

## شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية

دراسة ميدانية بمؤسسة كوندور الكترونيكس.

أ. دبدوش الهاشمي. جامعة مستغانم. الجزائر.

**- الملخص:**

في ظل التطورات الراهنة والمتسارعة في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة، وشيوعها وعولمتها، ظهرت ما يعرف بمواقع التواصل الاجتماعي أو الإعلام الجديد أو الإعلام الإلكتروني كإعلام جديد، امتزج مع مختلف التكنولوجيات الحديثة، جهاز الحاسوب، شبكة الانترنت، شبكة الانترنت، الإكسترنات، الحواسيب المحمولة، الهواتف المحمولة الذكية، اللوحات الذكية، الأقمار الصناعية الحديثة، الألياف البصرية، الاتصال الكابلي، والاتصال عن بعد، والاتصال عن طريق الأقمار الصناعية، ومختلف التطبيقات والبرامج التي تعمل تحت أنظمة التشغيل والتي بدورها تعمل تحت حاسبات آلية، وكذا ظهور ما يعرف بالأجيال الحديثة للهواتف، والاتصال عن طريق ما يعرف بالواي في "Wi-Fi" وتقنية البولوتوت "Bluetooth"، وظهر ما يعرف بالعملة الثقافية والاجتماعية، والاقتصاد الرقمي، والتجارة الإلكترونية، وفي خضم هذه التطورات المتسارعة والرهيبية لتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة ووسائلها الاتصالية الجديدة، جاءت دراستنا لتسليط الضوء على الإعلام الجديد والمتمثل في شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك، ومحاولة معرفة واقع استخدامه في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية الخاصة، وأثره على الاتصال الداخلي والخارجي لها، والتي أجرينا بها دراسة ميدانية وهي مؤسسة كوندور الكترونيكس.

**- الكلمات المفتاحية:** الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي، شبكة التواصل الاجتماعي

الفيسبوك، المؤسسة الاقتصادية، مؤسسة كوندور الكترونيكس.

**-Résumé:**

A la lumière des développement actuels des nouvelles technologies de l'informations et de la communications, Afin d'enformer et de la popularité et de la mondialisations, Résou non connu que les réseau sociaux et mélangé avec diverses autres technologies modernes, les ordinateurs, et internet, et intranet, et extranet, les téléphones portables, et satellites, et la connectivité a distance. En plus de l'émergence de ce qu'on appelle la mondialisation culturelle, et sociale, et économique, et l'économie numérique, et la commerce électronique.

En vertu de ces évolution rapides de technologies de l'information, et de la communication moderne les nouvelle technologies et ses argument, notre étude était de mettre en évidence les nouveaux medias représente dans le réseau facebook Et essayer de comprendre la réalité de son utilisation dans condor électronique, et de sa relation a la connaissance et son impact sur la communication d'entreprise interne et externe, nous avons eu et l'étude sur le terrain condor électronique société.

**-Mots clés:** les nouveaux medias- les réseau sociaux-réseau facebook- Société Économique- Société Condor Électroniques.

**- مقدمة:**

اليوم برزت شبكات التواصل الاجتماعي كلاعب هام مثير للجدل في التغييرات الأساسية التي اجتاحت المنطقة العربية، فالحكومات والمؤسسات والمنظمات التجارية والمجتمعات، على حد سواء بدأت تلاحظ وتبدي اهتماماً بالقدرات الكامنة التي يوفرها الاختراق المتزايد لأدوات شبكات التواصل الاجتماعي في المنطقة العربية والأنماط الجديدة للحكومة وطرق أداء الأعمال، للحكومات في مختلف أنشطتها السياسية وترشيد القرارات السياسية ومحاولة الوصول إلى المواطن والاستماع إلى انشغالاته، وكذا المؤسسات العمومية والخاصة في أنشطتها الاقتصادية والتجارية، والمؤسسات التعليمية في أنشطتها العلمية والقافية وانجاز البحوث وكل ما تعلق بالبحث العلمي، والمؤسسات الدينية في أنشطتها العقائدية والأخلاقية والتربوية والمؤسسات، بل يمكن القول ان مواقع التواصل الاجتماعي لم نجد مكان ولم تصل إليه من كل مجالات الحياة، خاصة إذا ارتبط بالإعلام والاتصال والصحف الالكترونية والإذاعات والهيات الإعلامية والتلفزيون ومختلف وسائل الإعلام الجماهيري الأخرى، بل تعدى كل ذلك لتفرض مواقع التواصل الاجتماعي نفسها كإعلام بديل أو إعلام تفاعلي جديد وحديث يستخدمه العام والخاص.

**- الإشكالية:**

هذه الدراسة تسعى إلى فحص الدور الذي يلعبه الإعلام الجديد، وبشكل خاص شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك في المؤسسة الاقتصادية الخاصة وبالضبط مؤسسة كوندور الكترولنيكس بولاية برج بوعريريج، ومختلف أنشطتها التجارية والتسويقية والاشهارية والإعلانية، وكذا الدور الذي يلعبه في اتصال المؤسسة بشقيه الداخلي والخارجي، وتحسن محيط العمل داخل الهيكل الإداري، ومحيط وبيئة العمل، وكذا زيادة الإنتاجية داخل المؤسسة الاقتصادية والوصول إلى الزبون، وبالرغم أن أول ما قد يتبادر إلى الذهن هذه الأيام عند الحديث عن تأثير شبكات التواصل الاجتماعي هو تأثيراتها السياسية والدور الذي قامت به في تحريك ثورات الربيع العربي، إلا أن هذه الدراسة تهدف أيضاً إلى تسليط الضوء على الأدوار الأخرى التي تقوم بها تلك الشبكات في المجتمعات العربية وتأثيراتها المختلفة سواء على الصعيد التجاري أو الاجتماعي أو التعليمي، ولقد بزغت شبكات التواصل الاجتماعي الكبرى مثل الفيسبوك (Facebook) وتويتر (Twitter) والمدونات (Blogs) الشخصية والمدونات

التجارية كقنوات بالغة التأثير متيحة لشعوب المنطقة فرصاً لم يعهدها أو يألّفوها من قبل في التعبير عن آرائهم وحشد وتنظيم صفوفهم للثورة ليس فقط على الأنظمة المستبدة وخاصة في أوطاننا العربية، ولكن أيضاً على أمور أخرى تمس حياتهم مثل غلاء الأسعار أو العنف الأسري وحقوق الإنسان أو محاربة الفساد وغيرها من قضايا ساهمت تلك الشبكات في تحريكها والنجاح في تغييرها في أمثلة كثيرة، كما أن للمؤسسات والمنظمات أيضاً ثورة اقتصادية من أجل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي فيما يخدم مصالحها التجارية و الخدماتية وتفعيل اتصالاتها مع الزبون وربط علاقاتها مع مختلف المؤسسات التي تعمل معها وكذا التي لها علاقات واتفاقيات معها. وفي ظل هذه المتغيرات يطرح الباحث السؤال الآتي:

- ما هو واقع الاستخدام الفعلي لشبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك في مؤسسة كوندور الكترونيكس؟

#### - فرضيات الدراسة:

وللإجابة على هذا التساؤل الرئيسي للدراسة وضع الباحث عدة فرضيات وقد كانت على النحو الآتي:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في مؤسسة كوندور الكترونيكس تعزى متغير الجنس عند مستوى دلالة 0.05.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في مؤسسة كوندور الكترونيكس تعزى لمتغير المستوى التعليمي عند مستوى دلالة 0.05.
- توجد فروق في استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في مؤسسة كوندور الكترونيكس تعزى لمتغير المنصب عند مستوى دلالة 0.05.
- توجد علاقة بين استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في مؤسسة كوندور الكترونيكس وتحسن الاتصال الداخلي للمؤسسة عند مستوى دلالة 0.05.
- توجد علاقة بين استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في مؤسسة كوندور الكترونيكس وتحسن الاتصال الخارجي للمؤسسة عند مستوى دلالة 0.05.

