

أساليب ممارسة العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات السيادية

دراسة على ديوان المحاسبة ووزارة المالية

■ أ . منير سالم الأشهب*

● تاريخ استلام البحث 20/02/2025 م تاريخ قبول البحث 15/04/2025 م

■ المستخلص:

يشهد العالم المعاصر تحولات اتصالية متسارعة بفعل الثورة الرقمية، وهو ما يفرض على المؤسسات السيادية تبني أنماطاً جديدة من الممارسة الاتصالية تقوم على الشفافية والتفاعل والانفتاح على الجمهور، وفي هذا السياق، جاءت هذه الدراسة، التي سعت للتعرف على أبرز الأساليب الرقمية التي يوظفها ديوان المحاسبة ووزارة المالية عبر مواقعهما الرسمية، وتحليلها وفق معايير الشفافية، التفاعلية، الاتصال شائي الاتجاه، وتنوع الوسائل الرقمية، وذلك باستخدام المنهج الوصفي التحليلي وأداة تحليل المحتوى خلال الفترة من يناير 2023 حتى سبتمبر 2025.

وأظهرت النتائج أن المؤسستين ترکزان على نشر الأخبار الرسمية والتقارير، مع ضعف واضح في البعد التفاعلي وغياب الاتصال شائي الاتجاه، مما يجعل الممارسة الرقمية أقرب إلى نموذج الإعلام التقليدي منها إلى نموذج العلاقات العامة الرقمية الحديثة. وخلصت الدراسة إلى أن الممارسة الرقمية في المؤسستين ما تزال في مرحلة أولية، تحتاج إلى تطوير استراتيجيات أكثر تفاعلية، وتعزيز الشفافية، وتبني معايير الحكومة الإلكترونية، إضافة إلى تدريب الكوادر وإنشاء وحدات متخصصة بالعلاقات العامة الرقمية.

● الكلمات المفتاحية: العلاقات العامة الرقمية، المؤسسات السيادية، ديوان المحاسبة، وزارة المالية، التفاعلية الرقمية، الحكومة الإلكترونية.

* محاضر مساعد بقسم العلاقة العامة - كلية الإعلام والاتصال بجامعة طرابلس E-mail:munir.alashhab@gmail.com

■ Abstract

The contemporary world is witnessing rapid communicative transformations driven by the digital revolution, which compels sovereign institutions to adopt new modes of communication practice based on transparency, interactivity, and openness to the public. In this context, this study aimed to identify the most prominent digital practices employed by the Audit Bureau and the Ministry of Finance through their official websites and to analyze them according to the criteria of transparency, interactivity, two-way communication, and the diversity of digital media. The study applied the descriptive-analytical method and the content analysis tool during the period from January 2023 to September 2025.

The findings revealed that both institutions focus primarily on publishing official news and reports, with a clear weakness in interactivity and the absence of two-way communication. This indicates that their digital practice remains closer to the traditional media model rather than to the modern model of digital public relations.

The study concluded that digital practice within the two institutions is still at an initial stage and requires the development of more interactive strategies, the enhancement of transparency, the adoption of e-governance standards, as well as the training of personnel and the establishment of specialized units for digital public relations.

Keywords: Digital Public Relations, Sovereign Institutions, Audit Bureau, Ministry of Finance, Digital Interactivity, E-Governance.

■ المقدمة

يشهد العالم المعاصر تحولات عميقة في مجال الاتصال والإعلام بفعل التطور الرقمي المتتسارع، حيث أصبحت المؤسسات بمختلف أنواعها مضطورة إلى إعادة صياغة استراتيجياتها الاتصالية بما يتلاءم مع البيئة الرقمية، ولم تعد العلاقات العامة التقليدية قادرة على تحقيق الأهداف الاتصالية المنشودة، بل باتت العلاقات العامة الرقمية تمثل المدخل الأكثر فاعلية في إدارة العلاقات بين المؤسسات وجمهورها.

