

The role of social network applications for Enterprises in increasing the efficiency of internal communication, a case study of the practical directorate of Algeria Telecom in chlef

-*Ghania Meziane*¹: Phd student, University of Djilali Bounaama, Khemis Miliana, Algeria

-*Rabia Ahmed ben yahia*²: Professor, University of Djilali Bounaama, Khemis Miliana, Algeria

Received:08/02/2023

Accepted :07/06/2023

Published :14/06/2023

Abstract

This study aims to know the role of social network applications for Enterprise, in increasing the efficiency of the internal communication of the Enterprise. And to achieve this goal we relied on a case study of the practical Directorate of Algeria Telecom in Chlef, through the questionnaire tool that was distributed to a sample of 93 people, where 85 questionnaires were retrieved, including 79 questionnaires valid for analysis; Using the statistical analysis program (SPSS). Finally, we concluded that the Operational Directorate of Algeria Telecom in Chlef relies on its own social network, called Outlook. And that the latter contributes to an acceptable degree in increasing the efficiency of internal communication in the institution under study, based on the results of the analysis Interpreting the outputs of the SPSS program. Where the difference in using this application is attributed to increase the efficiency of internal communication variable educational level, is largely related to the undergraduate's degree. And it is attributed to the job rank variable and to a large extent to the rank of the framework.

Key words: Social networking applications for enterprises, Social network, internal communication of enterprise, Outlook app.

Jel Codes Classification : G210, G32, L96, M15

1 - *Ghania Meziane*, Industry Laboratory Organizational Development of Enterprise and Creativity, *ghania.meziane@univ-dbkm.dz*

2 - Digital Economy Laboratory in Algeria, *r.ahmed-yahia@univ-dbkm.dz*

دور تطبيقات الشبكات الاجتماعية للمؤسسات في زيادة كفاءة الاتصال الداخلي دراسة حالة المديرية العملية لاتصالات الجزائر بالشلف

- غانية مزيان¹: طالبة دكتوراه، جامعة الجيلالي بونعامة، خميس مليانة الجزائر

- ربيع أحمد بن يحي²: أستاذ التعليم العالي، جامعة الجيلالي بونعامة، خميس مليانة الجزائر

تاريخ النشر: 2023/06/14

تاريخ القبول: 2023/06/07

تاريخ الإرسال: 2023/02/08

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة دور تطبيقات الشبكات الاجتماعية للمؤسسات في زيادة كفاءة الاتصال الداخلي للمؤسسة، ولتحقيق هذا الهدف اعتمدنا على دراسة حالة المديرية العملية لاتصالات الجزائر بالشلف، عن طريق أداة الاستبيان التي وزعت على عينة قوامها 93 فردا، حيث تم استرجاع 85 استبانة منها 79 استبانة صالحة للتحليل؛ باستخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS). وتوصلنا في الأخير إلى أن المديرية العملية لاتصالات الجزائر بالشلف تعتمد على شبكة اجتماعية خاصة بها؛ يطلق عليها اسم Outlook. وأن هذه الأخيرة تساهم بدرجة مقبولة في زيادة كفاءة الاتصال الداخلي بالمؤسسة محل الدراسة؛ وذلك بناء على نتائج تحليل وتفسير مخرجات برنامج (SPSS). حيث تعزى الفروقات في استجابات أفراد العينة حول استخدام هذا التطبيق لزيادة كفاءة الاتصال الداخلي لمتغير المستوى التعليمي وبدرجة كبيرة لدرجة الجامعيين، ويعزى كذلك لمتغير الرتبة الوظيفية وبدرجة كبيرة لرتبة إطار.

الكلمات المفتاح: تطبيقات الشبكات الاجتماعية للمؤسسات، الشبكة الاجتماعية، الاتصال الداخلي للمؤسسة، تطبيق Outlook.

التصنيف JEL: M15, L96, G32, G210

- مقدمة:

يشهد القرن الحادي والعشرون قفزات نوعية وتطورات سريعة ومتلاحقة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ICT ومن أبرز مظاهر هذه التطورات التوظيف المستمر والمتنوع لتطبيقات الويب 2.0 في مجالات الأعمال، الاقتصاد، الصحة، التجارة، التسويق، وغيرها، بهدف تطوير الممارسات والمخرجات في هذه المجالات بما يخدم المجتمع، المؤسسات وسوق العمل. الأمر الذي دفع المؤسسات الاقتصادية إلى محاولة الاستفادة من هذه التطبيقات وتوظيفها في تطوير ممارسات الأعمال وتطوير مهارات الموارد البشرية.

ومن بين تطبيقات الويب 2.0 تبرز الشبكات الاجتماعية للمؤسسات Social Networking Enterprise كإحدى أشهر هذه التطبيقات انتشارا وتنوعا بمزاياها المتعددة وخدماتها المتنوعة التي تقدمها للمؤسسات في مختلف المجالات والأقسام الموجودة بالمؤسسة، منها الموارد البشرية، ...، التسويق، أو بالأخص تنظيم وتسهيل عملية الاتصال داخل المؤسسة ككل، وزيادة كفاءته على وجه الخصوص؛ هذه العملية المهمة بالنسبة لأي مؤسسة كانت. إذ أن نجاح عملية الاتصال الداخلي يساهم بشكل كبير جدا في نجاح المؤسسة في تحقيق أهدافها.

¹ - غانية مزيان، مخبر الصناعة، التطور التنظيمي للمؤسسات والإبداع، ghaniameziane@univ-dbkm.dz

² - مخبر الاقتصاد الرقمي في الجزائر، r.ahmed-yahia@univ-dbkm.dz

مشكلة الدراسة: للتحوّل الرقمي تأثير كبير على كل من المؤسسات، عالم العمل والمجتمع ككل. حيث يزهر هذا العصر الجديد بتكاثر القنوات والشبكات الرقمية وتزايد استخداماتها. وأصبحت الشبكات الاجتماعية أدوات اتصال أساسية وفعالة يجب على المؤسسات الاستفادة منها لتطوير سمعتها، دوراتها، تكييف ثقافة المؤسسة، الاحتفاظ بموظفيها، وزيادة كفاءة الاتصال الداخلي على وجه الخصوص. في هذا الإطار ظهرت الشبكات الاجتماعية الخاصة فقط بالمؤسسات كأداة مهمة وفعالة ومتميزة تسهل لها مهامها في عدة مجالات. ومن هنا تأتي التساؤل الرئيسي، والمتمثل في:

هل يوجد أثر للتطبيق "Outlook" في زيادة كفاءة الاتصال الداخلي للمديرية العملية لاتصالات الجزائر بالشلف؟

ولالإمام بمختلف جوانب التساؤل الرئيسي المطروح، تمت صياغة التساؤلات الفرعية التالية:

- هل هناك فروقات ذات دلالة إحصائية في استجابات أفراد العينة اتجاه محور العلاقة تعزى لمتغير المستوى التعليمي؟

- هل هناك فروقات ذات دلالة إحصائية في استجابات أفراد العينة اتجاه محور العلاقة تعزى لمتغير الرتبة الوظيفية؟

فرضيات الدراسة: وعليه نطرح الفرضيات التالية والتي سيتم اختبار صحتها من خلال هذه الدراسة.

الفرضية الرئيسية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام الشبكة الاجتماعية "outlook" في زيادة كفاءة الاتصال الداخلي للمؤسسة محل الدراسة.

الفرضيات الفرعية:

- توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في استجابات أفراد العينة اتجاه محور العلاقة تعزى لمتغير المستوى التعليمي.

- توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في استجابات أفراد العينة اتجاه محور العلاقة تعزى لمتغير الرتبة الوظيفية.

أهمية الدراسة:

- تبرز أهمية الدراسة من حداثة متغيريها وقيمتها الفعالة في المؤسسة، خاصة في ظل ما تطلبه العصر الحالي من ضرورة مواكبة التقنيات الحديثة للاتصال والتواصل وكيفية التعامل مع تدفق المعلومة داخل المؤسسة، التي تمثل محور تحقيق أهداف المؤسسة.

- وكذا الكشف عن مدى استخدام المؤسسة الجزائرية محل الدراسة لهذا النوع الجديد نوعا ما من تطبيقات الويب 2.0 والمتمثل في الشبكة الاجتماعية الخاصة بالمؤسسة ومدى مساهمتها في زيادة كفاءة الاتصال الداخلي فيها.

أهداف الدراسة:

- المساهمة في تقديم عرض مفاهيمي يتناول إحدى المفاهيم الحديثة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على وجه العموم وفي مجال الشبكات الاجتماعية على وجه الخصوص، ألا وهي تطبيقات الشبكات الاجتماعية للمؤسسات، والإمام بمختلف جوانبها. وكذا تقديم معلومات حول الاتصال الداخلي للمؤسسة.

