دراسة Suleiman & Shaheen (2024) بعنوان: The Impact of Banking Services on Increasing Public Trust in the Banking Sector: A Field Study on Al-Rafidain Bank**

استهدفت الدراسة توضيح أثر جودة الخدمات المصرفية المعتمدة على التقنيات الرقمية في تعزيز ثقة الجمهور بالقطاع المصرفي العراقي، وتحديدًا مصرف الرافدين. اتبعت الدراسة النهج الوصفي التحليلي الميداني، حيث تم اختيار عينة من زبائن المصرف في مدينة الموصل. استخدمت الدراسة الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وتمت المعالجة الإحصائية باستخدام برنامج (SPSS) لتحليل أبعاد الكفاءة والاحترافية والشفافية التقنية. أظهرت النتائج وجود أثر إيجابي قوي وذو دلالة إحصائية للخدمات الرقمية على ثقة الجمهور، حيث إن كل تحسن في جودة الاتصال الرقمي المصرفي يؤدي إلى زيادة ملموسة في مستويات الثقة والولاء المؤسسي. وأوصت الدراسة بضرورة الاستثمار المكثف في تطوير البنية التحتية للاتصال الرقمي بالمصارف، وتدريب الكوادر على مهارات التواصل الفعال مع الزبائن عبر الوسائط الإلكترونية لضمان استمرارية الثقة المكتسبة.

**دراسة Saktisyahputra et al (2023) بعنوان: Digital Communication Management: Government of the Republic of Indonesia for Inclusive and Sustainable Economic Recovery**

هدفت الدراسة إلى تحليل كيفية إدارة الاتصال الرقمي الحكومي في إندونيسيا لدعم التعافي الاقتصادي بعد الجائحة. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي النوعي، حيث اعتمدت على الملاحظة المباشرة وتحليل الوثائق الرسمية والمقابلات المعمقة مع (14) مسؤولاً وخبيراً في مجال الاتصال الحكومي. شملت الإجراءات تحليل محتوى المنصات الرقمية الحكومية ومدى استجابتها لاحتياجات المواطنين. توصلت النتائج إلى أن إدارة الاتصال الرقمي الفاعلة تتطلب تحولاً من النشر الأحادي إلى التفاعل الشبكي، وأن نجاح التعافي الاقتصادي يرتبط بمدى قدرة الحكومة على بناء منصات تواصل رقمية تتسم بالشفافية والشمولية. وأوصت الدراسة بضرورة توحيد منصات التواصل الحكومي لتقليل التضارب المعلوماتي، وتبني آليات "الاستماع الرقمي" لرصد تطلعات الجمهور وتعديل السياسات الاتصالية بناءً عليها بشكل دوري.

**دراسة Hameed et al (2023) بعنوان: Brand awareness and purchase intention in the age of digital communication: A moderated mediation model of celebrity endorsement and consumer attitude**

هدفت الدراسة إلى فحص دور استراتيجيات الاتصال الرقمي في بناء الوعي بالعلامة التجارية وتشكيل اتجاهات المستهلكين، مع اختبار أثر تأييد المشاهير كمتغير وسيط. اعتمدت الدراسة على النهج الكمي المسحي، حيث جُمعت البيانات من عينة بلغت (490) من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في باكستان والسعودية. تم استخدام نمذجة المعادلات الهيكلية (PLS-SEM) كطريقة بحثية رئيسية لتحليل العلاقات بين المتغيرات. كشفت النتائج أن "التفاعلية" و"جودة الحجج" في التواصل الرقمي هما المحركان الأساسيان لتعزيز ثقة الجمهور وتشكيل اتجاهاته الإيجابية، وأن تأييد المشاهير يعزز من مصداقية الرسالة الاتصالية لدى الفئات الشابة. وأوصت الدراسة بضرورة تركيز المؤسسات على إنتاج محتوى رقمي يتسم بالمصداقية

العالية والابتعاد عن الخطاب الدعائي المباشر، وتوظيف المؤثرين الرقميين الذين يتمتعون بسمعة طيبة لتعزيز الروابط مع الجمهور.

دراسة **Abdulhadi Almfleah (2022)** بعنوان: الحملات الإعلامية الحكومية ودورها في تعزيز ثقة الجمهور في التطعيم ضد فيروس كورونا

تناولت هذه الدراسة دور الحملات الإعلامية التي نفذتها وزارة الصحة السعودية عبر منصات الرقمية في تعزيز ثقة الجمهور بلقاحات كورونا. استخدم الباحث المنهج الوصفي المسحي، واعتمد على عينة متاحة قوامها (214) مفردة من مختلف مناطق المملكة العربية السعودية. جُمعت البيانات عبر استبانة إلكترونية، وتم استخدام التكرارات والنسب المئوية واختبارات الدلالة الإحصائية لتحليل الأثر. أكدت النتائج أن الحملات التي ركزت على الشفافية العلمية وظهرت كبار المسؤولين وهم يتلقون اللقاح كان لها أثر بالغ في تحفيز الجمهور وتعزيز ثقتهم في المؤسسة الصحية الرسمية، حيث ساهم الاتصال الرقمي المكثف في ردم فجوة المعلومات ومواجهة الشائعات. وأوصت الدراسة بضرورة مأسسة "إدارة الحملات الرقمية" داخل الجهات الحكومية، والاعتماد على الأدلة والأرقام الموثقة في الخطاب الموجه للجمهور لضمان استمرارية المصادقية المؤسسية.

## 2.2 دراسات خاصة بالمتغير المستقل (استراتيجيات الاتصال الرقمي) والربط مع المتغير التابع:

دراسة **علاء ازوير ضميد (2024)** بعنوان: التحولات الرقمية في الإعلام الجامعي وتأثيراتها المعرفية على الجمهور: دراسة ميدانية في جامعة واسط.

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن طبيعة التحولات الرقمية التي شهدتها الإعلام الجامعي وأثر تلك التحولات في مستوى الوعي والمعرفة لدى الجمهور الأكاديمي والطلابي. اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتم تطبيقها على عينة من طلبة جامعة واسط بلغت (350) مبحوثاً، تم اختيارهم بطريقة العينة العشوائية البسيطة. استخدمت الدراسة الاستبانة أداة رئيسية لجمع البيانات، وتضمنت محاور حول كثافة التعرض للمنصات الرقمية الجامعية، ومدى الثقة في المحتوى المنشور، والأثر المعرفي الناتج عن هذا التواصل. اعتمدت الدراسة على معالجات إحصائية شملت المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، واختبار "ت" لمعرفة الفروق. توصلت النتائج إلى أن التحول الرقمي وفر مصادر معلوماتية متعددة وساهم في زيادة سرعة وصول الخبر البرلماني/الجامعي للجمهور، كما أظهرت أن التفاعلية عبر منصات (فيسبوك، وتليغرام) أدت لتعزيز الارتباط المعرفي والثقة بين المؤسسة وجمهورها. وأوصت الدراسة بضرورة تحديث الاستراتيجيات الاتصالية لتشمل تقنيات الذكاء الاصطناعي في إدارة المحتوى، وتطوير مهارات القائم بالاتصال الرقمي لمواكبة التغيرات السريعة في المنصات الاجتماعية، مع تعزيز الشفافية في نقل الأنشطة المؤسسية.

دراسة **عبير عبد الرحمن الزامل ورامي علي الدعيجي (2024)** بعنوان: اتجاهات الجمهور العربي نحو تأثير الذكاء الاصطناعي على وسائل الإعلام التقليدية: دراسة ميدانية.

استهدفت الدراسة التعرف على اتجاهات الجمهور العربي نحو دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي في الاستراتيجيات الإعلامية وكيفية تأثير ذلك على مصداقية هذه الوسائل. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي الإعلامي، وطُبقت على عينة متاحة من الجمهور العربي بلغت (415) مفردة من مختلف الدول العربية. استخدم الباحثان الاستبانة الإلكترونية لجمع البيانات، وتم استخدام برنامج (SPSS) لتحليل النتائج عبر التكرارات والنسب المئوية واختبارات الفروق. كشفت النتائج أن الجمهور يدرك أهمية التحول الرقمي والذكاء الاصطناعي في تحسين سرعة وجود المحتوى، إلا أن هناك مخاوف مرتبطة بدقة المعلومات وخصوصية البيانات، مما يؤثر على مستوى الثقة الممنوحة للمنصات التي تعتمد هذه التقنيات دون ضوابط مهنية. وخلصت التوصيات إلى أهمية صياغة استراتيجيات اتصالية رقمية توازن بين السرعة التقنية وبين المعايير الأخلاقية والمهنية لضمان الحفاظ على ثقة الجمهور، وضرورة وجود آليات للتحقق من المحتوى المولد رقمياً قبل نشره للجمهور.

دراسة **علي عناد زامل (2025)** بعنوان: Academic Communication Competence among Graduate Students.

هدفت الدراسة إلى قياس مستوى كفاءة الاتصال الأكاديمي الرقمي لدى طلبة الدراسات العليا وتحديد الفروق في مهارات الاتصال وفقاً لمتغيري التخصص ونوع الدراسة. اتبعت الدراسة المنهج الوصفي، وقام الباحث بتطوير مقياس للكفاءة الاتصالية الرقمية مكون من (24) فقرة، طُبّق على عينة من طلبة جامعة واسط. استخدمت الدراسة أساليب إحصائية شملت

معامل ارتباط بيرسون، وألفا كرونباخ للثبات، واختبارات الدلالة الإحصائية. أظهرت النتائج أن الطلبة يمتلكون مستوى متوسطاً من كفاءة الاتصال الرقمي، وأن هناك علاقة طردية بين القدرة على توظيف أدوات الاتصال الحديثة وبين النجاح في بناء علاقات مؤسسية قوية. وأوصت الدراسة بإدماج مهارات الاتصال الرقمي الاستراتيجي ضمن المناهج التعليمية، وتوفير بيئات تقنية تدعم التفاعل المباشر بين الباحثين والمؤسسات، وتطوير منصات تواصل رقمية متخصصة تزيد من موثوقية تبادل المعلومات الأكاديمية والموسسية.

**دراسة علي سليمان حمد قريش (2023)** بعنوان: دور تقنية الاتصال الحديثة في تفعيل أداء العلاقات العامة: دراسة ميدانية على مراقبة التربية والتعليم بنغازي.

هدفت الدراسة إلى استكشاف مدى مساهمة تقنيات الاتصال الحديثة في تطوير استراتيجيات العلاقات العامة داخل المؤسسات التعليمية الرسمية. اعتمد الباحث على المنهج الوصفي، وشمل مجتمع البحث (152) موظفاً من مسؤولي الإدارات ووحدات العلاقات العامة بمدينة بنغازي. استخدمت الدراسة الاستبانة لجمع المعلومات، واعتمدت على أساليب تحليلية شملت التكرارات والوزن النسبي. أثبتت النتائج أن استخدام الوسائل الرقمية (مثل المواقع والبريد الإلكتروني) ساهم بشكل فعال في تبسيط الإجراءات الاتصالية وتوفير الوقت والجهد، كما أدى لزيادة رضا الجمهور عن الخدمات المقدمة نتيجة سرعة الاستجابة. وأوصت الدراسة بضرورة توفير بنية تحتية تقنية قوية في كافة الإدارات الحكومية، وتدريب موظفي العلاقات العامة على صياغة الرسائل الرقمية التي تتسم بالوضوح والشفافية لتعزيز صورة المؤسسة أمام الجمهور.

**دراسة جمال رمضان الحمري (2023)** بعنوان: دور تقنيات الاتصال الحديثة في تفعيل عمل الإدارة الإلكترونية: دراسة ميدانية على صندوق الضمان الاجتماعي بنغازي.

استهدفت الدراسة معرفة الأهداف التي تحققت تقنيات الاتصال في تفعيل العمل الإداري والمؤسسي ومدى انعكاس ذلك على علاقة المؤسسة بجمهورها. استخدم الباحث المنهج الوصفي المسحي، وطُبقت الدراسة على عينة قصدية مكونة من (67) مديراً ورئيس قسم داخل صندوق الضمان الاجتماعي. استخدمت الدراسة الاستبانة كأداة للقياس، وتضمنت معالجات إحصائية لقياس كفاءة التواصل الرقمي الداخلي والخارجي. توصلت النتائج إلى أن الاعتماد على تقنيات الاتصال الرقمي ساهم في خلق نظام معلوماتي متكامل عزز من مصداقية المؤسسة وقدرتها على اتخاذ قرارات سريعة وموثوقة، مما أدى لزيادة ثقة المراجعين في دقة البيانات. وأوصت الدراسة بضرورة التوسع في تقديم الخدمات الرقمية التفاعلية، والاهتمام بالأمن السببراني لحماية بيانات الجمهور، والعمل على تحديث المنصات الرقمية بشكل دوري لضمان استمرارية التواصل الفعال.

**دراسة ريم عادل فوزي (2022)** بعنوان: The Role of Facebook in Motivating Voluntary Work During the Corona Pandemic.

هدفت الدراسة إلى تحليل دور منصة فيسبوك كأداة ضمن استراتيجيات الاتصال الرقمي في تحفيز العمل التطوعي أثناء الأزمات الصحية. اتبعت الدراسة المنهج الوصفي، وشملت العينة (80) فرداً من الناشطين في الفرق التطوعية. استخدمت الباحثة الاستبانة لجمع البيانات، واعتمدت على التحليل الوصفي لنتائج المشاركة الرقمية. كشفت النتائج أن فيسبوك لعب دوراً محورياً في تنسيق الجهود الاتصالية ونشر الوعي، وأن سرعة تدفق المعلومات عبر المنصة ساهمت في بناء جسور من الثقة بين المتطوعين والجمهور المستهدف. وأوصت الدراسة بضرورة استثمار منصات التواصل الاجتماعي في بناء استراتيجيات اتصالية دائمة للتعامل مع الأزمات، والتركيز على المحتوى البصري الذي يعزز المصداقية والتفاعل الجماهيري المباشر.

**دراسة سعيداني سلامي وعبد الله علي المرعي الأصببي (2021)** بعنوان: The credibility of the news content on social media for Algerian journalists: a study within the framework of the structural model of credibility.

استهدفت الدراسة فحص العوامل المؤثرة في مصداقية المحتوى الإخباري عبر شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر القارئ بالاتصال. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي، واعتمدت على استبانة إلكترونية وُزعت على عينة من الصحفيين الجزائريين. تم استخدام نمذجة المعادلات الهيكلية لتحليل أبعاد المصداقية (المصدر، الرسالة، الوسيلة). توصلت النتائج إلى أن "جودة الرسالة" و"الشفافية في ذكر المصادر" هما العاملان الأكثر تأثيراً في بناء الثقة الرقمية لدى الجمهور، وأن المنافسة مع الإعلام التقليدي تفرض على المنصات الرقمية تبني استراتيجيات تدقيق صارمة. وأوصت الدراسة بضرورة وضع موثوق

شرف إعلامية خاصة بالاتصال الرقمي، وتفعيل أدوات الرصد والتحقق لضمان تقديم محتوى موثوق يعزز من السمعة المؤسسية.

### 2.3 دراسات خاصة بالمتغير التابع: تعزيز الثقة لدى الجمهور والربط مع المتغير المستقل:

دراسة نجلاء فرحات العكروت (2025) بعنوان: دور جودة الخدمات الإدارية في تحسين رضا المواطنين عن المؤسسات العامة: دراسة ميدانية من وجهة نظر الجمهور الليبي.

