



كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية - جامعة غرداية
مجلة إسهامات للبحوث والدراسات
E-ISSN. 2543- 3636 / P-ISSN. 2543- 3539
<http://ishamat.univ-ghardaia.dz/index>



دور تكنولوجيا الاتصال و المعلومات في تحسين

العلاقات العامة الالكترونية بالمؤسسة الإعلامية

أ.وهيبة بشريف، جامعة باتنة 1

أ.عافية بشريف، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم

الملخص:

أحدثت تكنولوجيا الحديثة للاتصال والمعلومات نقلة نوعية في المحتوى والوسيلة، حيث اعتبرت العلاقات العامة و ممارساتها العملية مجالا خصبا للنقاش و البحث، كونها تعمل على تحسين صورة المنظمة على الصعيدين الداخلي والخارجي، ومع تطور الثورة الاتصالية التي أفضت إلى نوع جديد من الممارسات العملية، الذي عرف بالعلاقات العامة الالكترونية، هذه الأخيرة التي سهلت تفعيل دور المؤسسات، و تحقيق ابرز استراتيجياتها و أهدافها المسطرة و كذا تحسين علاقاتها بالمؤسسات الأخرى، وذلك باعتماد منظومة العلاقات العامة الالكترونية في المؤسسات على الوسائل التكنولوجية الحديثة، مما سبق، نطرح الإشكال التالي: كيف ساهمت تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين العلاقات العامة الالكترونية في المؤسسات الإعلامية؟

الكلمات الدالة: تكنولوجيا المعلومات، تكنولوجيا الاتصال، العلاقات العامة، العلاقات العامة

الالكترونية، المؤسسة الإعلامية

Summary:

Caused modern technology for communication, information and qualitative leap in content and means, where considered public relations and practical practices a fertile ground for discussion and research, is working to improve the image of the Organization on the settings external and internal, with the development of the Communication Revolution which led to a new type of practice, known public relations, electronic commerce, the latter have facilitated the activation of the role of institutions and achieving the most prominent their strategies and objectives of the ruler and improve its relations with other institutions, and that the adoption of the system of public relations of the electronic commerce in

institutions to modern technological means, which previously, ask the following forms: how information and communication technology in improving public relations of the electronic commerce in media institutions ?

Keywords: Information technology, communication technology, Public Relations, Public Relations of the electronic commerce, media enterprise

مقدمة:

إن التطور الكبير لثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصال، ساهمت في بروز العديد من الوسائل الإلكترونية، التي سهلت عملية الاتصال والتواصل، فلم يعد الزمكان يشكل عائق يحول دون وصول الرسائل المختلفة، حيث تمخض عن الحرب الباردة وسيلة الإنترنت، التي انهمر بها العالم، وذلك من خلال تقديمها لخدمات متنوعة، قصرت الجهد والوقت.

حيث أصبحت هذه الوسيلة تستخدم في مختلف المؤسسات العملية، وذلك مسيرة للمستجدات التكنولوجية الحديثة، التي ساهمت في ظهور ما عرف بالعلاقات العامة الإلكترونية، هذه الأخيرة، التي تساهم في تحسين صورة المؤسسة لدى جمهورها الداخلي والخارجي، وبذلك تكفل تحقيق الخطط والأهداف وتوسيع نطاق الجمهور على مستويين، حيث زادت تكنولوجيا المعلومات والاتصال من فاعلية العلاقات العامة الإلكترونية في المؤسسات من جهة، وفي المؤسسات الإعلامية من جهة أخرى، مما سبق الحديث عنه، نطرح الإشكالية التالية: كيف تساهم تكنولوجيا الحديثة للمعلومات والاتصال في تحسين العلاقات العامة الإلكترونية في المؤسسات الإعلامية الجزائرية؟

وتتفرع عن هذه الإشكالية، مجموعة من التساؤلات المحورية:

- ما المقصود بالعلاقات العامة الإلكترونية، وتكنولوجيا الاتصال والمعلومات؟
- ماهي أهم وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة المستخدمة في تحسين العلاقات العامة الإلكترونية في للمؤسسات الإعلامية الجزائرية؟

وللإجابة على هذا الإشكال، نعتمد على المحاور التالية:

المحور الأول: البناء المفاهيمي

المحور الثاني: العلاقات العامة وتكنولوجيا الاتصال والمعلومات

المحور الثالث: دور تكنولوجيا الاتصال والمعلومات الحديثة في تحسين العلاقات العامة الإلكترونية في المؤسسة الإعلامية.