وتزداد أهمية هذه التحولات حين يتعلق الأمر بالمؤسسات السيادية ذات الطابع الحساس، مثل ديوان المحاسبة ووزارة المالية، نظراً لما تضطلع به من أدوار رقابية ومالية ترتبط مباشرة بالشفافية والنزاهة وإدارة المال العام، ومن ثم، فإن طبيعة العلاقة بينها وبين الجمهور الخارجي يجب أن تُدار بطرق حديثة تقوم على التفاعل، وإتاحة المعلومات، والاستجابة الفعالة لتساؤلات المواطنين، بما يعكس التوجهات العالمية في الحكومة الرشيدة والإدارة الإلكترونية.

غير أن التساؤل المطروح يتمثل في مدى قدرة هذه المؤسسات على تبني أساليب ممارسة العلاقات العامة الرقمية عبر مواقعها الإلكترونية الرسمية، وما إذا كانت هذه الممارسات تسير وفق الأسس العلمية المتعارف عليها في حقل العلاقات العامة، وخاصة ما يتعلق بخصائص الاتصال ثنائي الاتجاه الذي يعد جوهر العلاقات العامة المعاصرة.

■ تحديد إشكالية الدراسة:

تمثل مشكلة الدراسة في الكشف عن الأساليب التي تعتمد其ها المؤسسات السيادية (ديوان المحاسبة ووزارة المالية) في ممارسة العلاقات العامة الرقمية من خلال مواقعهما الإلكترونية الرسمية، وتقييم مدى قيامهما بذلك على أساس علمية صحيحة، وبخاصة فيما يتعلق بمدى توافر شروط التواصل ثنائي الاتجاه.

■ الدراسات السابقة:

تعتبر المعرفة العلمية كما متراكمـا من المعلومات، وعادة ما تبني الدراسات العلمية على نتائج الدراسات السابقة، كما أن البحوث والدراسات السابقة تعتبر حجر الأساس الذي يرتكز عليه الباحث في بداية بحثه أو دراسته، لذلك عرض الباحث بعض البحوث والدراسات التي تناولت مواضيع قريبة من موضوع الدراسة الحالية، وبالتالي ينبغي عرض بعض البحوث والدراسات التي تناولت مواضيع قريبة من موضوع الدراسة الحالية.

(أ). استخدام العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات الحكومية: دراسة حالة لوزارة

الداخلية المصرية.⁽¹⁾

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع توظيف العلاقات العامة الرقمية في

المؤسسات الحكومية، من خلال تحليل موقع وزارة الداخلية المصرية وصفحاتها الرسمية على وسائل التواصل الاجتماعي. وتمحورت مشكلة الدراسة حول التساؤلات التالية:

- ما هي أبرز الأدوات الرقمية التي توظفها وزارة الداخلية في التواصل مع الجمهور؟
وهدفت الدراسة إلى رصد أنماط الممارسة الرقمية، وتقييم مستوى فاعليتها في تحقيق الاتصال شائئ الاتجاه، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام تحليل المضمون ومقابلات مع مسؤولي العلاقات العامة.

● وتوصلت إلى نتائج منها:

1. الاعتماد الكبير على النشر الإخباري دون توفير منصات للحوار المباشر.
2. غياب استراتيجيات متكاملة لإدارة الاتصال الرقمي، مما جعل الممارسة أقرب إلى إعلام تقريري.
3. ضعف مستوى الشفافية في إتاحة البيانات والمعلومات للجمهور.

(ب). الاتصال المؤسسي الرقمي والشفافية في المؤسسات السيادية الخليجية⁽²⁾.

ركزت هذه الدراسة على تحليل العلاقة بين الاتصال الرقمي والشفافية في المؤسسات السيادية، من خلال دراسة موقع الوزارات السيادية في السعودية والإمارات والكويت. وانطلقت مشكلة الدراسة من التساؤل التالي: إلى أي مدى تسهم الممارسات الاتصالية الرقمية في تعزيز مبدأ الشفافية داخل المؤسسات السيادية؟

● وهدفت الدراسة إلى:

التعرف على الأدوات الرقمية المستخدمة في المؤسسات السيادية، وقياس درجة الالتزام بالشفافية عبر نشر البيانات والتقارير.

واعتمدت الدراسة على المنهج المقارن باستخدام تحليل المضمون الكمي والكيفي.