- وندعم ذلك بدراسة ميدانية للوصول إلى الهدف الأساسي من هذه الدراسة، والمتمثل في الكشف عن دور تطبيقات الشبكات الاجتماعية للمؤسسات (Enterprise Social Networking Application (ESNA)، بالتحديد تطبيق الشبكة الاجتماعية (outlook) المستخدم في المديرية العملية لاتصالات الجزائر بالشلف؛ في زيادة كفاءة الاتصال الداخلي من عدمه للمؤسسة محل الدراسة.

منهجية الدراسة: تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي الاستدلالي متضمنا المسح والتنقيب الشبكي والمكتبي لبناء الإطار النظري لدراستنا. بالإضافة إلى اعتماد طريقة دراسة حالة المديرية العملية لاتصالات الجزائر بالشلف، وذلك بالقيام

يجمع وتحليل البيانات من خلال أداة الاستبيان لتوضيح علاقة استخدام تطبيق الشبكة الاجتماعية (outlook) وزيادة كفاءة الاتصال الداخلي للمؤسسة محل الدراسة.
الدراسات السابقة:

الدراسة	الإشكالية	المنهج	الأداة والعينة	النتائج
Efraim Turban, Narasimha Bolloju, Ting-Peng Liang (2011)	استعراض الفرص التي توفرها الشبكات الاجتماعية للمؤسسات مع اقتراح استخدام نموذج الصلاحية الملائمة لتقييم المخاوف المتعلقة بالتنفيذ الناجح للشبكات الاجتماعية للمؤسسات، وكذا فحص المخاطر المحتملة الرئيسية وآليات إدارتها.	وصفي	/	تضيف الشبكات الاجتماعية الخاصة (الداخلية) الخاصة بالمؤسسة أيضًا قيمة كبيرة إلى تطبيقات مثل حل المشكلات والتعاون وإدارة المعرفة ومشاركة المعلومات والذكاء الجماعي. نظرًا لأنه من المتوقع أن يصبح كلا النوعين من الشبكات قريبًا في كل مكان بين الشركات، يجب تخطيط وإدارة أنشطتها التجارية بشكل صحيح. كما يمكن أن تكون الشبكات الاجتماعية للمؤسسات، سواء كانت عامة أو خاصة، بمثابة وسيلة مهمة لإنشاء رأس مال اجتماعي داخل المنظمات وكمحرك رئيسي لبناء أعمال فعالة وكفؤة وخلق ميزة تنافسية. ومع ذلك، يمكن أن يكون شيئًا ذا حدين، ولضمان إضفاء الطابع المؤسسي الناجح، يجب اعتماد مشاريع الشبكات الاجتماعية فقط مع المعرفة الكافية بفرصها والمخاطر المرتبطة بها.
Martin Becan, Zdenek Smutny (2016)	تقييم موقف ممثلي الجيل y من استخدام الشبكات الاجتماعية للمؤسسات في سياق الاتصال الداخلي للمؤسسة.	وصفي تحليلي	استبيان الكتروني مكون من 11 سؤال الذي طبق على 838 عامل وعاملة	إن 96% من المستجيبين يستخدمون الشبكات الاجتماعية للتواصل وللمساعدة في التعاون خلال الحياة الأكاديمية، وأن 24% فقط يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في العمل. كما يتوقع المستجيبون أن الطريقة السائدة للاتصال الداخلي في المؤسسة هي البريد الإلكتروني بشكل أساسي، يليه الاتصال عبر الهاتف والتواصل وجها لوجه، هذه الطرق الثلاثة للتواصل هي

نعيمة بوكثوم (2008)	إلى أي مدى يساهم الاتصال الداخلي في إنجاح وتحقيق أهداف عملية التغيير التنظيمي في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية؟	وصفي تحليلي	استمارة معلومات، طبقت على 172 عامل بشركة البناء المعدني بالبلدية	تلك التي توقعها ممثلو الجيل y.
أم الخير السوفي، مقراني الهاشمي (2016)	ماهي وسائل الاتصال الأكثر توظيفا بالمؤسسة الجزائرية؟ وإلى ما يرجع ذلك؟	وصفي تحليلي	استبيان ورقي، طبق على 157 عامل من مؤسسة طبية فود بالروبية	إن المؤسسة الجزائرية فعلا توظف وسائل الاتصال التقليدية أكثر من الوسائل الحديثة، ويرجع ذلك إلى عدة أسباب؛ منها ثقافة المؤسسة باعتبارها مجموعة القيم والاتجاهات التي تربط الأفراد بداخلها، فلم تتكون بعد ثقافة المؤسسة لدى الأفراد اتجاه وسائل الاتصال الحديثة.

التعليق على الدراسات السابقة:

- اتفقت الدراسات على هدف مشترك وهو الكشف عن أهمية استخدام الشبكات الاجتماعية للمؤسسات ومساهمتها في تسهيل الاتصال الداخلي في المؤسسة، ودراسة مدى استخدام المؤسسة الجزائرية لوسائل الاتصال الحديثة في عملية الاتصال الداخلي لتحقيق ومواكبة عملية التغيير التنظيمي.
- اتفقت الدراسات السابقة مع دراستنا في استخدام أداة الاستبيان في جمع البيانات ماعدا دراسة نعيمة بوكثوم التي اعتمدت على استمارة معلومات لجمع البيانات، أما دراسة EfrainTurban, Narasimha Bolloju, Ting-Peng Liang فاكتفت بتناول الدراسة من الجانب النظري مستخدمة منهج تحليل المحتوى.
- تميزت دراستنا عن الدراسات السابقة في إبراز مدى تأثير استخدام الشبكة الاجتماعية للمؤسسة في زيادة كفاءة الاتصال الداخلي للمؤسسة الجزائرية والمتمثلة في المديرية العملية لاتصالات الجزائر بالشلف، في الوقت الحالي (2023)، حيث تم الكشف عن وجود شبكة اجتماعية داخلية خاصة بالمؤسسة محل الدراسة، يطلق عليها تطبيق Outlook وهي تساهم فعلا في زيادة كفاءة الاتصال الداخلي في هذه المؤسسة. عكس ما توصلت إليه دراسة أم الخير السوفي، مقراني الهاشمي (2016)، أن المؤسسة الجزائرية توظف وسائل الاتصال التقليدية أكثر من الوسائل الحديثة. وكذا اختلفت عن نتائج دراسة نعيمة بوكثوم (2008)؛ والتي نصت على أن الاتصال الداخلي في المؤسسة الجزائرية العاملين يشكون

من نقص المعلومة لديهم بسبب طابع الاتصال الرسمي المركزي الذي يغلب فيها. إلا أن دراستنا توصلت أن المؤسسة الجزائرية تهتم بعملية الاتصال داخل المؤسسة وتوفر وصول وتدفق المعلومة لجميع العاملين بها على حد سواء وبالكيفية والوقت المناسب. ولقد اشتركت دراستنا مع الدراستين الأولى والثانية على التوالي في أن استخدام الشبكات الاجتماعية الخاصة (الداخلية) الخاصة بالمؤسسة يضيف أيضاً قيمة كبيرة إلى تطبيقات مثل حل المشكلات والتعاون وإدارة المعرفة ومشاركة المعلومات والذكاء الجماعي، حيث أن أغلب المستجيبين في المؤسسة يستخدمون هذا النوع من الشبكات الاجتماعية ويفضلون العمل به.

I- تطبيقات الشبكات الاجتماعية للمؤسسات:

Enterprise Social Networking Application (ESNA)

تطبيقات الشبكات الاجتماعية للمؤسسات ليست اختراع جديد، حيث وجدت دراسة *Mckinsey* من عام 2012؛ أن 72% من المؤسسات كانت تستخدم بالفعل تقنيات اجتماعية من نوع ما، حتى قبل عشر (10) سنوات. ومع ذلك، أشار نفس التقرير أن قلة منهم كانت تستخدم هذه الأدوات بكامل طاقتها. وتعني أن التغييرات التي طرأت على طريقة عملنا خلال السنوات القليلة الماضية أن الأدوات الاجتماعية للمؤسسات قد تغيرت أيضاً، وأصبحت الآن أقوى من أي وقت مضى (Nikolova, 2022).

ومن أجل الحقيقة، فإن تطبيقات ESN ليست ميسورة التكلفة تماماً، حيث تتطلب استخدام جزء كبير من ميزانية التسويق الخاصة بالمؤسسة لتغطية نفقات الحصول على واحدة. ومع ذلك؛ إذا تم تقييم أهداف العمل بإمكانياته الكاملة تستنتج أن استخدام ESN تعمل على توفير أموالك بطريقة جيدة (Gilbert, 2022).