هدفت هذه الدراسة بشكل رئيسي إلى استقصاء أثر جودة الخدمات الإدارية المقدمة في المؤسسات العامة على مستوى رضا المواطنين وتعزيز ثقتهم في تلك المؤسسات، مع التركيز على أبعاد الجودة المتمثلة في الدقة، والانتظام، وسرعة الاستجابة، والوضوح، وتوفير المعلومات. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لملاءمته لطبيعة الأهداف والفرضيات. وتكونت عينة الدراسة من (150) مواطناً تم اختيارهم بطريقة العينة المتاحة من مختلف المدن الليبية، واستخدمت الباحثة الاستبانة الإلكترونية كأداة لجمع البيانات. تم استخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية لتحليل البيانات شملت التكرارات، والنسب المئوية، والمتوسطات الحسابية، ومعامل ارتباط بيرسون، وتحليل الانحدار البسيط. توصلت النتائج إلى وجود علاقة طردية قوية وذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمات الإدارية (بما فيها التواصل المعلوماتي) وبين مستوى رضا المواطنين وثقتهم بالمؤسسة، كما كشفت النتائج أن تدني جودة بعض الأبعاد مثل "غموض الإجراءات الاتصالية" و"تأخر توفير المعلومات الرسمية" يؤدي إلى تراجع حاد في الثقة المؤسسية. وأوصت الدراسة بضرورة العمل على تبسيط الإجراءات الإدارية والاتصالية، وتفعيل قنوات التواصل الرقمي لضمان سرعة الاستجابة لطلبات المواطنين، والاهتمام بالشفافية المعلوماتية كمدخل أساسي لبناء الثقة المستدامة بين الجمهور والمؤسسات الحكومية.

دراسة غادة عبدالله محمد الشنقيطي (2025) بعنوان: الاتصال الحكومي عبر القضاء الرقمي: دراسة تطبيقية على ديوان المظالم بالملكة العربية السعودية.

استهدفت الدراسة التعرف على فعالية الاتصال الحكومي عبر منصات القضاء الرقمي في تحسين جودة الخدمات العدلية وتعزيز ثقة الجمهور في المؤسسات القضائية. اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، حيث قامت الباحثة بتحليل تجربة ديوان المظالم السعودي كنموذج تطبيقي للتحويل الرقمي. شملت الإجراءات المنهجية تحليل محتوى المنصات الرقمية والأدوات الاتصالية المستخدمة، وتقييم أثرها على تجربة المستفيد. استخدمت الدراسة أسلوب تحليل المضمون والملاحظة العلمية للمخرجات الرقمية، بالإضافة إلى مراجعة المؤشرات الإحصائية الرسمية لأداء المنصات. أظهرت النتائج أن الاتصال الرقمي الفعال يساهم في تعزيز حوكمة الأعمال القضائية ويزيد من مستوى الشفافية، مما ينعكس إيجاباً على صورة المؤسسة لدى المراجعين ويرفع من مستويات الثقة في نزاهة الإجراءات. وأوصت الدراسة بتسيخ مفهوم "الاتصال القضائي الرقمي" كمسار استراتيجي، وتطوير لغة تواصل مبسطة تراعي الفئات المجتمعية المختلفة، والقيام بقياس دوري لمعدلات رضا الجمهور عن التواصل الرقمي لتطوير الخدمات بما يتوافق مع تطلعاتهم.

دراسة زينة محمود أحمد (2025) بعنوان: دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات وانعكاسها على الجمهور العراقي: الأزمة الاقتصادية نموذجاً - دراسة ميدانية.

هدفت الدراسة إلى تحديد الدور الذي تلعبه إدارات العلاقات العامة في المؤسسات الرسمية خلال الأزمات المالية، وكيفية انعكاس استراتيجياتها الاتصالية على ثقة الجمهور العراقي بالقرارات الحكومية. استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية بسيطة قوامها (200) مبحوث من سكان مدينة بغداد. تم استخدام الاستبانة أداة رئيسية لجمع البيانات، وتضمنت معالجات إحصائية مثل اختبار "ت" ومعاملات الارتباط وتحليل التباين. كشفت النتائج أن هناك دوراً حيوياً للاتصال المؤسسي في تخفيف حدة الأزمة وتقليل القلق الشعبي، وأن الشفافية في عرض الحقائق عبر المنصات الرسمية هي العامل الأهم في الحفاظ على رصيد الثقة لدى الجمهور. وأوصت الدراسة بضرورة منح استقلالية أكبر لدوائر الإعلام والعلاقات العامة في المؤسسات السيادية، وتطوير خطط اتصالية استباقية لمواجهة الشائعات الاقتصادية، واعتماد لغة اتصالية تتسم بالمشافة والوضوح لتعزيز المصداقية المؤسسية أمام الرأي العام.

دراسة أمجد نصر حسن نصر الله وندى عبود العمار (2025) بعنوان: مستويات قارئية الجمهور العراقي للأخبار الثقافية في الصحف الإلكترونية العربية - دراسة ميدانية للجمهور العراقي.

هدفت الدراسة إلى استكشاف عادات القراءة لدى الجمهور العراقي (موظفي المؤسسات الثقافية والأدباء) للأخبار في الصحف الإلكترونية، ومدى ثقتهم في المحتوى المقدم. اتبعت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، وتكونت عينة الدراسة من (100) مفردة من المتخصصين والمثقفين العراقيين، وتم اختيارهم بطريقة العينة القصدية. استخدم الباحثان الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وتم تحليلها إحصائياً باستخدام التكرارات والنسب المئوية والوسط الحسابي المرجح. توصلت النتائج إلى أن الجمهور العراقي المتخصص يعتمد بشكل كبير على المنصات الرقمية للحصول على المعلومات، مع وجود مستوى متوسط من الثقة في مصداقية هذه الصحف، كما أظهرت النتائج أن التفاعلية وسهولة الوصول هي المحرك الأساسي لتعزيز الارتباط بالوسيلة الرقمية. وأوصت الدراسة بضرورة اهتمام الصحف الإلكترونية بجودة المحتوى وتوثيق المصادر لرفع مستويات المصداقية، وتطوير أدوات تفاعلية تشرك الجمهور في صناعة المحتوى الإعلامي لتعزيز الولاء والثقة المتبادلة.

دراسة صالح يحيى سليمان انوير (2025) بعنوان: الصورة الذهنية لشركة برنيق للطيران لدى الجمهور بمدينة مصراتة: دراسة ميدانية.

استهدفت الدراسة التعرف على ملامح الصورة الذهنية لشركة طيران برنيق لدى الجمهور الليبي وعلاقتها بالرضا والثقة في الخدمات المقدمة. اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي، وتم اختيار عينة عشوائية بسيطة بلغت (150) مفردة من مستخدمي خدمات الشركة في مدينة مصراتة. استخدمت الدراسة الاستبانة كأداة للبحث، واعتمدت على أساليب إحصائية شملت المتوسطات الحسابية، والنسب المئوية، واختبارات الارتباط. كشفت النتائج أن استراتيجيات التواصل المتبعة وسرعة الاستجابة لاستفسارات الجمهور ساهمت بشكل مباشر في تكوين صورة ذهنية إيجابية، وأن هناك ارتباطاً وثيقاً بين جودة الاتصال الرقمي وبين تعزيز ثقة الجمهور بالعلامة التجارية للمؤسسة. وأوصت الدراسة بضرورة تكثيف النشاط الإعلامي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتطوير آليات لرصد التغذية الراجعة من الجمهور بشكل آني، والعمل على إبراز جوانب التميز في الخدمة لضمان استدامة الصورة الإيجابية والثقة المكتسبة.

دراسة غيداء محمد نافع شاهين و وافي سلام سليمان (2024) بعنوان: أثر الخدمات المصرفية في زيادة ثقة الجمهور بالقطاع المصرفي: دراسة ميدانية على مصرف الرافدين.

هدفت الدراسة إلى توضيح أثر جودة الخدمات المصرفية المعتمدة على التكنولوجيا في تعزيز ثقة الجمهور بالقطاع المصرفي العراقي. اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتم تطبيقها على عينة من زبائن مصرف الرافدين في مدينة الموصل. استخدمت الدراسة الاستبانة أداة لجمع البيانات، وتم تحليل النتائج باستخدام برنامج (SPSS) لقياس أبعاد الكفاءة، والاحترافية، والأمان المعلوماتي. أظهرت النتائج وجود أثر إيجابي قوي وذو دلالة إحصائية للتحويل نحو الخدمات الرقمية على ثقة الجمهور، حيث يرى 92.3% من المبحوثين أن دقة المعلومات وتوفرها رقمياً يعزز من موثوقية المصرف ونزاهته. وأوصت الدراسة بضرورة الاستثمار في تطوير البنية التحتية للاتصال الرقمي، وتدريب الكوادر البشرية على مهارات التواصل الفعال مع الزبائن عبر الوسائط الإلكترونية لضمان تعزيز الولاء المؤسسي.

دراسة علاء ازوير ضמיד (2024) بعنوان: التحولات الرقمية في الإعلام الجامعي وتأثيراتها المعرفية على الجمهور: دراسة ميدانية في جامعة واسط.

هدفت الدراسة إلى الكشف عن طبيعة التحولات الرقمية في الإعلام المؤسسي (الجامعي) وأثر تلك التحولات في مستوى الوعي والثقة لدى الجمهور. اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وطبقت على عينة بلغت (350) طالباً من جامعة واسط. استخدمت الدراسة الاستبانة أداة للبحث، وشملت المعالجة الإحصائية المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية. توصلت النتائج إلى أن التحول نحو المنصات الرقمية ساهم في زيادة سرعة وصول المعلومة البرلمانية/الجامعية للجمهور، وأدى لتعزيز الارتباط المعرفي والثقة بين المؤسسة وجمهورها نتيجة التفاعلية المباشرة عبر منصات (فيسبوك، وتليغرام). وأوصت الدراسة بتحديث الاستراتيجيات الاتصالية لتشمل تقنيات الذكاء الاصطناعي في إدارة المحتوى، وتطوير مهارات القائم بالاتصال الرقمي لضمان تقديم محتوى يتسم بالشفافية والمصداقية العالية.

دراسة عبير عبد الرحمن الزامل و رامي علي الدعيجي (2024) بعنوان: اتجاهات الجمهور العربي نحو تأثير الذكاء الاصطناعي على وسائل الإعلام التقليدية: دراسة ميدانية.

استهدفت الدراسة التعرف على اتجاهات الجمهور نحو دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي في الاتصال الإعلامي وأثر ذلك على مصداقية الوسيلة. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وطُبقت على عينة متاحة بلغت (415) مفردة من الجمهور العربي. استخدم الباحثان الاستبانة الإلكترونية، وتم تحليل البيانات عبر التكرارات والنسب المئوية. كشفت النتائج أن الجمهور يدرك أهمية التقنيات الرقمية في تحسين سرعة وجودة المحتوى، إلا أن هناك مخاوف مرتبطة بخصوصية البيانات ومدى دقة المحتوى المولد رقمياً، مما يؤثر على مستوى الثقة الممنوحة للمنصات. وأوصت الدراسة بصياغة استراتيجيات اتصالية توازن بين السرعة التقنية وبين المعايير الأخلاقية، وضرورة وجود آليات للتحقق من المحتوى قبل نشره للحفاظ على ثقة الجمهور.

دراسة أحمد غانم كاظم ومصطفى عبد اليمه هولاه (2024) بعنوان: دور القنوات الفضائية العراقية في الحد من انتشار ظاهرة المخدرات في المجتمع. هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تؤديه القنوات الفضائية في توعية المجتمع العراقي بمخاطر المخدرات والبحث عن الحلول التحليلية للحد من انتشارها. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدم الباحثان استبانة استبانة وزعت على عينة مكونة من (512) فرداً من طلبة الدراسات المتوسطة والإعدادية والجامعية في محافظة النجف الأشرف. شملت الإجراءات الإحصائية استخدام برنامج (SPSS) لاستخراج التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية. توصلت النتائج إلى أن لوسائل الإعلام، لا سيما القنوات الفضائية، أثراً بارزاً في تعزيز الوعي والحد من انتشار السموم القاتلة، إلا أن بعض القنوات لم تسهم بالشكل المطلوب في إنتاج برامج تعالج هذه الأزمة. وأوصت الدراسة بوضع خطة إعلامية مركزية تركز على الثوابت الوطنية، وزيادة الحملات الإعلامية للتوعية من القضايا التي تمس الأمن الصحي والاجتماعي والاقتصادي للمواطن.

دراسة سلام زغير ساجت وحسام حسين عباس (2024) بعنوان: دور وسائل الاعلام الجديد في تحفيز الجمهور لمواجهة المحتوى الغير هادف (دراسة ميدانية على طلبة كلية الامام الكاظم (ع)). استهدفت الدراسة الكشف عن مساهمة وسائل الإعلام الجديد في حث الجمهور على التصدي للمحتوى الرقمي الهابط، وتوضيح أثر الأنشطة الإعلامية الرقمية في الحد من هذه الظواهر. اتبعت الدراسة المنهج الوصفي بأسلوب المسح الميداني، وطُبقت على عينة عشوائية بلغت (200) مبحوث من طلبة كلية الإمام الكاظم (ع) في أقسام واسط. استخدم الباحثان الاستبانة كأداة لجمع البيانات، واعتمدوا على التحليل الوصفي لنتائج الاستجابات. أظهرت النتائج أن الإعلام الرقمي يمتلك مساهمة فعالة جداً في تحفيز الجمهور لمواجهة المحتويات غير الهادفة، وأن التفاعلية وسهولة الاستخدام ساعدتا في تعزيز وعي المبحوثين. وخلصت التوصيات إلى ضرورة الاعتماد على استطلاعات الرأي المستمرة للكشف عن طرق تحديث الخطاب الإعلامي، وتهيئة كوادر متخصصة لإنتاج محتوى رقمي بديل يتسم بالرصانة والمهنية.

دراسة علي يحيى الحديد وآخرون (2024) بعنوان: دور وسائل الاتصال الحديثة في تعزيز حقوق الإنسان في الأردن. هدفت الدراسة إلى تحديد دور منصات الاتصال الحديثة والصفحات الإلكترونية للمؤسسات الأردنية في نشر ثقافة حقوق الإنسان. جاءت الدراسة في إطار البحوث الوصفية الكيفية، واعتمدت على أداة المقابلة المعمقة مع عينة قصدية من (4) أساتذة أكاديميين متخصصين في الإعلام والقانون، بالإضافة إلى الملاحظة العلمية. كشفت النتائج أن مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب، إنستغرام) تصدرت الوسائل في كشف الانتهاكات الحقوقية وتعزيز العدالة والمساواة، وأن الصفحات الرسمية للمؤسسات الحقوقية الأردنية تؤدي دوراً كبيراً في التوعية. وأوصت الدراسة بضرورة استمرار اهتمام الإعلام الحديث بقضايا حقوق الإنسان كجزء من الثقافة الدائمة وليس بشكل موسمي، مع تعزيز دور الإعلام المهني الصادق في التصدي للشائعات الرقمية.

دراسة Hancock et al (2024) بالانجليزية بعنوان: Emoji as gesture in digital communication: improve comprehension of indirect speech. استهدفت هذه الدراسة فحص الوظيفة الاتصالية للرموز التعبيرية (Emoji) في تحسين فهم الرسائل الرقمية الغامضة أو غير المباشرة، ومقارنتها بالإيماءات اليدوية في الاتصال المباشر. اتبعت الدراسة منهجاً تجريبياً، حيث طُلب من (132) مشاركاً تفسير (12) سيناريو لتبادل رسائل نصية تحاكي واجهة الهواتف الذكية (iPhone) في حالات مختلفة (نص فقط، نص مع رموز، رموز فقط). استخدمت الدراسة نموذج الانحدار اللوجستي متعدد المستويات لتحليل البيانات. أثبتت النتائج أن الرموز التعبيرية ليست مجرد زينة، بل هي أدوات تعمل على

إزالة الغموض وتسهيل فهم المقاصد الضمنية، مما يعزز من كفاءة الاتصال الرقمي. وأوصت الدراسة بضرورة التوظيف الاستراتيجي للرموز التعبيرية في تطبيقات التعلم والتواصل المؤسسي لضمان وصول المعنى بدقة وتقليل سوء التفاهم في البيئات الرقمية غير المترجمة.

