

جامعة ميدأوشن

كلية الإدارة

تخصص علاقات عامة



عنوان البحث

دور شبكات التواصل الاجتماعي في تطوير العمليات التنظيمية داخل العلاقات العامة

دراسة تطبيقية على شركة الاتصالات السعودية (STC)

إعداد الطالب/

ميعاد مبارك ابن عبد الرحمن الحرامله

العام الدراسي:

٢٠٢٥

جدول المحتويات

٢	أولاً: مقدمة الدراسة.....
٣	ثانياً: مشكلة الدراسة.....
٤	ثالثاً: أهداف الدراسة.....
٥	رابعاً: أهمية الدراسة.....
٥	خامساً: الدراسات السابقة.....
١٤	سادساً: المنهجية وطرق البحث.....
١٧	سابعاً: أدوات الدراسة.....
١٨	ثامناً: حدود الدراسة.....
١٩	تاسعاً: الأساليب الإحصائية.....
١٩	عاشراً: تقسيم الدراسة المقترح.....
٢٠	قائمة المراجع:.....

أولاً: مقدمة الدراسة

يُعد القرن الحادي والعشرون عصر الثورة التكنولوجية والمعرفية بامتياز، حيث شهد العالم تطورات غير مسبوقة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال، انعكست آثارها على مختلف مجالات المعرفة. فقد ساهمت هذه الثورة في تعزيز حالة من التقارب الثقافي والاجتماعي، وإزالة العديد من الحواجز التقليدية كالفوارق الطبقية والعرقية والحدود الجغرافية، مما أدى إلى تداخل وتزاوج بين الثقافات. ومن أبرز مظاهر هذا التحول ظهور مواقع التواصل الاجتماعي، التي تُعد إحدى أهم نتائج هذه الطفرة التكنولوجية، حيث أصبحت جزءاً لا يتجزأ من الحياة اليومية. وتمتاز هذه الوسائط بقدرات تقنية وفنية عالية جعلت منها أدوات لا غنى عنها، وأسهمت بشكل كبير في تسريع وتيرة التواصل وجعل العالم أكثر ترابطاً، أشبه بقرية كونية صغيرة. (السلامة، ٢٠٢٠، ص ٢)

وفي ظل التطور التكنولوجي الهائل الذي يشهده العصر الحديث، ظهرت شبكات التواصل الاجتماعي كأحد أبرز مظاهر التحول الرقمي داخل المؤسسات. فقد فرضت هذه الطفرة التكنولوجية واقعاً جديداً في بيئات العمل، حيث بات من الضروري اعتماد أدوات اتصال حديثة تتماشى مع سرعة التغيرات وتعدد التحديات. ونتيجة لذلك، بدأت المؤسسات في إدماج شبكات التواصل الاجتماعي ضمن بنيتها التنظيمية، سواء لأغراض الاتصال الداخلي أو التفاعل الخارجي، لما تتميز به هذه الشبكات من سهولة الاستخدام، وسرعة الوصول، وتعدد الوسائط، مما جعلها جزءاً لا يتجزأ من المنظومة المؤسسية المعاصرة. (علي، ٢٠١٨، ص (ب))

وتعتبر العمليات التنظيمية داخل إدارة العلاقات العامة من الركائز الأساسية التي تقوم عليها فعالية العمل المؤسسي، حيث تُسهم بشكل مباشر في تنسيق الأداء الإداري الداخلي وتعزيز الاتصال التنظيمي بين مختلف الوحدات. وتُمثل هذه العمليات الوسائل التي تعتمد عليها إدارة العلاقات العامة في تنظيم أنشطتها، وتحقيق التكامل بين الوظائف الإدارية المختلفة، بما يضمن تحقيق الانسجام والتعاون داخل المؤسسة. كما تُسهم العمليات التنظيمية في نقل المعلومات وتوزيعها بفعالية، ونشر الأنظمة والسياسات الإدارية، مما يدعم عملية اتخاذ القرار السليم. وتبرز أهمية هذه العمليات خصوصاً في ظل التحول الرقمي وتطور أدوات الاتصال، حيث أصبحت إدارة العلاقات العامة مطالبة بتبني أساليب تنظيمية مرنة ومتكاملة تُواكب التغيرات وتُسهم في تحسين الأداء المؤسسي والتفاعل مع الجمهور بكفاءة أعلى. (عبدالعزیز، ٢٠٢١، ص ٤٨)