I-1- مفهوم تطبيقات الشبكات الاجتماعية للمؤسسات ESNA:

تطبيقات الشبكات الاجتماعية للمؤسسات هي أداة تعاون تشبه شبكة الانترنت 2.0 والتي تجمع مجتمعات الموظفين والعملاء والشركاء في المؤسسة ضمن نفس الأداة لتسهيل مشاركة المعلومات والتفاعلات. إذ تشير ESN إلى منصة تعاونية رقمية تسمح للموظفين والشركاء في المؤسسة بإنشاء مجتمعات من الأفراد من أجل التواصل والتعاون بشكل فعال. كما تفتح ESN قنوات الوصول إلى الأفراد والمعلومات التي تتكيف مع الاستخدامات الجديدة. وأكثر من مجرد أداة عمل إنها أداة اتصال تجارية؛ وأكثر من ذلك إنها أداة اتصال داخلية للمؤسسات ذات البعد التعاوني (de média de ceux qui réinventent l'entreprise, 2022).

ولقد تعددت التعاريف المقدمة للشبكات الاجتماعية للمؤسسات، وعليه نقدم لها بعض التعريفات التالية:

تعريف 1: «تسهل تطبيقات الشبكات الاجتماعية للمؤسسات وتلتقط/تنظم المحادثات المفتوحة ومشاركة المعلومات بين العاملين الأفراد والمجموعات داخل المؤسسة. بالإضافة إلى الإمكانيات التي تدعم المحادثات ومشاركة المعلومات؛ يمكنهم تتبع شبكة العلاقات بين المشاركين (عبر الرسوم البيانية الاجتماعية)، من أجل تقديم تدفق مخصص من التحديثات حول الأحداث أو المحادثات للأفراد (عبر موجز الأخبار وتدفق الأنشطة). تساعد هذه التطبيقات الأشخاص في التعرف على بعضهم البعض وإجراء مناقشات ومشاركة المعلومات والتفاعل بشكل عام، يحدث التفاعل إما على مستوى واحد لواحد، في مجموعات، فرق، مجتمعات وشبكات، وفي سياق أنشطة الأعمال المنظمة أو غير المنظمة» (Gartner peer insights, 2022).

تعريف 2: «إنه حل اتصال داخلي مشابه للأنترانت الحديثة، يمكن أن يتم تنفيذه بمبادرة من الموارد البشرية أو المدير أو ببساطة من صاحب العمل، للسماح لكل موظف في المؤسسة بالاتصال بمنصة تعاونية تسهل التبادل. تعمل ESN على نفس مبدأ الشبكات الاجتماعية التقليدية مع ملفات التعريف ومشاركة المعلومات. ومع ذلك؛ فإنه يوفر ميزة إضافية تتمثل في إدارة المشاريع» (Ratouis, 2022).

تعريف 3: «تعرف الشبكة الاجتماعية للمؤسسة أو Réseau social d'entreprise (RSE) بأنها الطريقة التي تستخدم بها المؤسسات الشبكات الاجتماعية والوسائط الاجتماعية والتقنيات المماثلة الأخرى لربط الموظفين والعمليات التجارية والأنشطة الداخلية. في حين أن RSE تشبه إلى حد كبير منصات الوسائط الاجتماعية. إلا أن الأولى لا يمكن الوصول إليها إلا من قبل الموظفين داخل المؤسسة. تم تصميم معظم تطبيقات RSE مع وضع المؤسسات في الاعتبار. وهذا هو سبب تركيزها الرئيسي على جعل الاتصال سلسا وآمنا للموظفين. مع RSE يمكن أن تحدث المحادثات من خلال التعليقات والمراسلة المباشرة وتحديثات الحالة وسلاسل المواضيع. من الممكن أيضا بث إعلانات على مستوى المؤسسة أو إخطارات مهمة» (kiss flow, 2022).

من خلال التعاريف نستنتج أن الشبكات الاجتماعية للمؤسسات أو RSE باللغة الفرنسية و ESN باللغة الإنجليزية هي نوع حديث نوعا ما من أنواع الشبكات وهي خاصة فقط بالمؤسسات ولا يمكن الوصول إليها إلا من طرف منتمي المؤسسة فقط، تساهم في تسهيل عمل المؤسسة في عدة مجالات منها إدارة المشاريع والمهام والأعمال التجارية وكذا تسهيل عملية الاتصال الداخلي بصورة جيدة إن تم حسن استخدامها.

I-2- خصائص الشبكات الاجتماعية للمؤسسات:

تمتع الشبكات الاجتماعية للمؤسسات ESN بعدة خصائص مميزة، نذكرها كما يلي: (Turban, Bolloju, & Liang, 2011, pp. 205-207).

I-2-1- الاتصالات: تقوم على: جمع التعليقات، جمع التقسيمات والتقييمات، طلب الاقتراحات، واتصالات الدعم؛

I-2-2- التعاون والابتكار: تساهم الشبكات الاجتماعية في تمكين مستخدميها من التعاون والمشاركة من خلال انشاء محتوى، نشر المحتوى، توفير طرق جديدة للتواصل والتعاون وحل المشكلات.

I-2-3- نشر المعلومات وتبادلها: وتقوم هذه العملية على: تحفيز، تسويق، مشاركة معلومات المنتج.

I-2-4- أنشطة الإدارة وحل المشكلات: تدعم أنشطة الإدارة وتطبيقات حل المشكلات في هذه الفئة اتخاذ القرارات الإدارية من خلال تحليل البيانات التي يتم جمعها في الشبكات الاجتماعية. تشمل الأمثلة النموذجية تحديد المؤدين الرئيسيين، تحديد موقع الخبراء وإيجاد مسارات للوصول إليهم، التماس الأفكار، تطوير الحلول الممكنة للمشاكل المعقدة، وتحليل شبكات الاتصال الإدارية لتسهيل تخطيط التعاقب. كما تسهل تطبيقات الشبكات الاجتماعية الخاصة بالمؤسسات الأنشطة الإدارية والابتكار لحل المشكلات، تعزيز السمعة، تسهيل العمل، مساعدة المؤسسات على تحسين العمليات التجارية، وإدارة الموارد البشرية والبحث والتطوير.

I-2-5- التدريب والتعلم: عن طريق: دعم تقني، تمارين تدريبية، تدريب على المنتج.

I-2-6- إدارة المعرفة: وينتج عنها: توليد الأفكار، اكتشاف المعرفة، مشاركة المعرفة، إيجاد خبراء، اكتساب الخبرة.

حيث تعمل كل هذه الخصائص مع بعضها البعض لنجاح الاستغلال الأمثل لتطبيقات الشبكات الاجتماعية في المؤسسة.

I-3- كيفية استخدام الشبكات الاجتماعية للمؤسسة بشكل فعال:

أفضل الشبكات الاجتماعية للمؤسسات هي تلك التي تتكامل بشكل وثيق مع البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات الحالية لمؤسستك دون تعطيلها بأي شكل من الأشكال. إن تقديم أدوات جديدة للعدد المتزايد بالفعل من تطبيقات الأعمال سيجعل الأمور أكثر إرباكا للموظفين ويقلل إنتاجيتهم بشكل أكبر بسبب التبديل المتسق للسياق. بدلا من ذلك؛ يمكنك تنفيذ منصة رقمية لمكان العمل مثل: Confluence، والتي تتضمن الميزات التي يحتاجها موظفوك للتعامل مع العمل بما في ذلك إدارة المشروع، مستودع المعرفة، التخزين السحابي المركزي، قنوات الاتصال العامة والخاصة، وشبكة اجتماعية مبسطة للمؤسسة (kiss flow, 2022).

يعني ذلك؛ أن أحد المعايير الرئيسية التي يجب مراعاتها عند نشر شبكة اجتماعية في مؤسستك هو دمجها في عمل فريقك. تتضمن العديد من الشبكات أدوات مشاركة الملفات، إدارة المهام، بالإضافة إلى المراسلة الفورية. لكن قد تفضل المؤسسات الأخرى نشر شبكة اجتماعية عبر منصة تعاونية داخلية قائمة بدمج وظائف إدارة المشروع. على سبيل المثال: Confluence: وهي مساحة عمل حيث يمكن للمؤسسات انشاء، تنظيم، مشاركة معرفة الفريق ومستندات المشروع. أيضا إمكانية التبادل والتعاون؛ Confluence يتيح برنامج حول هذا المحتوى. في موجز الأخبار يتم عرض المحتوى ذات الصلة بالمنشور عبر المؤسسة، بحيث يظل جميع الموظفين على اطلاع دائم بالإعلانات الصادرة عن أقرانهم (Atlassian the Worksteam, 2022).