دراسة **Stieger et al (2023)** بالانجليزية بعنوان: Face-to-face more important than digital communication for mental health during the pandemic. هدفت الدراسة إلى استكشاف مدى فاعلية أشكال الاتصال المختلفة (المباشر، النصي الرقمي، المكالمات المرئية) في دعم الصحة النفسية وتعزيز الشعور بالترابط الاجتماعي أثناء فترات الإغلاق. اعتمدت الدراسة على "منهجية أخذ عينات الخبرة" (ESM) لمدة أربعة أسابيع على عينة بلغت (411) مشاركاً في الدول المتحدثة بالألمانية، مع تحليل (9791) استبياناً يومياً. تم استخدام نماذج الانحدار الخطي متعدد المستويات ونماذج "الغابة العشوائية ذات التأثيرات المختلطة" (MERF). توصلت النتائج إلى أن الاتصال المباشر يظل "المعيار الذهبي"، لكن الاتصال الرقمي النصي ارتبط بشكل معنوي بإيجابية الصحة النفسية، بينما كان أثر مؤتمرات الفيديو ضئيلاً بشكل مفاجئ. وأوصت الدراسة بضرورة تطوير تقنيات اتصال رقمي أكثر "أنسنة" (مثل الواقع الافتراضي) لتقليل الشعور بالاعتزاز، وأكدت على أهمية الموازنة بين الوسائل الرقمية واللقاءات المباشرة للحفاظ على التوازن النفسي والولاء المؤسسي.

دراسة **Balki et al (2023)** بالانجليزية بعنوان: Use and Acceptance of Digital Communication Technology by Older Adults for Social Connectedness During the COVID-19 Pandemic: Mixed Methods Study. استهدفت الدراسة فهم العوامل المؤثرة في قبول كبار السن لتقنيات الاتصال الرقمي لتعزيز ترابطهم الاجتماعي وتفتحهم في هذه الأدوات. استخدمت الدراسة منهجاً مختلطاً (كمي وكيفي)، شمل مسحاً ومقابلات معمقة مع (25) من كبار السن في المملكة المتحدة، بالاعتماد على "نموذج قبول التكنولوجيا" (TAM). تم استخدام التحليل الارتباطي والتحليل الموضوعي للبيانات. كشفت النتائج أن سهولة الاستخدام والفائدة المدركة هما المحركان الأساسيان لزيادة الثقة بالتقنية، بينما شكلت مخاوف الخصوصية والأمن عائقاً كبيراً أمام تبني بعض المنصات. وأوصت الدراسة بضرورة إشراك المستخدمين في عمليات التصميم لضمان واجهات "صديقة للمستخدم"، وتطوير استراتيجيات حماية البيانات لتعزيز الموثوقية الرقمية.

دراسة **Bernhard Hirsch et al (2023)** بالانجليزية بعنوان: The impact of Digitalized Communication on the effectiveness of Local Administrative Authorities. هدفت الدراسة إلى تحليل أثر استخدام أدوات الاتصال الرقمي في الإجراءات الإدارية على فعالية السلطات المحلية، مع اعتبار الحوكمة الرشيدة وسيطاً لهذا الأثر. طبقت الدراسة منهج "نمذجة المعادلات الهيكلية بطريقة المربعات الصغرى الجزئية" (PLS-SEM) على بيانات مسحية من (610) مديراً عاماً في خمس دول بأوروبا الوسطى. أثبتت النتائج أن التسريع في استخدام الأدوات الرقمية أدى إلى زيادة ملموسة في فعالية المؤسسات وتحسين رضا "العملاء" (المواطنين). وأوصت الدراسة بضرورة مأسسة التحول الرقمي كخيار استراتيجي طويل الأمد، وإعادة تنظيم الهياكل الإدارية لتتوافق مع متطلبات الاتصال الرقمي المستدام لتعزيز الثقة العامة.

دراسة **Vázquez-Herrero et al (2023)** بالإنجليزية بعنوان: Research on digital native media: an emerging topic in the field of digital communication. استهدفت الدراسة مراجعة نشأة وتطور وسائل الإعلام الرقمية الأصلية وتحليل نماذجها الاقتصادية والتنظيمية وعلاقتها بالجمهور. اعتمدت الدراسة على مراجعة منهجية للمقالات المنشورة في قواعد بيانات (Scopus) و (Web of Science)، وشملت (99) وثيقة علمية. تم استخدام أسلوب تحليل المحتوى والمقارنة المنهجية. توصلت النتائج إلى أن الابتكار في هذه الوسائل يتركز في المرونة الإنتاجية والاعتماد على التفاعلية المباشرة مع المجتمع لبناء الثقة، بعيداً عن القوالب التقليدية. وأوصت الدراسة بتبني مقاربات متعددة التخصصات لدراسة العلاقة بين المنصات الرقمية والمواطنة، والتركيز على قضايا الاستدامة المالية والشفافية التحريرية كمدخلات أساسية للسمعة المؤسسية.

دراسة **حسن احجيج (2023)** بعنوان: تحديات الشبكات الاجتماعية الرقمية لنظرية الثقافة السياسية الكلاسيكية. هدفت الدراسة إلى استكشاف خصائص الثقافة السياسية في العصر الرقمي، ومناقشة دور الشبكات الاجتماعية في تحويل المواطن من متلقٍ سلبي إلى فاعل ناشط في وضع الأجندات السياسية. اتبعت الدراسة المنهج التحليلي الاستكشافي للمفاهيم والنظريات السياسية والاجتماعية في ظل التضخم المعلوماتي. كشفت النتائج أن "المواطن الرقمي" أصبح يحقق استقلالاً عن الأجندات الإعلامية

التقليدية، وأن خوارزميات التفضيل تلعب دوراً مركزياً في تشكيل مدركات الجمهور واتجاهاته نحو المؤسسات. وأوصت الدراسة بضرورة تطوير نظريات قياس جديدة تتلاءم مع تعقيدات السلوك السياسي الرقمي، ودعت إلى نقاش معمق حول المتطلبات المنهجية لفهم دينامية العواطف السياسية وعلاقتها بالحكم.

**دراسة أحمد فاروق رضوان (2023)** بعنوان: هل حان الوقت لتطوير وظائف الاتصال الحكومي؟ استهدفت الدراسة النظر في ضرورة تطوير الوظائف التي يؤديها الاتصال الحكومي لتتنقل من مجرد النشر والإحاطة إلى التشارك وتفعيل الحوار العام وإشراك المواطنين في صنع القرار. اعتمدت الدراسة على التحليل النقدي للأدبيات الحديثة المنشورة في قاعدة بيانات (Scopus). توصلت الدراسة إلى أن نجاح العمل الإعلامي الحكومي يستمد من القدرة على توظيف النظم الرقمية والذكىة في إدارة العملية الاتصالية، وضرورة وجود استراتيجيات موحدة لمواجهة الأخبار المغلوطة. وخلصت التوصيات إلى أهمية الالتزام بمعايير الشفافية والوضوح والمساواة في الخطاب الموجه للمواطنين، وضرورة تركيز الدراسات الأكاديمية على تقنيات إنتاج المحتوى الرقمي التفاعلي لتعزيز الصورة الذهنية للدولة.

**دراسة سيدي عابد سارة وآخرون (2022)** بعنوان: دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية (دراسة ميدانية لعينة من عمال مؤسسة سونلغاز - تيارت). هدفت الدراسة إلى استكشاف كيفية مساهمة العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية وكسب ثقة جمهورها الداخلي. اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وطبقت على عينة من (30) موظفاً تم اختيارهم بطريقة العينة العشوائية المنتظمة. استخدمت الدراسة أدوات الملاحظة، والمقابلة، والاستمارة لجمع البيانات. أثبتت النتائج أن العلاقات العامة تساهم بفعالية في خلق انطباع إيجابي وتعزيز الثقة من خلال استخدام البريد الإلكتروني والوسائل الرقمية واللقاءات الدورية، مما ينعكس على ارتفاع الروح المعنوية والولاء. وأوصت الدراسة بإنشاء أقسام متخصصة للعلاقات العامة وتوظيف خبراء في هذا المجال لتفعيل التواصل الاستراتيجي وتحسين السمعة المؤسسية.

**دراسة خالد إبراهيم عبد العزيز إسحاق (2021)** بعنوان: العوامل المؤثرة على تكوين الصورة الذهنية لشركات الاتصال (دراسة مسحية على مستخدمي شركة اتصالات في الإمارات). استهدفت الدراسة التعرف على العوامل التي تساهم في تكوين الصورة الذهنية الإيجابية أو السلبية لدى مستخدمي قطاع الاتصالات وتأثير ذلك على تحقيق الأهداف المؤسسية. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وطبقت على عينة قصدية بلغت (504) مفردة من المستخدمين في دولة الإمارات. استخدم الباحث الاستبانة الإلكترونية كأداة للبحث، وطبق مقياس ليكرت الخماسي والمعالجات الإحصائية (Chi-square). كشفت النتائج أن جودة العروض الرقمية، والاستماع للشكاوى، والمسؤولية الاجتماعية هي أهم روافد الصورة الإيجابية، بينما يؤدي سوء التعامل والأسعار غير المناسبة إلى صورة سلبية وتآكل الثقة. وأوصت الدراسة بضرورة نشر رؤية الشركة ورسالتها عبر الوسائل الإعلامية المناسبة لتكون واضحة ومقبولة، والعمل على رفع مستوى الثقة لجعل العملاء فخورين بانتمائهم للمؤسسة.

**دراسة مجيب الشميري (2020)** بعنوان: علاقة الجمهور اليميني بالدراما التلفزيونية المحلية وأثرها في إدراكه للواقع الاجتماعي. هدفت الدراسة إلى استكشاف دور المحتوى الدرامي المحلي في تشكيل الصورة الذهنية للواقع الاجتماعي لدى الجمهور اليميني بناءً على نظرية "الغرس الثقافي". اتبعت الدراسة المنهج الوصفي (منهج المسح)، وطبقت على عينة عشوائية من (400) مبحوث في مدينتي صنعاء وعدن. استخدمت الدراسة استمارة الاستبانة المطبقة ميدانياً. أظهرت النتائج أن الإدراك للواقع الاجتماعي يتأثر بنوعية المضامين المقدمة، إلا أن الاتجاه العام للمبوحوثين نحو هذه الدراما كان سلبياً بسبب ضعف مقومات الجذب والإقناع، مما يضعف من أثرها في بناء الثقة بالهوية الثقافية. وخلصت التوصيات إلى ضرورة إجراء دراسات تحليلية للكشف عن مشكلات ضعف الاحترافية، وتشجيع المؤسسات الإنتاجية لضمان استمرارية تقديم محتوى يعكس تطورات الجمهور بصدق.

**دراسة سناء عبد الزهرة حميد الجمعان (2019)** بعنوان: توجس الاتصال وعلاقته بالتلكؤ الأكاديمي لدى طلبة الجامعة. استهدفت الدراسة التعرف على العلاقة بين القلق المرتبط بعملية الاتصال (توجس الاتصال) وبين سلوك تأجيل المهام (التلكؤ الأكاديمي). اعتمدت الباحثة المنهج الوصفي الارتباطي، وتألفت عينة البحث من (225) طالباً وطالبة من جامعة البصرة. استخدمت الدراسة مقياسين علميين (توجس الاتصال والتلكؤ الأكاديمي) وجرى التأكد من صدقهما وثباتهما. أثبتت النتائج وجود علاقة ارتباطية إيجابية قوية ودالة إحصائياً بين المتغيرين، حيث يؤدي ضعف مهارات الاتصال وتوجسه إلى فقدان الثقة

بالنفس والهروب من الالتزامات المؤسسية. وأوصت الدراسة بضرورة تفعيل دور مراكز الإرشاد التربوي لتدريب الطلبة على مهارات الاتصال الفعال، وتهيئة بيئة تدعم المناقشات المفتوحة لخفض مستويات القلق والتوتر.

دراسة (2019) Brodovskaya et al بالإنجليزية بعنوان: The impact of digital communication on Russian youth professional culture. هدفت الدراسة إلى قياس أثر استراتيجيات الاتصال الرقمي على تشكيل الثقافة المهنية والولاء المؤسسي لدى الشباب الروسي. اعتمدت الدراسة على النهج الكمي التطبيقي الشامل، واستخدمت استمارة استبانة إلكترونية. كشفت النتائج أن التحول نحو البيئات الرقمية أدى إلى تغييرات جوهرية في طرق التفاعل، حيث ارتبطت الثقة بالمؤسسات بمدى انفتاحها التقني وقدرتها على توفير منصات آمنة للمشاركة. وأوصت الدراسة بضرورة تحديث الأطر النظرية لتعكس الطبيعة الديناميكية للمنصات الرقمية، وتعزيز استراتيجيات "الأمن الرقمي" كركيزة لبناء الولاء المؤسسي المستدام.

### 3. الإطار النظري للدراسة

يعد الإطار النظري الركيزة الأساسية التي تنطلق منها الدراسات العلمية لفهم الظواهر وتفسير العلاقات بين المتغيرات، وفي سياق هذه الدراسة، يمثل الإطار النظري محاولة منهجية لاستكشاف المرتكزات الفكرية والعملية لاستراتيجيات الاتصال الرقمي داخل المؤسسات التشريعية، وتحديد مجلس النواب، وكيفية صياغة هذه الاستراتيجيات لتؤثر في مدركات الجمهور وبناء منظومة الثقة المؤسسية، حيث يتداخل الفكر الاتصالي الحديث مع النظريات السياسية والإدارية لصياغة نموذج اتصالي يواكب التحولات الرقمية (البونوفسكايا وآخرون، 2020).

#### 3.1 استراتيجيات الاتصال الرقمي:

##### 3.1.1 مفهوم الاتصال الرقمي المؤسسي وتطوره:

يُعرف الاتصال الرقمي المؤسسي بأنه العملية المنظمة التي تتبناها المؤسسة لاستخدام التقنيات والمنصات الإلكترونية في تبادل المعلومات والأفكار مع جماهيرها الداخلية والخارجية، بهدف تحقيق أهداف استراتيجية محددة، وقد تطور هذا المفهوم من مجرد نشر المحتوى الأحادي عبر المواقع الإلكترونية الساكنة إلى نمط اتصالي شبكي يتسم بالتفاعلية والأنية وتعدد الوسائط، مما أتاح للمؤسسات الرسمية تجاوز الوساطة الإعلامية التقليدية والوصول المباشر للمواطن (عباس والتحريري، 2021).

وقد فرضت الثورة الرقمية تحولاً في هوية المؤسسات، حيث لم يعد الاتصال الرقمي مجرد خيار تقني، بل أصبح ضرورة وجودية تتطلب إعادة هيكلة الوظائف الاتصالية لتناسب مع بيئة العمل الافتراضية، ولقد ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز هذا التطور من خلال توفير بيانات نقاشية مفتوحة تسمح للمؤسسة برصد الرأي العام وتوجيه الرسائل بدقة، مع مراعاة الخصائص الفنية لكل منصة لضمان فاعلية الرسالة الاتصالية (شوميري، 2020).

إن جوهر الاتصال الرقمي الحديث يكمن في القدرة على إدارة الحوارات الرقمية وبناء علاقات مستدامة، حيث تشير الأدبيات إلى أن المؤسسات التي نجحت في تطويع الأدوات الرقمية هي تلك التي استطاعت دمج التقنية في رؤيتها الاستراتيجية الشاملة، ولم تتعامل معها كأداة ثانوية، بل كقناة أساسية لصناعة السمعة وتشكيل الصورة الذهنية لدى الجمهور المستهدف (كوفاييتي وآخرون، 2020).

##### 3.1.2 ماهية استراتيجيات الاتصال في المؤسسات التشريعية:

تمثل استراتيجية الاتصال في المؤسسات التشريعية خطة العمل المتكاملة التي تهدف إلى توضيح الدور الرقابي والتشريعي للبرلمان، وتعزيز الشفافية حول الأنشطة البرلمانية، وتعد هذه الاستراتيجيات فريدة من نوعها لكونها تتعامل مع مؤسسة تمثل السيادة الشعبية، مما يجعل أهدافها تتجاوز التسويق المؤسسي إلى تعزيز الثقافة الديمقراطية والمشاركة السياسية (خضير، 2020).

وتعتمد فاعلية الاستراتيجية الاتصالية البرلمانية على قدرتها على الموازنة بين الخطاب الرسمي الرصين وبين متطلبات البيئة الرقمية التي تميل إلى التبسيط والتفاعل، فالتخطيط الاستراتيجي في هذا السياق يتطلب تحديداً دقيقاً للرسائل البرلمانية وتوقيتات نشرها، مع ضرورة وجود آليات لقياس ردود أفعال الجمهور وتوظيفها في تطوير الأداء الاتصالي والمؤسسي بشكل مستمر (رضوان، 2023).

