

تكليف الأسبوع الثاني
مقرر: دراسات نقدية 1 – برنامج الدكتوراه

إعداد: علي القرني

Ali Alqarni

الرقم الجامعي:

253002107



نقد ورقة بحثية من حيث
(مصطلحات الدراسة – الدراسات السابقة)



Journal of Human and Social Sciences (JHSS) • Vol 9, Issue 6 (2025) • P: 36 - 21

<https://journals.ajsrp.com/index.php/jhss>

ISSN: 2522-3380 (Online) • ISSN: 2522-3380 (Print)

Institutional Communication in the Digital Age: Innovative Strategies for Deepening Public Engagement through the Synergy of Knowledge Management and Innovation

Dr. Mohamed Ouldali

University Sidi Mohamed Ben Abdellah | Morocco

Received:
08/05/2025

Revised:
18/05/2025

Accepted:
02/06/2025

Published:
30/06/2025

* Corresponding author:
mohamedouldali@gmail.com

Citation: Ouldali, M.
(2025). Institutional
Communication in the
Digital Age: Innovative
Strategies for Deepening
Public Engagement
through the Synergy of
Knowledge Management
and Innovation. *Journal of
Humanities & Social
Sciences*, 9(6), 21 – 36.
<https://doi.org/10.26389/ajsrp.0100525>

2025 © AISRP - Arab
Institute of Sciences &
Research Publishing
(AISRP), Palestine, all
rights reserved.

* Open Access



This article is an open
access article distributed
under the terms and
conditions of the Creative
Commons Attribution (CC
BY-NC) license

Abstract: Over the past two decades, the world has undergone an unprecedented digital revolution that has fundamentally reshaped numerous sectors, particularly within business and institutional environments. In this evolving context, corporate communication has transcended its traditional role as a mere conduit for information exchange to become a strategic asset for reinforcing institutional identity, managing reputational capital, and shaping public opinion. Moreover, it has become a foundational pillar for cultivating sustainable relationships with diverse stakeholder groups, both internal and external to the organization. Given the accelerating pace of digitalization, organizations can no longer sustain their competitiveness or long-term viability without critically reassessing and adapting their communication strategies to align with emerging technological paradigms. Within this strategic landscape, knowledge management stands out as a pivotal enabler, empowering organizations to harness, structure, and analyze their intellectual assets effectively. It facilitates informed decision-making and fosters a culture of continuous innovation. Concurrently, cutting-edge digital technologies—such as artificial intelligence, big data analytics, and extended reality—are demonstrating remarkable potential in enhancing communication effectiveness, transparency, and audience engagement. Consequently, digital transformation is no longer an optional enhancement but a strategic imperative that compels institutions to implement innovative solutions aimed at optimizing user experience and consolidating competitive advantage in an increasingly dynamic environment. This study seeks to critically examine the interplay between corporate communication and knowledge management in advancing organizational strategic objectives. Particular attention is given to the transformative impact of digital technologies on institutional interaction strategies. Furthermore, the research investigates the role of emerging tools—especially extended reality—in fostering deeper and more effective audience engagement, thereby strengthening institutional loyalty and promoting sustainable development. Through this lens.

Keywords: Corporate Communication – Knowledge Management – Innovation – Audience Engagement – Digital Transformation.

التواصل المؤسسي في العصر الرقمي: استراتيجيات معاصرة لتعزيز التفاعل مع الجمهور
من خلال التكامل بين إدارة المعرفة والابتكار

الدكتور / محمد ولدعلي

جامعة سيدي محمد بن عبد الله | المغرب

المستخلص: شهد العالم خلال العقد الأخير طفرة رقمية غير مسبوقة أحدثت تحولات جذرية في مختلف المجالات، لا سيما في بيئة الأعمال والمؤسسات. في هذا السياق، بات التواصل المؤسسي أكثر من مجرد وسيلة لنقل المعلومات، إذ أصبح أداة استراتيجية لتعزيز الهوية المؤسسية، وإدارة السمعة، وتوجيه الرأي العام، فضلاً عن كونه ركيزة أساسية في بناء علاقات مستدامة مع مختلف الفئات المستهدفة. سواء داخل المؤسسة أو خارجها. ومع تسارع الرقمنة، لم تعد المؤسسات قادرة على تحقيق نجاحاتها واستدامتها دون إعادة النظر في استراتيجياتها التواصلية وتكييفها مع التطورات التكنولوجية الحديثة.