على سبيل المثال: L\ONG المنظمة الدولية غير الحكومية للشركات، تستعمل Confluence كشبكة اجتماعية للمؤسسة، وتشجع أعضاء فريقها على مشاركة نجاحاتهم الشخصية والمهنية هناك. بعد النشر عادة في شكل منشور مدونة داخلية، يمكن لأعضاء الفريق الآخرين إثارة اهتمامهم بالتعليقات أو الأسئلة التي تخلق إحساسا حقيقيا بالمشاركة والمجتمع. قبل نشر الشبكة الاجتماعية للمؤسسة، ضع في اعتبارك من سيكون مسؤولا عن الإشراف في مؤسستك. في بعض المؤسسات يتم تعيين المسؤولية والاعتدال لفريق واحد، مثل تكنولوجيا المعلومات أو الموارد البشرية. لكن المؤسسات الأخرى تمكنت من تقاسم هذه المسؤولية بين جميع الموظفين. في حالة *Mercy Ships* كان كافيا أن يقوم قسم تكنولوجيا المعلومات بتكوين Confluence داخليا، ثم وضع مبادئ الاستخدام بناء على الممارسات الجيدة للمستخدم واللياقة والتواصل التي يعرفها جميع أعضاء المؤسسة. في النهاية، تعتمد فعالية النظام الأساسي المختار على كيفية استخدام فريقك له. إذا كان من الصعب استخدامه فلن تحصل على الالتصاق الذي تبحث عنه، يجب أن يكون النظام الأساسي الصحيح ممتعا وسهل الاستخدام وغير تدخلي، مع تلبية احتياجات فرقك في التواصل مع المؤسسة ومشاركة المستندات وتخزينها وإدارة المهام والتعاون. كلما طالت فترة بقاء فريقك في نفس البيئة؛ كان ذلك أفضل، يمكنهم بعد ذلك التركيز بشكل أفضل على التفاصيل وزيادة إنتاجيتهم (Atlassian the Worksteam, 2022).

I-4- فوائد استخدام الشبكات الاجتماعية للمؤسسات:

يتم استخدام ESN للمساعدة في التواصل داخل المؤسسة وتعزيز التعاون الفعال بين الأفراد الذين لديهم نفس الاهتمامات وأنشطة تجارية مماثلة. بالإضافة إلى عدة فوائد أخرى نذكر منها (Lubag, 2021):

I-4-1- فتح مستودع المعرفة: يمكن للموظفين العثور على مستندات المؤسسة وأدلة المنتجات ومواد التدريب والأوراق البحثية على منصة وسائط اجتماعية خاصة بالمؤسسة. بالإضافة إلى ذلك؛ يمكن لأعضاء الفريق الوصول بسرعة إلى أحدث إصدار من المستندات التي تمت مشاركتها في الوقت الفعلي.

I-4-2- تبسيط الاتصالات الداخلية: يتيح لك ESN إدارة مشروع أو تنظيم حدث بسهولة خاصة عندما يتطلب الكثير من عمليات تبادل البريد الإلكتروني، إذ يمكن ESN لميزة المراسلة الفورية في تبسيط إدارة الأحداث، هناك أيضا خيار مشاركة المعلومات بشكل عام داخل الشبكة الاجتماعية للموظفين، إنه يبقى كل فرد في المؤسسة مُحدثا ويضمن عدم تخلف أي شخص عن المعلومات.

I-4-3- الثقافة الشاملة في مكان العمل: يمكن لثقافة المؤسسة الجيدة أن تزيد من رضا الموظفين وتبني بيئة عمل أكثر إيجابية. باستخدام ESN يمكنك التأكيد على ثقافة مؤسسية موحدة للموظفين الجدد والموظفين الذين يعملون عن بعد من حين لآخر. كما يمكن أن تؤدي المشاركة في المناقشات أو قراءة المحادثات بين الزملاء الآخرين إعطاء الموظفين الجدد فكرة واضحة عن ثقافة المؤسسة. في المقابل؛ يشعرون بدرجة أكبر في التواصل والتفاعل مع زملائهم.

I-4-4- تحسين العلاقة مع العملاء: إن مجرد وجودك وتقديم الخدمات على منصات متعددة يمكن أن يحدث المعجزات لسمعتك وجدارة الثقة. يجد العملاء أن تجربة القدرة على الاتصال بك لا تقدر بثمن. وعادة ما تكون حقيقة أنك مميز على مواقع متعددة هي التي تقنعهم باستخدام خدماتك. يُعد الوصول إلى الجمهور أمراً جيداً لبناء شراكات محتملة وجذب المستثمرين والأطراف الأخرى التي قد تكون مهمة بما تفعله (Gilbert, 2022).

I-5- عيوب الشبكات الاجتماعية للمؤسسات:

يمكن أن يكون لاستخدام ESN بعض العيوب، نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر ما يلي (Nikolova,

2022):

I-5-1- عدم الوصول إلى مستندات المؤسسة: تم تصميم العديد من شبكات التواصل الاجتماعية على غرار منصات الوسائط الاجتماعية التي اعتدنا عليها جميعا، مثل: Facebook• Twitter• LinkedIn. بينما يؤدي هذا إلى تقصير منحى التعلم للموظفين، إلا أنه يعني أيضا أنه غالبا ما لا توجد قدرة كبيرة فيما يتعلق بتحميل مستندات المؤسسة وتخزينها والبحث عنها. تحتاج المؤسسة غالبا إلى إقران ESN مع حل آخر لتسهيل إدارة المستندات.

I-5-2- قدرات البحث المقيدة: على الرغم من أنه قد يكون هناك ثروة كاملة من المعلومات والرؤى والمحادثات السابقة مخزنة على نظام ESN الأساسي الخاص بك، إلا أنه هذا لا يفيد كثيرا إذا لم تتمكن من العثور عليه - وهو ما يحدث غالبا. تحتوي معظم حلول ESN على بعض وظائف البحث، ولكن هذا غالبا لا يكون قويا جداً أو بديها، وقد يتضمن البحث يدويا في المحادثات القديمة للعثور على الإجابة التي تحتاجها.

بالإضافة إلى (Lubag, 2021) :

I-5-3- المشتتات على وسائل التواصل الاجتماعي: ESN عبارة عن نظام أساسي داخلي قد يتسبب في تشتيت انتباه الموظفين، ضع في اعتبارك أن الهدف الرئيسي لدمج ESN في مؤسسة هو تعزيز التعاون وتحسين التواصل بين أعضاء الفريق. وفقا لمسح في سنة 2019، قام 66% من الموظفين بتثبيت تطبيق مراسلة على هواتفهم وكشفوا تشتيت انتباههم لمدة 16 دقيقة على الأقل أو أكثر يوميا بسبب المحادثات غير المتعلقة بالعمل. بينما تعد ميزة الدردشة طريقة رائعة لمشاركة

المعلومات في الرسائل المباشرة والمحادثات الجماعية، إلا أن المحادثات العفوية يمكن أن تسبب تشتيت الانتباه على الفور. لذلك من الضروري انشاء سياسة وإرشادات ESN للتأكد من أن الموظفين يعرفون ما يجب عليهم فعله وما لا يجب عليهم فعله في هذه الأماكن.

I-5-4- محادثات منعزلة: يمكن أن يؤدي استخدام ESN للتعاون وإدارة المستندات وإدارة المشاريع إلى تحويل المحادثات بسرعة إلى منعزلة. فمثلا عندما يتم عزل الموظفين وتعمل الفرق بشكل مستقل، فقد يفشلون في معرفة تقدم المشروع والتحديثات خارج فريق عملهم. هذا بدوره؛ يمكن أن يؤدي إلى عدم توفير الفوائد للمؤسسة بأكملها ككل.

II- الاتصال الداخلي للمؤسسة:

II-1- مفهوم الاتصال:

تعددت التعاريف المقدمة للاتصال في العديد من الدراسات والأبحاث، نذكر منها ما يلي:

تعريف 1: «يعرف الاتصال بأنه عملية نقل المعلومات بين الأفراد عن طريق نظام عام من الرموز والإرشادات أو السلوك، فالإتصال يمثل عملية نقل فكرة معينة أو معنى موجود في ذهن شخص ما إلى ذهن شخص آخر أو آخرين بالحالة التي عليها الفكرة أو المعنى» (ديوب و المصطفى، 2020، صفحة 2).

تعريف 2: «الاتصال هو العملية التي من خلالها يتم تكوين العلاقات بين أعضاء المجتمع سواء كان صغيرا أو كبيرا وتبادل الأفكار والتجارب فيما بينهم، كما يعني التفاعل المباشر بين اثنين أو أكثر أو باستعمال وسائط تقنية مثل الهاتف، التلفزيون، الراديو، المعلوماتية،...، وما توفره هذه الوسائط من صوت، صورة، معلومة عن الشيء المتصل من أجله» (الزعي، 2010، صفحة 27).

على الرغم من تعدد التعاريف المقدمة للاتصال لكن كلها تؤدي إلى معنى واحد وهو عملية إيصال فكرة أو معلومة من شخص لآخر أو مجموعة أشخاص، وذلك بطريقة مباشرة (وجها لوجه) أو باستخدام وسائط تقنية في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال وهي: الهاتف، التلفزيون، الراديو، المعلوماتية،...، وذلك حسب الرسالة المراد توصيلها للطرف الآخر من صوت، صورة، كتابة،... إلخ.

II-2- مفهوم الاتصال الداخلي:

تعريف 1: تعرفه الجمعية الفرنسية بأنه: «مجموع المبادئ والتطبيقات التي تهدف إلى تشجيع سلوك الاستماع، تسهيل تمرير ونشر المعلومات، تسهيل العمل الجماعي المشترك وترقية قيم المؤسسة من أجل تحسين الفعالية الفردية والجماعية فيها» (برباوي، 2015، صفحة 6).