**- أهداف الدراسة:**

الهدف الرئيسي من هذه الدراسة هو محاولة معرف واقع الاستخدام الفعلي لموقع التواصل الاجتماعي في مؤسسة كوندور الكترونيكس، ومحاولة فهم هذه الاستخدام من خلال دراسة الفروق بين المبحوثين والممثلين في العمال بالمؤسسة محل الدراسة من خلال المتغيرات البيانات الشخصية والمتمثلة في الجنس، والمستوى التعليم، والمنصب، وكذا علاقة استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك باتصال المؤسسة الداخلي والخارجي، وكذا علاقة هذا الاستخدام بتحسين محيط العمل بمؤسسة كوندور الكترونيكس، ومحاولة معرفة آثار هذا الاستخدام على المؤسسة الاقتصادية الجزائرية.

**- مفاهيم ومصطلحات الدراسة:****- الاستخدام:**

يرى الباحث أن مفهوم الاستخدام في هذه الدراسة إلى طبيعة وأنماط وسلوكيات الاتصالية التي يمارسها المستخدم بالاعتماد على شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك، من أجل تحقيق أهداف مهنية لها علاقة بنشاط المؤسسة الاقتصادية (مؤسسة كوندور الكترونيكس)، والمتمثلة في اغلب أنشطة المؤسسة الإدارية وكذا محيط العمل وبيئته، واتصال المؤسسة بشقيه.

**- شبكات التواصل الاجتماعي:**

وهنا قبل أن نعرف شبكات التوصل الاجتماعي، يجب أن نعرف الإعلام الجدي الذي يعتبر مفهوم اعم واشمل من شبكات التواصل الاجتماعي.

**- الإعلام الجديد (New Media):**

كما يسمى "الإعلام الرقمي (Media Digital) الإعلام الإلكتروني، الإعلام التفاعلي، صحافة المواطن، إعلام النحن"، وهو مصطلح يضم كافة تقنيات الاتصال والمعلومات الرقمية التي جعلت من الممكن إنتاج ونشر واستهلاك وتبادل المعلومات التي نريدها في الوقت الذي نريده وبالشكل الذي نريده من خلال الأجهزة الإلكترونية (الوسائط) المتصلة أو غير المتصلة بالإنترنت، والتفاعل مع المستخدمين الآخرين أيما كانوا، ولقد اعتبر الصادق حامي الإعلام الجديد جملة من الممارسات الإعلامية التي أفرزتها الوسائط الإعلامية الجديدة التي تشغل داخل بيئة تواصلية متغيرة تساهم في تشكيلها تقنيات المعلومات والاتصالات، ويصبح بالتالي من المشروع استبعاد الأشكال الجديدة للاتصال المؤسساتي (كالمواقع الإلكترونية) والأشكال

التواصلية الجمعية الجديدة (كالمدونات) والتي تشير إليها مصطلحات "إعلام النحن" أو "إعلام الجماهير" من حقل الإعلام الجديد (Hammami, 2006,p2).

كما يمكن الإشارة إلى مفهوم التفاعلية الذي هو نظام يربط بين مصادر الإخبار والمعلومات بين المستخدمين في المنازل والمؤسسات يمكن من خلاله تبادل التأثير و التفاعل بين المصدر والمستقبل ويتم هذا الربط بين العرض المرئي وبين الكلمة المطبوعة (حمدي، 2011، ص51).

كما يوجد هناك تعريفات أخرى مختلفة للإعلام الجديد و منها تعريف مجلة بي بي سي (BBC) والتي عرفته بأنه: "أشكال التواصل في العالم الرقمي والتي تضمن النشر على الأقراص المدججة وأقراص السي دي (CD) في دي في دي (DVD) وبشكل أكثر أهمية على شبكة الإنترنت (www.pcmag.com).

**شبكات التواصل الاجتماعي:** هو مصطلح أطلق على الخدمة الالكترونية التي تقدمها شبكة الانترنت للأفراد والجماعات والمنظمات والمؤسسات، حيث تتيح لهم التواصل فيما بينهم حسب اهتماماتهم، فيستطيع أي شخص أن يجد أو ينشئ المجموعات حسب اهتمام معين، مثل القراءة أو بلد المنشأ، أو الهوايات أو التخصص الجامعي، وغيرها من الأمور المشتركة، كما يمكن أيضا للمؤسسات إنشاء صفحات ومجموعات تخصهم من اجل نشر كل ما يتعلق بخدماتهم ومنتجاتهم، وعرضها وإشهارها إلى مختلف شرائح المجتمع، كما يمكن للمؤسسة أن تستفيد من مواقع التواصل الاجتماعي كذلك فيما يخص تحسين اتصالها الداخلي والخارجي والوصول إلى أكبر عدد من الزبائن، وكذا تحسن محيط عملها، وقد شكلت هذه الشبكات الاجتماعية حلقة وصل بين جميع الأشخاص على اختلاف مواقعهم واختلاف دياناتهم وأعمارهم وأجناسهم، حيث أصبح أي فرد يستطيع الوصول إلى أي شخص آخر في هذا العالم من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، كما تعتمد بشكل أساسي على الأفراد والمستخدمين، لأنهم هم من يشغلونها ويزودونها بالبيانات والمعلومات (Jonathan, 2009,p745-750).

وهنا أيضا يمكن الإشارة إلى استخدام هذه المواقع من طرف المنظمات السياسية والاقتصادية والثقافية والعلمية فيما يخدم مصالحها ونشاطاتها الاتصالية والتواصلية، ولعل أبرز مثال يمكن إسقاطه هنا على المؤسسة الاقتصادية هو الإشهار لمنتجاتها عن طريق هذه المواقع الفعالة الديناميكية في ظل شيوع استخدامها في أوساط الأفراد والجماعات، كما يمكن ذكر اثر

البيع والشراء عن طريق هذه المواقع وخاصة إذا ما ارتبطت هذه المفاهيم مع بعضها البعض، الشراء الإلكتروني والتحويلات المالية الإلكترونية وكذا خدمات توصيل المنتجات إلى المستهلكين أو بالأحرى الزبون المشتري.