في هذا الإطار، تبرز إدارة المعرفة كعامل جوهري في تمكين المؤسسات من الاستفادة القصوى من مواردها الفكرية، إذ تلعب دوراً رئيسياً في جمع المعلومات، وتنظيمها، وتحليلها بطرق تتيح تحسين عمليات اتخاذ القرار وتعزيز الابتكار. وبالتوازي مع ذلك، تمثل التقنيات الرقمية المتقدمة، مثل الذكاء الاصطناعي، البيانات الضخمة، والواقع الممتد، أدوات فعالة تلعب للمؤسسات الإرتقاء بجودة تواصلها وتعزيز مستويات الشفافية والتفاعل مع جمهورها. ومن هذا المنطلق، لم يعد التحول الرقمي خياراً تكميلياً، بل أصبح ضرورة استراتيجية تفرض على المؤسسات تبني حلول مبتكرة لتحسين تجربة المستخدم وتعزيز موقعها التنافسي في بيئة شديدة الديناميكية والتغير. ويضمن هذا الإطار، يسعى هذا البحث إلى تحليل دور التواصل المؤسسي وإدارة المعرفة في تحقيق الأهداف الاستراتيجية للمؤسسات، مع التركيز على أثر التحول الرقمي في إعادة تشكيل استراتيجيات التفاعل المؤسسي، كما يناقش البحث كيفية توظيف التقنيات الحديثة، لا سيما الواقع الممتد، في بناء علاقات تفاعلية أكثر فاعلية مع الجمهور، مما يسهم في تعزيز الولاء المؤسسي ودعم استدامة نموه من خلال هذا الطرح.

الكلمات المفتاحية: التواصل المؤسسي - إدارة المعرفة - الابتكار - الجمهور - التحول الرقمي.

العنوان: التواصل المؤسسي في العصر الرقمي : استراتيجيات معاصرة
لتعزيز التفاعل مع الجمهور من خلال التكامل بين إدارة المعرفة والابتكار

تم النشر بواسطة: مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية.

المجلد: 9.

العدد: 6.

السنة: 2025م.

اسم الباحث: محمد ولدعلي.

رابط ملف الاطلاع على الورقة البحثية: [انقر هنا](#)

أولاً / نقد مصطلحات الدراسة

1/ اختيار التعاريف ومصادرها

اعتمدت الدراسة على مجموعة من المصطلحات المركزية مثل التواصل المؤسسي، العصر الرقمي، التحول الرقمي، إدارة المعرفة، والابتكار.

ورغم شمولها لمفاهيم رئيسية في مجال الاتصال والإدارة، فإن الورقة لم تُقدّم تعريفات دقيقة أو موحدة لكل مصطلح، بل استخدمتها ضمن السياق التحليلي دون تحديد واضح للمرجع النظري أو المصدر المعتمد لكل مفهوم

الملاحظة: غياب توثيق صريح للتعاريف يقلل من صرامة الإطار المفاهيمي.
التوصية: تحديد مصدر كل تعريف (مثل تعريف التواصل المؤسسي وفق المدرسة الاتصالية الحديثة أو تعريف التحول الرقمي وفق منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية) لضمان اتساق المفاهيم.

أولاً/ نقد مصطلحات الدراسة

2/ عمق التعريف وتنويع المصادر

تبدو الدراسة غنية بالمفردات النظرية لكنها تعتمد غالباً على المعالجة الوصفية العامة دون الإشارة إلى أدبيات معيارية أو تصنيفات سابقة في أدبيات الاتصال المؤسسي.

الملاحظة: قلة المراجع المتخصصة تقلل من عمق البناء المفاهيمي.
التوصية: تعزيز العمق عبر الرجوع إلى أعمال رواد المجال مثل: كورنيليسن (الاتصال المؤسسي)، وكاستيلز (مجتمع الشبكة) وربطها بمفاهيم الاقتصاد المعرفي والتحول الرقمي.

أولاً/ نقد مصطلحات الدراسة

3/ وضوح العلاقة بين المصطلحات

لم تُقدّم الدراسة خريطة مفاهيمية توضح كيفية تداخل مصطلحات التواصل المؤسسي وإدارة المعرفة والابتكار ضمن الإطار النظري للبحث.

الملاحظة: العلاقة بين هذه المصطلحات وردت ضمناً دون تحليل للتكامل أو التفاعل المتبادل بينها.
التوصية: صياغة نموذج تصوّري يظهر كيف يدعم التحول الرقمي ممارسات التواصل المؤسسي، وكيف تسهم إدارة المعرفة والابتكار في تحقيق القيمة المؤسسية المضافة.

أولاً/ نقد مصطلحات الدراسة

4/ الإطار النظري المصاحب للمصطلحات.

أشارت الورقة إلى أنها تسعى لبناء إطار نظري لفهم التحولات الاستراتيجية في التواصل المؤسسي غير أن العرض جاء عاماً ولم يبيّن الأبعاد التحليلية (التقنية، التنظيمية، الاجتماعية).

الملاحظة: يفتقر الإطار إلى التحديد الدقيق للمتغيرات البينية أو المحورية في نموذج البحث.
التوصية: تطوير إطار نظري موسّع يشمل:

- مستويات التواصل (الداخلي، الخارجي، المجتمعي).
- أبعاد التحول الرقمي (التقنية، الثقافة، القيادة).
- مؤشرات قياس الأداء الاتصالي في البيئات الرقمية.

أولاً/ نقد مصطلحات الدراسة

5/حادثة وتكامل المصطلحات.