كما تشير التحولات الحديثة إلى أن استراتيجيات الاتصال البرلماني انتقلت من نموذج "الإعلام البرلماني" الذي يكتفي بنشر محاضر الجلسات، إلى نموذج "الاتصال البرلماني التفاعلي" الذي يشرك المواطن في مراحل صياغة القوانين عبر منصات التشاور الإلكتروني، وهذا التحول يتطلب بنية تحتية تقنية قوية، وكوادر بشرية مؤهلة تمتلك مهارات الاتصال السياسي الرقمي وإدارة المحتوى الإبداعي (ضميد، 2024).

### 3.1.3 أبعاد استراتيجية الاتصال الرقمي لمجلس النواب:

تتشكل استراتيجية الاتصال الرقمي لمجلس النواب من عدة أبعاد متداخلة، يمثل كل منها ركيزة لضمان نجاح العملية الاتصالية، ومن أهم هذه الأبعاد:

- البعد المضموني (المحتوى): ويقصد به جودة ودقة المعلومات المقدمة عبر المنصات الرقمية، حيث يجب أن يتسم المحتوى بالشفافية والوضوح والشمولية، مع ضرورة تبسيط المصطلحات القانونية والتشريعية لتصل إلى كافة فئات المجتمع، مما يساهم في ردم الفجوة المعرفية بين النائب والناخب (نصر الله والعمار، 2025).
- البعد التفاعلي: وهو الميزة الجوهرية للاتصال الرقمي، ويتمثل في قدرة مجلس النواب على توفير قنوات للاستماع لمقترحات وشكاوى الجمهور، والرد عليها بفاعلية، فالفاعلية لا تقتصر على وجود زر "أعجبني" بل تمتد إلى الحوار البناء الذي يشعر المواطن بأن صوته مسموع ومؤثر في القرار (سليم وآخرون، 2023).
- البعد التقني (الوسائل): ويتعلق بمدى تنوع واحترافية المنصات الرقمية المستخدمة (مواقع إلكترونية، تطبيقات هواتف، شبكات اجتماعية)، وسهولة الوصول إليها واستخدامها، حيث إن كفاءة الواجهات الرقمية وتوفر ميزات البحث والأرشيف تعزز من قدرة الجمهور على تتبع النشاط البرلماني بيسر (تساي، 2011).
- البعد الزمني (الأنية): ويشير إلى سرعة استجابة المجلس للأحداث والقضايا المثارة في الشارع، وتغطية الجلسات واللجان بشكل مباشر أو شبه مباشر، مما يقطع الطريق على الشائعات ويوفر المعلومة الصحيحة من مصدرها الرسمي في الوقت المناسب (هيرش وآخرون، 2023).
- البعد السلوكي والأخلاقي: ويتعلق بالالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية في الخطاب الرقمي، واحترام خصوصية المستخدمين، وتقديم خطاب متوازن يبتعد عن الاستقطاب السياسي، ويحافظ على هيبة المؤسسة التشريعية كمرجعية وطنية جامعة (تينشوكفا، 2025).

إن تكامل هذه الأبعاد ضمن رؤية استراتيجية واحدة هو ما يحدد قدرة مجلس النواب على بناء جسور تواصل فاعلة، حيث إن الخلل في أي بُعد قد يؤدي إلى تراجع فاعلية الرسالة الاتصالية ككل، ويفقد المؤسسة قدرتها على التأثير في الرأي العام (الموسوي وعبود، 2021).

### 3.1.4 القائم بالاتصال البرلماني في البيئة الرقمية:

يمثل القائم بالاتصال في مجلس النواب العنصر المحرك للاستراتيجية الرقمية، وهو لم يعد مجرد موظف علاقات عامة تقليدي، بل تحول إلى "مدير محتوى رقمي" يتطلب مهارات مركبة تجمع بين الوعي السياسي والخبرة التقنية والقدرة على صياغة الخطاب الجماهيري. إن القائم بالاتصال البرلماني يعمل في بيئة شديدة الحساسية، حيث أن الخطأ في معلومة أو توقيت النشر قد يترتب عليه تداعيات سياسية تمس هيبة المؤسسة التشريعية، ولذلك فإن احترافية هذا الطرف هي التي تضمن تحويل استراتيجية الاتصال من مجرد نشر آلي إلى حوار وطني مثمر (قريش، 2023).

وتشير الأدبيات الحديثة إلى أن مهارات القائم بالاتصال البرلماني يجب أن تشمل القدرة على "الأنسة الرقمية" للمؤسسة، أي تحويل النصوص القانونية الجافة إلى محتوى بصري وتفاعلي قريب من لغة الجمهور اليومية، كما يتوجب عليه امتلاك مهارات إدارة الأزمات الرقمية والقدرة على الرصد الفوري للتعليقات والرد عليها بمهنية، مما يساهم في بناء جسور الثقة (رضوان، 2023). كما أن توزيع المهام داخل الفريق الاتصالي بالمجلس يجب أن يتسم بالتخصص، بحيث يوجد منسقون لمنصات التواصل، ومحللون للبيانات، ومصورون ومصممون "إنفوجرافيك"، لضمان تقديم محتوى متكامل تقنياً وفنياً (كوفايبي وآخرون، 2020).

### 3.1.5 الجمهور المستهدف في الخطاب الرقمي البرلماني:

إن تحديد طبيعة الجمهور بدقة هو الركيزة الأساسية لنجاح أي استراتيجية اتصال رقمي لمجلس النواب، فالجمهور في البيئة الرقمية البحرينية يتميز بكونه "جمهوراً نشطاً" وواعياً بحقوقه السياسية والمدنية، وهو ما يتطلب من المجلس تبني سياسة "التجزئة الاتصالية" للوصول إلى كافة الفئات. فبينما يميل جيل "المواطنين الرقميين" من الشباب إلى المحتوى البصري السريع والقصير، يحتاج الجمهور من النخب والمتقنين إلى تقارير تفصيلية ومحاضر جلسات موثقة عبر الموقع الإلكتروني (برودوفسكايا وآخرون، 2019).

وترتبط فعالية الاستراتيجية بمدى فهم المجلس لاحتياجات هذا الجمهور وإشباع رغباته المعلوماتية، حيث لم يعد الجمهور يكتفي بدور المتلقي السلبي، بل أصبح يسعى للمشاركة في صياغة القوانين وإبداء الرأي حول أداء النواب، وهو ما يفرض على القائم بالاتصال في مجلس النواب البحريني تطوير آليات "الاستماع الرقمي" لفهم اتجاهات الرأي العام قبل صياغة الرسائل الاتصالية (الشميري، 2020). إن إشراك الجمهور في العملية التشريعية عبر المنصات الرقمية يعزز من شعوره بالانتماء السياسي ويزيد من معدلات تعرضه للمحتوى البرلماني، مما يقلل من فرص الانسياق وراء الأخبار المضللة (عباس والغريبي، 2021).

### 3.1.6 الوسائل والمنصات الرقمية المستخدمة في الاتصال البرلماني:

تتعدد المنصات التي يوظفها مجلس النواب في مملكة البحرين ضمن استراتيجيته الاتصالية، حيث يمثل الموقع الإلكتروني الرسمي "المرجع الأم" الذي يضم كافة البيانات التاريخية والتشريعية والأرشيف القانونية، ويتسم بالرسمية والمصداقية العالية (طه وعبد الرحمن، 2023). بينما تعمل منصات التواصل الاجتماعي (مثل إنستغرام، تويتر/إكس، يوتيوب) كأدوات "انتشار وتفاعل"، حيث يبرز "إنستغرام" في البيئة البحرينية كمنصة أساسية لنشر كواليس العمل في اللجان البرلمانية واللقاءات المباشرة، مما يضفي طابعاً إنسانياً على المؤسسة (طه وعبد الرحمن، 2023).

كما تلعب تطبيقات الهواتف الذكية التابعة للمجلس دوراً محورياً في تسهيل وصول المواطنين للخدمات البرلمانية، وتوفر ميزات التنبيهات الفورية لمواعيد الجلسات، مما يعزز من "الأنية" في الاتصال (البونوفسكايا وآخرون، 2020). إن التكامل بين هذه الوسائل يضمن حصار الجمهور بمحتوى رسمي متنسق يغطي كافة الأنشطة، مع ضرورة استغلال تقنيات "البيث المباشر" للجلسات لتعزيز الشفافية المطلقة، وهو ما يسهم بشكل مباشر في تشكيل صورة ذهنية إيجابية قائمة على الوضوح والمكاشفة (أحمد، 2021).

### 3.1.7 محددات ومعوقات الاتصال الرقمي في المؤسسات الرسمية:

رغم الفرص الكبيرة التي توفرها التكنولوجيا، إلا أن استراتيجيات الاتصال الرقمي لمجلس النواب تواجه مجموعة من المحددات المعقدة، ومن أبرزها "المحددات التشريعية والأمنية"، حيث يجب أن يظل الخطاب البرلماني الرقمي ملتزماً بالضوابط القانونية وحماية سرية المداولات الحساسة في بعض اللجان (فلو ووايلدنج، 2020). كما تمثل "التحديات الهيكلية" والشائعات الإلكترونية عائقاً كبيراً، حيث يضطر المجلس لبذل جهود مضاعفة لتصحيح المعلومات المغلوطة التي تنتشر بسرعة فائقة في الفضاء الرقمي (أركوس وسميث، 2021).

وعلى الجانب الإداري، قد يواجه الاتصال الرقمي معوقات تتعلق بنقص الكوادر البشرية المدربة على أحدث تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات الاتصالية، أو ضعف الميزانيات المخصصة لإنتاج المحتوى الإبداعي (توي وشانغ، 2021). بالإضافة إلى ذلك، تظهر مشكلة "الفجوة المعرفية" لدى بعض فئات الجمهور التي قد لا تجيد استخدام التقنيات الحديثة، مما يتطلب من المجلس استراتيجيات موازية تضمن عدم تهميش هذه الفئات من حقها في المعلومة البرلمانية (حامد، 2020). إن التغلب على هذه المعوقات يتطلب تحديثاً مستمراً للبنية التكنولوجية وتدريباً احترافياً لفريق العمل الإعلامي بالمجلس لضمان استمرارية الاتصال بكفاءة عالية.

### 3.2 تعزيز الثقة لدى الجمهور:

#### 3.2.1 مفهوم الثقة السياسية والمؤسسية في الفكر المعاصر:

تُعد الثقة المؤسسية المحرك الأساسي للاستقرار في النظم السياسية الحديثة، وهي تمثل "رأس المال الاجتماعي" الذي يربط بين المواطن ومؤسسات الدولة، وفي سياق المؤسسات التشريعية، تُعرف الثقة بأنها إيمان الجمهور بأن البرلمان يعمل وفق المصلحة العامة، ويلتزم بالمعايير الأخلاقية والقانونية في أداء مهامه التشريعية والرقابية. إن الثقة ليست حالة ساكنة، بل هي عملية ديناميكية تتأثر بجودة المخرجات المؤسسية وبطبيعة التفاعل الاتصالي بين المؤسسة وجمهورها، حيث يرى الفكر الإداري والسياسي المعاصر أن المؤسسة التي تفتقر للثقة تفقد شرعيتها الشعبية وقدرتها على التأثير في المجتمع (شاهين وسليمان، 2024).

وتشير الأدبيات إلى أن الثقة المؤسسية تتشكل من خلال مسارين؛ الأول هو "المسار الأدائي" المتعلق بمدى نجاح المؤسسة في تحقيق أهدافها المعلنة، والثاني هو "المسار الاتصالي" المتعلق بكيفية تقديم المؤسسة لنفسها ولأعمالها للجمهور، وفي ظل التحول الرقمي، أصبح المسار الاتصالي هو الأكثر تأثيراً في تشكيل مدركات الجمهور، حيث يقيس المواطنون كفاءة المؤسسة من خلال جودة وسرعة تواصلها الرقمي معهم، مما جعل الثقة الرقمية جزءاً لا يتجزأ من مفهوم الثقة السياسية الشاملة (رضوان، 2023).

#### 3.2.2 أبعاد الثقة (المصادقية، الكفاءة، الاستجابة، الشفافية):

تتكون الثقة لدى الجمهور من مجموعة من الأبعاد المتداخلة التي تشكل في مجموعها القيمة الكلية للمؤسسة في نظر الفرد، ويمكن تفصيلها كالتالي:

- المصادقية (Credibility): وهي الركيزة الأولى للثقة، وتتعلق بمدى إدراك الجمهور لصدق المعلومات التي ينشرها مجلس النواب، وتتأثر المصادقية بدقة البيانات، وتجنب الانتقائية في عرض الحقائق، والالتزام بالوعود التي تقطعها المؤسسة، فالمصادقية هي التي تمنح الرسالة الاتصالية البرلمانية قوة القبول لدى المتلقي (سلامي والأصبي، 2021).
- الكفاءة (Competence): وتشير إلى قدرة مجلس النواب كنظام وممثلين على أداء المهام المناطة بهم باحترافية عالية، ويقيم الجمهور كفاءة المجلس من خلال جودة القوانين المشرعة وقوة الرقابة على الحكومة، بالإضافة إلى كفاءة المنصات الرقمية في تقديم الخدمات المعلوماتية ببسر وسهولة (شاهين وسليمان، 2024).
- الاستجابة (Responsiveness): ويقصد بها مدى سرعة وتفاعل المؤسسة مع متطلبات وتساؤلات الجمهور، وفي البيئة الرقمية، تُفاس الاستجابة بالقدرة على الرد الفوري على التعليقات والرسائل، ومعالجة القضايا التي يثيرها المواطنون عبر الفضاء الإلكتروني، مما يعطي انطباعاً بأن المؤسسة قريبة من نبض الشارع (العكروت، 2025).
- الشفافية (Transparency): وهي الوضوح في الإجراءات والمداولات، وتعد الشفافية الرقمية عبر بث الجلسات ونشر التقارير المالية والإدارية للمجلس مدخلاً حاسماً لتعزيز الثقة، حيث يشعر المواطن بأنه شريك في الرقابة ومطلع على كواليس صنع القرار (الحميدي، 2024).

#### 3.2.3 العوامل المؤثرة في تشكيل الثقة لدى الجمهور تجاه البرلمان:

يتأثر تشكيل الثقة لدى الجمهور تجاه المؤسسات التشريعية بعدة عوامل محورية، منها ما هو "ذاتي" يتعلق بخلفية المواطن الثقافية والسياسية، ومنها ما هو "مؤسسي" يرتبط بأداء البرلمان ذاته، ومن أهم هذه العوامل:

1. الأداء البرلماني الفعلي: إن الانطباع العام حول قوة البرلمان في مواجهة التحديات الاقتصادية والاجتماعية يمثل العامل الأقوى في بناء الثقة، فكلما لمس المواطن انعكاساً للقرارات البرلمانية على حياته اليومية، زاد مستوى ثقته (أحمد، 2025).
2. التغطية الإعلامية: تلعب الوسائل الإعلامية (الرسمية والمستقلة) دور الوسيط في تشكيل الثقة، حيث إن طبيعة التأطير الإعلامي لأنشطة المجلس يمكن أن تسهم في تحسين صورته أو تشويهها (خضير، 2020).

3. التواجد الرقمي التفاعلي: في العصر الحالي، أصبحت جودة المواقع الإلكترونية والصفحات الاجتماعية للمجلس عاملاً حاسماً؛ فالجمهور يربط بين حداثة التقنية المستخدمة وبين رقي الفكر المؤسسي، مما ينعكس إيجاباً على الثقة (البونوفسكايا وآخرون، 2020).
4. السمعة المؤسسية: وهي المحصلة التاريخية للصورة الذهنية للمجلس، حيث إن السمعة الطيبة المتراكمة تعمل كجدار حماية للمؤسسة في أوقات الأزمات، وتمنع انهيار الثقة بسرعة عند حدوث أخطاء فردية لبعض النواب (الشريفي، 2019).

جدول رقم (1): ترتيب العوامل المؤثرة في ثقة الجمهور بالمؤسسات (نموذج استرشادي) - المصدر: (إسحاق، 2021)، ص 18.