وتعرفها هبة محمد خليفة بالقول: "الشبكات الاجتماعية هي شبكة مواقع فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف و الأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال بعضهم البعض وبعد طول سنوات، و تمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطن العلاقة بينهم (حسين، 2011، ص187).

وتصنف مواقع التواصل الاجتماعي ضمن مواقع الويب 2.0 لأنها بالدرجة الأولى تعتمد على مستخدميها في تشغيلها و تغذية محتوياتها. كما تتنوع أشكال وأهداف تلك الشبكات الاجتماعية فبعضها العام يهدف إلى التواصل العام و تكوين الصداقات حول العالم وبعضها الآخر يتحور حول تكوين شبكات اجتماعية في نطاق محدد ومحصور في مجال معين وتقوم الفكرة الرئيسية للشبكات الاجتماعية على جمع بيانات الأعضاء المشتركين ويتم نشر هذه البيانات علنا على الشبكة حتى يتجمع أعضاء ذو مصالح مشتركة (سليمان، 2009، ص7).

#### - الفيسبوك (Facebook):

هو موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجانا و تديره شركة "فيسبوك" محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها وسمي الفيسبوك بهذا الاسم على غرار ما كان يسمى به "كتب الوجوه" التي كانت تطبع و توزع على الطلاب بهدف إتاحة الفرصة لهم للتعرف والتواصل مع بعضهم البعض، فكان الهدف تأسيس موقع إلكتروني ليقوم بعمل كتب الوجوه بطريقة أسهل و أوسع انتشارا و فعالية (شقرة، 2014، ص64).

ومصطلح فيسبوك كما هو معروف في أوروبا و هو يشير إلى دفتر و رقي يحمل صورا ومعلومات لأفراد في جامعة معينة أو مجموعة ومن هنا جاءت تسمية الموقع وتعتبر هذه الطريقة شائعة للتعرف على الأشخاص خصوصا في الجامعات الأجنبية ببعضهم حيث يتصفح المنتسبون في الجامعة هذه الدفاتر لمعرفة المزيد عن الطلبة المتواجدين في نفس الكلية (سن موسى، 1999، ص35).

الفيسبوك من أشهر مواقع التواصل الاجتماعي حيث يمكن للعضو بإعداد نبذة شخصية عن حياته تكون بمثابة بطاقة هوية و تعارف لمن يريد أن يتعرف عليه ويتواصل معه. حيث أن

موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك زاد تطوراً مع شبكة الانترنت من خلال ربط التشكيل المعرفي العلمي للمستخدم والمنظمات والمؤسسات مع أفراد ومجموعات أخرى، وموقع الفيسبوك يتيح للمستخدمين التفاعل عن طريق الانترنت.

ويرى الباحث أن موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك هو ذلك العالم الافتراضي الذي من خلاله يمكن لأي مستخدم أن ينشأ صفحة خاصة به، كما يمكن إنشاء مجموعات وصفحات خاصة بالمنظمات والمؤسسات بمختلف أنواعها، من أجل الاتصال والتواصل والتفاعل فيما بينهم، من خلال تناقل الصور والإخبار والملفات والفيديوهات، وإرسالها واستقبالها.

### - المؤسسة الاقتصادية:

تعرف على أنها " اندماج عدة عوامل يهدف إنتاج أو تبادل سلع وخدمات مع أعوان اقتصاديين آخرين، وهذا في إطار قانوني ومالي واجتماعي معين، ضمن شروط تختلف تبعاً لمكان وجود المؤسسة وحجم ونوع النشاط الذي تقوم به ويتم هذا الاندماج لعوامل الإنتاج بواسطة تدفقات ثقية حقيقية وأخرى معنوية وكل منها يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالأفراد، وتمثل الأولى في الوسائل والمواد المستعملة في نشاط المؤسسة. أما الثانية فتتمثل في الطرق والكيفيات والمعلومات المستعملة في تسيير ومراقبة الأول (عدون، 1998، ص10).

كما تعرف أيضاً "على أنها شكل اقتصادي وتقني وقانوني واجتماعي لتنظيم العمل المشترك للعاملين فيها وتشغيل أدوات الإنتاج وفق أسلوب محدد لقيم العمل الاجتماعي بهدف إنتاج سلع أو وسائل الإنتاج أو تقديم خدمات متنوعة" (عبود، 1982، ص58).

كما تعرف على أنها "مجموعة من الطاقات البشرية والموارد المادية (طبيعية أو مادية أو غيرها) والتي تشغل فيما بينها وفق تركيب معين ومحددة قصد انجاز أو أداء المهام المنوطة بها من طرف المجتمع" (طرطار، 1999، ص15).

ومنه يرى الباحث أن المؤسسة الاقتصادية هي مجموعة من عنصرين مجتمعان فيما بينهما لتكون هذا التنظيم الاقتصادي، العنصر الأول يتجلى في العالم الحقيقي الملموس الذي نعيشه متمثلاً في هياكل مادية وتجهيزاتها ومختلف برامجها وطاقات بشرية إضافة إلى هياكلها الإدارية، والعنصر الثاني هو العالم الافتراضي للمؤسسة متمثلاً في مختلف الشبكات والبرمجيات والتطبيقات ومواقع التواصل الاجتماعي بمختلف أنواعها وأشكالها.



- **مؤسسة كوندور الكترونيكس:** هي مؤسسة جزائرية خاصة تابعة لمجموعة بن حمادي متخصصة في الصناعات الالكترونية ويقع مقرها في ولاية برج بوعريريج، تأسست سنة 1998، تهتم بالصناعات الإلكترونية والإلكترومنزلية، ذات مسؤولية محدودة "SARL"، والتابعة لمجموعة بن حمادي التي تحتوي على خمس وحدات وهي:
- مؤسسة "Argilor" وهي وحدة لإنتاج الآجر.
  - مؤسسة "Gerbior" وهي وحدة لإنتاج القمح الصلب ومشتقاته.
  - مؤسسة "Polyben" وهي وحدة لإنتاج الألياف البلاستيكية.
  - مؤسسة "Gemac" وهي وحدة لإنتاج البلاط ومواد البناء.
  - مؤسسة "SARL CONDOR" وهي وحدة لإنتاج الأجهزة الالكترونية والإلكترومنزلية من مقعرات هوائية، ومكيفات هوائية، وأجهزة استقبال القنوات الفضائية، والثلاجات وأجهزة التلفاز والثلاجات والحواشيب المكتبة والمحمولة والهواتف المحمولة الذكية، وكذا اللوحات الذكية، ومختلف الأجهزة الكهرومنزلية الأخرى، وهي المؤسسة التي أجريت بها الدراسة الميدانية والتي يقع مقرها بالمنطقة الصناعية طريق المسيلة ولاية برج بوعريريج.
- **أهمية الدراسة:**

تأتي أهمية هذه الدراسة من كونها أنها مطلوبة في الوقت الراهن، والذي نحن فيه بأمس الحاجة إلى تطوير المؤسسات الاقتصادية الخاصة لأنها الشريان الحقيقي للاقتصاد الوطني، وكذا تطوير جميع المنظمات والمؤسسات الأخرى سواء كانت إعلامية، اقتصادية، سياسية، تعليمية، تربوية، دينية، ثقافية، ومحاولة النهوض بها في ظل التطورات السريعة التي تحدث في مجال تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة وكذا شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك، ومن اجل الدخول بها إلى عصر المعلومات والسبق التكنولوجي، ومواكبة التطورات الحاصلة في المجال التكنولوجي، وكذلك محاولة منا معرفة هذه الشبكات الاجتماعية وكيفية الاستفادة منها في العمل الإداري والاقتصادي والإعلامي، وتعتبر أنها الدراسة الأولى من نوعها التي تناولت وموقع التواصل الاجتماعي) في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية الخاصة، وكذا التعرف على واقع شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية الخاصة وخاصة المؤسسة محل الدراسة وهي مؤسسة كوندور الكترونيكس بولاية برج بوعريريج.