أولاً: البناء المفاهيمي:

- تكنولوجيا الإعلام والاتصال NTIC:

عرفت تكنولوجيا الاتصال حسب "برنت وروبين" بأنها "أي أداة أو جهاز أو وسيلة تساعد على إنتاج أو توزيع أو تخزين أو استقبال أو عرض البيانات".

وهناك من رأى أنها "الآلات أو الأجهزة الخاصة أو الوسائل التي تساعد على إنتاج المعلومات وتوزيعها واسترجاعها وعرضها".

أما تكنولوجيا المعلومات فعرفت على أنها "اقتناء واختزان المعلومات وتجهيزها في مختلف صورها وأوعية حفظها، سواء كانت مطبوعة أو مصورة أو مسموعة أو مرئية أو ممغنطة أو معالجة بالليزر وبها باستخدام توليفة من المعلومات الالكترونية المحسبة، ووسائل وأجهزة الاتصال عن بعد". (مكاوي، علم الدين، 2000، ص ص 63، 64)

ومنه تكنولوجيا المعلومات والاتصال هي مجموعة من الوسائل المختلفة الحوامل والتي تمكن من تخزين البيانات والمعلومات واسترجاعها عند الحاجة إليها.

2- العلاقات العامة:

العلاقات: "وتعني التواصل الناجم عن تفاعل فردين أو أكثر وتتحقق هذه العلاقة بعد حدوث فعل ورد فعل ايجابيا، وتكون حصيلة علاقات تعاونية أو على العكس من ذلك يكون اتجاهها سلبيا و يقود إلى علاقات متوترة قد تؤدي إلى التفكك والاختلاف بين الأفراد".

العامة: وتعني "الجمهور أو الناس ويعد هذا المفهوم تحديدا لنطاق شمولية العلاقات أي أن العلاقات تشمل كل عمليات التفاعل مع الجمهور أو الناس في المجتمع، ولذلك تصبح عمليات التفاعل هذه واسعة النطاق معقدة الأبعاد متنوعة الأهداف، بتعدد حاجات الأفراد والجماعات وتنوع مصالحهم واتساع أهدافهم". (http://diae.net/38560.2017.10:30-03-27).

عرفت العلاقات العامة على أنها تعني "إدارة الاتصال من خلال أن مسئولي العلاقات العامة يتولون الإجراءات الاتصالية الفعالة والمستمرة ما بين المنظمة والجمهور الداخلية والخارجية لها".

وهي أيضا "إدارة الاتصالات الفعالة والمستمرة مع فئات الجمهور المتعددة، لإقامة وبناء علاقات إستراتيجية قوية، تحقق صورة ذهنية ايجابية للمؤسسة تكون دافعا لتحقيق أهدافها، ومساندة لها وقت الشدة والأزمات". (السيد، 2006، ص ص 26، 27)

ركزت التعريفات السابقة على ضرورة الاتصال في المؤسسة سواء مع الجمهور الداخلي للمؤسسة والمتمثل في موظفيها العاملين بها، وأيضا مع الجمهور الخارجي من جمهور متلقي لمنتجات هذه المؤسسة ومختلف المؤسسات التي قد تبني علاقات معها.

3- العلاقات العامة الالكترونية:

يمكن تعريف العلاقات العامة الالكترونية على أنها إدارة الاتصالات الفعالة باستخدام الوسائل الالكترونية الحديثة مع موظفي المؤسسة وكذا الاتصالات الالكترونية المستمرة مع فئات الجمهور المتعددة، من أجل إقامة علاقات إستراتيجية قوية، تحقيق صورة ذهنية ايجابية للمؤسسة، تكون دافعا لتحقيق أهدافها ومخططاتها.

ثانيا: العلاقات العامة وتكنولوجيا الاتصال والمعلومات:

1.2. أنواع العلاقات العامة الالكترونية ومبادئها:

1.1.2. أنواع العلاقات العامة:

حسب التعريف الوارد للجمعية الفرنسية للعلاقات العامة فرأى أن العلاقات العامة تعني " الجهود التي يبذلها فريق ما، لإقامة علاقات الثقة واستمرارها بين أعضائه وبين الفريق وبين الجماهير المختلفة التي تندفع بصورة مباشرة أو غير مباشرة من الخدمات الاقتصادية والاجتماعية التي تحققها المؤسسة.

