

دور وسائل التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية في ترقية العلاقات العامة في نظام الإدارة الإلكترونية

The role of social media and digital applications in promoting public relations in the electronic administration system

الهاشمي مزهود

كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الإخوة منتوري قسنطينة 1، مخبر الدراسات القانونية التطبيقية (الجزائر)

Elhachemi.mezhoud@umc.edu.dz

تاريخ الإرسال: 2020 / 09 / 19 * تاريخ القبول: 2023 / 01 / 08 * تاريخ النشر: 2023 / 01 / 31

ملخص:

يعد الاتصال والعلاقات العامة واجهة المنظمات والإدارات كونها عملية لصناعة صورة وسمعة المنظمات داخلياً وخارجياً، فضلاً عن أساليب الاتصال التقليدية تتيح التكنولوجيا الحديثة أساليب أخرى أقل تكلفة وفعالية في عملية الاتصال المؤسسي، أهمها التطبيقات الرقمية للخدمات ووسائل التواصل الاجتماعي بحيث يمكن للإدارة التي تعتمد نظام الرقمنة استغلال هذه الأدوات في عملية اعلام جمهورها بكل مستجداتها وبرامجها الخدماتية والتنموية وإتاحة الفرصة لهم للمشاركة باقتراحاتهم وانشغالهم في عملية صنع السياسات العمومية دون تعقيدات إجرائية ولا مماطلة ولا تكلفة. ويهدف هذا البحث إلى معرفة مدى إمكانية مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية الحديثة في عملية الاتصال والعلاقات العامة في ظل نظام الإدارة الإلكترونية، من خلال دراسة نظام المشاركة الإلكترونية والاتصال الحديث خاصة وتحليل جوانب عملية العلاقات العامة الرقمية خصوصاً في حالة الأزمات كمساهمة منها في إدارتها.

الكلمات المفتاحية: الإدارة الإلكترونية، العلاقات العامة، الاتصال، وسائل التواصل الاجتماعي، التطبيقات الرقمية.

Abstract:

The communication and public relations are the interface of organizations and administrations as it is a process for making the image and reputation of organizations internally and externally, and in addition to traditional communication methods, modern technology allows other less costly and effective methods of institutional communication, the most important of it, the digital applications for services and social media, so that the administration that adopts the digital system can exploit these tools in the process of informing their public of all their novelties and services and programs and providing them with the opportunity to participate with their suggestions in the public policy-making process without procedural complications, procrastination or cost. This research aims to know the extent to which social media and modern digital applications can contribute to the communication and public relations process under the electronic management system, by studying the electronic participation and modern communication system in particular and analyzing aspects of the digital public relations process, especially in case of crises, as a contribution from it to its management.

Keywords : Electronic administration, Public relations, Communication, Social media, Digital applications.

مقدمة:

منذ بدأت التحولات التكنولوجية في العالم وظهور المعلوماتية وأجهزة الحاسوب أثر ذلك على قطاعات عدة استغل هذا التقدم لتحسين ظروف العمل وتبسيط آلياته وإجراءاته، ومن هنا دخل القطاع العام على هذا الخط وبدأ الإدارات العمومية تتوسع في استخدام الحواسيب وشبكات الاتصال الرقمي في إنجاز أعمالها، وظهر بعدها مفهوم لنظام إدارة حديثة ألا وهي؛ الإدارة الإلكترونية حيث أصبح الحكومات تسعى لتخفيف وتبسيط الإجراءات الإدارية.

وقد طرحت الجزائر في هذا الشأن رؤيتها الوطنية للتحول إلى الحكومة أو الإدارة الإلكترونية من خلال ما يعرف بمشروع الجزائر الإلكترونية الذي طرحته الحكومة سنة 2013 امتداداً لرؤية عملية إصلاح الإدارات العمومية ورقمنتها الذي انطلق مع بداية الألفية الثالثة.

وتركزت عملية الرقمنة على قطاعات خدماتية مهمة كالعدالة والداخلية والجماعات المحلية والضمان الاجتماعي، من خلال تطبيقات رقمية لتقريب الإدارة من المواطن و رفع جودة الخدمات من خلال البطاقات الذكية والسجلات الرقمية الوطنية للبيانات.

إلا أن جانباً آخر مهماً يسهل عملية الاتصال الحكومي والإعلام بات متاحاً من خلال انتشار وسائل التواصل الاجتماعي واستعمالها من خلال الهواتف الذكية التي أصبحت متاحة على نطاق واسع، خاصة في العقد الأخير، من خلال توظيفها في عملية الاتصال المؤسساتي والإداري سواء الأفقية أو العمودية، الخارجية أو الداخلية، وهذا ما سندرسه من خلال هذه الورقة البحثية.

وباعتبار الإدارات والمرافق العمومية أصبحت قادرة على التواجد في الفضاءات الرقمية ومن خلال التطبيقات الحديثة؛ هل يمكن أن تساهم وسائل التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية في الرفع من نجاعة الاتصال الإداري والعلاقات العامة في ظل نظام الإدارة الإلكترونية؟

وسنحاول في سياق الإجابة على هذه الإشكالية، الإجابة أيضاً عن تساؤلات فرعية كالتالي:

- ما مفهوم الإدارة الإلكترونية وأهدافها؟
- ما مفهوم وسائل التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية؟
- ما مفهوم العلاقات العامة والاتصال الإداري؟
- كيف تساهم وسائل التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية في دعم العلاقات العامة الرقمية؟
- ما دور وسائط التواصل الاجتماعي في عملية إدارة الأزمات؟

تكمن أهمية هذا الموضوع في بعده النظري في تطوير مفهوم وظيفة الاتصال والعلاقات العامة الإدارية من خلال وسائل جديدة، أما عانده على الإدارة من ناحية تقليل نفقات الاتصال والنشر وتحقيق مستوى أعلى من الشفافية، ومن هنا سنحاول تقييم مدى أهمية وعملية توظيف هذه الوسائط الرقمية في عملية صناعة صورة المنظمة أو الإدارة وريادتها وتحقيق أهدافها في العملية الاتصالية والإعلامية في مواجهة جمهورها.

وسنعمد في معالجتنا لهذه لهذا الموضوع على ثلاث مناهج رئيسية، المنهج الوصفي فيما يتعلق بالتعريفات والمفاهيم، المنهج التحليلي في عملية تحليل محتوى النصوص ومحاور البحث، والمنهج المقارن كلما اقتضت الضرورة لذلك على سبيل الاستئناس بتجارب الدول الأخرى في هذا المجال.