وقد شكّل التقدم التكنولوجي المتسارع وما تبعه من تحولات سياسية واقتصادية واجتماعية دافعاً رئيساً لإعادة النظر في موقع العلاقات العامة داخل المؤسسات، حيث باتت تلعب دوراً جوهرياً في دعم العمليات التنظيمية وتطويرها. فقد أصبحت العلاقات العامة وظيفة تنظيمية محورية، تساهم في تنسيق الاتصال الداخلي، وتعزيز العلاقات مع الجمهور الخارجي، بما يخدم أهداف المؤسسة ويعكس توجهاتها الاستراتيجية. وفي ظل البيئة الرقمية المعقدة، توسّع دور العلاقات العامة ليشمل المساهمة في صنع القرار الاتصالي، وصياغة السياسات الإعلامية، وضمان تدفق المعلومات بفعالية داخل المؤسسة، ومن ثم تمثل العلاقات العامة أداة فاعلة في بناء صورة إيجابية للمؤسسة وضمان تفاعلها السلس مع محيطها الديناميكي. (حسن، ص ٩٥)

وفي هذا السياق، برزت شبكات التواصل الاجتماعي كأداة استراتيجية فعالة تسهم في تطوير العمليات التنظيمية داخل إدارات العلاقات العامة، حيث مكّنت المؤسسات من تحقيق أهدافها التنظيمية والتوسعية، كما ساعدت هذه الشبكات على تعزيز فعالية الاتصال الداخلي والخارجي، وتحسين التفاعل مع الجمهور، إلى جانب تقليل تكاليف الاتصال والتشغيل، مما انعكس بشكل إيجابي على كفاءة إدارة العلاقات العامة داخل المؤسسة. ومن ثمّ، أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي عنصراً فاعلاً في إعادة تشكيل الهيكل الاتصالي للمؤسسات وتعزيز مرونة عملياتها التنظيمية. (الوكيل، ٢٠٢٠، ص ٨٨)

ثانياً: مشكلة الدراسة

لقد شهدت المؤسسات في مختلف القطاعات، ومن بينها قطاع الاتصالات، تحولات كبيرة في أنماط العمل وأساليب الاتصال، خاصة في ظل التطور المتسارع لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات. وقد أفرز هذا الواقع الجديد تحديات وفرصاً أمام إدارات العلاقات العامة، التي أصبحت مطالبة بإعادة هيكلة عملياتها التنظيمية لتتماشى مع بيئة العمل الرقمية الحديثة، ذلك جنباً إلى أن عدم مواكبة مؤسسات قطاع الاتصالات لهذا التطور التقني، أو ضعف استثمارها في توظيف شبكات التواصل الاجتماعي بشكل فعال، قد يؤدي إلى تأثيرات سلبية على العمليات التنظيمية للعلاقات العامة، تتمثل في ضعف تدفق المعلومات، وبطء الاستجابة للجمهور، وتراجع مستوى التفاعل الداخلي والخارجي، وهذا ما أكدت عليه دراسة (أحمد، أبو حصيرة، ٢٠٢١).

وفي هذا السياق، تُعد شركة الاتصالات السعودية (STC) من أبرز الكيانات الوطنية الرائدة التي تسعى إلى تعزيز مكانتها في السوق من خلال تبني التحول الرقمي وتحديث بنيتها الاتصالية. غير أن التحولات التنظيمية المتسارعة وتزايد الاعتماد على التكنولوجيا الحديثة، لا سيّما في مجال شبكات التواصل الاجتماعي، تفرض تحديات حقيقية على قدرة إدارة العلاقات العامة في الشركة على تحقيق التكامل بين الأدوار الاتصالية التقليدية والرقمية. ويُلاحظ أن الاستخدام المحدود أو غير الممنهج لهذه الشبكات قد يؤثر سلبًا على كفاءة العمليات التنظيمية داخل العلاقات العامة، ويُضعف من فاعلية الأداء الاتصالي والتنسيق الداخلي، ويقلل من قدرة المؤسسة على بناء علاقات تفاعلية ومستدامة مع جمهورها، ومن هنا تكمن المشكلة البحثية في التساؤل الرئيسي التالي:

"إلى أي مدى تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في تطوير العمليات التنظيمية داخل العلاقات العامة في شركة

الاتصالات السعودية STC"

ويندرج من التساؤل الرئيسي جملة من التساؤلات الفرعية تتمثل في الآتي:

- ما المقصود بشبكات التواصل الاجتماعي؟ وما هي أبرز الشبكات المستخدمة في قطاع الاتصالات؟
- ما طبيعة العمليات التنظيمية التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة في شركة الاتصالات السعودية STC؟
- ما هو دور شبكات التواصل الاجتماعي في تطوير العمليات التنظيمية داخل العلاقات العامة في شركة STC؟
- ما هي أبرز التحديات التي تواجه العمليات التنظيمية الخاصة بالعلاقات العامة داخل شركة STC؟

ثالثًا: أهداف الدراسة

تقوم الدراسة على تحقيق هدف رئيسي يتمثل في التالي:

"تحديد مدى مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تطوير العمليات التنظيمية داخل العلاقات العامة في شركة

الاتصالات السعودية STC"

ويندرج من الهدف الرئيسي عدة أهداف فرعية تتمثل في التالي:

- التعرف على مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي واستعراض أبرز المنصات المستخدمة في قطاع الاتصالات.
- تحليل طبيعة العمليات التنظيمية التي تضطلع بها إدارة العلاقات العامة في شركة الاتصالات السعودية (STC).

- تحديد دور شبكات التواصل الاجتماعي في تطوير وتحسين العمليات التنظيمية داخل العلاقات العامة في شركة STC.
- رصد أبرز التحديات التي تواجه العمليات التنظيمية للعلاقات العامة داخل شركة STC.

رابعاً: أهمية الدراسة

أ. الأهمية العلمية:

- تساهم الدراسة في إثراء الأدبيات العلمية المتعلقة بعلاقة شبكات التواصل الاجتماعي بالعمليات التنظيمية داخل العلاقات العامة.
- تسلط الدراسة الضوء على التكامل بين أدوات الاتصال الرقمي والمفاهيم الإدارية والتنظيمية في بيئة العلاقات العامة.
- توضح الدراسة كيفية تحول العلاقات العامة من وظيفة تقليدية إلى وظيفة استراتيجية تعتمد على التكنولوجيا الرقمية.

ب. الأهمية العملية:

- تساعد الدراسة صناع القرار في شركة STC على فهم واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وأثره في تطوير أداء العلاقات العامة.
- تساعد الدراسة في تحسين آليات الاتصال الداخلي والخارجي بما يساهم في رفع كفاءة المؤسسة في الاستجابة والتفاعل مع جمهورها.
- تمثل الدراسة أداة لتشخيص التحديات التنظيمية الراهنة واقتراح حلول تقنية حديثة لها.

خامساً: الدراسات السابقة

المحور الأول: الدراسات الخاصة بالمتغير المستقل (شبكات التواصل الاجتماعي)

- دراسة (الشيخ، ٢٠٢٣). بعنوان "شبكات التواصل الاجتماعي: النشأة والمفهوم والخصائص"

هدفت هذه الدراسة إلى فهم وتحليل شبكات التواصل الاجتماعي من خلال إبراز خصائصها المميزة مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية، وتتبع تطورها عبر التاريخ في ظل التحول الرقمي والثورة المعلوماتية، كما تسعى إلى سد فجوة في الدراسات

العربية من خلال تقديم محتوى علمي يعزز مجالات الإعلام والاتصال، ويدعم الباحثين والطلاب المهتمين بهذا المجال. وقد اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي والمنهج التاريخي لتحقيق أهداف الدراسة.

وتوصلت الدراسة إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي تمثل تطوراً جوهرياً في ميدان الإعلام والاتصال، حيث شكلت تحولاً نوعياً منذ أواخر القرن العشرين، وأسهمت في إعادة تشكيل العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام من خلال توفير فضاءات مفتوحة للتعبير والمشاركة بعيداً عن الأطر التقليدية للمؤسسات الإعلامية. وقد بينت النتائج أن هذه الشبكات تؤثر بوضوح على المتلقي وتجعله أكثر تفاعلاً مع المحتوى الإعلامي، كما كشفت عن وجود خلط مفاهيمي بين شبكات التواصل والإعلام الإلكتروني والجديد والبديل. واستناداً إلى ما سبق، توصي الدراسة بضرورة توضيح حدود التداخل والتمييز بين هذه المفاهيم لتوفير أرضية معرفية دقيقة تساهم في تطوير الدراسات الإعلامية في البيئة الرقمية الحديثة.