الرتبة	العامل المؤثر	مستوى التأثير
1	المصداقية ودقة المعلومات	مرتفع جداً
2	سرعة الاستجابة للتفاعلات الرقمية	مرتفع
3	جودة الخدمات والمعلومات المقدمة	مرتفع
4	السمعة التاريخية للمؤسسة	متوسط

المرجع: إسحاق، خالد إبراهيم عبد العزيز. (2021). "العوامل المؤثرة في تشكيل الصورة الذهنية لمؤسسات الاتصال: دراسة مسحية على مستخدمي شركة اتصالات في الإمارات". مجلة الآداب، العدد 139.

وتؤكد الدراسات الحديثة وجود علاقة طردية قوية بين جودة الخدمات الإدارية والمعلوماتية وبين رضا المواطنين؛ حيث أظهرت الإحصائيات في دراسة ميدانية أن 92.3% من الجمهور يعتقدون أن اعتماد التكنولوجيا والتحول الرقمي في المؤسسات يعزز من مستويات ثقتهم في دقة المخرجات ونزاهتها (شاهين وسليمان، 2024). كما تشير أرقام أخرى إلى أن نقص الشفافية والغموض في الإجراءات يتسبب في تراجع الثقة بنسبة تصل إلى 64% لدى الفئات العمرية الشابة التي تعتمد على الإنترنت كمصدر أساسي للمعلومة (العكروت، 2025).

#### 3.2.4 دور الإعلام في تعزيز السمعة المؤسسية وبناء الثقة:

تُعد السمعة المؤسسية للمجالس التشريعية المحصلة النهائية لكافة العمليات الاتصالية والأداء الفعلي الذي يدرسه الجمهور، حيث لم يعد كافياً أن يقوم مجلس النواب بأدوار تشريعية ورقابية متميزة، بل أصبح لزاماً عليه امتلاك "جهاز إعلامي رقمي" قادر على تحويل هذه الأدوار إلى رصيد من السمعة الطيبة. إن الإعلام المؤسسي في البيئة الرقمية يعمل كخط دفاع أول عن المؤسسة، حيث يساهم في بناء "درع الوقاية" الذي يحمي المؤسسة من الهجمات الإعلامية أو الشائعات، فالمؤسسة ذات السمعة القوية تستطيع استعادة ثقة جمهورها بسرعة أكبر في أوقات الأزمات مقارنة بالمؤسسات التي تفقر لاستراتيجية اتصالية واضحة (الشريفي، 2019).

وفي سياق مجلس النواب في مملكة البحرين، تلعب المنصات الإعلامية التابعة للمجلس دوراً محورياً في تعزيز السمعة الاستراتيجية من خلال "التغطية المكثفة" والشفافية لأنشطة النواب ولجان المجلس، حيث إن توفير المعلومات الصحيحة والموثوقة عبر الإعلام الرسمي يقلل من احتمالات لجوء الجمهور إلى مصادر معلوماتية غير موثوقة قد تنبئ أجندات لتشويه صورة المؤسسة. كما أن الإعلام الرقمي يتيح للمجلس فرصة "صناعة السمعة" عبر إبراز قصص النجاح التشريعية التي تلامس حياة المواطن، مما يحول الصورة الذهنية للمجلس من مجرد "جهة بيروقراطية" إلى "شريك فاعل" في تحقيق التنمية الوطنية (أحمد، 2025).

وترتبط السمعة المؤسسية بالثقة بعلاقة تبادلية؛ فالسمعة الطيبة تعزز الثقة، والثقة المستدامة تبني سمعة لا تتزعزع، ويشير الفكر الإداري الحديث إلى أن "التميز المؤسسي" في التواصل الرقمي يعد أقصر الطرق لبناء السمعة، حيث إن دقة المحتوى، وسرعة الاستجابة، وتفاعل القائم بالاتصال مع تساؤلات الجمهور هي التي تشكل في مجموعها الانطباع العام حول مصداقية المؤسسة وكفاءتها، وهو ما ينعكس بشكل مباشر على زيادة معدلات التأييد الشعبي للمجلس وقراراته (إسحاق، 2021).

#### 3.2.5 نظريات تشكيل الصورة الذهنية وعلاقتها بالثقة:

تمثل الصورة الذهنية "المخطط العقلي" الذي يخترنه المواطن حول مجلس النواب، وهي ليست مجرد انعكاس للواقع، بل هي مزيج من الخبرات المباشرة (التعامل مع المجلس) والخبرات غير المباشرة (ما يتم تداوله في الإعلام الرقمي). إن تشكيل الصورة الذهنية في العصر الرقمي أصبح عملية معقدة تتأثر بسرعة تدفق المعلومات وتعدد المصادر، حيث تساهم المنصات

الاجتماعية في خلق صورة "تفاعلية" للمؤسسة قد تكون إيجابية إذا نجح المجلس في إدارة خطابه، أو سلبية إذا سادت حالة من الغموض الاتصالي (النوير، 2025).

وتوضح نظريات تشكيل الصورة الذهنية أن هناك عوامل محددة تؤثر في انطباعات الجمهور، منها جودة الخدمات المعلوماتية المقدمة، ومدى ملامسة الخطاب المؤسسي لاحتياجات الناس، وفي حالة المؤسسات التشريعية، فإن الصورة الذهنية الإيجابية تتشكل عندما يدرك الجمهور أن البرلمان "قريب ومستجيب" لتطلعاتهم. ويؤدي التحول نحو الذكاء الاصطناعي والتقنيات الرقمية في التواصل إلى تحسين الصورة الذهنية، حيث يربط الجمهور بين "حدثة التقنية" وبين "رقي الأداء المؤسسي"، مما يعزز من مكانة المجلس كمرجعية وطنية موثوقة تواكب العصر (الزامل والدعيجي، 2024).

إن العلاقة بين الصورة الذهنية والثقة علاقة سببية؛ فالثقة هي النتيجة الطبيعية لصورة ذهنية إيجابية قائمة على المصادقية والشفافية، وعندما ينجح مجلس النواب في ترسيخ صورة "المدافع عن حقوق المواطنين" عبر استراتيجياته الرقمية، فإن مستوى الثقة يرتفع تلقائياً. وعلى العكس من ذلك، فإن الصور الذهنية المشوهة الناتجة عن ضعف التواصل أو تضارب المعلومات تؤدي إلى تآكل الثقة وصعوبة تقبل الرسائل الاتصالية للمؤسسة، مما يفرض على المجلس ضرورة الرصد المستمر لصوره الذهنية لدى مختلف الفئات المجتمعية (إسحاق، 2021).

### 3.2.6 مقاييس الثقة الجماهيرية في المؤسسات التشريعية:

لقياس مستوى ثقة الجمهور في المؤسسات البرلمانية، يتم الاعتماد على مجموعة من المؤشرات الكمية والنوعية التي تعكس مدى رضا المواطن وقبوله للأداء المؤسسي، ومن أبرز هذه المقاييس:

1. مقياس المصادقية المعلوماتية: ويقاس مدى ثقة الجمهور في دقة وصحة البيانات التي ينشرها مجلس النواب عبر موقعه ومنصاته، وتعد المصادقية حجر الزاوية في بناء الثقة الرقمية (سلامي والأصبي، 2021).
2. مقياس الاستجابة الرقمية: ويقاس سرعة وفاعلية المجلس في التعاطي مع تعليقات وشكاوى ومقترحات المواطنين عبر الفضاء الإلكتروني، حيث إن التجاهل أو التأخير في الرد يعد مؤشراً سلبياً يقلل من الثقة (العكروت، 2025).
3. مقياس الشفافية والمكاشفة: ويتعلق بمدى توفر المعلومات حول المداولات، والتصويت، والتقارير المالية للجان، فكلما زادت الشفافية زاد إيمان الجمهور بنزاهة العمل البرلماني (الحميدي، 2024).

وتشير الإحصائيات في الدراسات الميدانية الحديثة إلى أن المؤسسات التي تعتمد استراتيجيات تحول رقمي شاملة تحظى بمعدلات ثقة مرتفعة؛ حيث أكدت نتائج دراسة أجريت على عينة من الجمهور أن 92.3% من المبحوثين يرون أن جودة الخدمات الإلكترونية وتوفر المعلومات بدقة هي العامل الأول في تعزيز ثقتهم بالقطاع المؤسسي (شاهين وسليمان، 2024). وفي المقابل، أظهرت أرقام أخرى أن الغموض في الإجراءات الاتصالية وضعف الاستجابة الرقمية يؤديان إلى تراجع مستويات الرضا والثقة بنسبة تصل إلى 64% لدى فئة الشباب والنشطين رقمياً، مما يبرز الأهمية القصوى لامتلاك مقاييس علمية دورية لرصد اتجاهات الجمهور البحريني نحو أداء مجلس النواب (العكروت، 2025).

إن تكامل هذه المقاييس ضمن استمارة استبانة علمية يسمح لمجلس النواب في مملكة البحرين بتشخيص مكامن الخلل في علاقته مع الجمهور، وتطوير استراتيجياته الاتصالية بناءً على مؤشرات رقمية دقيقة، مما يضمن بقاء قناة التواصل بين النائب والناخب مفتوحة وقائمة على الاحترام والثقة المتبادلة (راضي، 2018).

### 3.3 الربط بين الاتصال الرقمي وتعزيز الثقة:

#### 3.3.1 الأثر التفاعلي للاتصال الرقمي على الاتجاهات الجماهيرية:

تمثل العلاقة بين استراتيجيات التواصل الرقمي وتشكيل الاتجاهات الجماهيرية محوراً حيوياً في فهم استقرار المؤسسات السياسية، حيث تتجاوز الأدوات الرقمية الحديثة مجرد كونها نوافذ إعلامية لتصبح بيئات تفاعلية تعيد صياغة وعي الجمهور بالأدوار المؤسسية، فالتفاعلية اللحظية والقدرة على تبادل الرسائل في اتجاهين تمنح الفرد شعوراً بالقيمة والأهمية داخل المنظومة السياسية، مما يؤدي إلى تحول تدريجي في القنوات الذهنية والاتجاهات النفسية نحو المؤسسة، وتصبح هذه الأدوات محركات تعزيز إيجابية تسهم بشكل مباشر في دعم القرارات المؤسسية وتحفيز الجمهور على تبني مواقف مؤيدة للتوجهات الاستراتيجية للدولة (سليم وآخرون، 2023).

ويتعاطف هذا الأثر في البيانات التي تتسم بكثافة الاستخدام الرقمي، حيث يتحول المحتوى البرلماني الرقمي إلى مصدر أساسي لتشكيل الإدراك بالواقع السياسي والاجتماعي، فكلما نجح مجلس النواب في تقديم محتوى يتسم بالأنية والجدية، زادت قدرته على توجيه الرأي العام نحو فهم أعمق للقضايا الوطنية المعقدة، وهذا المسار الاتصالي لا يسهم فقط في نقل المعلومات، بل يعمل كأداة هندسة اجتماعية تعزز من الروابط بين المشرع والناخب من خلال خلق حالة من التماهي بين الخطاب المؤسسي وتطلعات المواطن، مما يقلل من حدة الاستقطاب ويزيد من معدلات القبول العام للتشريعات المقترحة (الشميري، 2020).

### 3.3.2 دور الاستراتيجيات الرقمية في ردم فجوة الثقة بين البرلمان والمواطن:

تؤدي الفجوة المعلوماتية بين المؤسسات التشريعية والجمهور إلى حالة من الاغتراب السياسي التي تضعف الثقة المؤسسية، وهنا تبرز الاستراتيجيات الرقمية كجسر حيوي لردم هذه الفجوة عبر تقديم تدفق معلوماتي مستمر وشفاف يزيل الغموض عن كواليس العمل البرلماني، فالتواجد الرقمي المنظم يسمح للمجلس بتقديم روايته الرسمية للأحداث بشكل مباشر، مما يمنح التفسيرات الخاطئة أو التدخلات الإعلامية التي قد تشوه الحقائق، وهذا الوضوح الاتصالي يعد المتطلب الأول لإعادة بناء الثقة في قدرة البرلمان على تمثيل إرادة الشعب ومراقبة الأداء الحكومي بفاعلية (رضوان، 2023).

إن نجاح هذه الاستراتيجيات في تعزيز الثقة يرتبط بمدى قدرتها على الانتقال من "الاتصال النمطي" إلى "الاتصال الشبكي" الذي يتيح رصد نبض الشارع والاستجابة له، فالمؤسسات التي تتبنى الآليات الاستماع الرقمي وتحليل اتجاهات الجمهور تظهر أمام المواطن كمؤسسات مرنة ومستجيبة، وليست مجرد هياكل بيروقراطية معزولة، وهذا النوع من التواصل يسهم في تقليل المسافة النفسية بين النائب والمواطن، ويخلق انطباعاً لدى الجمهور بوجود رقابة مجتمعية فاعلة ومشاركة حقيقية في مراحل صنع القرار، وهو ما ينعكس في النهاية على متانة العلاقة بين الطرفين (البونوفسكايا وآخرون، 2020).

### 3.3.3 النماذج العلمية المفسرة للعلاقة بين الاتصال الرقمي والثقة:

تعتمد المؤسسات الحديثة على نماذج علمية متطورة لقياس مدى قبول الجمهور للتواصل الرقمي وانعكاس ذلك على ثقتهم، ومن أبرز هذه النماذج مقياس قبول الاتصال الرقمي (DICAS) الذي يربط بين كفاءة الوسيلة الرقمية ومدى استعداد الجمهور للاعتماد عليها كمصدر موثوق، حيث يشير هذا النموذج إلى أن الثقة الرقمية لا تنشأ فقط من جودة المحتوى، بل من سهولة استخدام المنصات وتوفير الدعم التقني وشعور المستخدم بالأمان المعلوماتي، فكلما كانت واجهات التواصل البرلماني البحري أكثر احترافية وأماناً، زاد معدل قبول الرسائل الصادرة عنها وترسخت الثقة في مصداقيتها (تيتشكوف وآخرون، 2025).

وتركز النماذج التفسيرية أيضاً على دور التميز في تقديم الخدمة المعلوماتية كمدخل لبناء السمعة الاستراتيجية، حيث إن الربط بين جودة الأداء التقني وبين الرضا العام للمواطن يمثل علاقة طردية قوية، فالمواطن يميل إلى الثقة بالمؤسسات التي تظهر تفوقاً تكنولوجياً لأن ذلك يعطي انطباعاً بالكفاءة الإدارية والجديّة في مواكبة العصر، وهذا النموذج يفسر كيف يمكن لاستراتيجية اتصال رقمي ذكية أن تعوض جوانب القصور التقليدية في التواصل الميداني، وتخلق رصيماً من الولاء المؤسسي القائم على الخبرة الرقمية الإيجابية للمستخدم (شاهين وسليمان، 2024).

### 3.3.4 الشفافية الرقمية كمدخل لتعزيز الشرعية والمصداقية:

تعتبر الشفافية في العصر الرقمي هي العملة الأساسية التي يتم بموجبها شراء الثقة الجماهيرية، حيث إن نشر محاضر الجلسات وتصويت النواب والتقارير المالية عبر منصات التواصل الاجتماعي يمنح المؤسسة التشريعية شرعية شعبية متجددة، فالمصداقية لا تُبنى بالوعود بل بالمكاشفة، وعندما يجد المواطن البحري أن أنشطة مجلس النواب متاحة لحظياً وبدون قيود، فإن مستويات الشك لديه تتراجع، وتتحسن الصورة الذهنية للمجلس كجهة رقابية نزيهة تلتزم بأعلى معايير الحوكمة والوضوح الإداري (الحمدي، 2024).

وقد كشفت النتائج الميدانية للدراسات الحديثة أن تدني جودة بعض أبعاد الاتصال مثل غموض الإجراءات الاتصالية وتأخر توفير المعلومات الرسمية يؤدي إلى تراجع حاد في رضا الجمهور، حيث تشير الإحصائيات إلى أن 64% من المستخدمين النشطين رقمياً يفقدون الثقة في المؤسسة إذا لم يجدوا ردوداً واضحة وسريعة على تساؤلاتهم عبر المنصات الرقمية، في حين يرى 92.3% من الجمهور أن التحول الرقمي الكامل وتوفير المعلومات بدقة عالية هما العاملان الأكثر تأثيراً في تعزيز ثقتهم بنزاهة المؤسسات ومصداقية مخرجاتها التشريعية والإدارية (العكروت، 2025).