وقد قسمنا موضوع هذا البحث إلى جزأين كما يلي:

المطلب الأول: مفهوم الإدارة الإلكترونية والوسائط الرقمية والعلاقات العامة

المطلب الثاني: صور دعم وسائل التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية للعلاقات العامة الرقمية

المطلب الأول: مفهوم الإدارة الإلكترونية والوسائط الرقمية والعلاقات العامة:

من منطلق منهجي سنبدأ دراستنا المتواضعة هذه باستعراض المفاهيم الرئيسية والنظرية وتعريفات عناصره الأساسية ألا وهي: الإدارة الإلكترونية، وسائل التواصل الاجتماعي، التطبيقات الرقمية، عملية الاتصال والعلاقات العامة، وسنركز دراستنا على هذه العناصر والرابط بينها وتحديداً عملية الاتصال في نظام الإدارة الإلكترونية مواقع التواصل الاجتماعي والتطبيقات المصممة لتقديم الخدمات العمومية بطريقة إلكترونية.

الفرع الأول- تعريف الإدارة الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية

كنتيجة للتطور التكنولوجي والرقمي تطورت وسائل الإدارة في العمل عبر الإدخال التدريجي للحواسيب في العمل الإداري بهدف رفع جودة الخدمات وتلتها إصدار تطبيقات رقمية لطلب والحصول على الخدمات الرقمية

عن بعد، ثم مع منتصف العقد الأول للقرن الحالي قفزت التكنولوجيا قفزة عملاقة من خلال تصميم مواقع للتواصل الاجتماعي وإتاحتها للاستعمال بطريقة سهلة وغير مكلفة وعلى نطاق واسع، قبل البدء في تحليل موضوعنا سنستعرض بعض المفاهيم الأساسية حول الموضوع.

أولا - تعريف الإدارة الإلكترونية:

تعددت التعريفات حول الإدارة الإلكترونية منذ ظهور هذا المفهوم الجديد في الأنظمة الإدارية، نعرض على بعضها فيما يلي:

حيث عرف عبود نجم الإدارة الإلكترونية بأنها: "موارد معلوماتية تعتمد على الانترنت وشبكات الأعمال تميل أكثر من أي وقت مضى إلى تجريد الأشياء وما يرتبط بها إلى الحد الذي أصبح رأس المال المعلوماتي المعرفي الفكري هو العامل الأكثر فاعلية في تحقيق أهدافها، والأكثر كفاية في استخدام مواردها. (نجم، 2004، صفحة 125)

ونلاحظ أنه ركز في تعريفه على قيمة رأس المال المعرفي الفكري، دون غيره من مكونات نظام الإدارة الرقمية كالوسائل والبرامج وغيرها.

فيما ركز آخرون على مسائل إجرائية تعتمد عليها الإدارات الإلكترونية، فنجد تعريفا آخر بأنها " الجهود الإدارية التي تتضمن تبادل المعلومات وتقديم الخدمات للمواطنين وقطاع الأعمال بسرعة عالية وتكلفة منخفضة عبر أجهزة الحاسوب وشبكات الانترنت مع ضمان سرية أمن المعلومات المتناقلة". (الحميضي، 2004، صفحة 3).

فالإدارة الإلكترونية "e-management" هي بكل بساطة الانتقال من إنجاز المعاملات وتقديم الخدمات العامة من الطريقة التقليدية اليدوية إلى الشكل الإلكتروني من أجل استخدام أمثل للوقت والمال والجهد، أي أن؛ الإدارة الإلكترونية هي إنجاز المعاملات الإدارية وتقديم الخدمات العامة عبر شبكة الانترنت أو الانترنت سواء بحضور المرتفقين أو عن بعدن بدون أن يضطروا للانتقال إلى الإدارات شخصيا لإنجاز وثائقهم مع ما يترافق من إهدار للوقت والجهد. وهي كذلك عملية تحويل كافة العمليات الإدارية ذات الطبيعة الورقية إلى عمليات ذات طبيعة إلكترونية، باستخدام مختلف التقنيات الإلكترونية في الإدارة.

وأحيانا يطلق على مفهوم الإدارة الإلكترونية مصطلحات مثل:

- إدارة بلا أوراق Management Paperless

- الإدارة عبر الانترنت Management through Internet

- الإدارة عن بعد Distant Management. (النصر، 2010)

وكتعريف أشمل للإدارة الإلكترونية هي: استراتيجية إدارية لعصر المعلومات، تعمل على تحقيق خدمات أفضل للمواطنين و المؤسسات و لزيائنها مع استغلال أمثل لمصادر المعلومات المتاحة من خلال توظيف الموارد المادية والبشرية والمعنوية المتاحة في إطار الكتروني حديث من أجل استغلال أمثل للوقت والمال والجهد وتحقيقا للمطالب المستهدفة وبالجودة المطلوبة، فالمفهوم الحقيقي للإدارة الإلكترونية الشائع في كثير من الدول هو التقنية في تحسين مستويات أداء الأجهزة الحكومية، ورفع كفاءتها، وتعزيز فعاليتها في تحقيق الأهداف المرجوة منها. (رضوان، 2004، صفحة 11)

ثانيا- خصائص وأهداف الإدارة الإلكترونية:

يمكن تحديد بعض خصائص الإدارة الإلكترونية فيما يلي:

- الإدارة الإلكترونية وسيلة وليست غاية في حد ذاتها، فهي وسيلة لرفع أداء وكفاءة المنظمة.

- الإدارة الإلكترونية هي إدارة بلا أوراق؛ حيث يتم استخدام الأرشيف الإلكتروني، والبريد الإلكتروني... ومختلف الوسائل الرقمية ونظم وتطبيقات المتابعة الآلية بدلا من الأوراق.

- الإدارة الإلكترونية إدارة بلا زمان، تعمل 24 ساعة في اليوم، و 7 أيام في الأسبوع وعلى مدار السنة.

- الإدارة الإلكترونية إدارة بلا مكان، فهي تعتمد في التواصل على الحواسيب والهواتف النقالة، والعمل عن بعد.

- الإدارة الإلكترونية إدارة بلا تنظيمات جامدة، فهي تعمل من خلال المؤسسات الشبكية، والمؤسسات الذكية التي تعتمد على صناعة المعرفة، وعلى عمال المعرفة. (محمد، 2016، صفحة 87)

وتسعى الحكومات من خلال تطبيق نظام الإدارة الإلكترونية إلى تحقيق أهداف عدة من بينها:

- تقليل تكلفة الإجراءات الإدارية وما يتعلق بها من عمليات.

- زيادة كفاءة وجودة عمل الإدارة من خلال تعاملها مع المواطنين والشركات والمؤسسات.

- استيعاب عدد أكبر من العملاء في وقت واحد عكس قدرة الإدارة التقليدية في إنجاز المعاملات تبقى محدودة.