**- منهج الدراسة:**

عند القيام بأي دراسة علمية لا بد من إتباع خطوات فكرية ومنهجية ومنظمة وعقلانية هادفة إلى بلوغ نتيجة ما وذلك بإتباع منهج معين يتناسب وطبيعة الدراسة التي سنتطرق إليها، وبذلك فقد عرّف المنهج بأنه: "الأسلوب أو الطريقة الواقعية، التي يستعين بها الباحث لمواجهة مشكلة بحثه أو في دراسة لمشكلة موضوع البحث" (دويدري، 2000، ص193).

فالمنهج إذن هو الطريقة المتبعة للإجابة عن الأسئلة التي تثيرها إشكالية البحث، كما أن اختياره لا يأتي من قبيل الصدفة أو ميل أو رغبة الباحث لمنهج دون آخر، بل أن موضوع الدراسة وأهدافها هما اللذان يفرضان نوع المنهج المناسب، وهذا الاختيار الدقيق هو الذي يعطي مصداقية وموضوعية أكثر للنتائج المتوصل إليها في الدراسة العلمية، وبما أن دراستنا تتمحور حول: "استخدام شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك في المؤسسة الاقتصادية الخاصة الجزائرية"، وبالضبط مؤسسة كوندور الكتروليكس، فإنها تنتمي إلى الدراسات الوصفية الشائعة في بحوث الاتصال، والتي تقوم على تفسير الوضع القائم للظاهرة أو المشكلة من خلال تحديد ظروفها و أبعادها والعلاقة بين متغيراتها، بهدف الانتهاء إلى وصف علمي دقيق ومتكامل للظاهرة أو المشكلة التي تقوم على الحقائق المرتبطة فقد حدد لهذه الدراسة منهج وفقاً لما تتطلبه دراسة واقع الاستخدام الفعلي لتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة، وأثر هذا الاستخدام على المؤسسة والاتصال، فللقائم بجمع وجرد كل المعلومات المتعلقة بالموضوع، وكذا تشخيص مؤشرات الدراسة استلزم استخدام "المنهج الوصفي"، ونظراً لكون دراستنا لا تتوقف على وصف، جرد وجمع المعلومات المتعلقة بالدراسة فقط عن طريق التكيم باستخدام الأساليب الإحصائية، بل تتعدى ذلك إلى تفسير وتحليل البيانات المختلفة، ثم استخلاص النتائج العامة، فقد استخدمنا ضمن المنهج الوصفي "المنهج التحليلي" للوصول إلى تفسيرات كيفية تضاف إلى النتائج الكمية للدراسة، وقد تم تطبيق المنهج "الوصفي التحليلي" في دراستنا، ومنه فقد تم إتباع الخطوات التالية:

- ضبط الإشكالية ابتداء من طرح تساؤلات الدراسة إلى غاية صياغة فرضيات الدراسة.
- جمع معلومات أولية تنفيذ في اختيار أدوات جمع البيانات، وضبط العينة.
- تحديد حجم ونوع العينة ومواصفاتها وخصائصها.
- إعداد أدوات جمع البيانات وتصميمها، فيما يخص إعداد الاستبانة ودليل المقابلات.

- جمع البيانات من مفردات العينة، ثم تفسير وتحليل البيانات على ضوء الإشكالية المطروحة والفرضيات المصاغة للوصول إلى النتائج الجزئية والنتائج العامة للدراسة.

#### - عينة الدراسة:

بما أن دراستنا تهدف إلى تقصي ومعرفة الاستخدام الفعلي لشبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك في مؤسسة كوندور، وذلك من خلال معرفة الفروق في الاستخدام من خلال متغيرات البيانات الشخصية (الجنس، المنصب، المستوى الدراسي)، وكذا معرفة أثر هذا الاستخدام من خلال علاقة استخدام الفيسبوك بالاتصال الداخلي والخارجي للمؤسسة محل الدراسة، فقد اختار الباحث الحصر الشامل لكل عمال مؤسسة كوندور والذين يعملون في المجال الإداري بمؤسسة كوندور الإلكترونيكس، وقد كان عدده (89) عامل إداري بالمؤسسة يعملون في مختلف المصالح والدوائر الإدارية لها، حيث تم توزيع عليهم (89) استمارة استبيان، وقد استرجعها كلها، وعليه فتنتج هذه الدراسة ستحسب على نسبة إلى (89) مفردة.

#### - أدوات جمع البيانات من مجتمع الدراسة:

اعتمد الباحث في جمع بيانات الدراسة الميدانية على الأدوات التالية:

- **الملاحظة:** وقد استخدمها الباحث كخطوة أولية من خطوات البحث العلمي لجمع المعلومات غير المكتوبة عن للدراسة، وإنما ما لاحظها الباحث وما شاهده وأحسه أثناء تواجده في المؤسسة محل الدراسة، فقد استخدم الباحث الملاحظة بالمشاركة التي يشترك فيها الباحث مع المحوثين أي أفراد العينة في مواقفها شاهده من أجل التفاعل معهم للوصول إلى تفسيرات هادفة لأسباب السلوك من خلال معايشة المواقف نفسها ومناقشتها مع المحوثين وتبادل الآراء معهم (بن مرسي، 2013، ص168).

- **المقابلة:** كانت المقابلة الأداة الثانية التي استخدمها الباحث في دراسته من أجل جمع المعلومات، وكانت المقابلة غير الرسمية، حيث قابل الباحث العديد من عمال مؤسسة كوندور وطرح عليهم العديد من الأسئلة، التي كان يحتاج فيها إلى المعلومات والأدلة التي تخدم البحث وصولاً إلى الهدف الذي يبحث عنه في إجاباتهم (عبد الوهاب، 2005، ص20)، ويلجأ الباحث إلى أسلوب المقابلة غير الرسمية عندما يكون موضوعه الدراسي عميق ومتشعباً (الحسن، 1987، ص105).

وهي مقابلة حرة غير مقننة، والمقابلة الحرة مرنة ولا توجد فيها قيود ويمكن تعديل الأسئلة وتغييرها وزيادتها أو إنقاصها بحسب الظروف وأوضاع المسؤولين، وتشجيعهم على التعبير بحرية (دويدري، ص326)، حيث يتميز هذا النوع من المقابلات بالمرونة في إدارة المقابلة، وتوجيه الأسئلة والحديث في إطار الخطط والأهداف العامة لتنظيم المقابلة، كما يترك الحرية للمبحوث في التعبير عن آرائه وأفكاره ومعلوماته ومعتقداته بحرية تامة تعكس شخصيته وتجعله لا يحس بمناخ أو قيود المقابلة (عبد الحميد، 2000، ص37).