■ دراسة (حلال، ٢٠٢٢). بعنوان "شبكات التواصل الاجتماعي: فضاء جديد لنشر ثقافة الحوار"

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف الدور الذي يمكن أن تضطلع به شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز ثقافة الحوار ونبذ التعصب والتطرف والكرهية التي قد تؤدي إلى العنف والنزاعات، من خلال مجموعة من الأهداف تتضمن: التعمق في مفهومي الحوار وشبكات التواصل الاجتماعي وتحديد طبيعة العلاقة بينهما، وتوضيح مجالات الحوار ضمن هذه الوسائل، وإبراز مدى مساهمة هذه الشبكات في نشر ثقافة الحوار استناداً إلى الواقع، وتحديد الأساليب الفعالة لتعزيز هذه الثقافة عبر المنصات الرقمية. وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، الذي يتيح تحليل طبيعة شبكات التواصل الاجتماعي كأحد وسائط الاتصال الرقمي، بهدف فهم دورها في تشكيل ثقافة الحوار عبر مفاهيم محورية مثل التفاهم، التعاون، التقارب، التكامل، والاحترام.

وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج والتوصيات التي تؤكد أهمية شبكات التواصل الاجتماعي كأدوات فعالة لنشر ثقافة الحوار، حيث تبين أنها من أبرز وسائل الاتصال الحديثة التي تجذب الأفراد، مما يمنحها قدرة مؤثرة على تعزيز قيم التواصل الإيجابي. كما أظهرت أن الاعتدال، وتقبل الآخر، والابتعاد عن التعصب تُعد شروطاً أساسية لنجاح الحوار عبر هذه المنصات. وتبرز الشبكات الاجتماعية كوسيلة فعالة في رفع مستوى الوعي الاجتماعي والثقافي والسياسي، خاصة لدى الشباب، بأهمية الحوار كقيمة حضارية. كما تساهم في محاربة الفكر المتطرف ونبذ الكراهية والعنف. وتوصي الدراسة بضرورة اضطلاع الفواعل المجتمعية بدورها في توجيه الأفراد نحو الاستخدام الإيجابي لهذه الشبكات من خلال التوعية

والتدريب، مع التأكيد على دور المؤسسات التعليمية في ترسيخ ثقافة الحوار، وتشجيع استخدام هذه المنصات لتبادل الخبرات والانفتاح على تجارب الآخرين بغض النظر عن الخلفيات العرقية أو الدينية أو اللغوية.

■ دراسة (خان، ٢٠٢٢). بعنوان "دور شبكات التواصل الاجتماعي في العلاقات الاجتماعية"

هدفت هذه الدراسة بشكل رئيس إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي "فيسبوك" و"واتساب" في دعم أو تفكيك العلاقات الاجتماعية لدى طلاب الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة، وذلك من خلال تحليل أنماط الاستخدام وتأثيراتها المختلفة. وقد سعت الدراسة لتحقيق عدد من الأهداف الفرعية، منها: فهم دوافع الطلاب لاستخدام هذه الشبكات، وتحديد مزاياها وعيوبها في السياق الاجتماعي، وتقديم إطار نظري لطبيعة العلاقات الاجتماعية عبر هذه الوسائط. كما تناولت الدراسة الآثار السلبية والإيجابية المترتبة على استخدام الطلاب لها، واستعرضت أبرز القضايا الاجتماعية المتداولة عبرها وتأثيرها على علاقاتهم. ولتحقيق هذه الأهداف تم اعتماد المنهج المسحي الميداني لملاءمته لطبيعة الدراسة وموضوعها، بما يسمح بجمع بيانات دقيقة من مجتمع الدراسة وتحليلها لفهم أبعاد تأثير شبكات التواصل على البنية الاجتماعية.

وأظهرت نتائج الدراسة أن جميع أفراد العينة يستخدمون شبكاتي "فيسبوك" و"واتساب" في علاقاتهم الاجتماعية، معظمهم منذ أكثر من ست سنوات، ويستخدمونها بشكل يومي، خاصة في أوقات الفراغ والمساء، مع تفضيل الهاتف المحمول. كما تبين أن هذه الشبكات تسهم في تعزيز بعض العلاقات الاجتماعية، مثل: تلك المبنية على الجيرة والاهتمامات المشتركة، لكنها تؤثر سلباً على الترابط الأسري والتواصل مع ثقافات مختلفة. وبناءً على ذلك، أوصت الدراسة بتوعية الطلاب بكيفية الاستخدام الأمثل لهذه الشبكات من خلال برامج تربية، ومقررات دراسية في التربية الإعلامية الناقدة، وتنظيم حملات توعوية، وتشجيع التفاعل الأسري، مع الدعوة لإجراء المزيد من الدراسات المستقبلية.