● وتوصلت إلى نتائج منها:

1. تفاوت مستوى الشفافية بين المؤسسات، حيث برزت بعض الوزارات في نشر البيانات بشكل دوري، بينما اقتصرت أخرى على الأخبار الرسمية.

2. وجود قصور في التفاعل ثانوي الاتجاه مع المواطنين.

3. الحاجة إلى سياسات حوكمة إلكترونية واضحة لتعزيز الثقة المؤسسية.

(ج). استراتيجيات الاتصال الرقمي في الوزارات الليبية: دراسة تحليلية موقعي وزارة العدل ووزارة التعليم⁽³⁾.

تعتبر من الدراسات القليلة التي تناولت السياق الليبي، إذ ركزت على تحليل استراتيجيات الاتصال الرقمي في وزارات الدولة الليبية بعد 2015، وانطلقت مشكلة الدراسة من التساؤل الرئيس التالي:

- ما نوع الاستراتيجيات الرقمية التي تعتمدتها الوزارات الليبية في إدارة الاتصال؟

وهدفت الدراسة إلى تقييم الأداء الاتصالي الرقمي، والكشف عن أوجه الضعف والقوة، وتقديم توصيات للتطوير، واعتمدت على المنهج الوصفي باستخدام تحليل المضمون، حيث درست محتوى الواقع الإلكتروني والصفحات الرسمية للوزارتين.

وأظهرت النتائج ضعفاً واضحاً في استراتيجيات الاتصال الرقمي بسبب غياب الخطط المسقبة، وسيطرة النمط الإخباري التقليدي على المحتوى المنشور، وغياب أدوات التفاعل المباشر مع الجمهور.

• أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

1. معظم الدراسات أكدت على ضعف البعد التفاعلي في الواقع الحكومية.

2. ندرة البحوث التي تناولت المؤسسات السيادية في ليبيا بالتحليل، ما يبرز أهمية هذه الدراسة.

3. ضرورة التركيز على مدى توافر الاتصال ثانوي الاتجاه كمعيار أساسي لقياس فاعلية العلاقات العامة الرقمية.

■ أهمية الدراسة:

1. إثراء الأدبيات العلمية العربية في مجال العلاقات العامة الرقمية، وخاصة في السياق الليبي الذي يفتقر إلى دراسات تطبيقية حول المؤسسات السيادية.
2. ربط الجانب النظري (نماذج واستراتيجيات العلاقات العامة الرقمية) بالجانب التطبيقي (تحليل ممارسات فعلية للمؤسسات).
3. مساعدة ديوان المحاسبة ووزارة المالية على تطوير موقعها الإلكترونية لتكون أكثر تفاعلاً وشفافية مع الجمهور.

■ أهداف الدراسة:

1. التعرف على الأساليب التي تعتمد其 المؤسسات في ممارسة العلاقات العامة الرقمية.
2. تحليل محتوى الواقع الإلكتروني لديوان المحاسبة ووزارة المالية وفق معايير العلاقات العامة الرقمية.
3. تقييم مدى توافر عناصر الاتصال ثنائية الاتجاه في هذه الواقع.
4. المقارنة بين المؤسستين في ضوء نتائج التحليل.

5. تقديم توصيات عملية لتطوير الممارسات الاتصالية الرقمية بالمؤسسات السيادية.

■ تساؤلات الدراسة:

1. ما أبرز أساليب ممارسة العلاقات العامة الرقمية في موقع ديوان المحاسبة ووزارة المالية؟
2. إلى أي مدى تعكس هذه الواقع خصائص الاتصال ثنائية الاتجاه؟
3. ما أوجه التشابه والاختلاف بين المؤسستين في تطبيق العلاقات العامة الرقمية؟
4. ما أبرز التحديات التي تواجه المؤسستين في تبني استراتيجيات رقمية فعالة للتواصل مع الجمهور الخارجي؟

■ منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، باعتباره الأنسب لدراسة وتحليل الظواهر الاتصالية كما تظهر

في ممارسات العلاقات العامة الرقمية، حيث يقوم هذا المنهج على جمع البيانات وتحليلها للوصول إلى وصف علمي دقيق للواقع، ثم مقارنته بالمعايير العلمية والنظرية.