- إلغاء عامل العلاقة المباشرة بين طرفي المعاملة (الموظف وطالب الخدمة) أو التخفيف منه قدر الإمكان، مما يؤدي إلى الحد من تأثير العلاقات الشخصية والمزاج والنفوذ في إنهاء المعاملات المتعلقة بالعملاء.

- إلغاء نظام الأرشيف الورقي واستبداله بنظام أرشيف إلكتروني، مع ما يحمله من ليونة في التعامل مع الوثائق، والمقدرة على تصحيح الأخطاء بسرعة، ونشر الوثائق لأكثر من جهة في أقل وقت ممكن، والاستفادة منها في أي وقت.

- القضاء على البيروقراطية بمفهومها الجامد، وتسهيل التخصص، وتقسيم العمل.

- إلغاء عامل المكان؛ إذ إنها تطمح إلى تحقيق تعيينات الموظفين والتخاطب معهم، وإرسال الأوامر والتعليمات، والإشراف على الأداء ... من خلال الشبكة الإلكترونية للإدارة. (محمد، صفحة 86)

ثالثاً- مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي:

تعرف شبكات التواصل الاجتماعي بأنها: "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والميول والهوايات، أو جمعه مع أصدقائه". (العاصي، 2006، صفحة 20)

كما تعرف أيضاً أنها: مجموعة من التطبيقات التي تعتمد على تكنولوجيا الويب حيث تتيح لمستخدميها نشر وتبادل النصوص والصور والمقاطع الصوتية والمرئية فيما بينهم. (Kaplan, 2010, p. 53)

وقد انتشرت وسائل التواصل الاجتماعي في العالم خلال العقد الأخير بحيث أصبحت مستخدمة من كل الطبقات الاجتماعية والفئات العمرية، وأشهر هذه التطبيقات: فيسبوك، انستغرام، تويتر، لينكدن، تلغرام، واتساب وغيرها.

رابعاً- التطبيقات الرقمية للهواتف النقالة:

هي تطبيقات تفاعلية مدعومة من أجهزة الهواتف الذكية، تمكن مستخدميها من التواصل مع بعضهم البعض في أي زمان ومكان، باستخدام تكنولوجيا البيانات الخلفية أو تكنولوجيا الواي فاي Wifi المتصلة بالإنترنت. وهي برامج تعمل على الهواتف الذكية بالاعتماد على عدد من المزايا التي تقدمها هذه الهواتف بحيث تقدم خدمة معينة لمستخدميها وتعتمد غالباً على الاتصال بالإنترنت الذي توفره هذه الهواتف. (الموقع الإلكتروني: Anadigital، 2020) ومن هذه التطبيقات مثلاً: التطبيقات التي اعتمدها وزارة الداخلية والجماعات المحلية والتهيئة العمرانية لتسهيل المعاملات الإدارية وتخفيف الإجراءات الإدارية في إطار عملية الرقمنة تماشياً ومشروع الجزائر الإلكترونية الذي تمضي فيه الجزائر، نذكر منها:

أ- **تطبيق إجراءاتي Idjraati**: وهو تطبيق محمول يوفر كل المعلومات المتعلقة بالإجراءات الإدارية الخاصة بمصالح وزارة الداخلية والجماعات المحلية وهو متاح للتشغيل على كل الأجهزة المزودة بنظام أندرويد للهواتف الذكية، كما أنه متاح للتحميل من على منصة قوقل بلاي Google Play (وزارة الداخلية والجماعات المحلية والتهيئة العمرانية)

ب- **تطبيق استشارتي Isticharatic**: والذي استندت وزارة الداخلية والجماعات المحلية والتهيئة الإقليمية في تطبيقه على مبدأ الديمقراطية التشاركية التي نص الدستور على ترقيتها في المادة 15 الفقرة 3 منه: "تشجع الدولة الديمقراطية التشاركية على مستوى الجماعات المحلية" (دستور الجمهورية الجزائرية، 2016، صفحة 8)، حيث قالت في بيان الإعلان عن هذه الخدمة أنها تعزيز لآليات الديمقراطية التشاركية ويندرج في إطار استراتيجية العصرية المنتهجة من قبل الوزارة والهادفة إلى تقريب الإدارة من المواطنين وإضفاء الشفافية والفعالية على القرارات المتخذة على مستوى الجماعات المحلية، وهو تطبيق يمكن المواطنين من المشاركة في تسبير شؤونهم المحلية عبر إبداء آرائهم في اختيار المشاريع التنموية على مستوى بلدياتهم، وذلك عن طريق الولوج إلى موقع الوزارة. (بيان حول دخول تطبيق استشارتي حيز الخدمة)

كما يتيح موقع وزارة الداخلية خدمات تدرج في هدف مشابه لهذه التطبيقات كخانة: إجراءاتي الإدارية والتي تسهل عملية طلب والحصول على كثير من الخدمات والمعاملات الإدارية مثل: وثائق الحالة المدنية وبطاقة التعريف الوطنية البيومترية، ورخصة السياقة، وجواز السفر البيومتري، والحياة الجموعية والسياسية ومختلف النشاطات المقننة.

الفرع الثاني- العلاقات العامة والاتصال الإداري:

العلاقات العامة والاتصال الإداري وظائف أساسية في عملية تخطيط وتنفيذ الأعمال الإدارية سواء بتبليغ خطط وبرامج الإدارة لموظفيها أو شركاءها أو جمهورها.

أولاً- العلاقات العامة: The public relations

هي الجهود الإدارية المخططة والمستمرة والهادفة وموجهة لبناء علاقات سليمة ومجدية، قائمة على أساس التفاعل والإقناع والاتصال المتبادل بين مؤسسة ما وجمهورها لتحقيق أهداف ومصالح الأطراف المعنية ولتحقيق الانسجام الاجتماعي والبيئي بينهما عن طريق النشاط الداخلي القائم على النقد الذاتي لتصحيح الأوضاع والنشاط الخارجي الذي يستغل جميع وسائل النشر المتاحة لنشر الحقائق والمعلومات والأفكار وشرحها وتفسيرها وتطبيق كافة الأساليب المؤدية لذلك بواسطة أفراد مؤهلين لممارسة أنشطتها المختلفة. (حجاب، 2004، صفحة 365)

كما يعرفها قاموس أكسفورد أنها: " الفن القائم على أسس علمية، لبحث أنسب طرق التعامل الناجحة المتبادلة بين المنظمة، وجمهورها الداخلي والخارجي، لتحقيق أهدافها مع مراعاة القيم والمعايير الاجتماعية والقوانين والأخلاق العامة بالمجتمع ".