#### - استمارة استبيان:

وقد جاءت الاستمارة وهي الأداة الثالثة والرئيسية في الدراسة، ومهمة لجمع المعلومات عن أفراد العينة والمبحوثين بما يحقق الهدف منها في جمع المعلومات التي لم توفرها الأدوات السابقة حيث اعتمد الباحث على إجابات المبحوثين الموجودة في الاستبانة لجمع مختلف المعلومات التي يحتاجها في دراسته، وتعتبر الاستبانة من الأدوات الأساسية لجمع المعلومات والبيانات مباشرة من المبحوثين بفضل من الأسئلة التي يتم صياغتها وتصميمها مسبقاً فوق الاستمارة (الصحيفة/القائمة) (بن مرسي، 2013، ص181)، وقد جاءت استمارة الدراسة مقسمة إلى ثلاث محاور رئيسية تمثل الأسئلة المطروحة من خلالها على المبحوثين في مؤسسة كوندور بـرج بوغريج، وقد تناول الباحث في المحور الأول البيانات السوسيوثقافية لعينة البحث، أما في المحور الثاني تم التطرق إلى مدى استخدام شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك في مؤسسة كوندور الكرتونيكس، وفي المحور الثالث تطرق الباحث إلى أثر استخدام شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك على مستوى أداء مؤسسة كوندور وجاءت ملمة بجميع جوانب وأسئلة الدراسة.

#### - أسلوب المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد تأكد الباحث من دقة الخطوات والإجراءات السابقة في دراسته الميدانية، وبعد الانتهاء من جمع البيانات ومراجعتها وتحليلها خطوة بخطوة، قام الباحث بتميز بياناته ومن ثم تفرغ وتبويب تلك البيانات معتمداً على الحاسب الآلي في تحليلي البيانات واختبار العلاقات بين المتغيرات التي أخضعها للدراسة من خلال استخدام برنامج (SPSS -Version-15.0) وهو البرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية، ويعد برنامج (SPSS) من أكثر البرامج استخداماً في مجال العلوم الاجتماعية وذلك بسبب سهولته النسبية للتعلم والاستخدام، كما أنه يقدم العديد

من البرامج الفرعية ذات الصلة بالدراسات الإعلامية، وتعتبر الخبرة عاملاً مهماً في الاستفادة من برامج الحاسبات الآلية عموماً (عبد الوهاب، 2005، ص 537).

ومستخدماً المعاملات الإحصائية التالية:

- حساب التكرارات واستخراج النسب المئوية للمتغيرات المختلفة للدراسة.
- اختبار التطابق ويرمز له بالرمز (ك2) (chi-square) وذلك لاختبار وجود أو عدم وجود فروق بين المتغيرات وقد اعتمد الباحث قيمة (ك2) عند درجة معنوية 0.05 أي عند درجة ثقة 95%، وذلك بالنسبة للفرضية الأولى والثانية والثالثة على التوالي.
- كما استخدم الباحث نفس الاختبار السابق (اختبار ك2) لمعرفة وجود علاقة أو عدم وجودها بين المتغيرات عند مستوى دلالة 0.05، وذلك بالنسبة للفرضية الرابعة والخامسة.

#### - نتائج الدراسة:

ولقد توصلت الدراسة الميدانية إلى مجموع من النتائج والتي نذكرها في النقاط التالية:

- الفرضية الأولى: توجد فروق في استخدام موقع التواصل الاجتماعي في مؤسسة كوندور الإلكترونيكس تعزى لمتغير الجنس عند مستوى دلالة 0.05.

جدول رقم (1) بين الفروق في استخدام شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك في مؤسسة كوندور حسب متغير الجنس

مستوى الدلالة	ك2	د.ح	المجموع		الجنس				درجة استخدام الفيسبوك
					أنثى		ذكر		
			%	ت	%	ت	%	ت	
			55.05	49	69.09	38	32.35	11	دائماً
			5.61	5	5.45	3	5.88	2	غالباً
			4.49	4	-	-	12.94	4	أحياناً

0.002	17.110	4	2.89	2	-	-	5.88	2	نادرا
***	**		67.41	60	74.54	41	55.88	19	المجموع الجزئي
			32.59	29	25.46	14	44.11	15	أبدا
			100	89	100	55	100	34	المجموع

- ملاحظة: النسب الموجودة في الجدول مرجحة.

\*\* قيمة كا(2) الجدولية عند درجة حرية(4) في مستوى دلالة (0.05) = (9.488)، وفي مستوى دلالة (0.01) = (13.277)، وفي مستوى دلالة (0.002) = (16.924). \*\*\* دال إحصائياً.

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن نسبة 32.35% من المبحوثين الذكور في مؤسسة كوندور الكترونيكس يستخدمون الفيسبوك في العمل بالمؤسسة بصفة دائمة، في حين أن نسبة 69.09% من المبحوثين الإناث يستخدمون شبكة الفيسبوك في المؤسسة بصفة دائمة، في حين أن نسبة 5.88% من المبحوثين الذكور يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك بالمؤسسة بصفة غالباً و نادراً بنفس النسبة على التوالي، بينما نسبة 5.45% من المبحوثين الإناث يستخدمون الفيسبوك في مؤسسة كوندور بصفة غالباً بينما لم نجد ولا مبحوثة منهم عبرت عن استخدامه للموقع بصفة نادرة، ونسبة 12.94% من المبحوثين الذكور في مؤسسة كوندور يستخدمون الفيسبوك بصفة أحياناً، في حين لم نجد ولا مفردة من فئة الإناث عبرت عن استخدام الفيسبوك في المؤسسة بصفة أحياناً.

ونلاحظ أيضاً أن المجموع الجزئي للمبحوثين الذكور الذين يستخدمون الفيسبوك في مؤسسة كوندور الكترونيكس قد كانت نسبته 55.88%، مقابل 44.11% منهم والذين لا يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في مؤسسة كوندور الكترونيكس، في حين ان نسبة المجموع الجزئي لفئة الإناث الذين يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في مؤسسة كوندور الكترونيكس قد بلغت 67.41%، مقابل نسبة 32.59% منهم الذين لا يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي في مؤسسة كوندور الكترونيكس.

وبما أن قيمة كا(2) قد كانت (17.110) عند درجة حرية (4) ومستوى دلالتها (0.002) وهي أكبر من قيمها الجدولية، ومنه نقول انه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في مؤسسة كوندور الكترونيكس لصالح فئة الإناث، وهو ما يؤكد نسب المجموع الجزئي للاستخدام أعلاه، و عليه يمكن القول انه كلما كان المبحوث أثنى في

مؤسسة كوندور الكترونيكس كلما كان استخدامه لموقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك أكثر مقارنة بالمبحوث الذكر، وعليه يمكن القول أن الفرضية الأولى قد تحققت.