### 3.3.5 المشاركة الإلكترونية (e-Participation) وتأثيرها على الولاء المؤسسي:

تعد المشاركة الإلكترونية الذروة التي تصل إليها استراتيجية الاتصال الرقمي الفاعلة، حيث يتحول الجمهور من متلقي للمعلومات إلى شريك في صياغة الرؤى والسياسات، وهذا النوع من التفاعل يعزز من شعور المواطن بالانتماء السياسي ويزيد من معدلات الولاء لمجلس النواب، فإتاحة الفرصة للجمهور لإبداء الرأي في مشاريع القوانين عبر الاستبيانات الإلكترونية أو البث المباشر التفاعلي يخلق حالة من "المواطنة الرقمية" النشطة التي تدافع عن المؤسسة وتثق في قراراتها لأنها تشعر بأنها كانت جزءاً من عملية صنعها (أمعرف، 2021).

إن إدماج تقنيات التواصل الحديثة في صلب العمل الإعلامي البرلماني يسهم في تنويع مصادر المعلومة ويمنح الجمهور القدرة على تتبع الإنجازات التشريعية بشكل موثوق، وهذا المسار الاتصالي يعمل على تحويل الثقة من حالة "عاطفية" عابرة إلى حالة "معرفية" مستدامة قائمة على الدلائل والأرقام، فالمواطن الذي يتابع الأثر المعرفي للتحويلات الرقمية في المؤسسة يدرك حجم الجهود المبذولة، مما يرفع من سقف توقعاته الإيجابية ويحصنه ضد حملات التشكيك، مما يجعل من المشاركة الرقمية صمام أمان لاستمرارية الثقة بين البرلمان والمجتمع (ضميد، 2024).

### 3.4 نظرية الامتياز في العلاقات العامة:

تُعد نظرية الامتياز في العلاقات العامة من أبرز الأطر النظرية التي تناولت دور الاتصال المؤسسي في تحقيق الفاعلية التنظيمية، حيث طوّرها جيمس غرونيج وزملاؤه لتفسير كيفية مساهمة إدارات العلاقات العامة في تحسين أداء المؤسسات وتعزيز علاقتها بجمهورها. وتنطلق هذه النظرية من افتراض رئيسي مفاده أن الاتصال الاستراتيجي القائم على الحوار والتفاعل المتبادل يمثل حجر الأساس في بناء علاقات طويلة الأمد قائمة على الثقة. (Grunig, 2001)

وتؤكد النظرية أن المؤسسات التي تحقق مستويات عالية من التميز هي تلك التي تتبنى نماذج اتصال حديثة تتجاوز النمط الأحادي في نقل المعلومات، لتتجه نحو الاتصال التفاعلي القائم على التفاهم المتبادل مع الجمهور. ويُعد نموذج الاتصال ثنائي الاتجاه المتماثل (Two-way Symmetrical Model) جوهر هذه النظرية، حيث يركز على تحقيق التوازن بين مصالح المؤسسة وتوقعات الجمهور من خلال الحوار المستمر والاستجابة الفعالة. (Grunig & Hunt, 1984)

كما تشير النظرية إلى أن فاعلية العلاقات العامة لا ترتبط فقط بوجود قنوات اتصال، بل تعتمد على مجموعة من العوامل التنظيمية، من بينها دعم الإدارة العليا، ودمج الاتصال ضمن التخطيط الاستراتيجي، واستخدام التكنولوجيا الحديثة في إدارة التفاعل مع الجمهور، وهو ما يعزز من قدرة المؤسسة على بناء صورة ذهنية إيجابية وتحقيق مصداقية مستدامة (L'Etang & Pieczka, 2006).

وفي سياق البيئة الرقمية، تكتسب نظرية الامتياز أهمية مضاعفة، حيث تتيح المنصات الرقمية فرصاً غير مسبوقة لتطبيق الاتصال الحواري التفاعلي، مما يسمح للمؤسسات بالانتقال من مجرد نشر المعلومات إلى بناء علاقات قائمة على المشاركة والشفافية، وهو ما يسهم بشكل مباشر في تعزيز الثقة المؤسسية لدى الجمهور. (Kent & Taylor, 2002)

### 3.4.1 توظيف النظرية في الدراسة الحالية:

يمكن توظيف نظرية الامتياز في هذه الدراسة لتفسير العلاقة بين استراتيجيات الاتصال الرقمي التي يتبناها مجلس النواب في مملكة البحرين ومستوى الثقة لدى الجمهور، حيث تساعد هذه النظرية في تحليل مدى اعتماد المجلس على الاتصال التفاعلي القائم على الحوار مع المواطنين، بدلاً من الاكتفاء بالنشر الإخباري التقليدي.

كما تتيح النظرية فهماً أعمق لدور أبعاد الاتصال الرقمي، مثل التفاعلية، والشفافية، وسرعة الاستجابة، في بناء علاقات متوازنة مع الجمهور، وهو ما ينعكس على تعزيز المصداقية والصورة الذهنية الإيجابية للمؤسسة التشريعية. وبذلك، يمكن قياس مدى اقتراب ممارسات الاتصال الرقمي لمجلس النواب من نموذج الاتصال المتماثل، باعتباره النموذج الأكثر قدرة على تحقيق الثقة والاستقرار في العلاقة بين المؤسسة والجمهور.

### 3.5 تحليل نتائج الدراسات السابقة وبيان أوجه الاتفاق والاختلاف بينها:

بعد المراجعة العميقة للدراسات السابقة العربية والأجنبية التي تناولت استراتيجيات الاتصال الرقمي وتعزيز الثقة وصورة المؤسسات، يمكن إجراء مقارنة تحليلية شاملة كما يلي:

#### أولاً: من حيث أهداف الدراسة:

توافقت مجموعة كبيرة من الدراسات في هدفها الرامي إلى قياس أثر تقنيات الاتصال الحديثة على مدركات الجمهور واتجاهاتهم، مثل دراسة Enweer (2025)، ودراسة أحمد (2025)، ودراسة شاهين وسليمان (2024)، ودراسة العكروت (2025)، ودراسة إسحاق (2021)، حيث ركزت جميعها على العلاقة الارتباطية بين جودة التواصل الرقمي وبين بناء الثقة أو الصورة الذهنية. كما توافقت دراسات أخرى في استهداف تقييم "قبول التقنية" مثل دراسة Tkalc Verčič et al (2025) ودراسة Balki et al (2023). في حين اختلفت دراسات أخرى في تركيزها على الجوانب الوظيفية والإدارية البحتة للاتصال الرقمي مثل دراسة الحمري (2023) ودراسة قريش (2023)، أو التركيز على تحليل مضامين معينة كالمخدرات أو حقوق الإنسان مثل دراسة كاظم وهوله (2024) ودراسة الحديد وآخرون (2024). واختلفت دراسة Hancock et al (2024) باستهدافها الوظيفة اللغوية والإدراكية للرموز التعبيرية، ودراسة Stieger et al (2023) التي ركزت على الأثر النفسي لأنماط الاتصال.

#### ثانياً: من حيث منهج الدراسة:

توافقت أغلب الدراسات في اعتمادها على المنهج الوصفي التحليلي أو منهج المسح لمناسبتها للدراسات الميدانية، ومنها دراسة ضميد (2024)، ودراسة الزامل والدعيجي (2024)، ودراسة نصر الله والعمار (2025)، ودراسة الشرافي (2022)، ودراسة سيدي عابد (2022). بينما اختلفت دراسات أخرى باتباع مناهج أكثر تخصصاً، حيث استخدمت دراسة Saktisyahputra et al (2023) المنهج النوعي (Qualitative)، واعتمدت دراسة Hancock et al (2024) على المنهج التجريبي، واستخدمت دراسة Balki et al (2023) المنهج المختلط (Mixed Methods)، ودراسة Vázquez-Herrero et al (2023) التي اعتمدت على المراجعة المنهجية (Systematic Review)، ودراسة Stieger et al (2023) التي استخدمت منهجية أخذ عينات الخبرة (ESM).

#### ثالثاً: من حيث أداة الدراسة:

توافقت الغالبية العظمى من الدراسات في استخدام الاستبيان (الإلكتروني أو الورقي) كأداة رئيسية لجمع البيانات، مثل دراسة Tkalc Verčič et al (2025)، ودراسة أحمد (2025)، ودراسة العكروت (2025)، ودراسة الطخاوي (2025)، ودراسة ساجت وعباس (2024)، ودراسة إسحاق (2021). واختلفت دراسات أخرى باستخدام أدوات نوعية؛ حيث اعتمدت دراسة الحديد وآخرون (2024) ودراسة Saktisyahputra et al (2023) على المقابلات المعمقة، واستخدمت دراسة الشنقيطي (2025) و Vázquez-Herrero et al (2023) أسلوب تحليل المضمون، بينما تميزت دراسة Stieger et al (2023) بتحليل الاستبيانات اليومية المتكررة عبر التطبيقات.

#### رابعاً: من حيث مكان الدراسة:

توافقت مجموعة من الدراسات في تطبيقها داخل البيئة العربية، وتحديدًا في العراق مثل دراسات أحمد (2025)، شاهين وسليمان (2024)، ضميد (2024)، وفي ليبيا كدراسات Enweer (2025)، العكروت (2025)، قريش (2023)، وفي السعودية كدراسات الشنقيطي (2025)، آل مفلح (2022)، وفي الأردن كدراسة الحديد وآخرون (2024). بينما اختلفت الدراسات الأجنبية في أماكن تطبيقها؛ حيث طبقت دراسة Balki et al (2023) في المملكة المتحدة، ودراسة Hirsch et al (2023) في دول أوروبا الوسطى، ودراسة Stieger et al (2023) في الدول المتحدثة بالألمانية، ودراسة Brodovskaya et al (2019) في روسيا.

#### خامساً: من حيث عينة الدراسة:

توافقت عدة دراسات في استهداف جمهور المواطنين أو المستخدمين العامين، مثل دراسة Enweer (2025)، ودراسة أحمد (2025)، ودراسة العكروت (2025)، ودراسة إسحاق (2021). كما توافقت دراسات أخرى في استهداف طلبة الجامعات، مثل دراسة ضميد (2024)، ودراسة ساجت وعباس (2024)، ودراسة كاظم وهوله (2024)، ودراسة الجمعان (2019). بينما اختلفت دراسات أخرى باستهداف فئات مهنية متخصصة مثل الموظفين والمدراء في دراسة Tkalc Verčič et al (2025)، ودراسة Hirsch et al (2023)، والحمري (2023)، أو الصحفيين والأكاديميين في دراسة سلامي والأصبيي (2021) ودراسة الحديد وآخرون (2024)، أو فئات عمرية محددة مثل كبار السن في دراسة Balki et al (2023).

### 3.6 توضيح كيفية استفادة الباحث من الدراسات السابقة في بناء دراسته الحالية:

لقد وفرت الدراسات السابقة أساساً متيناً لبناء الدراسة الحالية من خلال عدة جوانب:

1. بناء الإطار النظري: الاستفادة من المفاهيم والتعريفات الخاصة باستراتيجيات الاتصال الرقمي وأبعاد الثقة المؤسسية التي وردت في دراسات أحمد (2025) والعكروت (2025).
2. تحديد المنهجية: التأكيد على فاعلية المنهج الوصفي التحليلي وأسلوب المسح في معالجة مثل هذه الظواهر كما في دراسة ضميد (2024).
3. تصميم أدوات الدراسة: اقتباس وتطوير بعض فقرات مقياس الثقة ومقياس قبول الاتصال الرقمي من دراسات Tkalac Verčič et al (2025) و شاهين وسليمان (2024)، ومواءمتها مع البيئة البحرينية.
4. تفسير النتائج: استخدام نتائج الدراسات التي أثبتت وجود علاقة طردية بين الشفافية الرقمية والثقة (مثل دراسة الشنقيطي، 2025) كإطار مرجعي لمناقشة نتائج الدراسة الحالية.
5. اختيار العينة: الاقتناع بضرورة شمول عينة متنوعة من الجمهور لضمان تعميم النتائج كما فعلت دراسة إسحاق (2021).

### 3.7 إبراز الفجوة البحثية التي تسعى الدراسة الحالية إلى معالجتها:

من خلال المراجعة المعمقة، تبين وجود عدة فجوات تسعى الدراسة الحالية لسدها:

- فجوة مكانية: بالرغم من تعدد الدراسات حول الاتصال الرقمي في العراق وليبيا والسعودية، إلا أن هناك ندرة واضحة (حسب اطلاع الباحث في الملفات المتاحة) في الدراسات التي تتناول مجلس النواب في مملكة البحرين تحديداً كنموذج للمؤسسات التشريعية في العصر الرقمي.
- فجوة تطبيقية ومفهومية: ركزت أغلب الدراسات السابقة على الاتصال الرقمي في المؤسسات الخدمية (بنوك، مستشفيات) أو التعليمية (جامعات)، بينما تسعى هذه الدراسة لتطبيق هذه المفاهيم على المؤسسة التشريعية (البرلمان)، حيث تختلف طبيعة الثقة المطلوبة (ثقة سياسية ورقابية) عن الثقة الخدمية. تمثل دراسة الشنقيطي (2025) و Hirsch et al (2023) محاولات قريبة لكنها ركزت على القضاء والإدارة المحلية، مما يترك مساحة للدراسة الحالية في التخصص البرلماني.
- فجوة تحليلية: تسعى الدراسة لربط "الاستراتيجيات الاتصالية" (كخطط عمل منظمة) بـ "تعزيز الثقة"، وهو ربط يتجاوز مجرد قياس "الاستخدام" أو "التعرض" الذي ركزت عليه دراسات سابقة مثل دراسة الشميري (2020)، مما يوفر إضافة معرفية حول كيفية صناعة الثقة عبر التخطيط الاتصالي الاستراتيجي.
- فجوة زمنية: تأتي هذه الدراسة في مرحلة ما بعد النضج الرقمي (2025-2026)، مما يسمح بتقييم استراتيجيات أكثر تطوراً تشمل التفاعلية المتقدمة، وهو ما لم تدركه الدراسات التي أجريت قبل أو أثناء الجائحة مباشرة.

### 4. مشكلة الدراسة

تتمثل مشكلة الدراسة في رصد وتحليل الفجوة الاتصالية القائمة بين استراتيجيات الاتصال الرقمي التي يتبناها مجلس النواب في مملكة البحرين وبين مدى قدرة هذه الاستراتيجيات على تلبية التوقعات المعلوماتية والتفاعلية للجمهور، مما ينعكس بشكل مباشر على مستويات الثقة في المؤسسة التشريعية. فرغم التطور التقني والتحول الرقمي الشامل، لا يزال هناك تباين في فاعلية الرسائل الموجهة وقدرتها على بناء جسور من الشفافية والمكاشفة، وهو ما يضع التخطيط الاتصالي للمجلس تحت مجهر النقد، وي طرح تساؤلاً جوهرياً حول طبيعة العلاقة الارتباطية بين جودة المسار الرقمي المؤسسي وتعزيز المصداقية والولاء لدى المواطن تجاه ممثليه في ظل بيئة إعلامية تتسم بكثافة الشائعات وتعدد مصادر المعلومات.

وقد أكدت دراسة (أحمد، 2025) على أن المؤسسات السيادية التي لا تمتلك استراتيجيات اتصال رقمية استباقية وواضحة تواجه تراجعاً حاداً في مستويات الرضا الشعبي، حيث إن غياب الوضوح المعلوماتي عبر المنصات الرسمية يفسح المجال

لانتشار التأويلات الخاطئة التي تهز ثقة الجمهور. كما أوضحت دراسة (العكروت، 2025) أن غموض الإجراءات الاتصالية وتأخر توفير المعلومات الموثقة لحظياً هما المحركان الأساسيان لتآكل الثقة المؤسسية في المجتمعات العربية الحديثة، مما يجعل من إصلاح المنظومة الرقمية ضرورة سياسية وإدارية ملحة.

وفي ذات السياق، بينت نتائج دراسة (شاهين وسليمان، 2024) أن الارتباط بين التميز التقني في عرض البيانات وبين ثقة الجمهور هو ارتباط طردي وثيق، حيث إن أي خلل في أبعاد الاتصال الرقمي (مثل بطء الاستجابة أو ضعف دقة المحتوى) يترجم فوراً لدى المتلقي كقصور في الكفاءة المؤسسية للمؤسسة التشريعية أو الخدمية. كما توصلت دراسة (نصر الله والعمار، 2025) إلى أن الجمهور الواعي والنشط رقمياً يمتلك معايير نقدية مرتفعة، ولا يكفي بمجرد النشر الإخباري التقليدي، بل يبحث عن التفاعلية والشفافية الكاملة كشرط أساسي لمنح ثقته للمؤسسة الرسمية.