1-العلاقات العامة الخارجية:

يراقب المشروع بواسطة العلاقات العامة الخارجية تأثيره على الجمهور، ويعمل على كسب عاطفته وحسن نيته، على العلاقات العامة بالدرجة الأولى أن تبدد الأفكار والآراء المغلوطة بغطاء الجمهور المعلومات الصحية، وعند الحاجة تفتح له أبوابها.

2-العلاقات العامة الداخلية:

لابد أن تقاوم الأفكار السيئة والآراء المغلوطة وأن تقاوم عدم الانجذاب إلى العمل وأن تقاوم السدود بين الطبقات، وأن تقاوم فقدان الأمل والشعور بالغيث، وفي ذلك لابد أن تتوسل الإعلام الصحيح. (مصطفى كمال، 2012، ص صص24، 34، 35)

إضافة إلى أنواع العلاقات العامة الأخرى من علاقات عامة تجارية، صناعية، عسكرية.

2.1.2. مبادئ العلاقات العامة: ويمكن تلخيصها في:

1-البدء من داخل المؤسسة والعمل على إيجاد تفاهم متبادل بين المؤسسة والعاملين بها والعمل على تماسك الجمهور الداخلي وتدعيم روح الجماعة والتعاون داخل المؤسسة.

2- مراعاة الصدق والأمانة في شرح كل ما يصدر عن المؤسسة حرصا على كسب ثقة الجمهور والرضا حتى تنجح المؤسسة وتدوم طويلا.

3-التمسك بالأسلوب المهني والتمسك بأهداف العدل و اتساق القول و العمل وإتباع المبادئ

والقيم الأخلاقية الرفيعة في التصرفات.

4-الابتعاد عن اتخاذ موقف دفاعي عن تغطية المساوئ وأوجه التعقيد، لأن ذلك يضرب سترًا من التضليل ويحجب الحقيقة ويعرقل وضوح الرؤية.

5- إظهار الحقائق بصراحة ووضوح حرصًا على كسب ثقة الجمهور، وذلك لأن إخفاء الحقائق إذا نجح بعض الوقت فإن النجاح مؤقت وسرعان ما تنكشف الحقيقة ويفقد الجمهور ثقته في المؤسسة.(مصطفى كمال، 2012، ص ص 30،31)

2.2. تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة:

تطورت تكنولوجيا المعلومات والاتصال بظهور مجموعة من الوسائل، تمثلت في:

-الحاسبات الالكترونية: ظهرت منذ " حوالي ربع قرن كان الحديث عن الحاسب الالكتروني الشخصي، وكان الحاسب الالكتروني يشغل حيزًا مكانيًا ضخمًا، وكان يحتاج في إدارة إلى فريق كامل من البشر المديرين على تشغيله، ولذلك اقتصر تشغيل الحاسبات الالكترونية على الحكومات والمؤسسات الضخمة نتيجة لكلفة التشغيل.

ومرت الحاسبات الالكترونية بمراحل عديدة في خلال تطورها لتصل إلى الشكل الحالي التي هي عليه الآن.

2-الأقمار الصناعية: تم إطلاق أول قمر صناعي من قبل " الاتحاد السوفياتي باسم SPUTNIK، وهو ما كان انطلاقة في ثورة الاتصال الخامسة.

ويرجع تاريخ استخدام الأقمار لأغراض الاتصالات إلى يوليو 1962، ففي مساء اليوم تم مشاهدة برنامج تلفزيوني في كل من الولايات المتحدة وفرنسا وبريطانيا في نفس الوقت، وذلك ببث أول قمر صناعي مستقر في الفضاء باسم تليستار Telstar. (مكاوي، علم الدين، 2000، ص ص 89، 108، 109)

3- الميكروفون:

تطورت خطوط الميكروفون أثناء الحرب العالمية الثانية من خلال استخدامات الرادار، حيث يعتمد الرادار على إرسال نبضات من إشارات الميكروفون للتعرف على الأهداف المعادية. (مكاوي، علم الدين، 2000، ص 120)

ثالثًا: دور تكنولوجيا الاتصال والمعلومات الحديثة في تحسين العلاقات العامة الالكترونية في المؤسسة الإعلامية:

1- الحاسب الآلي و البريد الالكتروني Email: من بين الوسائل التي يعتمد عليها في التعليم

الالكتروني، وهو عبارة عن " جهاز الكتروني، له قدرة فائقة على تخزين البيانات بصورة يسهل استرجاعها". (سعيد، 2012، ص19)