- الفرضية الثانية: "توجد فروق في استخدام موقع التواصل الاجتماعي في مؤسسة كوندور الكترونيكس تعزى لمتغير المستوى التعليمي عند مستوى دلالة 0.05.

جدول رقم (2) يبين الفروق في استخدام شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك في مؤسسة كوندور الكترونيكس حسب متغير المستوى التعليمي.

مستوى الدلالة	26	ن	المجموع		المستوى التعليمي								درجة استخدام الفيسبوك
					دكتوراه		ماجستير		ماستر		ليسانس		
			%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
***0.043	**21.534	12	55.05	49	100	6	100	7	55.17	16	45.55	20	دائماً
			5.61	5	-	-	-	-	-	-	10.63	5	غالباً
			4.49	4	-	-	-	-	-	-	8.51	4	أحياناً
			2.24	2	-	-	-	-	-	-	4.25	2	نادراً
			67.41	60	100	6	100	7	55.17	16	65.95	31	المجموع الجزئي
			32.58	29	-	-	-	-	44.82	13	34.04	16	أبداً
			100	89	100	6	100	7	100	29	100	47	المجموع

- ملاحظة: النسب الموجودة في الجدول مرجحة.

\*\* قيمة كا (2) الجدولية عند درجة حرية (12) في مستوى دلالة (0.05) = (21.026)، وفي مستوى دلالة (0.01) = (13.277)، وفي مستوى دلالة (0.002) = (16.924).

\*\*\* دال إحصائياً.

من خلال الجدول رقم (2) نلاحظ أن نسبة 100% من المبحوثين الذي الحاملين لشهادة الدكتوراه والماجستير على التوالي في مؤسسة كوندور الكترونيكس يستخدمون الفيسبوك في العمل بالمؤسسة بصفة دائمة، في حين لم نجد ولا مفردة من الفئتين السابقين (الدكتوراه، الماجستير) عبرت عن استخدامها للفيسبوك من خلال الصفات الآتية: غالباً،

أحيانا، نادرا، أبدا على التوالي، في حين أن نسبة 55.17% من المبحوثين الحاملين لشهادة الماستر يستخدمون شبكة الفيسبوك في المؤسسة بصفة دائمة، ونسبة 44.82% منهم لا يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك بالمؤسسة، ولم نجد ولا نسبة من هذه الفئة (حاملية شهادة الماستر) عبرت عن صفات الاستخدام الأخرى (غالبا وأحيانا ونادرا)، بينما نسبة 45.55% من المبحوثين الذين لديهم مؤهل ليسانس يستخدمون الفيسبوك في مؤسسة كوندور بصفة دائمة، ونسبة 10.63% منهم يستخدمون الفيسبوك بصفة غالبا، ونسبة 8.51% منهم (حاملية شهادة ليسانس) يستخدمون الفيسبوك بصفة أحيانا، في حين أن نسبة 4.25% منهم يستخدمون شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك بصفة نادرا.

وبما أن قيمة كا(2) قد كانت (21.534) عند درجة حرية (12) ومستوى دلالتها (0.043) وهي أكبر من قيمها الجدولية، ومنه نقول انه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في مؤسسة كوندور الإلكترونيكس لصالح مؤهلي شهادة الماجستير والدكتوراه، عن باقي المؤهلات التي يمتلكها المبحوث في مؤسسة كوندور، ومنه يمكن القول انه كلما كان مؤهل المبحوث عاليا (مستوى تعليمي عالي) كلما زاد استخدامه لشبكات التواصل الاجتماعي وهذا يؤكد أن المؤسسة تولي اهتماما كبيرا للإطارات وكذا مختلف التكنولوجيات فيما يخص مصالحي وأنشطة المؤسسة، ومنه يمكن القول أن الفرضية قد تحققت.

**- الفرضية الثالثة:** توجد فروق في استخدام موقع التواصل الاجتماعي في مؤسسة كوندور الإلكترونيكس تعزى لمتغير المنصب عند مستوى دلالة 0.05.

جدول رقم (3) يبين الفروق في استخدام شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك في مؤسسة كوندور الإلكترونيكس حسب متغير المنصب.

مستوى الدلالة	ن	المجموع	المنصب الذي يشغله المبحوث في مؤسسة كوندور										استخدام			
			متصرف إداري		متصرف رئيسي		رئيس مصلحة		رئيس قسم		فئة المسؤولين					
			%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت				
***0.001	**38.227	16	55.05	49	100	3	100	4	100	6	78.57	22	29.16	14	دائما	
			5.61	5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	10.41	5	غالبا
			4.49	4	-	-	-	-	-	-	-	10.71	3	2.08	1	أحيانا



			2.24	2	-	-	-	-	-	-	-	4.16	2	نادرا	
			67.41	60	100	3	100	4	100	6	89.28	25	45.83	22	المجموع الجزئي
			32.58	29	-	-	-	-	-	-	10.71	3	54.16	26	أبدا
			100	89	100	3	100	4	100	6	100	28	100	48	المجموع

- ملاحظة: النسب الموجودة في الجدول مرجحة.

\*\* قيمة كا(2) الجدولية عند درجة حرية (16) في مستوى دلالة (0.05) = (26.296)، وفي مستوى دلالة (0.01) = (32.00)، وفي مستوى دلالة (0.001) = (37.697). \*\*\* دال إحصائياً.

من خلال الجدول رقم (3) نلاحظ أن نسبة 100% من المبحوثين الذي يشغلون منصب رئيس دائرة وكذا رئيس مصلحة وكذا فئة المسؤولين يستخدمون شبكة الفيسبوك في مؤسسة كوندور بصفة دائمة على التوالي، وهنا يمكن القول أن بعض المسؤولين يقومون بالإعلانات للموظفين فيما يخص أعمالهم وكذا جديد المؤسسة عن طريق شبكة التواصل الاجتماعي، وكذا الإعلان عن المنتجات الجديدة لاستقطاب الزبائن والتفاعل معه والوصول إليه عن طريق شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك، فيحين لم نجد ولا مفردة المبحوثين من المناصب المذكورة سابقا عبرت باستخدامها لشبكة الفيسبوك بصفة أحيانا، وغالبا، و نادرا، وأبدا على التوالي في مؤسسة كوندور الكترولنيكس، في حين أن نسبة على التوالي في مؤسسة كوندور الكترولنيكس يستخدمون الفيسبوك في العمل بالمؤسسة بصفة دائمة، في حين لم نجد ولا مفردة من الفئتين السابقين (الدكتوراه، الماجستير) عبرت عن استخدامها للفيسبوك من خلال الصفات الآتية: غالبا، أحيانا، نادرا، أبدا على التوالي، في حين أن نسبة 55.17% من المبحوثين الحاملين لشهادة الماستر يستخدمون شبكة الفيسبوك في المؤسسة بصفة دائمة، ونسبة 44.82% منهم لا يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك بالمؤسسة، ولم نجد ولا نسبة من هذه الفئة (حامل شهادة الماستر) عبرت عن صفات الاستخدام الأخرى (غالبا وأحيانا و نادرا)، بينما نسبة 45.55% من المبحوثين الذين لديهم مؤهل ليسانس يستخدمون الفيسبوك في مؤسسة كوندور بصفة دائمة، ونسبة 10.63% منهم يستخدمون الفيسبوك بصفة