■ دراسة (Muninger, Mahr, Hammedid, ٢٠٢٢). بعنوان "استخدام وسائل التواصل الاجتماعي: مراجعة

لممارسات إدارة الابتكار"

هدفت هذه الدراسة إلى تعزيز فهم كيفية دعم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للابتكار داخل المؤسسات. وقد تم تحقيق هذا الهدف من خلال مراجعة منهجية لـ ١٧٧ مقالة علمية عبر أربعة مجالات رئيسية في إدارة الأعمال، تشمل

الابتكار، والتسويق، ونظم المعلومات، والإدارة العامة وقد استُخدم نهج الإطار المنهجي لتحليل المفاهيم، المحفزات، العوامل المساعدة، والنتائج المتعلقة بتوظيف التواصل الاجتماعي للابتكار، فضلاً عن تحديد الفرص البحثية المستقبلية. وقد أظهرت النتائج أن الأدبيات حول استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للابتكار موزعة على مستويات تحليل متعددة تشمل المنظمات، الشبكات، والأفراد، مع تحديد محفزات رئيسية مثل جمع المعلومات، تبادل المعرفة، والتفاعل السريع. كما تم تسليط الضوء على دور القدرات التكنولوجية وتحليل البيانات الضخمة وكفاءات إدارة الوسائط الرقمية والحكومة المؤسسية في تعزيز أثر الابتكار. كما تم رصد تأثير استخدام التواصل الاجتماعي على مستويات الأداء السوقي، تميّز المنتج، وكفاءته وقد أوصت الدراسة بوضع مقاييس جديدة لقياس تأثير التواصل الاجتماعي ضمن مراحل تطوير المنتجات، إضافة لإدماج الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات، وتعميق الفهم النظري حول التفاعلات متعددة الأطراف والسياقات التنظيمية لتعزيز إدارة هذه الوسائل بشكل فعال.

■ دراسة (آل عشوه، ٢٠٢١). بعنوان "برامج التواصل الاجتماعي وأثرها على استقرار الأسرة"

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف أثر استخدام برامج التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية بين الشباب وأولياء أمورهم في محافظة بيشة بالمملكة العربية السعودية، وذلك من خلال عدد من الأهداف الفرعية التي تشمل: التعرف على أنماط استخدام الشباب لتلك البرامج، وتحليل انعكاساتها على القيم الاجتماعية والأخلاقية لديهم، وقياس تأثيرها على مستوى التحصيل الدراسي، إضافة إلى فهم دور الأسرة في توجيه أبنائها في هذا السياق. وقد تم توظيف المنهج الوصفي بأسلوبه الارتباطي، بهدف دراسة الظاهرة كما هي في الواقع، ووصفها بشكل كمي دقيق يسمح بتحديد طبيعة العلاقات بين المتغيرات المختلفة، سواء كانت طردية أو عكسية، قوية أو ضعيفة.

وقد خلصت الدراسة إلى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي واسع الانتشار بين الشباب في محافظة بيشة بنسبة بلغت ٨٨,٥٪، ويُعد الواتساب وسناب شات الأكثر استخدامًا، بينما يستخدم معظم الأفراد هذه المواقع لفترات تتراوح بين ٣ إلى ٨ ساعات يوميًا، مما يؤثر سلبًا على الأنشطة اليومية والتحصيل الدراسي. كما أظهرت النتائج أن الاستخدام المفرط أدى إلى تراجع في العلاقات الأسرية والاجتماعية، ووجود تأثيرات سلبية على القيم الأخلاقية والاجتماعية، في حين أبدى المشاركون مواقف "محايدة" تجاه بعض الجوانب، وأكدوا أن الاستخدام غير المنضبط ينتهك الخصوصية ويضعف الانتماء الأسري. وفي ضوء هذه النتائج، أوصت الدراسة بضرورة تفعيل دور الأسرة في الرقابة والتوجيه، وتعزيز الحوار بين الآباء والأبناء، وتنظيم وقت استخدام هذه الوسائل، إلى جانب إطلاق حملات توعوية وتربوية وإعلامية، ووضع مقررات

تعليمية مبكرة تعالج هذا الموضوع، وتشجيع المحتوى المفيد والهادف، مع فرض رقابة أسرية وتشريعية على المحتوى غير الأخلاقي.