تعريف 2: «هو الاتصال الذي يتم داخل المؤسسة والذي يهدف إلى ضمان انسياب المعلومات والأفكار بأقصى درجة من المستويات الإدارية المختلفة إلى المرؤوسين، وانتقال رجوع الصدى من هؤلاء إلى المستويات الإدارية المختلفة» (خبيزي، 2020، صفحة 161).

نستنتج من ذلك أن الاتصال الداخلي هو مجموعة الطرق التي يستعملها أفراد المؤسسة الواحدة في إيصال المعلومات والأفكار إلى بعضهم البعض داخل المؤسسة على اختلاف مستوياتهم الإدارية سواء من الأعلى إلى الأسفل، أو من الأسفل إلى الأعلى. واختلاف أشكاله من اتصال شفهي، كتابي، تقني باستخدام تقنيات الاتصال الحديثة.

II-3- أهمية الاتصال الداخلي:

لا يوجد خلاف حول أهمية الاتصال الجيد داخل المؤسسة، وذلك لمساهمة في تنمية وبناء علاقات إنسانية طيبة، الرفع من روح الجماعة وتماسكهم داخل المؤسسة، كما يحسس العمال بأهميتهم ودورهم ومشاركتهم في بلوغ الأهداف المسطرة. بالإضافة إلى تماسك أفراد الجماعة وعدم إحساسهم بالاعترا، وبالتالي تعتبر الاتصالات الداخلية الفعالة بمثابة حياة أي مؤسسة؛ والتي تسعى من ورائها لتحقيق عدة أهداف نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر: (السوي و مقراني، 2016، صفحة 348).

II-3-1- تحقيق التنسيق بين الأفعال والتصرفات: حيث يقوم الاتصال بالتنسيق بين تصرفات وأفعال أقسام المؤسسة المختلفة، وبدونه تصبح المؤسسة عبارة عن مجموعة من الموظفين يعملون منفصلين دون تنسيق ويؤدون مهامهم مستقلة عن بعضها البعض، وبالتالي تفقد هذه المهام فعاليتها، وتقبل المؤسسة إلى تحقيق الأهداف الشخصية على حساب أهدافها العامة.

II-3-2- اتخاذ القرارات: يلعب الاتصال الداخلي دورا كبيرا في اتخاذ القرارات في المؤسسة، حيث أن وصول المعلومات في الوقت المناسب يعني الاستفادة منها في الوقت المناسب واتخاذ القرار.

II-3-3- الحد من انتشار الشائعات: يعمل الاتصال الفعال على الحد والتقليل من الدور السلبي الذي تلعبه الإشاعة في محيط المؤسسة، فكلما انتشرت أكثر أثرت بشكل كبير على السير الحسن للعمل والعكس صحيح.

II-4- عناصر الاتصال:

نجمها فيما يلي (برباوي، 2015، صفحة 12):

II-4-1- المرسل "l'émetteur": يعتبر المرسل مصدر عملية الاتصال، وهو من يبعث بمجموعة "أفكار، أخبار"، قصد إثارة سلوك معين لدى الطرف الآخر.

II-4-2- الرسالة "le message": وهي المعلومات أو الآراء أو الأفكار أو الاتجاهات التي يرغب المتصل بإصاها إلى المرسل عبر الرموز، وقد تكون صوتية مثل: الكلام أو الموسيقى أو صورية مثل: الكتابة، التصوير أو حركية مثل الإشارات أو خليطا مكون من أكثر من شخص.

II-4-3- الوسيلة "le canal": على المرسل أن يختار الوسيلة الأكثر تعبيراً أو فعالية على المستقبل. وهناك العديد من الوسائل الخاصة بالاتصال، فمنها الشفهي كالمقابلات الشخصية، الاجتماعات، الندوات، المحادثات الشخصية والمؤتمرات. وهناك الاتصالات المكتوبة كالمخطابات، المذكرات، التقارير، المجلات، الفاكس، اللوائح، ومن بين الوسائل التي سيطرت على عملية الاتصال نظرا لسرعتها ودقتها وضمانها الوصول السليم للمعلومات هي الإعلام الآلي.

II-4-4- المستقبل "le récepteur": هو الشخص الذي يتلقى الرسالة ويُتوقع أن يفهمها خصوصا إذا كان له نفس الإطار المرجعي الذي يحمل المرسل (بوروزة، 2013، صفحة 50).

II-4-5- البيئة: قد تعيق أو تشوش سير عملية الاتصال، فأنشاء العمل داخل الوحدات الإنتاجية؛ تكون الضوضاء لذا يلجأ رئيس المجموعة لتكرار الرسالة (بوروزة، 2013، صفحة 51).

II-4-6- رد الفعل أو التغذية العكسية **feed back**: عند استلام المستقبل للرسالة، وفهمه وإدراكه وتفسيره للمعلومات التي احتوتها الرسالة، بناء على ذلك تنتج التغذية العكسية أين يتحول المستقبل إلى مرسل لرسالة أخرى وهنا يتكرر الأمر في الإرسال والاستقبال أو ما نطلق عليه التغذية العكسية (بوكلثوم، 2008، صفحة 20).

II-4-7- التشويش: وهو مختلف العوامل التي تؤثر على الرسالة، وتؤدي إلى صعوبة أو عدم وضوح في العملية الاتصالية. وقد تحدث هذه المؤثرات إما من المرسل أو من خلال عملية الإرسال أو عند استلام الرسالة (بوكلثوم، 2008، صفحة 21).

II-5- أنواع الاتصال الداخلي:

يمكن التمييز بنوعين من الاتصال الداخلي في المؤسسة، هما:

II-5-1- **الاتصال الرسمي**: هو اتصال مباشر بين المرسل والمستقبل، يتم تحديده عند وضع الهيكل التنظيمي، لتوضيح كيفية الربط بين الوحدات الإدارية المختلفة التي يتضمنها الهيكل، ويساهم هذا النوع من الاتصال في تدفق المعلومات والتوجيهات من الرؤساء إلى المرؤوسين. وغالبا ما يأخذ الأشكال التالية: (العقاب و سامر، 2017، صفحة 47).

- **الاتصال النازل**: هو الاتصال الأكثر شيوعا في المؤسسات؛ إذ يبدأ من المواقع الإدارية العليا وصولا إلى المستويات الأدنى، ويأخذ هذا النوع من الاتصال صيغة الأوامر والتعليمات، بما يتوافق مع الأهداف أو الخطط الموضوعة من طرف الإدارة.

- **الاتصال الصاعد**: وهو الاتصال المتمثل في المعلومات المتحصل عليها من المستويات الدنيا في المؤسسة إلى الإدارة العليا، وذلك لمعرفة هذه الأخيرة إلى البيانات والمعلومات في معرفة مستوى الانجاز المحقق. ويمكن أن يكون هذا الاتصال على شكل شفهي، تحريري (تقارير).

- **الاتصال الأفقي**: يتم هذا النوع من الاتصالات بين الإدارات والمسؤولين من مستويات متشابهة أو متقاربة في وظائف إدارية أو إشرافية مختلفة، تهدف الاتصالات الأفقية إلى التنسيق بين مختلف مصالح ومديريات المؤسسة من أجل تحقيق أهدافها. وتظهر أهميتها خاصة في المؤسسات كبيرة الحجم التي تتميز بتعدد المستويات التنظيمية باعتبارها تسمح بنشر وتبادل المعلومات الضرورية لأداء العمل بسرعة وسهولة بين جميع أفراد المؤسسة (جعالة، 2013، صفحة 66).

II-5-2- **الاتصال غير الرسمي**: يحدث هذا النوع من الاتصال خارج المسارات الرسمية المحددة للاتصال، إذ يتم بأسلوب غير رسمي. ومن أمثلة هذا النوع من الاتصالات ما يدور بين الزملاء في العمل من أحاديث عن مشكلاتهم الخاصة أو عن آمالهم أو عن الأحوال العامة التي تستدعي اهتمامهم وتستحوذ على تفكيرهم. وقد تتضمن بعض الاتصالات غير الرسمية تحريف المعلومات ما يؤدي إلى انتشار الإشاعة وتغيير الحقائق المتضمنة في تلك الرسائل (بوكلثوم، 2008، صفحة 24).