غالبا، ونسبة 8.51% منهم (حامل شهادة ليسانس) يستخدمون الفيسبوك بصفة أحيانا، في حين أن نسبة 4.25% منهم يستخدمون شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك بصفة نادرا. وبما أن قيمة كا(2) قد كانت (28.227) عند درجة حرية (16) ومستوى دلالتها (0.001) وهي أكبر من قيمها الجدولية، ومنه نقول انه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في مؤسسة كوندور الكترونيكس تعزى لمتغير المنصب لصالح مؤهلي شهادة الماجستير والدكتوراه، عن باقي المؤهلات التي يمتلكها المبحوث في مؤسسة كوندور، ومنه يمكن القول أنه كلما كان مؤهل المبحوث عاليا (مستوى تعليمي عالي) كلما زاد استخدامه لشبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك وهذا يؤكد أن المؤسسة تولي اهتماما كبيرا للإطارات وكذا مختلف الوسائط التكنولوجية فيما يخدم مصالح وأنشطة المؤسسة على غرار الفيسبوك، وعليه يمكن القول أن الفرضية التي اقترحا الباحث قد تحققت.

- **الفرضية الرابعة:** توجد علاقة بين استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في مؤسسة كوندور الكترونيكس وتحسن الاتصال الداخلي للمؤسسة عند مستوى دلالة 0.05.

جدول رقم (4) يبين العلاقة بين استخدام شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك وتحسن الاتصال الداخلي للمؤسسة.

مستوى الدلالة	كا	ن	شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك						مظاهر تحسن الاتصال الداخلي
			المجموع		لا يستخدم		يستخدم		
			ت	%	ت	%	ت	%	
***0.029	**8.979	3	100	60	43.43	36	56.66	24	سرعة تداول و وصول المعلومات
0.179	4.897	3	100	60	73.33	44	26.66	16	تسهيل سيرورة العمل
***0.038	**8.372	3	100	60	61.66	37	38.33	23	القضاء على التشويش الذي يصيب المعلومة
***0.000	**44.256	3	100	60	23.33	14	76.66	46	تسهيل التفاعل

سهولة الاتصال بين الموظفين	27	45.00	33	55.00	60	100	3	**13.123	***0.004
القضاء على عوائق الاتصال	42	70.00	18	30.00	60	100	3	**31.428	***0.000

- ملاحظة: يمكن أن يختار المبحوث أكثر من إجابة.

\*\*كا(2) الجدولية عند درجة حرية(3) ومستوى دلالة  $0.05 = (7.815)$ ، عند مستوى دلالة  $0.01 = (11.345)$ ، وعند مستوى دلالة  $0.001 = (16.266)$ .  
\*\*\* دال إحصائيا.

من خلال الجدول رقم (4) والذي يبين العلاقة بين استخدام شبكة التواصل الاجتماعي وتحسن الاتصال الداخلي لمؤسسة كوندور الكرتونيكس من خلال سرعة تداول ووصول المعلومة يظهر لنا أن قيمة كا(2) المحسوبة كانت  $(8.979)$  عند درجة حرية (3) ومستوى دلالة  $(0.029)$  وهي أكبر من قيمتها الجدولية ويمكن أن نقول انه توجد علاقة بين استخدام شبكة التواصل الاجتماعي وسرعة تداول ووصول المعلومة داخل مؤسسة كوندور. كما أن قيمة كا(2) المحسوبة كانت  $(4.897)$  عند درجة حرية (3) ومستوى دلالتها  $(0.179)$ ، وهي اصغر من قيمتها الجدولية، ومنه نقول انه لا توجد علاقة بين استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك وتسهيل سيرورة العمل في مؤسسة كوندور الكرتونيكس. كما يظهر جليا في الجدول أعلاه أن قيمة كا(2) المحسوبة قد بلغت  $(8.372)$  عند درجة حرية (3) ومستوى دلالتها  $(0.038)$ ، وهي أكبر من قيمها الجدولية ومنه نقول انه توجد علاقة بين استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك والقضاء على التشويش الذي قد يصيب المعلومة في مؤسسة كوندور الكرتونيكس. ونلاحظ أن قيمة كا(2) المحسوبة قد بلغت قيمتها  $(44.256)$  عند درجة حرية (3) ومستوى دلالتها  $(0.000)$  وهي أكبر من قيمها الجدولية وهنا نقول انه توجد علاقة بين استخدام شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك وتسهيل التفاعل في مؤسسة كوندور.

وقد كانت قيمة كا(2) (13.123) عند درجة حرية (3) ومستوى دلالتها (0.004) وهي أكبر من قيمها الجدولية ونستنتج أنه توجد علاقة بين استخدام الفيسبوك وسهولة الاتصال بين الموظفين في مؤسسة كوندور الإلكترونيكس.

ويكشف الجدول أعلاه أن قيمة كا(2) المحسوبة قد بلغت (31.428) عند درجة حرية (3) ومستوى دلالتها (0.000) وهي أكبر من قيمها الجدولية، ومنه يمكن أن نقول انه توجد علاقة بين استخدام شبكة التواصل الاجتماعي والقضاء على عوائق الاتصال داخل مؤسسة كوندور الإلكترونيكس.

وعليه يمكن القول أن موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك سهل من الاتصال الداخلي لمؤسسة كوندور الإلكترونيكس من خلال المؤشرات التي ذكرها الباحث والخاصة بالاتصال الداخلي، وقد تحققت الفرضية التي اقترحها الباحث، حيث توجد علاقة بين استخدام الفيسبوك وتحسن الاتصال الداخلي لمؤسسة كوندور.

- الفرضية الخامسة: توجد علاقة بين استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في مؤسسة كوندور الإلكترونيكس و تحسن الاتصال الخارجي للمؤسسة عند مستوى دلالة 0.05.

جدول رقم (5) يبين العلاقة بين استخدام شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك وتحسن الاتصال الخارجي للمؤسسة.

مستوى الدلالة	كا	n	شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك						مظاهر تحسن الاتصال الخارجي
			المجموع		لا يستخدم		يستخدم		
			%	ت	%	ت	%	ت	
***0.019	**34.069	3	100	60	28.33	17	71.66	43	التعريف بالمؤسسة لدى متعاملها بصورة أكبر
***0.013	**25.014	3	100	60	35.00	21	65.00	39	تحسين صورة المؤسسة
***0.000	**52.237	3	100	60	11.66	7	88.33	53	ربط المؤسسة بالجمهور الخارجي والتواصل معه

0.050 ***	7.798 **	3	100	60	63.33	38	36.66	22	تسهيل الاتصال بالمؤسسات الأخرى
--------------	-------------	---	-----	----	-------	----	-------	----	-----------------------------------

- ملاحظة: يمكن أن يختار المبحوث أكثر من إجابة.