وهو من بين أهم الوسائل التي يتم الاعتماد عليها، و الذي يتم فيه استقبال الملفات الخاصة بالتسجيلات الطلاب، إضافة إلى الاتصال معه وإمدادهم بالدروس وآخر الأخبار الجديدة والإعلانات. (صالح محمد، 2006، ص ص30-31)

تستخدم الانترنت كوسيلة لكل أشكال الاتصال بكافة أنماطه، الاتصال بين شخصين ، الاتصال بين شخص ومجموعة من الأفراد، والاتصال بين مجموعات من الأفراد، فوجدت حلقات المناقشة للمحاورة وتبادل الآراء والأفكار. ومن أهم وسائل هذا الاتصال البريد الالكتروني Email الذي يسمح للمستخدمين إرسال الرسائل النصية والملفات من شخص لآخر عبر شبكة الانترنت، البريد الالكتروني وسيلة اتصال لتبادل عناصر المعلومات بكافة أشكالها سواء كانت نصية أو جداول أو رسومات أو أصواتا أو فيديو أو برامج حاسوبية. (<https://hrdiscussion.com/hr16132.html>.25) 01-2017.15:42

ويسهل البريد الالكتروني عمل الموظفين في العلاقات العامة الالكترونية بالمؤسسة، وكذا العلاقات العامة الالكترونية الداخلية في المؤسسة، بعدما كان الموظف يترك عمله و يذهب إلى مسؤول معين أو مدير المؤسسة أو العكس، ليعطيه ملفات أو يتحدث معه، يضطر إلى تضيق بعض الوقت وأحيانا حتى استخدام الهاتف مما يجعل تكلفته ترتفع، فبالعكس اصبح حالان و بزر إصبع عبر البريد الالكتروني يبعث الموظف ملفات والوثائق في اقل وقت ودون تكلفة.

2- الموقع الالكتروني: يعد من بين الآليات الاتصال والتواصل بين ادارة التعليم عن بعد وبين الطلاب. (صالح محمد، 2006، ص ص31.30)

سهل عملية الاتصال في المؤسسة بين الموظفين و حتى المسؤولين، مما عزز في العلاقات الالكترونية الداخلية، وكذا قصر الوقت والجهد.

3- اجتماعات ومؤتمرات الفيديو Video Conference:

جاءت مؤتمرات الفيديو كتطبيق عملي لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، يتم في هذه التقنية استخدام كاميرات صغيرة توضع على أجهزة الحاسوب أو بجانها ، لتقوم بتصوير ونقل الصور الحية والصوت لعرضها بشكل متزامن في مكان آخر.

وساهمت هذه المؤتمرات في فوائد كثيرة للمؤسسة وكذا لقسم العلاقات العامة الالكترونية، فمن خلالها يتم الاتصال المسموع والمرئي بين العديد من الأشخاص في أماكن بعيدة، فيمكن عن طريقها تتم الاجتماعات بين رؤساء الأقسام والطواقم الصحفي و التقني، وكل منهم في مكانه يسمع ويرى ويناقش الآخرين ويتبادل معهم المعلومات بكافة عناصرها، ويتيح لهم المناقشة بالصوت

والصورة كل في مكانه، فمؤتمرات الفيديو هي تقنية اتصال مرئي مسموع بين أفراد يتواجدون في أماكن مختلفة يتم من خلالها مناقشة وتبادل الأفكار والآراء والخبرات في جو متفاعل يسوده التفاهم والتعاون المشترك.

وتتمثل فوائد مؤتمرات الفيديو في:

1. سرعة عقد الاجتماعات، فيستطيع المسؤولون والصحفيين الاجتماع بذوي الخبرة في المجال والاسترشاد بأرائهم.
 2. توفير الوقت اللازم لنقل المعلومات والتعرف على الآراء والأفكار لمناقشتها، أفضل إذا تم الاعتماد على الوسائل التقليدية الأخرى.
 3. انخفاض تكاليفها مقارنة بحضور المسؤولين والمتخصصين إلى أماكن الاجتماعات والمؤتمرات.
- (<https://hrdiscussion.com/hr16132.html>.25-01-2017.15:42')

4- مواقع التواصل الاجتماعي:

هي مجموعة من " الشبكات العالمية المتصلة بملايين الأجهزة حول العالم، لتشكل مجموعة من الشبكات الضخمة، والتي تنقل المعلومات الهائلة بسرعة فائقة بين دول العالم المختلفة وتتضمن معلومات دائمة التطور". (عابد، 2012، ص 1400)