II-6- علاقة استخدام تطبيقات الشبكات الاجتماعية للمؤسسات بالاتصال الداخلي للمؤسسة

يرتبط الاتصال الداخلي باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ارتباطا وثيقا بإدارة المعلومات، والتي تستخدم المقاييس والممارسات الأخرى للحصول على التعليقات واستخدامها، خاصة على مستوى الإدارة التشغيلية والتكتيكية. يُظهر مجال الاتصال الداخلي في المؤسسات أيضا الجهود المبذولة لتنفيذ نهج قائم على قياس الأداء والتغييرات اللاحقة في

السياق التنظيمي، على سبيل المثال لتحسين الوضع في مكان العمل (مثل العلاقات وإمكانيات الاتصال). يستخدم هذا النهج التحليلي؛ المعروف أيضا في المعلوماتية الاجتماعية، البحث النوعي والكمي (مثل المقابلات، استقصاء الملاحظات، ومجموعات التركيز)، بما في ذلك معالجة البيانات المتاحة (مثل حجم الاتصال). من القضايا المهمة المتعلقة بمعالجة البيانات المتاحة من الشبكات الاجتماعية للمؤسسة تحديد هيكل يصنف البيانات من أجل تمكين المديرين من تحليلها والإجابة على أسئلة العمل. وبهذا الغرض تقدم إرشادات مفصلة للجمع بين مصادر البيانات المختلفة في تحليل الشبكات الاجتماعية للمؤسسات لدعم صانعي القرار. بعد تنفيذ التغييرات، يتم أيضا فحص مقاومة المنظمة للتغييرات والتأثيرات على الثقافة التنظيمية. وفقا للمقالات

(Meng and Pan, 2012 ; Alexe et al, 2011 ; Ruck and Welch, 2012)، فإن الاتصال الداخلي الذي تم تنفيذه بشكل صحيح في إحدى المؤسسات له تأثير إيجابي خاصة على زيادة الوعي، الفهم، المشاركة المركزة والتحسين، وكذا إنتاجية الموظف. حيث يلعب الاتصال في السياق التنظيمي دورا مهما على مستوى الإدارة في جميع أنحاء المؤسسة بأكملها. كما أن جزء من الاتصال الداخلي الاستراتيجي هو أيضا اختيار القنوات المناسبة التي من شأنها تعزيز القيادة وكذلك التواصل بين الموظفين (التوافر، وقت الاستجابة)؛ مما يؤدي إلى زيادة الرضا الوظيفي والعلاقات داخل الفريق (Becam & Smutny, 2016, p. 84).

III- الطريقة والإجراءات المستخدمة:

III-1- مجتمع وعينة الدراسة: يتمثل مجتمع الدراسة في التعداد الكلي للأفراد العاملين بالمديرية العملية لاتصالات الجزائر بالشلف؛ بمختلف مناصبهم ومستوياتهم، والبالغ عددهم 466 موظف رجالا ونساء. ومن خلال هذا المجتمع قمنا باختيار عينة قوامها 93 فردا، حيث تم استرجاع 85 استبانة منها 79 استبانة صالحة للتحليل.

III-2- أساليب المعالجة الإحصائية: لتحليل بيانات الاستمارة التي تم جمعها، اعتمدنا على برنامج التحليل الإحصائي للعلوم الاجتماعية (SPSS)، مستخدمين أساليب التحليل التالية:

. معامل الثبات ألفا كرومباخ: لقياس ثبات الاستبانة.

. المتوسط الحسابي والانحراف المعياري: لتحديد توجه استجابات العينة.

. اختبار T test للعينة الواحدة: لمعرفة وجود علاقة بين متغري الدراسة أو عدمها.

. اختبار Anova: لاختبار الفروقات في استجابات أفراد العينة اتجاه محور العلاقة والتي تعزى لمتغير المستوى التعليمي والرتبة الوظيفية.

III-3- أداة الدراسة: تم تصميم أداة استبيان مكونة من جزئين، كالتالي:

الجزء الأول: تضمن المعلومات الديمغرافية للمستجيبين، حيث تضمنت: الجنس، الفئة العمرية، المستوى التعليمي، الأقدمية في الوظيفة، والرتبة الوظيفية.

الجزء الثاني: تضمن ثلاث محاور:

. المحور الأول: واقع استخدام تطبيق outlook في المؤسسة.

. المحور الثاني: كفاءة الاتصال الداخلي للمؤسسة.

. المحور الثالث: علاقة تطبيق outlook بزيادة كفاءة الاتصال الداخلي للمؤسسة محل الدراسة.

احتوت الاستبانة كاملة على 23 عبارة، تضمنت عبارتين رقم 6 و7 سالبتي المعني. واعتمدنا على مقياس ثلاثي الدرجات، نوضح ذلك في الجدول التالي:

لا	أحيانا	نعم	
1	2	3	العبارات الموجبة
3	2	1	العبارات السالبة

III-4- قياس ثبات الأداة:

تبين من خلال النتيجة الموضحة في الجدول أدناه؛ والذي يمثل مخرجات البرنامج الاحصائي (SPSS) لمعامل ألفا كرومباخ، وجود ثبات داخلي لأداة الدراسة، حيث بلغ 0,736؛ وهي نسبة مقبولة تفوق الحد الأدنى المحدد لقياس ثبات الاستبيان وهو 0,6، ويقترّب من الحد الأعلى لقياس ثبات الاستبيان وهو 1. ما يبين أن هناك اتساق في الأسئلة الموضوعية لدراسة المتغيرات.

جدول رقم (01): يوضح نتيجة معامل الثبات للاستبيان

عدد العبارات	معامل الثبات ألفا كرومباخ
23	0,736

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات البرنامج الاحصائي spss

III-5- قياس صدق الأداة:

جدول رقم (02): معاملات الارتباط بين كل محور من محاور الاستبيان

المحور الثاني	المحور الأول	المحاور
1	$r = 0.509$ <0.001	المحور الثاني
$r = 0.726$ <0.001	$r = 0.543$ <0.001	المحور الثالث

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات البرنامج الاحصائي spss

نلاحظ من الجدول رقم 2 بأن معاملات الارتباط بين محاور الاستبيان معنوية ودالة إحصائية، عند مستوى الدلالة 0.001 ومنه يمكن القول بأن أداة الدراسة تتمتع بصدق مقبول.

III-2- نتائج الدراسة (التحليل والمناقشة):

III-2-1- تحديد توجه استجابات العينة: بالاعتماد على المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.

جدول رقم (03): يوضح نتيجة المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل محور من محاور أداة الدراسة

عدد المستجيبين	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
79	0.22628	2.4430	تطبيقات الشبكات الاجتماعية للمؤسسات
79	0.22237	2.8259	الاتصال الداخلي للمؤسسة
79	0.26352	2.6763	علاقة تطبيقات الشبكات الاجتماعية للمؤسسات بزيادة كفاءة الاتصال الداخلي

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات البرنامج الاحصائي spss

التحليل:

المحور الأول: حول استخدام المؤسسة محل الدراسة لتطبيق (Outlook):

لقياس مدى استخدام تطبيقات الشبكات الاجتماعية في المديرية العملية لاتصالات الجزائر بالشلف، توضح نتائج الجدول أن متوسط استخدام تطبيقات الشبكات الاجتماعية (Outlook) في المؤسسة محل الدراسة بلغ 2.4430؛ وهو يتوافق مع الفئة الثالثة من درجات المقياس. أي أن استخدام تطبيق (Outlook) في هذه المؤسسة درجته كبيرة، ما يدل على أن المؤسسة محل الدراسة تولي أهمية كبيرة لاستخدام تطبيق الشبكات الاجتماعية (Outlook) في أداء عملها، وتتم بكل ما هو جديد في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

المحور الثاني: كفاءة الاتصال الداخلي للمؤسسة:

لمعرفة كفاءة الاتصال الداخلي في المؤسسة محل الدراسة نلاحظ من خلال نتائج الجدول أعلاه أن المتوسط العام لعملية الاتصال الداخلي بالمؤسسة بلغ 2.8259؛ ما يفسر لنا أن المؤسسة محل الدراسة تولي أهمية كبيرة لعملية الاتصال الداخلي، وتسعى جاهدة إلى استخدام أحسن الوسائل والطرق لضمان وصول وتدفق المعلومات وبالقدر والوقت المناسب لجميع العاملين فيها من مرؤوسين ورؤساء، وتحرص على نجاح عملية الاتصال داخلها والذي يمثل محور تحقيق أهدافها.

المحور الثالث: علاقة تطبيق (Outlook) بزيادة كفاءة الاتصال الداخلي في المؤسسة محل الدراسة:

يظهر من خلال نتائج الجدول أعلاه، أن المتوسط العام لهذا المحور والمتمثل في علاقة استخدام تطبيق (Outlook) بزيادة كفاءة الاتصال الداخلي قد بلغ معدل "2,6763" وهو مقدار عالي؛ يقع في الفئة الثالثة من المقياس أي وجود موافقة كبيرة في إجابات أفراد العينة المستجوبة نحو مساهمة تطبيق (Outlook) في زيادة كفاءة الاتصال الداخلي للمؤسسة محل الدراسة؛ ما يساهم في نجاح عملية الاتصال وضمان وصول المعلومات لجميع أفراد المؤسسة على حد سواء من أجل القيام بالعمل المطلوب أو اتخاذ القرارات في الوقت المناسب. أي أن استخدام المديرية العملية لاتصالات الجزائر بالشلف لتطبيق الشبكة الاجتماعية (Outlook) في زيادة كفاءة الاتصال الداخلي؛ يرقى إلى الدرجة المقبولة، ويساهم بشكل كبير في تحسين نجاح العملية الاتصالية. وذلك من خلال اعتمادهم بشكل كبير على هذا التطبيق.