وتتضمن العلاقات العامة بهذا المفهوم؛ مجموعة من العلاقات المتبادلة بين المنظمة وجمهورها بهدف التعرف على حاجات الجمهور والعمل على تلبيةها، كما تتضمن جهوداً مستمرة ومرسومة ومخططة للتعريف بالمنظمة وأهدافها وبرامجها، فضلاً عن أنها عملية تتكون من ثلاثة عناصر أو أطراف أساسية متداخلة فيها وهي المنظمة والجمهور وعملية الاتصال بمختلف أدواتها. (الدليمي، 2011، صفحة 64)

ثانياً- الاتصال The communication

هو انتقال المعلومات وتبادل الأفكار، أو هي عملية تكوين الأفكار وتوحيدها بين المرسل والمستقبل، ويعتمد نجاحه على عوامل مختلفة، منها: طبيعة الرسالة، وتفسير المستهلكين لها، والبيئة التي يحصل فيها استلام الرسالة، وإدراك المستهلك لمصدر الرسالة، والوسيلة أو القناة التي تستخدم لنقلها. (العاصي، صفحة 146)

وفي إطار العلاقات العامة يعرف الاتصال بأنه: عملية إيصال الأفكار والمعلومات والحقائق من الجمهور وإليه بهدف التأثير فيه بما يضمن تأييده للمنظمة وتفهمه إياها. ولأن الاتصال في العلاقات العامة هو عملية يتم عن طريقها إيصال معلومات، أو الحصول على معلومات؛ الأمر الذي يحتم أن يكون الاتصال فعالاً بقصد إحداث تغيير إيجابي في المجتمع. (الشامي، 2001، صفحة 89)

ثالثاً- العلاقات العامة والاتصال في المنظمات الحكومية:

لا يمكن أي منظمة أو مؤسسة أن تعمل وتستمر من دون الاتصال بالبيئة المحيطة بها بما فيها من منظمات وأفراد أولاً، ومن دون وجود الترابط الداخلي للعاملين ثانياً. فكما يعمل الإنسان على إيجاد انطباع جيد عنه، ويحاول الاحتفاظ بعلاقات جيدة بالآخرين بوصفه عضواً في المجتمع فإن المنظمة تعمل أيضاً على إيجاد صورة خاصة بها وانطباع عنها يرتبط بأذهان الأطراف الآخرين في المجتمع. (ناجي، 2002، صفحة 63)

والمنظمات شأنها شأن الأشخاص لا بد من أن تتصل بالآخرين، فالمنظمة لها علاقات في نطاق أسرتها من الموظفين، وبالمجتمعات المحلية التي توجد فيها؛ لذا تحتاج المنظمة إلى العلاقات العامة لأنها تحتفظ بعلاقات بجمهورها وهي تسعى دائماً لتحقيق أهدافها ومهامها وفقاً لمصلحة الجمهور.

وقد ازداد الاهتمام بالعلاقات العامة وبانتشارها سواء في القطاع الخاص أو في القطاع الحكومي فالعلاقات العامة أصبحت جزءاً أساسياً من بنية المنظمة، ومن العمليات الإدارية وصناعة القرار داخلها، وهي تسهم بدرجة كبيرة في نجاح المنظمة وتطورها.

وكان من الضروري، نتيجة لتطور دور الدولة الذي أصبح يشمل كل أوجه الحياة الاقتصادية والاجتماعية والتعليمية والصحية وغيرها من المجالات، ولأن المنظمة الحكومية من أهدافها الأساسية تقديم الخدمات لتحقيق المصلحة العامة، الاهتمام بالعلاقات الجيدة بالجمهور، وإنشاء إدارة متخصصة في العلاقات العامة، يكون هدفها الأساسي بناء جسور من الثقة والتواصل بينها وبين جمهورها.

وكان دور العلاقات العامة في المنظمات الحكومية في أول ظهور لها مقصوراً على تزويد وسائل الإعلام بالأخبار والإعداد للمناسبات المختلفة. ولم يكن هناك أسلوب منظم وآلية لتصور رغبة الحكومة في تعبئة الدعم الجماهيري لجميع برامجها ونشاطاتها التي تؤثر في حياة الجماهير على جميع المستويات، ولم تكن هناك إدارة مستقلة للعلاقات العامة في المكاتب الحكومية، والنشاطات المرتبطة بالعلاقات العامة كان يعهد بها إلى قسم يخضع للسيطرة المباشرة للمدير العام. (سليمان، 2009، صفحة 9 و 10)

ترتكز الأهداف التقليدية للإدارة على تحقيق الكفاءة الإدارية للوصول إلى الأهداف المرسومة بأقل تكاليف، وبأقل وقت وأفضل جودة، إلا أن البحوث والدراسات الحديثة أخذت تولي تحقيق أكبر قدر ممكن من التجانس والترابط والتوحيد بين أهداف المنظمة وأهداف العاملين في إطارها اهتماماً فضلاً عن أهداف المجتمع والبيئة اللذين يحيطان بها.

والمنظمة التي تبرع في الاتصال ب جماهيرها، هي التي تعرف ما المتوقع من هذه الشرائح الجماهيرية، ويعرف هؤلاء ما يتوقعونه من تلك المنظمات، وعلى الرغم من أن المنظمة تقوم بإدخال أهداف الجماهير الاستراتيجية ضمن مهماتها، فإنها يجب تجنب إلى تغيير أهدافها بين فترة وأخرى أن بشكل يجعلها أكثر فاعلية وتطابقاً بالنسبة إلى احتياجات الجمهور.

وإثر قيام المنظمة بتحديد بيئتها وبرامجها التي تناسبها وميزانيتها، ووضع ركائز أهدافها تصبح جاهزة لتنظيم قسم الاتصال والعلاقات العامة بها، وترتكز العلاقات العامة في المنظمات الحكومية على أسس كثيرة نذكر منها:

- المتطلب الأولي لبرنامج العلاقات العامة الجيد هي توفير المنظمة الحكومية ذاتها خدمة جيدة، من خلال إدراك الإدارة العليا للمنظمة الحكومية مسؤولياتها الاجتماعية - وهنا تبرز أهمية العلاقات العامة الحديثة أو الرقمية -

- ارتباط مستوى جودة الخدمة التي تؤديها المنظمة بمدى إشباعها حاجات معينة لدى أفراد المجتمع، ودراسة حاجات المجتمع ووضع خطط لمقابلة هذه الحاجات وإشباعها، من الأمور التي يجب أن تعد لها إدارات العلاقات العامة برامج وخططاً.

- ضرورة أن يكون برنامج العلاقات العامة من الوجهتين: النظرية والواقعية بمنزلة خدمة حقيقية للجمهور؛ فأولاً يجب أن يعاون هذا البرنامج الجمهور في الحصول على أقصى قدر من الخدمات التي توفرها المنظمة الحكومية، كما يجب أن ينقل هذا البرنامج إلى أعضاء المنظمة ويفسر لهم حاجات الجمهور ورغباته.