رغم حادثة الموضوع، إلا أن بعض المصطلحات الحديثة مثل الذكاء الاتصالي والاتصال الذكي وردت بشكل جزئي في التوصيات فقط، ولم تُدمج ضمن الإطار المفاهيمي.

التوصية: تضمين مصطلحات ناشئة مثل الذكاء الاصطناعي الاتصالي والتحليلات التنبؤية للاتصال ضمن صلب الدراسة لتحديث المفهوم وربطه بالاتجاهات البحثية المعاصرة.

ثانياً/ نقد الدراسات السابقة

1/ تنظيم الدراسات ومناخ البحث

استعرضت الورقة عدداً من الدراسات السابقة لكنها لم تُنظّمها وفق منهجية محددة (زمنية أو موضوعية).

الملاحظة: غياب التصنيف الموضوعي (مثل دراسات في الاتصال الرقمي، دراسات في إدارة المعرفة، دراسات في الابتكار الاتصالي).

التوصية: إعادة تنظيم الدراسات السابقة وفق محاور واضحة، مثل:

- محور التحول الرقمي في الاتصال المؤسسي.
- محور إدارة المعرفة والتواصل الداخلي.
- محور الذكاء الاتصالي والابتكار المؤسسي.

ثانياً/ نقد الدراسات السابقة

2/ التركيز المحلي مقابل العالمي:

تنوّعت مصادر الدراسات بين العربية والعالمية، إلا أن التحليل المقارن بين السياقات لم يكن كافياً.

الملاحظة : غياب المقارنة بين الاتجاهات البحثية العربية والغربية حد من عمق التحليل.
التوصية: إدراج مقارنة تحليلية توضح أوجه الاختلاف في تطبيق مفهوم التواصل المؤسسي الرقمي بين البيئات العربية المتحولة رقمياً والبيئات العالمية المتقدمة.

ثانياً/ نقد الدراسات السابقة

3/ نقد منهجيات الدراسات السابقة.

اكتفت الورقة بوصف المناهج البحثية دون تقييم نقدي لمدى ملاءمتها أو جودة أدواتها.

الملاحظة: لم تُذكر حدود الدراسات السابقة أو صلاحية أدوات القياس المستخدمة.

التوصية: إدراج فقرة تحليلية أو جدول نقدي يوضح نوع المنهج، حجم العينة، أداة القياس، ونقاط القوة والضعف لكل دراسة، بما يبرز مدى موثوقية الأدبيات المعتمدة.

ثانياً/ نقد الدراسات السابقة

4/ فجوات البحث المستخلصة.

ذكرت الورقة أن الدراسات السابقة ركّزت على الجوانب التقنية وأغفلت القيم الإنسانية وأخلاقيات الاتصال، لكنها لم تحدد الفجوات البحثية بدقة.

الملاحظة: صياغة الفجوة البحثية كانت عامة وغير محددة بمنهج أو مجال.

التوصية: تحديد فجوات دقيقة مثل:

- نقص الدراسات التي تقيس أثر الذكاء الاصطناعي على العلاقات المؤسسية.
- غياب أدوات كمية لتقييم مستوى النضج الاتصالي في المؤسسات.
- قلة الأبحاث التطبيقية حول الابتكار الاتصالي في القطاعات الحكومية.

ثانياً/ نقد الدراسات السابقة

5/ الارتباط بالتحول الوطني:

لم تُبرز الورقة بوضوح العلاقة بين نتائج الدراسات السابقة ومبادرات التحول الرقمي في الدول العربية مثل رؤية المملكة 2030 م.

الملاحظة : غياب الربط التطبيقي بين الأدبيات والسياسات الوطنية للتحول الرقمي.
التوصية: إدماج دراسات عربية حديثة حول استراتيجيات التحول الاتصالي وربطها بمبادرات حديثة.

التوصيات البحثية المستقبلية:



- توسيع المفهوم: دراسة تطبيقات التواصل المؤسسي الرقمي في القطاعات المختلفة ومقارنة نتائجها.
- تعزيز الإطار العالمي: توظيف نماذج وأطر دولية لتوحيد المصطلحات وتحسين القياس البحثي.
- استكشاف المفاهيم الحديثة: التركيز على قضايا الذكاء الاتصالي والتحول الاتصالي الرقمي في بيئات العمل.
- تحليل مقارنة: إجراء مقارنات بين التجارب العربية والعالمية في الاتصال المؤسسي الرقمي.
- قياس الأثر: تطوير أدوات علمية لقياس أثر التحول الرقمي على كفاءة التواصل والثقة المؤسسية.

الخلاصة العامة :



تُبرز الدراسة أهمية التواصل المؤسسي في ظل التحول الرقمي، لكنها تحتاج إلى تعميق الإطار المفاهيمي وتنظيم الأدبيات السابقة بصورة أكثر منهجية، مع تحديد فجوات بحثية دقيقة تُساهم في توجيه الدراسات المستقبلية وتعزيز القيمة العلمية للبحث.



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