تمكن هذه الشبكات الاجتماعية قسم العلاقات العامة الالكترونية الاستفادة منها، وذلك لتسهيل العمل و العلاقات بين الموظفين داخل المؤسسة الإعلامية وكذا مع الجمهور الخارجي لها، حيث يستطع موظفي العلاقات العامة الالكترونية إنشاء موقع الكتروني خاص بالمؤسسة يمكن مختلف الموظفين في الدخول إليه، وكذا إبداء آرائهم عبره، وحتى الاتصال والتواصل بينهم ، مما يريح المؤسسة الإعلامية الوقت وينقص التكلفة عليها، إضافة إلى السرعة في عقد الاجتماعات ووصول الملفات واستدعاء الموظفين.

5- المجموعات ومواقع الالكترونية:

"موقع" هو "مكان على شبكة الإنترنت أو الويب يتكون من صفحات للمعلومات تبدأ عادة بصفحة خاصة، وترتبط هذه الصفحات بموضوع معين، ولكن موقع عنوانه المستقل على الشبكة URL". (محمد فتحي، 2007، ص 82)

يساهم أيضا في تحسين عمل العلاقات العامة الالكترونية في المؤسسة الإعلامية، وذلك عبر استغلال هذه المجموعات في عقد الاجتماعات المستعجلة وكذا إمكانية اخذ باستشارة أو رأي صحفي معين حتى وان لم يكن متواجد في مكان العمل أو مسافر.

كما تمكن أيضا من عقد الصفقات والاتفاقيات بين مؤسسات أخرى في اقصر وقت وبدون

تكلفة.

6-المدونات:

ظهرت أول مدونة على شبكة الإنترنت في " 7 أكتوبر 1994، لصاحبها **Dave winer** تحت اسم "مانيل"، إلا أن **Jorn Barger** كان أول من استخدم مفردة **Web blog** عام 1997، وخلال عام 1998 ظهر عدد قليل من المدونين الرواد أمثال **James Garre** و **Peter Merhalz** الذي استحدث مصطلح **We e-blog**، غير أنه لم يتم استخدامه طويلاً. (عبد الفتاح، 2012، ص ص 35، 21)

تلعب المدونات دور في تحسين العلاقات العامة الالكترونية وذلك بواسطة معرفة الآراء والنقاشات التي تدور بين الصحفيين والموظفين في المؤسسة الإعلامية وكذا أفكارهم واقتراحاتهم في بعض القضايا، إضافة إلى فتح المجال أمام العلاقات العامة الالكترونية في إمكانية معرفة آراء الجمهور الخارجي حول المؤسسة و مختلف أنشطتها، ومنه عدم التكلف في القيام بصبر الآراء لمعرفة رأي الجمهور الخارجي حول المؤسسة، ومنه توفير الوقت وكذا النفقات المخصصة لمثل هذه الدراسات.

7-غرف الدردشة:

عبارة عن "محاورة مكتوبة بين شخصين أو أكثر من نفس المدينة أو من أي مكان حول العالم، وتتم هذه المحاورة عبر الإنترنت حيث تقام في غرفة الدردشة، والتي هي مكان تخيلي في فضاء الإنترنت". (بن أحمد العصيمي، 1421هـ، ص 149)

تسهل غرف الدردشة في تفعيل العلاقات بين الموظفين داخل المؤسسة الإعلامية، وكذا مع الجمهور الخارجي لها، حيث يمكن لمختلف الموظفين في الدخول إلى غرف الدردشة، وكذا إبداء آرائهم عبره، وحتى الاتصال والتواصل بينهم ، مما يريح المؤسسة الإعلامية الوقت وينقص التكلفة عليها، إضافة إلى السرعة في أداء الأعمال ووصول الملفات واستدعاء الموظفين.

9-منتديات:

عبارة عن "برمجيات يتم تركيبها على مواقع الإنترنت، لتسمح بتلقي مساهمات وأفكار وآراء من قبل أي شخص يسجل نفسه في المنتدى، وعرضها على المشاركين الآخرين في اللحظة نفسها، تم إتاحة الفرصة لكل المشتركين الآخرين لقراءة المساهمة والرد عليها في اللحظة ذاتها". (عبد الفتاح، 2012، ص 47)

تلعب المنتديات دور في تحسين العلاقات العامة الالكترونية وذلك بواسطة فتح المجال أمام العلاقات العامة الالكترونية في إمكانية معرفة آراء الجمهور الخارجي حول المؤسسة و مختلف أنشطتها، ومنه عدم التكلف في القيام بصبر الآراء لمعرفة رأي الجمهور الخارجي حول المؤسسة، ومنه توفير الوقت وكذا النفقات المخصصة لمثل هذه الدراسات، ومعرفة تفاعلية الجمهور مع المؤسسة

التي تمكن من جذب مؤسسات أخرى للمؤسسة، ومنه خلق فرص التمويل لها.