III-2-2- اختبار الفرضيات: من خلال النتائج السابقة يمكننا اختبار فرضيات الدراسة حسب الترتيب المذكور أعلاه.

. **الفرضية الرئيسية:** يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام الشبكة الاجتماعية (Outlook) في زيادة كفاءة الاتصال الداخلي للمديرية العملية لاتصالات الجزائر بالشلف.

لاختبار صحة أو خطأ هذه الفرضية نستخدم أسلوب اختبار T test للعينة الواحدة، وهو من أساليب البرنامج الاحصائي spss، كما هو موضح أدناه:

اختبار العينة الواحدة: للكشف عن وجود علاقة بين متغيري الدراسة.

جدول رقم (04): نتائج اختبار العينة الواحدة لمحاور الدراسة

قيمة اختبار العينة الواحدة = 2			
متغيرات الدراسة	قيمة اختبار (ت)	درجة الحرية	القيمة الاحتمالية
			الفرق بين المتوسطات

	(sig.)			
2.67631	0,000	78	22.811	علاقة تطبيقات الشبكات الاجتماعية للمؤسسة بزيادة كفاءة الاتصال الداخلي

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات البرنامج الاحصائي spss

التحليل:

يظهر من خلال الجدول أن مستوى الدلالة يساوي 0,000 وهو أقل من 0,005 ما يدل على وجود علاقة بين متغيري الدراسة وهذه النتيجة تتفق مع نتيجة المتوسط الحسابي للمحور الثالث. حيث يتضح أن استخدام الشبكة الاجتماعية Outlook من طرف المؤسسة محل الدراسة يساهم في زيادة كفاءة اتصالها الداخلي. هذا يعني أن المديرية العملية لاتصالات الجزائر بالشلف تسعى جاهدة إلى استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة والمتمثلة في أحدث تطبيقات الويب 2.0 والتي يطلق عليها تطبيقات الشبكات الاجتماعية للمؤسسة بصفة خاصة وبالتحديد تطبيق Outlook التي تستخدمه هذه المؤسسة من أجل زيادة كفاءة ونجاح عملية الاتصال الداخلي لديها، ما يدل على أن بنيتها التحتية تسمح لها بالقيام بذلك بشكل أمثل. ومنه تقبل الفرضية البديلة: يوجد أثر ذو دلالة احصائية لاستخدام تطبيق Outlook في زيادة كفاءة الاتصال الداخلي للمديرية العملية لاتصالات الجزائر بالشلف.

. الفرضيات الفرعية: قمنا باختبار الفرضيات الفرعية باستخدام اختبار ANOVA

الفرضية الأولى: توجد فروقات ذات دلالة إحصائية اتجاه محور العلاقة تعزى لمتغير المستوى التعليمي.

جدول رقم (05): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

المجموع	تقني سامي	تكوين مهني	جامعي	ثانوي	المستوى التعليمي
79	9	5	60	5	العدد
100	11.39	6.33	75.95	6.33	النسبة %

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات البرنامج الاحصائي spss

التحليل:

يتضح من خلال الجدول رقم (5) أن ما نسبته 75.95% من عينة الدراسة يمثلون المستوى الجامعي، وهي أكبر نسبة في المجتمع الإحصائي، ما يدل على أن معظم موظفي المؤسسات لديهم مستوى جامعي وهذا لأن الشهادة الجامعية مطلوبة بكثرة للتوظيف مقارنة بحاملي الشهادات الأخرى، حيث تأتي نسبة 9% لذوي مستوى تقني سامي وهي نسبة قليلة جدا في المجتمع الإحصائي محل الدراسة. وفي الأخير يأتي حاملي شهادة الثانوي والتكوين المهني بنفس النسبة والمتمثلة في 5% وهي لا ترقى للحظوظ المتوسطة في التوظيف. ولمعرفة دلالة الفروق في استخدام تطبيق outlook لزيادة كفاءة الاتصال الداخلي للمؤسسة محل الدراسة والذي يعزى لمتغير المستوى التعليمي استخدمنا تحليل التباين الأحادي.

وفيما يلي سنقوم بعرض نتائج تحليل التباين الأحادي كما يوضحه الجدول رقم 6.

جدول رقم (06): تحليل التباين الأحادي

مصدر التباين	مجموع الدرجات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	القيمة الاحتمالية
--------------	---------------	-------------	----------------	--------	-------------------

0.010	4.027	0.147	3	0.440	بين المجموعات
		0.036	75	2.732	داخل المجموعات
			78	3.172	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات البرنامج الاحصائي spss

نتائج اختبار الفرضية الأولى: بما أن قيمة F دالة إحصائياً (ف (3. 75) = 4.027، القيمة الاحتمالية 0.010، فإننا نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل، والذي ينص على أنه توجد فروقات ذات دلالة إحصائية اتجاه محور العلاقة تعزى لمتغير المستوى التعليمي.

من خلال ما سبق نستنتج أن الفروق استجابات أفراد العينة اتجاه محور العلاقة التي تعزى لمتغير المستوى التعليمي للمؤسسة محل الدراسة هي لصالح المستوى الجامعي أكثر من غيرهم. وذلك كما تم ذكره سابقاً أن حاملي الشهادات الجامعية هم أكبر فئة ممن يستخدمون التطبيق والذي ينعكس إيجاباً على زيادة كفاءة الاتصال الداخلي في المؤسسة ككل.

الفرضية الثانية: توجد فروقات ذات دلالة إحصائية اتجاه محور العلاقة تعزى لمتغير الرتبة الوظيفية.

جدول رقم (07): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الرتبة الوظيفية

المجموع	إطار	عون إداري	رئيس مصلحة	رئيس قسم	المستوى التعليمي
79	25	31	13	10	العدد
100	31.65	39.24	16.45	12.66	النسبة %

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات البرنامج الاحصائي spss

التحليل:

يتضح من خلال الجدول رقم أن ما نسبته 39,24% يمثلون النسبة الأكبر من عينة الدراسة والمتمثلون في أعوان الإدارة على اختلافهم من أعوان تنفيذ أو أعوان تحكم، تليها نسبة 31.65% من عينة الدراسة والذين يمثلون درجة إطار على اختلاف أصنافهم إطار أو إطار سامي. بعدها تأتي نسبة 16.45% وهي تمثل درجة رئيس مصلحة في المؤسسة، في الأخير تأتي نسبة 12.66% من عينة الدراسة والتي تمثل درجة رئيس قسم. ولمعرفة دلالة الفروق في استخدام تطبيق outlook لزيادة كفاءة الاتصال الداخلي للمؤسسة محل الدراسة والذي يعزى لمتغير الرتبة الوظيفية استخدمنا تحليل التباين الأحادي.

وفيما يلي سنقوم بعرض نتائج تحليل التباين الأحادي كما يوضحه الجدول رقم 8.

جدول رقم (08): تحليل التباين الأحادي

القيمة الاحتمالية	قيمة ف	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع الدرجات	مصدر التباين
0.006	4.461	0.160	3	0.480	بين المجموعات
		0.036	75	2.692	داخل المجموعات
			78	3.172	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات البرنامج الاحصائي spss

نتائج اختبار الفرضية الثانية: بما أن قيمة F دالة إحصائياً (ف (3. 75) = 4.461، القيمة الاحتمالية 0.006، فإننا نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل، والذي ينص على أنه يوجد فروق ذات دلالة إحصائية اتجاه محور العلاقة

تعزى لمتغير الرتبة الوظيفية، وهو لصالح رتبة إطار وذلك كونهم أكبر فئة تستخدم التطبيق في المؤسسة حسب تحليل الجدول السابق.

من خلال ما سبق نستنتج أن الفروق استجابات أفراد العينة اتجاه محور العلاقة التي تعزى لمتغير الرتبة الوظيفية للمؤسسة محل الدراسة هي لصالح رتبة إطار "على اختلاف درجاتهم إطار أو إطار سامي" وذلك لأنهم يمثلون العدد الأكبر في المؤسسة محل الدراسة حيث يبلغ عددهم 284؛ أي ما يمثل نسبته 60.93% ويستخدمون تطبيق outlook في عملياتهم الداخلية وهذا بدوره يساهم في زيادة كفاءة الاتصال الداخلي للمؤسسة ككل.