\*\* كا(2) الجدولية عند درجة حرية(3) ومستوى دلالة  $0.05 = (7.815)$ ، عند مستوى دلالة  $0.01 = (11.345)$ ، وعند مستوى دلالة  $0.001 = (16.266)$ .

\*\*\* دال إحصائيا.

من خلال الجدول رقم(5) والذي يبين العلاقة بين استخدام شبكة التواصل الاجتماعي وتحسن الاتصال الخارجي لمؤسسة كوندور الإلكترونيكس من خلال التعريف بالمؤسسة لدى متعلميها بصورة أكبر يظهر لنا أن قيمة كا(2) المحسوبة كانت  $(34.069)$  عند درجة حرية (3) ومستوى دلالة  $(0.019)$  وهي أكبر من قيمتها الجدولية ويمكن أن نقول انه توجد علاقة بين استخدام شبكة التواصل الاجتماعي في مؤسسة كوندور والتعريف بالمؤسسة لدى متعلميها بصورة أكبر.

بما أن قيمة كا(2) المحسوبة كانت  $(25.014)$  عند درجة حرية (3) ومستوى دلالتها  $(0.013)$ ، وهي اصغر من قيمتها الجدولية، ومنه نقول انه توجد علاقة بين استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في مؤسسة كوندور وتحسن صورة المؤسسة.

كما يظهر جليا في الجدول أعلاه أن قيمة كا(2) المحسوبة قد بلغت  $(52.237)$  عند درجة حرية (3) ومستوى دلالتها  $(0.000)$ ، وهي أكبر من قيمها الجدولية ومنه نقول انه توجد علاقة بين استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في مؤسسة كوندور وربط المؤسسة بالجمهور الخارجي والتواصل معه.

كما نلاحظ أن قيمة كا(2) المحسوبة قد بلغت قيمتها  $(7.798)$  عند درجة حرية (3) ومستوى دلالتها  $(0.050)$  وهي أكبر من قيمها الجدولية وهنا نقول أنه توجد علاقة بين استخدام شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك في مؤسسة كوندور وتسهيل الاتصال بالمؤسسات الأخرى.

وعليه يمكن القول أن موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك سهل من الاتصال الخارجي لمؤسسة كوندور الإلكترونيكس من خلال المؤشرات التي ذكرها الباحث والخاصة بالاتصال الخارجي، وقد تحققت الفرضية التي اقترحها الباحث، حيث توجد علاقة بسن استخدام الفيسبوك وتحسن الاتصال الخارجي لمؤسسة كوندور.

#### - خاتمة:

لعل أبرز نقطة يمكن الإشارة إليها في هذه الدراسة هو الاستخدام الأمثل لهذه التكنولوجيا الحديثة ووسائلها الجديدة في شكل الإعلام الجديد فيما يخدم المؤسسات الاقتصادية من ناحية التواصل والاتصال المؤسساتي، ونشاطه الداخلي والخارجي، وكذا بيئة ومحيط عمل المؤسسة، وعلاقتها مع مختلف فروعها ونقاط بيعها، وموردتها وموزعيها، وكذا علاقاتها مع مختلف المؤسسات الأخرى سواء حكومية أو غير ذلك من أجل النهوض بالمؤسسة في حد ذاتها والنهوض بالاقتصاد الوطني في ظل العولمة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية، وفرض النفس على المستوى المحلي والإقليمي، ولما لا على المستوى العالمي.

مواقع التواصل الاجتماعي اليوم وعلى غرار الفيسبوك اليوتوب والتوتير وهي تتيح فضاءات للمؤسسات الاقتصادية من اجل فتح أو قنوات أو إنشاء صفحات من خلالها يمكن لها ان تعرض منتجاتها على الزبون لكي تصل إليه في الوقت المناسب وبأقل تكاليف التي كانت باهظة الثمن فيما مضى مع الإعلام التلفزيون وعبر الجرائد والمجلات، ومن خلال هذه الصفحات يمكن الوصول إلى الزبون، وما تتيح من التواصل معه في عمليات الشراء والبيع والتسوق عبر الفضاء الأزرق الفيسبوكي خاصة إذا ما ارتبط بخدمات التوصيل الفوري من طرف القائمين على المؤسسة، وكذا الدفع الإلكتروني للأموال والفواتير من طرف الزبائن والمتعاملين الخواص أو العموميين، وهذا ما يلوح في الأفق ظهور ما يسمى بالاقتصاد الرقمي أو التجارة الإلكترونية أو المساحات التجارية على مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة موقع الفيسبوك لأنه لاقا شيوعا في الفترات الأخيرة في الأوطان العربية عموما وفي الجزائر على وجه الخصوص.

- قائمة المراجع:

- 1- بن مرسي أحمد، (2013): الأسس العلمية لبحوث الإعلام والاتصال، ط1، الجزائر: الورسم للنشر والتوزيع.
- 2- الحسن إحسان محمد، (1987): الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي، بيروت، لبنان: دار الطليعة.
- 3- حمدي محمد الفاتح وآخرون، (2011): تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة الاستخدام والتأثير، ط1، الجزائر: كنوز الحكمة للنشر والتوزيع.
- 4- دويدري رجاء وحيد، (2000): البحث العلمي أساسياته النظرية وممارساته العلمية، دمشق، سوريا: دار الفكر.
- 5- سن موسي عبد الله، (1999): عصر العولمة الدور والتحديات الجديدة، بيروت، لبنان: الدار الجامعية.
- 6- السيد أمينة عادل سلجان، عبد العالي هبة محمد خليفة، (2009): الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على الأخصائي بالملكة، دراسة شاملة للتواجد والاستخدام لموقع الفيسبوك، مكتبة شوقي سالم، جامعة حلوان.
- 7- شقرة علي خليل، (2014): الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، عمان، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 8- طرطار أحمد، (1999): تقنيات المحاسبة العامة في المؤسسة، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- 9- عادل فتحي حسين، (2011): وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيسبوك، القاهرة، مصر: العربي للنشر والتوزيع.
- 10- عبد الحميد محمد، (2000): البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة، مصر: عالم الكتب.
- 11- عبد الوهاب عبد الباسط محمد، (2005): استخدام تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني، الأردن: المكتب الجامعي الحديث.
- 12- عبود صويل، (1982): اقتصاد المؤسسة، ط2، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- 13- عدون ناصر دادي، (1998): اقتصاد المؤسسة، ط2، الجزائر: دار المحمدية العامة.

- 14- مقابلة (تاريخ 05-11-2016): أجراها الباحث مع السيد: بومدين علي مدير الموارد البشرية بمؤسسة كوندور الكترونيكس، بمقر المؤسسة.
- 15-Obar. Jonathan A. Wildman. Steve: «Social media definition and the governance challenge: An introduction to the special issue». telecommunications, Policy, 39.
- 16-Sadok Hammami, (2006): «La presse électronique en Tunisie: acteurs et pratiques» note de présentation du dossier «la presse électronique», Revue Tunisiennede communication, N°46 juillet Décembre 2006.
- 17- [www.pcmag.com](http://www.pcmag.com) 2016/10/12 تاريخ الاسترجاع