أما أهداف العلاقات العامة في المنظمات الحكومية فتتركز في السعي الفعال نحو تحقيق أداء على مستوى عالٍ من الجودة، والتوعية بأهداف المنظمات وسياساتها والعمل على إيضاح برامجها وخططها للجمهور داخل المنظمة وخارجها، وإرشادهم إلى الخدمات التي تؤديها وكيفية الحصول عليها وتأسيس هوية وصورة قيادية للمنظمة في المجتمع وتمييزها عن غيرها من المنظمات، وتنمية شعور العاملين بالانتماء إلى المنظمة، بالإضافة إلى توفير جو يسوده الاستقرار في العمل والإسهام قدر الإمكان في حل مشكلات العاملين والدفاع عن موقف المنظمة إذا تعرضت لأي انتقاد من الآخرين وتدعيم العلاقة بالجمهور بوسائل الاتصال المختلفة، فالعلاقات العامة - وفقاً لأهدافها المحددة - تعد نشاطاً مهنيًا متخصصاً تسعى من خلاله لتقوية العلاقة بين المنظمة وجمهورها بهدف تحقيق اتصال فعال بين الطرفين. (سليمان، الصفحات 10 - 12)

المطلب الثاني: صور دعم وسائل التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية للعلاقات العامة الرقمية

من الممكن أن تلعب وسائل التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية الحديثة دوراً هاماً في دعم عمل الإدارة الإلكترونية خاصة في جوانب الإعلام والتواصل بشقيه؛ الداخلي والخارجي، وإبراز مستجدات المرفق العام، بما يضيف نوعاً من الشفافية والثقة بين الإدارة وجمهورها، وهو ما سندرسه من خلال هذا الجزء حيث سنستعرض بعض آليات استخدام هذه الوسائط في العمل الإداري.

الفرع الأول- نظام المشاركة الإلكترونية في الإدارة الرقمية:

المشاركة الإلكترونية تجسيد لتوصيات لجان الحوكمة والإدارة في منظمة الأمم المتحدة، ويعد أحد ركائز عمل الإدارة الإلكترونية والحكومة الإلكترونية تشجيع المشاركة العامة للمواطنين وتنظيمها وإدارتها بفعالية وكفاءة، وتعتبر المشاركة العامة عنصراً مهماً في مراحل كثيرة تساعد الحكومة على تحديد أولويات المجتمع منها وتقرير الاستعداد الإلكتروني وإدارة مشروعاتها، والحكومة الإلكترونية تعادل المشاركة لا الآلية، حيث أن الجمهور الذي يشتمل القطاع الخاص والمجتمع المدني والأفراد يمكن أن يشارك بفعالية في شؤون الحكومة الإلكترونية بطرق مختلفة، منها:

- التعليق على خطط الحكومة نفسها أو هيئاتها المحلية.

- استرجاع المعلومات من خلال الوصول لها من المواقع الحكومية على شبكة الويب، أو تقديم المعلومات من خلال المسوح العامة، المجموعات المحورية أو البريد الإلكتروني.

- المشاركة في الحوار بين المواطنين والمخططين في الحكومة الإلكترونية أو الإدارة الإلكترونية، وهنا يعتبر المواطنون خبراء للحكومة الإلكترونية التي تقوم من خلال المشاركة الفعلية مع جمهور المستفيدين منها. (كافي، 2011، صفحة 300)

أولاً- ماهية المشاركة الإلكترونية ومتطلباتها:

يقوم مبدأ المشاركة الإلكترونية على تفعيل دور الجمهور في عملية تحسين الخدمات العامة والمشاركة في صناعة القرار ويتم تحقيق ذلك من خلال استلام المقترحات والملاحظات من الجمهور عبر مختلف أدوات المشاركة الإلكترونية الرسمية التي توفرها الهيئة الرسمية.

وحرصاً من الهيئة أو الإدارة على تمكين الجمهور من ممارسة هذا الحق والدور البناء الذي يمكن أن يلعبه المتعاملون في تطوير خدماتها وتحسين أداؤها بشكل مستمر بما يساعد على رفع نسبة رضاهم، تقوم الهيئة بتوفير أدوات المشاركة الإلكترونية للجمهور مثل:

- نموذج الاتصال الإلكتروني

- نموذج لتقديم الشكاوى و إبداء الملاحظات والمقترحات

- نموذج الاتصال بالمسؤولين الإداريين فيها.

- نموذج للاستبيانات وعمليات سبر الآراء

- إتاحة عناوين الحسابات الرسمية للإدارة على مواقع التواصل وشبكة الانترنت؛ (الموقع الإلكتروني الرسمي، حسابات: فيسبوك، تويتر... إلخ) (الهيئة العامة للمعاشات والتأمينات الاجتماعية) وتندرج عملية المشاركة الإلكترونية في إطار ما يعرف بالمواطنة النشطة **Active citizenship** والتي تركز على المشاركة الإيجابية للمواطنين في تنمية مجتمعهم بمشاركتهم في كافة المجالات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية، بما يمكنهم من المشاركة الفعالة في عمليات صنع القرار خاصة تلك القرارات التي تؤثر على حياتهم، فالمواطن النشط كما يعرفه توماس جانوسكي بأنه المواطن الذي يتفاعل مع قضايا مجتمعه ويشارك بنشاط في الفعاليات العامة من خلال تنظيمات أو بصفة منفردة.

وكذا تندرج المشاركة الإلكترونية في إطار المفهوم الحديث: المواطنة الرقمية، والتي تعرف بأنها قيم السلوك التي تعتمد على استخدام التكنولوجيا ومن أشكال هذا السلوك التبادل الإلكتروني للمعلومات، المشاركة الإلكترونية الكاملة في المجتمع، وشراء وبيع البضائع عبر الانترنت (التسوق الإلكتروني) وتعرف أيضاً بأنها القدرة على أن تشارك المجتمع عبر شبكة الانترنت، كما أن المواطن الرقمي هو المواطن الذي يستخدم الانترنت بشكل منتظم وفعال. (طلب، 2017، صفحة 28)

ثانياً- مزايا المشاركة الإلكترونية عبر وسائل التواصل الاجتماعي:

تساهم عملية المشاركة الإلكترونية وإتاحة التواصل للجمهور مع الإدارات بمختلف أنواعها، فوائد كثيرة للإدارة وجمهور المنتفعين من خدماتها نذكر من ذلك:

- إعلام الجمهور بمستجدات المرفق الذي يُعنى بشؤونهم الخدمية وخططه وبرامجه

- إضفاء نوع من الشفافية والمصداقية في تسيير الشأن العام على مستوى الجماعات المحلية خصوصاً، وذلك تجسيدا لمبدأ الديمقراطية التشاركية في تسيير الشأن المحلي الذي نص عليه الدستور.