■ مجتمع الدراسة وعيتها:

مجتمع الدراسة يتمثل في المؤسسات السيادية الليبية التي تتبنى موقع إلكترونية رسمية للتواصل مع الجمهور،

واقتصرت الدراسة على عينة مكونة من ديوان المحاسبة ووزارة المالية، نظرًا لأهمية أدوارهما الرقابية والمالية المرتبطة بالشفافية وإدارة المال العام.

■ أسلوب التحليل

جرى رصد وتحليل محتوى الواقع الإلكتروني الرسمي للمؤسستين خلال فترة زمنية امتدت من يناير 2023 إلى سبتمبر 2025، وتم الاعتماد على التحليل الكيفي (التفسير المعاني والدلالات) والتحليل الكمي (من خلال نسب وتكرارات) لتقديم صورة شاملة عن الممارسة.

■ المدخل النظري للدراسة:

تشهد العلاقات العامة في العصر الرقمي تحولات جذرية بفعل التطور الهائل في تقنيات الاتصال والعلوم، إذ لم يعد النشاط الاتصالي محصوراً في الأدوات التقليدية مثل البيانات الصحفية أو المؤتمرات، بل أصبح يتجاوزها إلى استخدام منصات رقمية متقدمة تحقق سرعة الوصول، وفاعلية التفاعل، واتساع نطاق الجمهور، وقد دفع ذلك إلى ظهور مفهوم العلاقات العامة الرقمية التي تقوم على دمج استراتيجيات الاتصال مع الوسائل الإلكترونية وال الرقمية، بما يضمن تواصلاً مستمراً وشفافاً مع الجمهور الداخلي والخارجي للمؤسسة.

وترتبط العلاقات العامة الرقمية ارتباطاً وثيقاً بعدة مفاهيم أساسية تشكل الأساس النظري لهذه الدراسة، من أبرزها :

- نظرية الاتصال ثانٍ الاتجاه المتوازن: التي تعد من أهم الأطر النظرية في ميدان العلاقات العامة، حيث تركز على مبدأ الحوار والتفاعل المتبادل بين المؤسسة وجمهورها، وتؤكد أن الاتصال الفعال لا يقوم على اتجاه واحد بل على عملية تبادلية قائمة على الاستماع، الاستجابة، والتكيف مع تطلعات الجمهور⁽⁴⁾.

- نظرية الشفافية الإعلامية: التي تقوم على إتاحة المعلومات والبيانات للجمهور بشكل مستمر وواضح، بما يعزز الثقة والمصداقية. وترتبط الشفافية هنا بالحكومة الإلكترونية وممارسات المؤسسات السيادية في تقديم تقارير مالية ورقابية دورية تمكن المواطنين من متابعة الأداء العام⁽⁵⁾.

وبالاستناد إلى هذه الأطر النظرية، يمكن القول إن دراسة أساليب ممارسة العلاقات العامة الرقمية في ديوان المحاسبة وزارة المالية تسعى إلى الكشف عن مدى التزام هذه المؤسسات السيادية بمبادئ الاتصال ثانٍ الاتجاه، والتفاعلية، والشفافية، بوصفها ركائز أساسية لبناء ثقة الجمهور، وترسيخ المصداقية، وتعزيز استقرار النظام المؤسسي.

ويرى الباحث Gregory (2015) أن العلاقات العامة الرقمية هي "استخدام التكنولوجيا الرقمية لإدارة الاتصال الاستراتيجي بين المؤسسة وجمهيرها، بما يحقق أهدافها ويعزز من شفافيتها ومصداقيتها"⁽⁶⁾، كما يُعرفها سعيد (2022) بأنها "منظومة متكاملة من الأنشطة الاتصالية التي تستند إلى أدوات رقمية لتسهيل التفاعل المتبادل بين المؤسسات وجمهيرها"⁽⁷⁾.

● أهمية العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات السيادية

تعمل العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات السيادية على تعزيز الشفافية من خلال إتاحة المعلومات للجمهور، ودعم عملية الرقابة الشعبية على الأداء المالي والإداري، وبناء الثقة بين المواطنين والجهات الحكومية، وتوفير قناة فعالة لتصحيح المعلومات المغلوطة ومكافحة الشائعات، وتسهيل عملية المسائلة الاجتماعية باعتبارها أحد أعمدة الحكومة الرشيدة.