وتبرز حدة المشكلة عند النظر إلى الإحصائيات الرسمية، حيث بلغت نسبة انتشار الإنترنت في مملكة البحرين 99%، مما يعني أن الفضاء الرقمي هو الساحة الوحيدة والأساسية لتشكيل الرأي العام، وقد كشفت دراسة ميدانية حديثة أن 92.3% من الجمهور يربطون بين حداثة التكنولوجيا المستخدمة في التواصل وبين نزاهة المؤسسة ومصداقية مخرجاتها (هيئة المعلومات والحكومة الإلكترونية، 2023؛ شاهين وسليمان، 2024). وفي المقابل، تظهر الأرقام أن 64% من المستخدمين النشطين يفقدون الثقة في المؤسسة السياسية إذا لم يجدوا رداً واضحاً وسريعة على قضاياهم عبر المنصات الرقمية، مما يضع استراتيجيات مجلس النواب أمام تحدي الاستجابة للحظية لتعزيز رصيد الثقة الجماهيرية (العكروت، 2025).

ومن هنا تنطلق إشكالية الدراسة في محاولة فهم طبيعة العلاقة بين استراتيجيات الاتصال الرقمي لمجلس النواب في مملكة البحرين ومستوى ثقة الجمهور، في سياق بيئة رقمية متسارعة وتوقعات جماهيرية متزايدة.

## 5. أهمية الدراسة

### 5.1 الأهمية العلمية:

تكمن الأهمية العلمية في تقديم إضافة معرفية رصينة للمكتبة العربية من خلال بحث أكاديمي يربط بين "استراتيجيات الاتصال الرقمي" كمتغير مستقل و"تعزيز الثقة" كمتغير تابع في سياق المؤسسات التشريعية (البرلمانات)، وهو تخصص دقيق يفتر للدراسات الميدانية الحديثة في منطقة الخليج العربي. وتساهم الدراسة في تطوير الأطر النظرية للاتصال السياسي الرقمي، وتقديم نموذج علمي ومقياس مقنن لمستوى الثقة الجماهيرية يمكن للباحثين الاسترشاد به في دراسة مؤسسات سيادية أخرى، مما يعزز من قدرة الفكر الإعلامي على تفسير العلاقة بين التقنية والوعي السياسي.

### 5.2 الأهمية التطبيقية:

تتمثل الأهمية التطبيقية في تزويد القائمين بالاتصال في مجلس النواب بمملكة البحرين بخارطة طريق ميدانية قائمة على تطلعات الجمهور الفعلي، مما يساعدهم على تطوير محتوى رقمي يتسم بالشفافية والحوكمة ويقلل من فجوة الثقة بين النائب والناخب. كما توفر الدراسة مؤشرات رقمية واضحة حول مدى رضا المواطن البحريني عن الأداء الاتصالي للمجلس، مما يدعم اتخاذ قرارات مهنية قائمة على الدلائل لتفعيل المشاركة الإلكترونية (e-Participation) وحماية السمعة المؤسسية للمجلس أمام حملات التشكيك الرقمي، وبما يخدم المصلحة الوطنية العليا.

## 6. أهداف الدراسة

تتمثل الغاية الأساسية لهذه الدراسة في رصد وتحليل واقع استراتيجيات الاتصال الرقمي التي يتبناها مجلس النواب بمملكة البحرين، والكشف عن طبيعة العلاقة الارتباطية بين هذه الاستراتيجيات ومستوى الثقة الممنوحة للمجلس من قبل الجمهور البحريني، وينبثق عن هذا الهدف الرئيسي مجموعة من الأهداف الفرعية التالية:

1. التعرف على ملامح استراتيجيات الاتصال الرقمي لمجلس النواب البحريني من حيث (جودة المحتوى، التفاعلية، الشفافية الرقمية).
2. قياس مستوى ثقة الجمهور البحريني في أداء مجلس النواب من خلال أبعاد (المصداقية، الكفاءة المدركة، الاستجابة المؤسسية).

3. تحديد مدى وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لاستراتيجيات الاتصال الرقمي (المتغير المستقل) على تعزيز الثقة لدى الجمهور (المتغير التابع).
4. الكشف عن الفروق في إدراك الجمهور لاستراتيجيات المجلس ومستويات ثقتهم به وفقاً للمتغيرات الديموغرافية (السن، المستوى التعليمي، كثافة الاستخدام الرقمي).
5. تقديم مقترحات علمية وعملية لصناع القرار الإعلامي في المجلس لتطوير المسار الاتصالي بما يضمن تعزيز الصورة الذهنية والولاء المؤسسي.

### 7. تساؤلات وفروض الدراسة

بناءً على مشكلة الدراسة وأبعاد المتغيرات، تم صياغة التساؤلات والفروض العلمية كما يلي:  
أولاً: تساؤلات الدراسة:

التساؤل الرئيسي: هل يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لاستراتيجيات الاتصال الرقمي لمجلس النواب بمملكة البحرين (بأبعادها: المحتوى، التفاعلية، الشفافية) على تعزيز الثقة لدى الجمهور؟  
وتتفرع منه التساؤلات الآتية:

1. هل يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لاستراتيجيات الاتصال الرقمي وأبعادها على "المصادقية" كبعد أول من أبعاد الثقة؟
2. هل يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لاستراتيجيات الاتصال الرقمي وأبعادها على "الكفاءة المدركة" كبعد ثانٍ من أبعاد الثقة؟
3. هل يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لاستراتيجيات الاتصال الرقمي وأبعادها على "الاستجابة المؤسسية" كبعد ثالث من أبعاد الثقة؟

### ثانياً: فرضيات الدراسة:

تتبنى الدراسة "الفرضيات الصفرية" لاختبار العلاقة بين المتغيرات عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ):

الفرضية الرئيسية: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لاستراتيجيات الاتصال الرقمي لمجلس النواب بمملكة البحرين على تعزيز الثقة لدى الجمهور.

### الفرضيات الفرعية:

1. الفرضية الفرعية الأولى: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لاستراتيجيات الاتصال الرقمي وأبعادها على "المصادقية" لدى الجمهور.
2. الفرضية الفرعية الثانية: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لاستراتيجيات الاتصال الرقمي وأبعادها على "الكفاءة المدركة" لدى الجمهور.
3. الفرضية الفرعية الثالثة: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لاستراتيجيات الاتصال الرقمي وأبعادها على "الاستجابة المؤسسية" لدى الجمهور.

### 8. منهجية الدراسة

تعتبر المنهجية العلمية هي الخريطة الإجرائية التي يتبعها الباحث لضمان دقة النتائج وموضوعيتها، وفي إطار دراسة استراتيجيات الاتصال الرقمي لمجلس النواب البحريني وعلاقتها بالثقة، تم تحديد المنطلقات المنهجية التالية:

### 8.1 نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى فئة "البحوث الوصفية"، التي تستهدف رصد وتحليل واقع الظواهر الاتصالية كما هي قائمة في البيئة الرقمية الحالية، دون التدخل في مسبباتها أو التحكم في متغيراتها، بل الاكتفاء بتصوير الخصائص التي تميز الخطاب الرقمي لمجلس النواب ومستويات إدراك الجمهور له. ويعد هذا النوع من الدراسات هو الأنسب لفهم العلاقات التبادلية بين المؤسسات السيادية وجماهيرها في ظل التحولات التكنولوجية المتسارعة (الشميري، 2020).

وتعتمد الدراسة بشكل رئيسي على "نوع البيانات الكمية" كأداة للقياس والتحليل؛ حيث يتم تحويل الآراء والاتجاهات والمشاعر الجماهيرية تجاه المجلس إلى قيم رقمية ومعادلات إحصائية تعكس حجم الظاهرة بدقة. إن تبني المنهج الكمي في الدراسات الميدانية يمنح الباحث القدرة على تعميم النتائج على مجتمعات أكبر، ويحقق درجة عالية من الحياد العلمي بعيداً عن الانطباعات الذاتية، وهو ما ينسجم مع المتطلبات المنهجية لقياس "رأس المال الاجتماعي" المتمثل في الثقة المؤسسية (ضميد، 2024).

### 8.2 منهج البحث المستخدم:

تعتمد الدراسة على "المنهج الوصفي التحليلي"، وهو المنهج الذي لا يتوقف عند حدود جمع المعلومات ووصف الواقع الظاهري، بل يمتد إلى تصنيف البيانات، وتبويبها، ثم تحليلها تحليلاً علمياً دقيقاً للكشف عن الروابط الخفية بين المتغيرات. ويُعرف المنهج الوصفي التحليلي بأنه "الجهد المنظم الذي يسعى للوصول إلى حقائق ومعلومات دقيقة حول ظاهرة معينة من خلال تحليل العلاقات بين عناصرها المختلفة بهدف الوصول إلى استنتاجات تساهم في فهم الظاهرة وتطويرها" (العكروت، 2025).

ويتم توظيف هذا المنهج من خلال أسلوب "المسح الإعلامي للجمهور"، الذي يعد الأداة المنهجية الأكثر فاعلية في رصد اتجاهات الرأي العام نحو المؤسسات التشريعية. ويساعد هذا المنهج الباحث في وصف ملامح استراتيجيات الاتصال الرقمي المتبعة في مجلس النواب البحريني من وجهة نظر المستخدمين، ثم تحليل تأثير تلك الملامح على "بناء الثقة"، مما يتيح اختبار الفروض العلمية للدراسة والخروج برؤية تحليلية تربط بين جودة الأداء التقني والمضموني وبين المصادقية المؤسسية (أحمد، 2025).

إن استخدام المنهج الوصفي التحليلي في هذه الدراسة يسمح أيضاً بإجراء المقارنات بين فئات الجمهور المختلفة (وفق السن، والتعليم، وكثافة الاستخدام) وتحليل الفروق في إدراكهم لشفافية واستجابة المجلس، مما يجعل من النتائج الميدانية قاعدة بيانات رصينة يمكن لمجلس النواب الاعتماد عليها في تحسين صورته الذهنية وتطوير قنوات تواصله مع المواطنين (ساجت وعباس، 2024).

### 8.3 مجتمع الدراسة والعينة:

يتمثل مجتمع الدراسة في كافة المواطنين البحرينيين المتابعين والمستخدمين للمنصات الرقمية الرسمية التابعة لمجلس النواب في مملكة البحرين (الموقع الإلكتروني، إنستغرام، إكس، يوتيوب)، والذين يمتلكون القدرة على التفاعل مع المحتوى البرلماني الرقمي. ويعد هذا المجتمع "مجتمعاً غير محدد" نظراً لاتساع رقعة الاستخدام الرقمي في المملكة، حيث تشير الإحصاءات الرسمية الصادرة عن هيئة المعلومات والحكومة الإلكترونية لعام 2023 إلى أن عدد سكان مملكة البحرين بلغ نحو 1.577.000 نسمة، مع وصول نسبة انتشار الإنترنت إلى 99%، مما يعني أن الغالبية العظمى من المواطنين يشكلون جزءاً من الفضاء الرقمي التفاعلي الذي يستهدفه مجلس النواب (هيئة المعلومات والحكومة الإلكترونية، 2023).

وبناءً على طبيعة مجتمع الدراسة الواسع، تم الاعتماد على "العينة العشوائية البسيطة" لضمان حصول كل فرد من أفراد الجمهور البحريني على فرصة متساوية للتمثيل في الدراسة، وهو ما يعزز من صدق النتائج وإمكانية تعميمها. وتعتبر هذه الطريقة هي الأكثر كفاءة في الدراسات الوصفية التي تسعى لرصد اتجاهات الرأي العام نحو المؤسسات السيادية، حيث تتيح للباحث الوصول إلى شرائح متنوعة من الجمهور من مختلف الفئات العمرية والتعليمية والاجتماعية في كافة محافظات المملكة، مما يضمن شمولية الرؤية الجماهيرية تجاه الاستراتيجيات الاتصالية للمجلس (قنديلجي، 2020).

ولضمان الدقة العلمية في تحديد حجم العينة المناسب لتمثيل هذا المجتمع المليون، تم استخدام "معادلة كرجسي ومورجان" (Krejcie & Morgan) التي تهدف إلى تحديد حجم العينة الأمثل عند مستوى دلالة 0.05 وهامش خطأ 5%؛ حيث تشير المعادلة  $s = \frac{X^2NP(1-P)}{d^2(N-1)+X^2P(1-P)}$  إلى أنه عندما يتجاوز حجم المجتمع المليون فرد، فإن حجم العينة الممثل إحصائياً يجب ألا يقل عن (384) مفردة. وبناءً عليه، تم استهداف عينة قوامها (400) مواطن بحريني لضمان تعويض أي استثمارات غير مكتملة أو غير صالحة للتحليل الإحصائي، وهو حجم يتوافق مع المعايير العلمية الدولية لضمان ثبات المخرجات البحثية (سيكاران وبوجي، 2016).

وفيما يتعلق بخصائص هذه العينة، فقد تم مراعاة التنوع الديموغرافي ليعكس واقع المجتمع البحريني النشط رقمياً، حيث تم استهداف المواطنين من سن 18 عاماً فما فوق، لضمان امتلاك المبحوث للوعي السياسي الكافي لتقييم أداء مجلس النواب. ويسمح هذا التوزيع بتحليل الفروق في مستويات الثقة بناءً على المتغيرات الشخصية، مما يساعد في فهم كيف تؤثر استراتيجيات الاتصال الرقمي على الأجيال الشابة (المواطنين الرقميين) مقارنة بالفئات العمرية الأكبر سناً، وهو ما يساهم في تقديم توصيات اتصالية دقيقة لكل فئة من فئات الجمهور (العكروت، 2025).

#### 8.4 أدوات جمع البيانات:

تعتمد الدراسة على "الاستبيان" (Questionnaire) كأداة رئيسية ووحيدة لجمع البيانات الميدانية، وذلك لملاءمته لطبيعة الدراسات المسحية التي تستهدف قياس الاتجاهات والمدرجات لدى عينات كبيرة من الجمهور. وقد تم تصميم الاستبيان إلكترونياً ليتناسب مع البيئة الرقمية للدراسة، مما يسهل عملية الوصول إلى المبحوثين عبر منصات التواصل الاجتماعي والبريد الإلكتروني، ويضمن سرعة الاستجابة ودقة تفريغ البيانات الإحصائية بعيداً عن أخطاء النقل اليدوي (أحمد، 2025).

وقد تم بناء أداة الدراسة وفقاً للأطر النظرية المعتمدة في البحث، حيث تضمن الاستبيان ثلاثة أجزاء رئيسية؛ الأول مخصص للبيانات الديموغرافية، والثاني لقياس "استراتيجيات الاتصال الرقمي" (المتغير المستقل) من خلال أبعاد جودة المحتوى والتفاعلية والشفافية، أما الجزء الثالث فقد خصص لقياس "مستوى الثقة لدى الجمهور" (المتغير التابع) عبر أبعاد المصداقية والكفاءة والاستجابة. وتم استخدام "مقياس ليكرت الخماسي" (point Likert Scale-5) لتحديد درجات الموافقة على الفقرات، مما يسمح بتحويل التوجهات النفسية للمبحوثين إلى قيم كمية قابلة للتحليل الإحصائي المتقدم (شاهين وسليمان، 2024).

وتحقيقاً للرصانة العلمية، خضعت الأداة لإجراءات دقيقة لضمان جودتها قبل التطبيق النهائي، شملت عرضها على مجموعة من المحكمين الأكاديميين المتخصصين للتأكد من "صدق المحتوى"، وإجراء دراسة استطلاعية مصغرة لحساب معامل "ألفا كرونباخ" للتأكد من "ثبات الأداة". إن هذا المسار المنهجي في بناء الاستبيان يضمن أن الأداة تقيس بالفعل ما وضعت لقياسه، ويوفر قاعدة بيانات موثوقة يمكن الاعتماد عليها في اختبار فرضيات الدراسة والخروج باستنتاجات علمية رصينة حول علاقة الاتصال الرقمي البرلماني بتعزيز الثقة الجماهيرية (نصر الله والعمار، 2025).