وأيضاً معرفة الآراء والنقاشات التي تدور بين الصحفيين والموظفين في المؤسسة الإعلامية، وكذا أفكارهم واقتراحاتهم في بعض القضايا.

كما توجد أيضاً مواقع تستجدها المؤسسة من شبكة الانترنت و الإكسترنات، التي تمكن موظفي العلاقات العامة من الحصول على المعلومات اللازمة للمؤسسة ولطاقمها العامل بها، حيث يحتاج قسم العلاقات العامة الالكترونية معلومات وبيانات من أجل اتخاذ قرارات تخصص المؤسسة، وهذا لا بد له من توفر قاعدة بيانات منظمة، وسهلة في الوصول إليها ومنه توفر الجهد على موظفي العلاقات العامة الالكترونية وكذا السرعة في القيام بأنشطتها.

خاتمة:

تشهد المجتمعات البشرية اليوم العديد من التغيرات والمستجدات التي لم يسبق لها مثيل، لعل من أبرزها تكنولوجيا الإعلام والاتصال التي عرفت نمواً متزايداً ومتسارعاً وانتشاراً واسعاً بين الأفراد، خاصة بعد ظهور الانترنت، وما نتج عنها من بروز أساليب اتصالية جديدة والتي تعددت استخداماتها، حيث تم استغلال وسائل تكنولوجيا الحديثة في مجال العلاقات العامة، والتي ساهم في ظهور وتطوير العلاقات العامة الالكترونية، التي أصبحت تستغلها معظم المؤسسات الإعلامية من أجل جذب الجماهير إلى منتجاتها، مما ساهم في تعزيز الصورة الذهنية لهذه المؤسسات لدى جماهيرها المختلفة، هذه الأخيرة التي مالت إلى استخدام الوسائل التكنولوجية الالكترونية لإبداء رأيها، وتعبير عن وكذا تقديم ملاحظات تجاه مختلف الأنشطة التي تقوم بها المؤسسات الإعلامية، مما يعطي معلومات لقسم العلاقات العامة الالكترونية للحفاظ على الصورة الإيجابية للمؤسسة الإعلامية في ظل المستجدات الراهنة والمنافسة الإعلامية.

قائمة المصادر والمراجع:

1- الكتب:

- السيد السعيد، 2006، استراتيجيات إدارة الأزمات والكوارث: دور العلاقات العامة، ط1، القاهرة، دار العلوم للنشر والتوزيع.
- العيصي توكي بن أحمد، كيف نخدم الإسلام من خلال الإنترنت، الرياض، دار المعارج للنشر والتوزيع.
- محمد مصطفى كمال، 2012، العلاقات العامة وتكنولوجيا الاتصال والأزمات: إدارة، عولمة، اتخاذ قرارات، ط1، لبنان، دار المنهل اللبناني.
- مكايي حسن عماد، 2000، محمود سليمان علم الدين، تكنولوجيا المعلومات والاتصال، القاهرة، مركز النشر والطبع.
- عبد الهادي محمد فتحي، 2007، المكتبات والمعلومات في عالم جديد، ط1، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.
- عبد الفتاح فاطمة الزهراء، 2012، فاطمة الزهراء عبد الفتاح، المدونات الإلكترونية والمشاركة السياسية،

ط1، القاهرة، دارالعالم العربي.

عماد عيسى صالح محمد، 2006، المكتبات الرقمية: الأسس النظرية والتطبيقات العلمية، ط1، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.

رامي سعيد، 2012، المكتبة والحاسبات الالكترونية، ط1، القاهرة، دارالكتاب الحديث.

2- الدوريات:

زهير عابد، 2012، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي: دراسة وصفية تحليلية، مجلة جامعة النجاح للأبحاث (العلوم الإنسانية)، مجلد 26.

3- المواقع الالكترونية:

. <http://diae.net/38560>.

<https://hrdiscussion.com/hr16132.html>.