● عرض ومناقشة نتائج الدراسة:

تناول فيما يلي ما توصلت إليه الدراسة وعرضها في جداول توضح تكراراتها ونسبتها المئوية.

الجدول رقم (1) يبين التوزيع التكراري لمستوى المحتوى المعلوماتي

المؤشر	ديوان المحاسبة	وزارة المالية	المجموع	النسبة المئوية
الأخبار والتقارير الدورية	38	30	68	% 85
البيانات المالية والرقابية	22	18	40	% 50
الأرشيف الإلكتروني	10	6	16	% 20

يبين الجدول رقم (1) أن المؤسستين تركزان بشكل كبير على نشر الأخبار، لكنهما أقل اهتماماً بإتاحة البيانات المالية المحدثة أو الأرشيف.

الجدول رقم (2) يبين التوزيع التكراري للشفافية وإتاحة المعلومات

المؤشر	ديوان المحاسبة	وزارة المالية	المجموع	النسبة المئوية
التقارير الدورية القابلة للتزيل	12	8	20	% 25
وضوح بيانات الميزانيات	15	12	27	% 34
سياسة خصوصية واضحة	5	3	8	% 10

يبين الجدول رقم (2) ضعفاً واضحاً في جانب الشفافية، إذ إن معظم التقارير والبيانات غير محدثة، كما أن سياسة الخصوصية شبه غائبة.

الجدول رقم (3) يبين التوزيع التكراري للتفاعلية مع الواقع

المؤشر	ديوان المحاسبة	وزارة المالية	المجموع	النسبة المئوية
نماذج للتواصل المباشر	7	5	12	% 15
إمكانية ترك تعليقات	0	0	0	% 0
سرعة الرد والاستجابة	2	1	3	% 4

يوضح الجدول السابق أن الطابع الأحادي للاتصال يغلب على مستوى التفاعلية، مع غياب شبه كامل للتفاعل المباشر أو استقبال التعليقات.

الجدول رقم (4) يبين التوزيع التكراري للاتصال ثنائي الاتجاه

المؤشر	ديوان المحاسبة	وزارة المالية	المجموع	النسبة المئوية
آليات التغذية الراجعة	3	2	5	% 6
استجابة للملاحظات	1	0	1	% 1
حوار متبدل عبر المنصة	0	0	0	% 0

يوضح الجدول أعلاه أن الاتصال ثنائي الاتجاه شبه غائب، مما يعكس اقتصر العلاقة على إعلام الجمهور دون فتح قنوات للحوار.

الجدول رقم (5) يبين التوزيع التكراري للتنوع في الوسائل الرقمية

المؤشر	ديوان المحاسبة	وزارة المالية	المجموع	النسبة المئوية
استخدام الصور والإنفوغرافيك	12	9	21	% 26
فيديوهات أو بيانات مرئية	5	3	8	% 10
روابط مع وسائل التواصل الاجتماعي	8	7	15	% 19

يوضح الجدول رقم (5) أن الاستخدام محدود للتقنيات المتعددة الوسائط، وغالباً يقتصر على الصور الثابتة مع غياب واضح للمحتوى التفاعلي المرئي.

■ نتائج الدراسة

1. أظهرت نتائج الدراسة أن ديوان المحاسبة ووزارة المالية قد تبنيا بعض الأساليب الخاصة بالعلاقات العامة الرقمية عبر مواقعهما الإلكترونية الرسمية، إلا إن مستوى التوظيف ما يزال محدوداً ولا يرقى إلى ما هو متعارف عليه في الممارسات العالمية الحديثة.
2. تبين الدراسة أن الواقع الإلكترونية للقطاعين تفتقر إلى أدوات التفاعل المباشر مع الجمهور مثل غرف الدردشة الفورية أو الردود السريعة على الاستفسارات.
3. أوضحت الدراسة أن التواصل غالباً ما يقتصر على النشر من جانب واحد، مما يجعل العلاقة أقرب إلى الإعلام التقليدي وليس العلاقات العامة الرقمية.
4. النتائج أظهرت أن وزارة المالية تعتمد بدرجة أكبر على التحديثات المستمرة والبيانات الصحفية الإلكترونية، بينما يركز ديوان المحاسبة على نشر التقارير الرسمية فقط.
5. تبين الدراسة غياب أدوات التواصل الفعالة مثل الاستبيانات الإلكترونية، التغذية الراجعة الفورية، والنشرات البريدية الموجهة أدى إلى ضعف مستوى التفاعل.