- رصد مدى رضى الجمهور عن أداء المرافق العمومية من خلال إتاحة خاصية التعليقات على المنشورات في وسائل التواصل الاجتماعي أو عمليات الاستفتاء الإلكتروني وسبر الآراء.

- توفير قناة اتصال سريعة وفعالة وغير مكلفة لإيصال أخبار الإدارات وخدماتها على مدار الساعة للجمهور.

- تلقي الشكاوي والملاحظات والاقتراحات دون قيود بيروقراطية أو مماطلة مما يشجع الجمهور على التفاعل.

- الوصول لأكبر شريحة من الجمهور المستهدف بخدمات المرفق من خلال انتشار استعمال هذه الوسائط خاصة فيسبوك.

هذا وتخدم آلية المشاركة الإلكترونية الأهداف الاستراتيجية لنظام الإدارة الإلكترونية أو الحكومة الإلكترونية، بتقريب الإدارة من المواطن وتسهيل الحصول على الخدمات العمومية، وكذا تحسين مستوى الأداء الحكومي وسرعة الوصول للمعلومات اللازمة من قبل الكوادر الحكومية نفسها بما يزيد من فرص توفير الوقت والجهد في تنفيذ المهام الإدارية.

كما يتيح تواجد الإدارات العامة على مواقع التواصل وشبكة الانترنت قناةً للاتصال المباشر بين المستثمرين والجهات الحكومية لتشجيع الاستثمار وتوفير المعلومات للمستثمرين بما يساهم في عملية صناعة الصورة وتسويق الفرص الاستثمارية وتشجيع المستثمرين على الاستثمار.

وأهم مكسب يمكن تحقيقه من خلال عملية المشاركة الإلكترونية هو تفعيل دور المواطن في التنمية، من خلال القيام بدوره المنشود في التنمية المستدامة وتحسين معيشتة، فالمشاركة الإلكترونية بهذا المفهوم هي استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للتفاعل مع المواطن في عملية اتخاذ القرار والديمقراطية ورسم السياسات العامة، كما اعتبرها كثير من الباحثين جزءاً من الديمقراطية التشاركية. (أبوشنب، 2011، صفحة 66، 67)

وكمثال على تجربة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في إطار الاتصال العمومي والعلاقات العامة، نجد المديرية العامة للأمن الوطني التابعة لوزارة الداخلية والجماعات المحلية، حيث فضلاً عن تطبيقاتها الرقمية لتسهيل معاملات المواطنين معها مثل: تطبيقات المرور وحالة الطرق، نجد مديرية الاتصال والعلاقات العامة التابعة لها على المستوى المركزي أو الخلايا على المستوى المحلي اللوائي تقوم بالتواصل مع الجمهور بطريقة حديثة سواء من خلال الفقرات والحصص التلفزيونية أو الإذاعية خاصة على الإذاعات الجهوية في إطار العمل الجوّاري، أو على مستوى وسائل التواصل الاجتماعي من خلال صفحاتها على موقعي: فيسبوك وتويتر على وجه الخصوص، حيث نجد صفحاتها على فيسبوك مثلاً تحوز الشارة الزرقاء كونها موثقة، مما يعني مصداقية وصحة المعلومات التي تشاركها وتنشرها كون المصدر رسمياً وتحظى بتفاعل دائم من جمهورها ومتابعيها الذين يقدر عددهم حالياً ب: 833.340 معجّباً بالصفحة (عنوان حساب المديرية العامة للأمن الوطني على موقع فيسبوك)، والتي تقوم على مدار الساعة بإعلامهم بالمستجدات والحملات التحسيسية والتوعوية وغيرها كما تضع معلومات الاتصال في زاوية حول: العنوان الرسمي للمديرية، عنوان الموقع الإلكتروني، خاصية مراسلتها، الرقم الأخضر لتلقي النداءات. ونفس الأمر بالنسبة لحساب المديرية العامة الرسمي على موقع تويتر والذي يحوز شارة التوثيق الزرقاء أيضاً والذي يتابعه 63.200 متابع ويقوم بنفس دور حساب فيسبوك كتوسيع لمنصة التفاعل التواجد على مواقع التواصل الاجتماعي الذي تقوم به مديرية الاتصال والعلاقات العامة أحد فروع المديرية العامة. (عنوان حساب المديرية العامة للأمن الوطني على موقع تويتر).

ثالثاً- سلبيات عملية المشاركة الإلكترونية:

ولا نغفل أن للمشاركة الإلكترونية بعض العيوب التي ترجع بالدرجة الأولى إلى حالة عدم الاستعداد التقني والبنية التحتية والتكوين لدى الفاعلين في العملية، نذكر منها:

- نقص تكوين الموظفين في المجال التقني والاتصال قد يؤدي إلى عدم تحقيق الهدف المسطر.

- انتهاك الحق في الخصوصية وسرية المراسلات بالنسبة للأفراد في حال عدم تأمين المواقع جيداً من القائمين عليها.

- الإزعاجات والرسائل الوهمية والتعليقات غير اللائقة ما يضيع وقت مسؤولي الاتصال لدى الإدارة في التعامل معها سواء بالإطلاع عليها أو اتخاذ الإجراءات القانونية في حق من صدرت عنهم.

- عدم جدية ومصداقية بعض المعلومات أو التعليقات أو الإحصاءات التي تصل من خلال هذه المنصات لكثرة الحسابات الوهمية فيها.

الفرع الثاني- دور وسائل التواصل في عملية الاتصال في حالة الأزمات:

يمكن الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية في حالات الطوارئ والأزمات لإيصال المعلومة للجمهور والمواطنين من قبل الهيئات الحكومية بطريقة يسيرة وسريعة وقليلة التكلفة، بل أحياناً تصبح أفضل الطرق المتاحة مثل الأزمة العالمية الحالية بعد انتشار جائحة كورونا (Covid-19) في العالم حيث تحول عمل معظم الهيئات الإدارية العامة إلى نظام العمل عن بعد وهنا يمكن الاستفادة من تطبيقات التواصل الاجتماعي وما توفره من إمكانية الوصول إلى أوسع شريحة ممكنة من المواطنين كون الإعلان وإعلام المواطنين بما يخص معاملاتهم الإدارية في المواقع لا يصل لنفس حجم الشريحة من المتلقين عكس مواقع التواصل الاجتماعي ذات الاستخدام اليومي، أما المواقع فنسبة تصفحها والوصول إليها أقل بكثير.