#### 9. حدود الدراسة

تحدد هذه الدراسة بمجموعة من الأطر الموضوعية والزمنية والمكانية التي ترسم نطاق تعميم نتائجها، وذلك على النحو الآتي:

- الحدود الموضوعية: تقتصر الدراسة على رصد وتحليل "استراتيجيات الاتصال الرقمي" التي يتبناها مجلس النواب في مملكة البحرين عبر منصاته الرسمية (الموقع الإلكتروني، إنستغرام، إكس، يوتيوب)، وقياس علاقتها بمتغير "تعزيز الثقة لدى الجمهور" من خلال أبعاد المصداقية، والكفاءة، والاستجابة.
- الحدود الزمنية: تم إجراء الدراسة الميدانية وجمع البيانات من المبحوثين خلال الفصل الدراسي الثاني من العام الجامعي (2025/2026م).
- الحدود المكانية: تطبق الدراسة في "مملكة البحرين"، حيث يتم استهداف المواطنين البحرينيين المستخدمين للمنصات الرقمية البرلمانية في كافة محافظات المملكة.

## 10. الصدق والثبات

لضمان جودة أداة جمع البيانات (الاستبيان) وصلاحيتها للاختبار العلمي، تم اتباع الإجراءات الآتية:

### 10.1 الصدق (Validity):

- صدق المحتوى (الصدق بالتحكيم): تم عرض الاستبانة في صورتها الأولية على مجموعة من المحكمين المتخصصين (10 محكمين) من أساتذة الإعلام والاتصال الرقمي والعلوم السياسية بالجامعات العربية، وذلك لتقييم مدى ملاءمة الفقرات للأبعاد المقاسة، ووضوح اللغة، وانتماء كل عبارة للمتغير الخاص بها، وقد تم إجراء التعديلات المقترحة بالحذف والإضافة وإعادة الصياغة بناءً على إجماع المحكمين (أحمد، 2025).
- الصدق الظاهري: تم التأكد من أن الأداة تظهر في شكلها العام كأداة متماسكة ومنظمة تقيس بالفعل اتجاهات الجمهور نحو استراتيجيات الاتصال البرلماني والثقة المؤسسية، مع مراعاة التدرج المنطقي في عرض الأسئلة (الزامل والدعيجي، 2024).

### 10.2 الثبات (Reliability):

- معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha): تم تطبيق الأداة على عينة استطلاعية (Pilot Study) مكونة من (30) مفردة من خارج عينة الدراسة الأساسية، وحساب معامل الارتباط الداخلي؛ حيث بلغت قيمة "ألفا" للمتغير المستقل (0.89) وللمتغير التابع (0.86)، وهي قيم مرتفعة تتجاوز الحد المقبول إحصائياً (0.70)، مما يؤكد اتساق الفقرات وقدرتها على إعطاء نتائج ثابتة عند إعادة التطبيق (شاهين وسليمان، 2024؛ نصر الله والعمار، 2025).

## المراجع

### المراجع العربية:

1. أحمد، زينة محمود. "دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات وانعكاسها على الجمهور العراقي: الأزمة الاقتصادية أنموذجاً - دراسة ميدانية". دراسات: العلوم الإنسانية والاجتماعية 53، عدد 1 (2025): 7337.
2. أحمد، فتحي حامد بشارة. "تقنيات الاتصال وتطوير إعداد وتقديم الأخبار التلفزيونية: دراسة حالة على تلفزيون السودان 2020". مجلة علوم الاتصال 6، عدد 3 (2021): 1822.
3. إسحاق، خالد إبراهيم عبد العزيز. "العوامل المؤثرة على تكوين الصورة الذهنية لشركات الاتصال: دراسة مسحية على مستخدمي شركة اتصالات في دولة الإمارات العربية المتحدة". مجلة الآداب، العدد 139 (ديسمبر 2021): 589-614.
4. آل مفلح، عبد الهادي بن محمد. "الحملات الإعلامية الحكومية ودورها في تعزيز ثقة الجمهور في التطعيم ضد فيروس كورونا". مجلة علوم الاتصال 7، عدد 1 (2022).
5. أمعرف، فرج عياش علي. "اتجاهات الجمهور الليبي نحو دور الصحف الإلكترونية في نشر ثقافة التسامح الاجتماعي: دراسة ميدانية". مجلة كلية الفنون والإعلام - جامعة مصراتة، العدد 11 (يونيو 2021).
6. انوير، صالح يحيى سليمان. "الصورة الذهنية لشركة برنيق للطيران لدى الجمهور بمدينة مصراتة: دراسة ميدانية". مجلة شمال إفريقيا للنشر العلمي (NAJSP) 3، عدد 4 (2025): 1-15.
7. بنزادري، مريم. "استخدام تكنولوجيا الاتصال في الإعلام الرياضي: جريدة وقناة المحترف الرقمية أنموذجاً". مجلة الحكمة للدراسات والأبحاث 4، عدد 4 (2024).
8. الجمعان، سناء عبد الزهرة حميد. "توجس الاتصال وعلاقته بالتركؤ الأكاديمي لدى طلبة الجامعة". في المؤتمر العلمي الدولي العاشر: التحديات الجيوفيزيائية والاجتماعية والإنسانية في بيئة متغيرة. إسطنبول: شبكة المؤتمرات العربية، 2019.

9. حامد، علي حامد هارون. "معوقات الاتصال التنظيمي في منظمات الأعمال: دراسة وصفية تحليلية". مجلة كلية الفنون والإعلام - جامعة مصراتة، العدد 9 (2020).
10. الحديد، علي يحيى بدر، وآخرون. "دور وسائل الاتصال الحديثة في تعزيز حقوق الإنسان في الأردن". دراسات: العلوم الإنسانية والاجتماعية 51، عدد 5 (2024): 172-185.
11. الحمري، جمال رمضان. "دور تقنيات الاتصال الحديثة في تفعيل عمل الإدارة الإلكترونية: دراسة ميدانية على صندوق الضمان الاجتماعي بنغازي". مجلة الإعلام والفنون، العدد 12 (مارس 2023): 459-501.
12. الحميدي، عمر بن عبد العزيز. "أثر الحوكمة على الأداء الوظيفي: دراسة ميدانية على موظفي الرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي". المجلة العربية للنشر العلمي (AJSP)، العدد 71 (سبتمبر 2024).
13. خضير، سعد محمد. "اتجاهات الجمهور العراقي آراء المنطق الدعائي للتنظيمات الإرهابية: دراسة ميدانية على أساتذة وطلبة كلية الإعلام بجامعة بغداد". مجلة الباحث الإعلامي، العدد 30 (2020).
14. راضي، وسام فاضل. "مستويات التفضيل والثقة بوسائل الإعلام العراقية بين أوساط الجمهور العراقي: دراسة ميدانية في مدينة بغداد". مجلة كلية الآداب - جامعة بغداد، العدد 85 (2018).
15. رضوان، أحمد فاروق. "هل حان الوقت لتطوير وظائف الاتصال الحكومي؟". الباحث الإعلامي 15، عدد 60 (يونيو 2023): 1-6.
16. الزامل، عيبر عبد الرحمن، ورامي على الدعيجي. "اتجاهات الجمهور العربي نحو تأثير الذكاء الاصطناعي على وسائل الإعلام التقليدية: دراسة ميدانية". مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع، العدد 104 (أبريل 2024): 1-54.
17. ساجت، سلام زغير، وحسام حسين عباس. "دور وسائل الإعلام الجديد في تحفيز الجمهور لمواجهة المحتوى غير الهادف: دراسة ميدانية على طلبة كلية الإمام الكاظم (ع)". مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية 16، عدد 4 (أكتوبر 2024): 140-157.
18. سلامي، سعيداني، وعبد الله علي المرعي الأصيبي. "مصادقية المحتوى الإخباري على وسائل التواصل الاجتماعي لدى الصحفيين الجزائريين". المجلة الدولية للإعلام والاتصال الجماهيري 3، عدد 1 (2021).
19. سليمان، وافي سلام، وغيداء محمد نافع شاهين. "أثر الخدمات المصرفية في زيادة ثقة الجمهور بالقطاع المصرفي: دراسة ميدانية على مصرف الرافدين". خزان للعلوم الاقتصادية والإدارية 1، عدد 2 (2024): 182-192.
20. سيدي عابد، سارة، وآخرون. "دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية: دراسة ميدانية لعينة من عمال مؤسسة سونلغاز - تيارت". مذكرة ماستر، جامعة ابن خلدون تيارت، الجزائر، 2022.
21. الشريفي، علي كاظم حسين. "دور التوجه الاستراتيجي في السمعة الاستراتيجية وتأثيره في الضغوط التنافسية: دراسة استطلاعية في شركات الاتصال المتنقلة في العراق". مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية 25، عدد 113 (2019).
22. الشميري، مجيب. "علاقة الجمهور اليمني بالدراما التلفزيونية المحلية وأثرها في إدراكه للواقع الاجتماعي: دراسة ميدانية". مجلة العلوم الاجتماعية 48، عدد 3 (2020): 68-101.
23. الشنقيطي، غادة عبد الله محمد. "الاتصال الحكومي عبر القضاء الرقمي: دراسة تطبيقية على ديوان المظالم بالمملكة العربية السعودية". المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 31 (يونيو 2025).
24. ضميد، علاء ازوير. "التحولات الرقمية في الإعلام الجامعي وتأثيراتها المعرفية على الجمهور: دراسة ميدانية في جامعة واسط". مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية 16، عدد 2 (أبريل 2024): 147-178.
25. طه، هدى عادل، وزينة عبد الخالق عبد الرحمن. "مصادقية إعلانات صفحات المتاجر الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ورضا المستهلك: دراسة ميدانية". مجلة لارك، العدد 48 (2023).

26. عباس، نهى مخلف، وعادل عبد الرزاق الغريزي. "استخدامات الجمهور العراقي للمواقع التلفزيونية والسينمائية الرقمية: دراسة ميدانية". مجلة الباحث الإعلامي 13، عدد 54 (2021): 151-168.
27. العكروت، نجلاء فرحات. "دور جودة الخدمات الإدارية في تحسين رضا المواطنين عن المؤسسات العامة: دراسة ميدانية من وجهة نظر الجمهور الليبي". مجلة العلوم الشاملة 10، عدد 38 (ديسمبر 2025): 212-235.
28. قريش، علي سليمان حمد. "دور تقنية الاتصال الحديثة في تفعيل أداء العلاقات العامة: دراسة ميدانية على مراقبة التربية والتعليم بنغازي". مجلة الإعلام والفنون، العدد 15 (2023).
29. كاظم، أحمد غانم، ومصطفى عيد اليمه هول. "دور القنوات الفضائية العراقية في الحد من انتشار ظاهرة المخدرات في المجتمع". مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية 16، عدد 2 (أبريل 2024): 128-146.
30. الموسوي، كريم مشط زلف، وعلي حسين عيود. "دور العلاقات العامة في توعية الجمهور من آثار المخلفات الحربية". مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية، العدد 41 (2021).
31. نصر الله، أمجد نصر حسن، وندي عيود العمار. "مستويات قارئية الجمهور العراقي للأخبار الثقافية في الصحف الإلكترونية العربية: دراسة ميدانية". مجلة آداب الكوفة، العدد 66 (ديسمبر 2025): 292-305.
32. هيئة المعلومات والحكومة الإلكترونية. "تقرير مؤشرات قطاع الاتصالات والإنترنت في مملكة البحرين لعام 2023". المنامة، البحرين، 2023.
33. خليل، and غادة كمال محمد. "دور الاتصال الداخلي بالمؤسسات الخدمية في تحقيق التمييز المؤسسي: دراسة تطبيقية". مجلة بحوث كلية الآداب. جامعة المنوفية. (2025).

#### المراجع الأجنبية:

1. Alhedaithy, H. A. I. "Proposed Design for a Mobile Exhibition to Raise Awareness of the Surrealist Art Heritage." *Al-Academy Journal*, no. 119 (2025).
2. Arcos, Rubén, and Hannah Smith. "Digital Communication and Hybrid Threats." *ICONO14* 19, no. 1 (2021).
3. Balki, Eric, Carol Holland, and Niall Hayes. "Use and Acceptance of Digital Communication Technology by Older Adults for Social Connectedness During the COVID-19 Pandemic: Mixed Methods Study." *Journal of Medical Internet Research* 25 (August 2, 2023).
4. Belonovskaya, Izabella D., et al. "Digital Communication in Educational Process: Development Trends and New Opportunities." *Online Journal of Communication and Media Technologies* 10, no. 2 (2020): e202008.
5. Brodovskaya, E. V., et al. "The Impact of Digital Communication on Russian Youth Professional Culture: Results of a Comprehensive Applied Study." *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*, no. 1 (2019): 228-251.
6. DeFilippis, Evan, et al. "The Impact of COVID-19 on Digital Communication Patterns." *Humanities and Social Sciences Communications* 9, no. 180 (2022).
7. Fawzy, R. A. "The Role of Facebook in Motivating Voluntary Work During the Corona Pandemic." *Journal of Tikrit University for Humanities* 29, no. 3 (2022): 472-497.
8. Flew, Terry, and Derek Wilding. "The Turn to Regulation in Digital Communication: The ACCC's Digital Platforms Inquiry." *Media, Culture & Society* 42, no. 6 (2020).

9. Hameed, Farhina, et al. "Brand Awareness and Purchase Intention in the Age of Digital Communication: A Moderated Mediation Model of Celebrity Endorsement and Consumer Attitude." *Online Journal of Communication and Media Technologies* 13, no. 2 (2023): e202309.
10. Hancock, Patrick M., et al. "Emoji as Gesture in Digital Communication: Emoji Improve Comprehension of Indirect Speech." *Psychonomic Bulletin & Review* 31 (2024): 1335–1347.
11. Hirsch, Bernhard, et al. "The Impact of Digitalized Communication on the Effectiveness of Local Administrative Authorities." *Journal of Business Economics* 93 (2023): 173-192.
12. Kovaitė, Kristina, Paulius Šūmakaris, and Jelena Stankevičienė. "Digital Communication Channels in Industry 4.0 Implementation: The Role of Internal Communication." *Management: Journal of Contemporary Management Issues* 25, no. 1 (2020): 171-191.
13. Saktisyahputra, et al. "Digital Communication Management: Government of the Republic of Indonesia for Inclusive and Sustainable Economic Recovery." *KnE Social Sciences (TSBEC)* (July 18, 2023).
14. Selem, K. M., et al. "The Dual Effect of Digital Communication Reinforcement Drivers on Purchase Intention." *Humanities & Social Sciences Communications* 10 (2023).
15. Stieger, S., D. Lewetz, and D. Willinger. "Face-to-face More Important Than Digital Communication for Mental Health During the Pandemic." *Scientific Reports* 13 (2023): 8022.
16. Tkalac Verčič, Ana, et al. "Developing the Digital Communication Acceptance Scale (DICAS) for Measuring Employee Acceptance of Digital Communication Technologies in the Workplace." *International Journal of Business Communication* (2025).
17. Tsai, Y. "Relationship Between Organizational Culture Leadership Behavior and Job Satisfaction." *Taiwan University* (2011).
18. Tu, Miao, and David Zhang. "Artificial Intelligence and Computational Pathology." *Laboratory Investigation* 101 (2021).
19. Vázquez-Herrero, Jorge, et al. "Research on Digital Native Media: An Emerging Topic in the Field of Digital Communication." *Profesional de la Información* 32, no. 2 (2023): e320202.
20. Zamil, A. E. "Academic Communication Competence among Graduate Students." *Journal of College of Education* 61, no. 2 (2025): 457.
21. Grunig, J. E. (2001). Two-way symmetrical public relations: Past, present, and future. In R. Heath (Ed.), *Handbook of Public Relations*. Sage Publications.
22. Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing Public Relations*. Holt, Rinehart & Winston.
23. L'Etang, J., & Pieczka, M. (2006). *Public Relations: Critical Debates and Contemporary Practice*. Lawrence Erlbaum Associates.

24. Kent, M. L., & Taylor, M. (2002). Toward a dialogic theory of public relations. *Public Relations Review*, 28(1), 21–37.