خاتمة:

لقد تطور مفهوم الشبكات الاجتماعية للمؤسسات بالتوازي تقريبا مع خدمات الشبكات الاجتماعية، بفضل الاختراق الناجح للشبكات الاجتماعية في المجتمع، حيث كان ظهور خدمات الشبكات الاجتماعية للمؤسسات كما هي معروفة في الوقت الراهن تدريجيا-لقد كان تعديلا وتنفيذا مستمرين للخدمات الجديدة المقدمة من خلال الشبكات الداخلية للمؤسسة، وأصبح الآن دمج الشبكات الاجتماعية للمؤسسات في سياق المؤسسة مرتبطا بمفهوم Enterprise 2.0-وهي منصة اجتماعية تتيح التواصل وتبادل المعرفة بين الموظفين والشركاء والعملاء. هذا الأسلوب أو الآلية الحديثة نوعا ما أصبحت تتدخل بشكل كبير في الاتصالات الداخلية لجميع أنواع المؤسسات. وهذا ما لاحظناه في مؤسسة اتصالات الجزائر بالشلف حيث أنها تستخدم شبكة اجتماعية خاصة بها والتي يطلق عليها اسم Outlook، والتي تستخدمها بشكل كبير في عملية الاتصال الداخلي، وحتى بين فروعها الموجودة في مناطق مختلفة.

نتائج الدراسة: ومن خلال ما تقدم في دراستنا، وبناء على اجراء التحليلات الإحصائية المختلفة لأداة الدراسة، واستخدام مجموعة بعناية من أدوات التحليل للحصول على نتائج تتفق مع أهمية الدراسة ومشكلتها، تم التوصل إلى النتائج التالية:

- إن المديرية العملية لاتصالات الجزائر بالشلف تعتمد بشكل كبير على تطبيقات الويب 2.0 والتي تتمثل عموما في الشبكات الاجتماعية الداخلية الخاصة أو بصيغة أخرى الشبكة الاجتماعية للمؤسسة والتي يطلق عليها في المؤسسة محل الدراسة ب Outlook في القيام بعملها الداخلي وبالتحديد في عملية الاتصال الداخلي وتبادل المعلومات. حيث أنه:

✓ من خلال استجابات أفراد العينة حول أداة الدراسة، تبين أن لديهم وضوح وقبول عام لاستخدام تطبيق الشبكة الاجتماعية (Outlook) في القيام بعملية الاتصال الداخلي فيما بينهم على اختلاف مستوياتهم التعليمي ورتبهم الوظيفية. وذلك نظرا لما يفرضه التطور الحاصل في مجال تكنولوجيا الاتصالات والرقمنة بصفة عامة.

✓ الفرق في استخدام تطبيق outlook لزيادة كفاءة الاتصال الداخلي للمؤسسة محل الدراسة؛ الذي يعزى لمتغير المستوى التعليمي هو لصالح المستوى الجامعي أكثر من غيرهم. وذلك أن حاملي الشهادات الجامعية هم أكبر فئة ممن يستخدمون التطبيق.

✓ الفرق في استخدام تطبيق outlook لزيادة كفاءة الاتصال الداخلي للمؤسسة محل الدراسة الذي يعزى لمتغير الرتبة الوظيفية هو لصالح رتبة إطار "على اختلاف درجاتهم إطار أو إطار سامي" وذلك لأنهم يمثلون العدد الأكبر في المؤسسة محل الدراسة حيث يبلغ عددهم 284؛ أي ما يمثل نسبته 60.93%.

التوصيات: من خلال النتائج التي تم التوصل إليها، يمكن تقديم بعض التوصيات؛ كما يلي:

- استخدام تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات أصبح من الضروريات لمواكبة التطورات والتغيرات السريعة التي يشهدها العصر، وعليه نوصي المؤسسة بضرورة تعليم وتعميم وحث جميع الموظفين على اختلاف مستوياتهم التعليمية ورتبهم الوظيفية على استخدام التطبيق outlook في عملياتهم الاتصالية اليومية، حتى يتسنى لهم التعود عليها واتقان العمل بها وتفادي الأخطاء الناتجة عن سوء أو قلة معرفة استخدامها.
- ضرورة استخدام الشبكة الاجتماعية الداخلية الخاصة بمؤسستهم والمتمثلة في تطبيق outlook لما له من أهمية في تسريع وتسهيل العمل وتدفق المعلومات بين كافة العاملين بالمؤسسة من رؤوسين ورؤساء، وكذا لما له من ميزات الخصوصية وحماية المعلومات وضمان أمنها وسريتها.
- على المؤسسة توفير الدعم المالي والتقني لمراكز تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الموجودة بها، لتعزيز استخدام مثل هذه التطبيقات وغيرها في القيام بالعمل المنوط بها، والحرص على تبني إدارة التغيير لمواكبة كل ما هو جديد في مجال التكنولوجيا وتطبيقات الويب.

References in english

1. Atlassian the Worksteam. (2022). *Créer un réseau social d'entreprise prospère: comment concevoir un réseau social d'entreprise que toute entreprise va adorer*. Consulté le 10 5, 2022, sur <https://www.atlassian.com/fr/work-management/social-intranet/entreprise-social-network>
2. Becam, M., & Smutny, Z. (2016). The use of Entreprise social networks in organization from the perspective of generation Y in the CZECH Republic. *Scientific Annals of economics and business*, 63(1), 84.
3. Gartner peer insights. (2022). *Enterprise social networking applications reviews and ratings*. Retrieved 10 12, 2022, from <https://www.gartner.com/reviews/market/enterprise-social-networking-applications>
4. Gilbert, N. (2022 , 09 7). Retrieved 10 7, 2022, from Best enterprise social networking/software: <https://collaboration.software.financeonline.com.c.enterprise-social-networking>
5. kiss flow. (2022, 4 21). *Every thing you need to know about enterprise social networking*. Retrieved 10 5, 2022, from <https://kissfliw.com/digital-workplace/collaboration/guide-to-enterprise-social-networking>
6. le média de ceux qui réinventent l'entreprise. (2022). *Logiciel de réseau social d'entreprise*. Consulté le 10 10, 2022, sur <https://www.appvizer.fr/collaboration/réseau-social-interne>
7. Lubag, A. (2021, 11 20). Retrieved 10 6, 2022, from A Guide to enterprise social networking (with benefits, drawbacks, use cases & best platforms: <https://gleup.com/blog/enterprise-social-networking>
8. Nikolova, E. (2022, jun 16). *what is enterprise social network? (and why you need one)*. Retrieved october 5, 2022, from online availed: <https://www.happeo.com/blog/enterprise-social-networking>
9. Ratouis, C. (2022, 6 16). *Réseau social d'entreprise (RSE): Fonctionnalités; avantages et exemples*. Consulté le 10 6, 2022, sur <https://www.Lumaps.com/fr/intranet-moderne/réseau-social-d'entreprise-rse-fonctionalites-avantages/>
10. Turban, E., Bolloju, N., & Liang, T.-P. (2011, jul 28). Enterprise social networking: opportunities; adoption; and risk mitigation. *journal of organizational computing and electronic commerce*, 205-207.

قائمة المراجع باللغة العربية:

11. أم الخير السوي، و الهاشمي مقراني. (27 ديسمبر، 2016). وسائل الاتصال الحديثة ودورها في تفعيل الاتصال الداخلي في المؤسسة الجزائرية دراسة ميدانية بشركة طبية فود بالروبية. *مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية*، 348.
12. أمين ديوب، و سامر المصطفى. (2020). *الاتصال التسويقي*. الجمهورية العربية السعودية: الجامعة الافتراضية السورية.
13. باية بوروزة. (2013). *الاتصال الداخلي ودوره في تحسين إنتاجية الموارد البشرية دراسة وصفية بالمؤسسة الوطنية للصناعات الكهرونيوزية (ENIEM) 2007-2011*. جامعة الجزائر، علوم الاعلام والاتصال، الجزائر.
14. سامية خبيزي. (02، 2020). *مكانة الاتصال الداخلي والخارجي في المؤسسة الجزائرية. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية (العدد 1)*، 161.
15. علي فلاح الزعبي. (2010). *الاتصالات التسويقية مدخل منهجي-تطبيقي*. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
16. فريدة جمالة. (2013). *الاتصال الداخلي ودوره في إنجاح التغيير التنظيمي دراسة حالة: المؤسسة العمومية للأشغال العمومية*. رسالة ماجستير. الجزائر، علوم التسيير، جامعة الجزائر3.

17. كمال العقاب، و سمية سامر. (سبتمبر، 2017). أثر سياسة الاتصال الداخلي على تسيير النزاع في المؤسسة دراسة حالة المؤسسة الوطنية للغزل والنسيج. (المركز الجامعي الوشكريسي، المحرر) مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية (العدد 2)، 47.
18. كمال برباوي. (2015). دور الاتصال الداخلي في عملية التغيير التنظيمي دراسة ميدانية لشركة سونلغاز للتوزيع بشار ريفي. أطروحة دكتوراه. جامعة أبي بكر بلقايد، العلوم الاقتصادية، تلمسان الجزائر.
19. نعيمة بوكثوم. (2008). دور الاتصال الداخلي في عملية التغيير التنظيمي-دراسة حالة شركة البناء المعدني البلدية. البلدية، تخصص إدارة اعمال، جامعة سعد دحلب.