أولاً- نموذج تدفق المعلومات في حالة الأزمات:

يركز هذا النموذج على تدفق المعلومات في حالات الطوارئ ومناقشة الأدوار المختلفة التي تقوم بها الجهات المختلفة في اتصالات الأزمة على وسائل التواصل الاجتماعي... ونظراً لأن العملية الاتصالية تتم في اتجاهين من المرسل إلى المستقبل، وفي ضوء ما توفر وسائل التواصل الاجتماعي من إمكانيات، أصبح المرسل والمستقبل نفس الشخص، ومن هنا قال كل من رويتر وآخرون في عام 2012 بالدمج بين النموذج الذي يميز بين أربعة أنواع مختلفة من الاتصالات على مواقع التواصل الاجتماعي في حالة الطوارئ وهي:

- من المنظمات للجمهور كما هو في الاتصال التقليدي.
 - من الجمهور للجمهور مثل مجتمعات المساعدة الذاتية.
 - من الجمهور للمنظمات.
 - من المنظمات للمنظمات.
- ودمج النموذج المذكور مع مراحل الأزمة الثلاثة:
- مرحلة ما قبل الأزمة.
 - مرحلة الأزمة الفعلية.
 - مرحلة ما بعد الأزمة.

فعلى سبيل المثال تبدأ الاتصالات من المنظمة إلى الجمهور في مرحلة حدوث الأزمة الفعلية، وتستمر حتى ما بعد الأزمة، أما الاتصالات بين الجماهير مع بعضها البعض فتبدأ من حدوث الأزمة وتستمر حتى ما بعد نهايتها. (علاء الدين، 2020، صفحة 29)

ثانياً- استراتيجية وسائل التواصل الاجتماعي في إدارة الأزمات:

تساعد عمليات قبلية للإدارات والمنظمات العمومية في وضع برامج توقع للآزمات وكيفية النشاط فيها وتقديم خدماتها بالقدر الممكن، في سير عملية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بنجاحة وقت الأزمات لتوفير أكبر قدر ممكن من الاتصال والعلاقات العامة للمنظمة في إطار جهود مواجهة الأزمة كالعلق وتقييد الحركة والتنقل بالنسبة للجمهور وغيرها، وهو ما عايشناه بصفة عملية خلال العام الحالي من خلال الجائحة العالمية كوفيد-19، وسنقسم هذه المراحل إلى ثلاث مراحل رئيسية:

1- مرحلة ما قبل الأزمة: وتتضمن هذه المرحلة ما يسمى مرحلة إدارة القضايا، يتم خلالها الاستعداد للمتغيرات عبر التعرف على حجم المؤسسة وثقافتها وطبيعة أعمالها، ووظائف إدارة العلاقات العامة فيها، كما تتخذ المنظمة في هذه المرحلة إجراءات تتعلق بالوسائل الرقمية لديها، كتطوير موقعها الإلكتروني بشكل دوري وإعداد القوائم الخاصة بالبريد الإلكتروني وتحديثها ومراقبة وسائل الإعلام خاصة الإلكترونية، وإطلاع فريق الاتصال بالمنظمة على الأنشطة المختلفة للمنظمة على العالم الافتراضي.

ثم تقوم المنظمة بعدها بعملية التخطيط والمواعظ من خلال إجراءات تنظيمية منها؛ التعرف على المؤثرين وقادة الرأي، وإنشاء نظام تنبيه لرصد مواقع التواصل الاجتماعي، تحديد اللغة والأسلوب الذي يتم التواصل به على العالم الافتراضي، وتطوير نظام لإدارة الأزمات عبر الإنترنت واختباره.

2- مرحلة الأزمة الفعلية: ترصد المنظمة وقتها، المتغيرات الموقفية وتستجيب لها، وتحدد خصائص الجمهور والتهديدات المحتملة والتكلفة والمنفعة المتوقعة. وتقوم بعد ذلك بإجراءات عملية من خلال: الاستجابة البسيطة لوسائل الإعلام التقليدية ووسائل التواصل الاجتماعي وفي أقصر وقت ممكن، والتواصل مع أصحاب المصالح لتخفيف حدة الأزمة وطمأنة الجمهور، وتقديم معلومات عن الأزمة على المنصات الرئيسية للمنظمات.

3- مرحلة ما بعد الأزمة: تقوم الإدارة من خلال هذه المرحلة بالاستمرار في نشر المعلومات التي تتعلق بالأزمة وتطوراتها، على منصات التواصل الاجتماعي الخاصة بها، وتقييم الأزمة واستجابة المنظمة لها، وأخيراً تحديد الاستراتيجية التي سيتم الاعتماد عليها لإعادة بناء سمعة وصورة المنظمة (علاء الدين، صفحة 130 و 131) في حالة الأزمات الداخلية.

وكمثال على إدارة الأزمات باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي نستمر مع مثال المديرية العامة للأمن الوطني، ومرفق الشرطة، حيث تعتمد مصالح الاتصال لديها مثلاً في هذا الجانب على التطبيقات الرقمية وصفحاتها في وسائل التواصل الاجتماعي والإعلام الجوّاري من خلال الإذاعات المحلية في الإعلام بحالة الطرقات وخاصة في حالة اغلاق طرق بسبب حوادث السير بحيث تنشر الخبر حول ذلك على أوسع نطاق مما

يتيح لمستعملي الطرق سلك مسارات أخرى حتى تخفف من الازدحام وكذلك عدم تعطل مصالح المواطنين جراء هذا الظرف الطارئ.

خاتمة:

نخلص في الأخير حول موضوعنا استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية في عملية الاتصال والعلاقات العامة لدى الإدارة الإلكترونية أو ما تسمى العلاقات العامة الرقمية، أن من الممكن تحقيق كثير من أهداف العملية الإدارية من خلال الاستعانة بالتقنيات الحديثة في الاتصال والتواصل على المستوى المؤسساتي أو الفردي سواء للوصول إلى حد معين من الشفافية من طرف المرافق العمومية، أو إنجاز عملية الاتصال بنجاح وسرعة أو تحقيق مستوى من الرضى من طرف الجمهور.

النتائج المتوصل إليها:

- إمكانية التوسع في استخدام الوسائط الحديثة في عملية الاتصال الإداري للوصول لأكبر شريحة ممكنة من الجمهور.

- فعالية وسائل التواصل الاجتماعي في عملية الاتصال الإداري لانتشار استخدامها بين المواطنين.

- التطبيقات الرقمية عامل رئيسي في ضمان مبدأ استمرارية المرافق العمومية خاصة في حالات الطوارئ والأزمات.

- نماذج الاتصال الرقمي الناجحة والفعالة هي التي تحرص على المداومة على التفاعل مع الجمهور وإعلامه بكل مستجد (المديرية العامة للأمن الوطني نموذجاً).