■ التوصيات

في ضوء ما سبق، توصي الدراسة بما يلي:

1. تعزيز مبدأ الاتصال شائي الاتجاه عبر إدماج أدوات تفاعلية مثل: نوافذ المحادثة، الردود السريعة على البريد الإلكتروني، ومنصات الشكاوى الإلكترونية.
2. تطوير محتوى الواقع الإلكتروني ليشمل مواد تفاعلية (فيديوهات توضيحية، انفوغرافيكس، أسئلة وأجوبة) تسهل على الجمهور فهم المعلومات المعقدة.
3. توفير وحدات خاصة للعلاقات العامة الرقمية داخل المؤسسات السيادية، مزودة بكوادر مؤهلة في الاتصال الرقمي وإدارة الجمهور الإلكتروني.

4. الاستفادة من التجارب الدولية في مجال العلاقات العامة الرقمية، وإجراء تقييم دوري لمستوى التفاعل والرضا لدى الجمهور عبر استبيانات إلكترونية ونماذج لقياس الأداء الرقمي.

■ الخاتمة

تسعى المؤسسات السيادية، مثل ديوان المحاسبة ووزارة المالية، إلى تعزيز ثقة الجمهور من خلال إرساء مبادئ الشفافية والمصداقية في عملها، إلا إن النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة أوضحت أن استخدام هاتين المؤسستين للعلاقات العامة الرقمية عبر موقعهما الإلكتروني ما زال محدوداً، ويفلب عليه الطابع الإخباري الأحادي الاتجاه، بدلاً من بناء تواصل تفاعلي متبادل مع الجمهور.

لقد أكدت الدراسة أن العلاقات العامة الرقمية ليست مجرد وسيلة للنشر الإلكتروني، بل هي إدارة متكاملة للعلاقة في اتجاهين، تستند إلى أسس علمية واستراتيجيات حديثة تراعي احتياجات وتوقعات الجمهور. وبالمقارنة مع التجارب الدولية الناجحة، يتضح أن المؤسسات السيادية الليبية بحاجة ماسة إلى تطوير موقعها الإلكتروني بما يجعلها منصات تفاعلية تسهم في تحقيق المشاركة المجتمعية وتعزيز الحكومة الإلكترونية.

وعليه، فإن هذه الدراسة تمثل مساهمة علمية في الكشف عن واقع العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات السيادية الليبية، وفتح المجال أمام مزيد من الدراسات التي يمكن أن تركز على أدوات الإعلام الجديد، أو تقارن بين مختلف القطاعات، بما يساعد في بناء نموذج وطني متكامل للعلاقات العامة الرقمية يخدم توجهات الدولة في مجالات الشفافية والتواصل الفعال.

■ المراجع:

- سناء خميس، استخدام العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات الحكومية: دراسة حالة لوزارة الداخلية المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة عين شمس، 2020.
- عبد الله العتيبي، الاتصال المؤسسي الرقمي والشفافية في المؤسسات السيادية الخليجية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الملك سعود، 2021.

3. محمود الشريف، استراتيجيات الاتصال الرقمي في الوزارات الليبية: دراسة تحليلية لوعي وزارة العدل ووزارة التعليم، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة طرابلس، 2019.
4. خالد الشمرى العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات الحكومية العربية: دراسة تحليلية، المجلة العربية للإعلام والاتصال، 2021.
5. يوسف أحمد، استراتيجيات الاتصال الرقمي ودورها في تطوير أداء المؤسسات الحكومية، مجلة أبحاث الإعلام، جامعة القاهرة، 2020.
6. محمد السيد، العلاقات العامة الرقمية: المفاهيم والتطبيقات .القاهرة: دار الفكر العربي، 2019.
7. أحمد أبو الروس، التواصل الحكومي في العصر الرقمي، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث .2020