- إتاحة المشاركة الإلكترونية للمواطنين من خلال صفحات رسمية للإدارات تساعد في تجسيد الحوكمة في تسيير الشأن المحلي والديمقراطية التشاركية.

كما لمسنا من خلال هذا البحث المتواضع بعض أوجه القصور والخلل في عملية الاتصال الرقمي العمومي كما يلي:

- غياب التكوين للعنصر البشري في عمليات الاتصال في الإدارات العمومية.

- قلة تواجد المؤسسات العمومية والإدارات على وسائط التواصل الاجتماعي وعدم نشاطها باستمرار -إن وُجدت-.

- عدم توثيق الحسابات الرسمية بما يضيف عليها المصادقية باستثناء بعضها والتي قامت بإجراءات التوثيق في العام الحالي خاصة في موقع تويتر.

- قلة مشاركة المواطنين والتفاعل مع الحسابات الرسمية الموجودة وهذا ما يمنع تحقيق أقصى استفادة ممكنة منها.

التوصيات :

في نهاية هذا البحث نقترح معالجة هذه النقائص من خلال:

- اعتماد الإدارات العمومية والمرافق العمومية المركزية والمحلية حسابات رسمية لها على مواقع التواصل الاجتماعي والسعي لنشرها للجمهور ليشتبك بها وتوثيقها من إدارة المواقع -إن أمكن-.

- تطوير تطبيقات رقمية جديدة للخدمات العمومية تماشياً مع المسعى الحكومي لتعميم عملية الرقمنة.

- وضع الاستفتاءات الإلكترونية للجمهور حوال القضايا المحلية لتجسيد مبدأ الديمقراطية التشاركية.

- إخضاع موظفي مصالح الاتصال والعلاقات العامة لدورات تدريبية حول التواصل العمومي الحديث والتطبيقات الرقمية.

- الحرص على النشر المستمر لكل مستجدات الإدارات وعروضها ونشاطاتها على مواقعها الإلكترونية وحساباتها الرسمية في مواقع التواصل الاجتماعي.

- إصدار نصوص قانونية أو تنظيمية تضع الإطار التشريعي لعملية المشاركة الإلكترونية كما فعلت دول كثيرة في هذا المجال.

قائمة المصادر والمراجع

المراجع العربية

أولاً- الكتب

- أبو النصر، مدحت محمد . (2010). اتجاهات حديثة في إدارة مؤسسات الخدمة الاجتماعية؛ الجودة الإلكترونية. جدة، السعودية: دار المربي.
- أبوشنب، عماد أحمد. (2011). الخدمات الإلكترونية. عمان، الأردن: دار الكتاب الثقافي.
- حجاب، محمد منير. (2004). المعجم الإعلامي . (الطبعة 1). القاهرة، مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- الحمادي، بسام بن عبد العزيز، الحميضي، وليد بن سليمان. (2004). الحكومة الإلكترونية: الواقع والمعوقات وسبل التطبيق بدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية. الرياض، المملكة العربية السعودية: معهد الإدارة العامة.
- الدليمي، عبد الرزاق محمد. (2011). العلاقات العامة رؤية معاصرة (الطبعة 1). عمان، الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع.
- سليمان، شريفة رحمة الله. (2009). دور الاتصال والعلاقات العامة في الحكومة الإلكترونية (دراسة حالة على إمارة دبي). أبوظبي، الإمارات العربية المتحدة: مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية.
- الشامي، لبنان هاتف. (2001). العلاقات العامة -المبادئ والأسس العلمية -.عمان، الأردن: مكتبة اليازوري.
- طلب، رويدا أحمد. (2017). خطاب المواطنة في الصحافة الإلكترونية المصرية. القاهرة، مصر: دار العربي للنشر والتوزيع .
- العاصي، شريف أحمد. (2006). الترويج والعلاقات العامة: مدخل الاتصالات التسويقية المتكاملة. الإسكندرية، مصر: الدار الجامعية، الإسكندرية.
- علاء الدين، نرمن. (2020). إدارة استراتيجيات تواصل المنظمات عبر وسائل التواصل الاجتماعي. القاهرة، مصر: دار العربي للنشر والتوزيع.
- كافي، مصطفى يوسف. (2011). الإدارة الإلكترونية – إدارة بلا أوراق، إدارة بلا زمان، إدارة بلا مكان، إدارة بلا تنظيمات جامدة-. دمشق، سوريا: دار ومؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع.
- محمد، محمد مدحت. (2016). الحكومة الإلكترونية. القاهرة، مصر: المجموعة العربية للتدريب والنشر.
- نجم، نجم عبود. (2004). الإدارة الإلكترونية: الاستراتيجيات والوظائف والمشكلات. الرياض، المملكة العربية السعودية: دار المريخ للنشر والتوزيع.

ثانياً- الدوريات والملفات

1- مقالات

- ناجي، عبده. (02, 2002). مفهوم وأهمية العلاقات العامة ودورها في المؤسسة المصرفية الحديثة. مجلة اتحاد المصارف العربية. دون عدد، الصفحة 63.

2- ورقة عمل في ملتقى

- رضوان، رأفت عبد الباقي. (2004). الإدارة الإلكترونية: الإدارة والمتغيرات العالمية الجديدة. تأليف الجمعية السعودية للإدارة ، الملتقى الإداري الثاني. الرياض.

ثالثاً- النصوص الرسمية

- دستور الجمهورية الجزائرية. (06, 03, 2016). الجزائر: الجريدة الرسمية عدد 14 المؤرخة في: 07 مارس 2016.

رابعاً- المواقع الإلكترونية

- بيان حول دخول تطبيق استشارتك حيز الخدمة. موقع وزارة الداخلية والجماعات المحلية: <https://bit.ly/32BQEC3> تاريخ التصفح 13 سبتمبر، 2020.
- عنوان حساب المديرية العامة للأمن الوطني على موقع تويتر. <https://bit.ly/2GZMV90>
- عنوان حساب المديرية العامة للأمن الوطني على موقع فيسبوك. <https://bit.ly/33BiTA1>
- الموقع الإلكتروني Anadigital <https://bit.ly/3ko68j9>: تاريخ التصفح: 13 سبتمبر 2020.
- موقع وزارة الداخلية والجماعات المحلية والتهيئة العمرانية: <https://bit.ly/2FttXaJ> تاريخ التصفح: 13 سبتمبر 2020.

- الهيئة العامة للمعاشات والتأمينات الاجتماعية. (بلا تاريخ). سياسة المشاركة الإلكترونية في الإمارات، الموقع الإلكتروني: <https://bit.ly/3mrMG6Y> تاريخ التصفح: 09 سبتمبر، 2020
المراجع الأجنبية:

-Kaplan, A. M. (2010). Users of the world unite! The challenges and opportunities of Social Media. Business horizons, p53.