المحور الثاني: الدراسات الخاصة بالمتغير التابع (تطوير العمليات التنظيمية داخل العلاقات العامة)

■ دراسة (الرشود، ٢٠٢٤). بعنوان "تحليل استراتيجيات تطوير العمليات التنظيمية في البلدية: دراسة مقارنة

بين النظم الإدارية العالمية"

تهدف هذه الدراسة إلى فهم الأساليب الحديثة لتطوير العمليات التنظيمية داخل إدارات العلاقات العامة، من خلال تسليط الضوء على طبيعة هذه العمليات في شركة الاتصالات السعودية STC ، كما تهدف إلى تحليل كيفية توظيف شبكات التواصل الاجتماعي كأداة داعمة لتحسين هذه العمليات بما يعزز الكفاءة والتفاعل مع الجمهور. بالإضافة إلى ذلك، تسعى الدراسة إلى تقديم توصيات تطبيقية قابلة للتنفيذ يمكن أن تسهم في رفع مستوى الأداء التنظيمي للعلاقات العامة، استنادًا إلى التحديات والفرص التي يكشف عنها البحث. كما تهدف إلى تعزيز فعالية الاتصال المؤسسي الداخلي والخارجي عبر الاستخدام الأمثل لوسائل التواصل الاجتماعي، بما ينعكس إيجابًا على صورة المؤسسة ورضا الجمهور. ومن ثم، فإن الدراسة تمثل خطوة نحو تفعيل التحول الرقمي في مجال العلاقات العامة بوصفه ركيزة أساسية لتحقيق أهداف المؤسسة في بيئة تنافسية متغيرة.

وقد أظهرت نتائج الدراسة أهمية تحليل النظم الإدارية العالمية لتحديد أفضل الممارسات والفجوات في العمليات التنظيمية داخل البلديات، كما ساعدت في فهم التحديات والفرص المتاحة لتحسين الأداء وتطوير الخدمات، مع التأكيد على ضرورة تعزيز ثقافة التعلم المستمر. وقد خلصت التوصيات إلى أهمية دعم برامج التدريب والتطوير، وتبني التكنولوجيا الرقمية، وتعزيز الشفافية والمساءلة، وتشجيع تبادل المعرفة بين البلديات، إلى جانب ضرورة إنشاء آليات فعالة لمتابعة تنفيذ التوصيات وتقييم أثرها على تحسين الأداء التنظيمي.

■ دراسة (علي، ٢٠٢٣). بعنوان "وسائل التواصل الاجتماعي وأبعادها التفاعلية على الشباب"

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الأبعاد التفاعلية التي تُحدثها وسائل التواصل الاجتماعي في حياة الشباب، وذلك من خلال تحليل أنماط استخدامهم لهذه الوسائل، وفهم طبيعة تفاعلهم عبرها، بالإضافة إلى استكشاف التأثيرات الاجتماعية والثقافية الناتجة عن هذا التفاعل، بما يسهم في تقديم رؤية شاملة حول دور وسائل التواصل الاجتماعي في

تشكيل سلوكيات الشباب واتجاهاتهم، وفي سبيل تحقيق هذه الأهداف قد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي والمنهج التاريخي.

وتوصلت الدراسة إلى أن تطبيق "واتساب" يحظى بأعلى درجات الاستخدام بين الشباب في محافظة عدن، حيث يستخدمه معظم المشاركين يومياً ويقضون فيه أكثر من ٤ ساعات، مدفوعين بتوفر الأجهزة الحديثة. كما كشفت النتائج عن ضعف ثقة المستخدمين في وسائل التواصل الاجتماعي لاعتقادهم بعدم أمانها، رغم أن التفاعل فيها يتسم غالباً بالجدية والاحترام. وقد تبين أن لهذه الوسائل أبعاداً اجتماعية إيجابية، كتعزيز التواصل وتبادل التعبير، وأخرى سلبية كتشويه المشاعر وخلق شخصيات مزيفة. أما على المستوى الثقافي، فأظهرت الدراسة أثرًا إيجابيًا في نقل المعلومات وتوسيع حرية التعبير، مقابل أثر سلبي يتمثل في نشر قيم استهلاكية وغربية مغايرة للهوية المحلية. وأوصت الدراسة بعدة إجراءات أهمها: توعية الشباب بتنظيم استخدامهم، وتفعيل وسائل التواصل كمنصات للحوار والتوجيه، وتعزيز الرقابة الأسرية والرسمية، ودعم الأنشطة الواقعية، وسن قوانين صارمة للحد من المحتوى الضار والسلوكيات المنحرفة عبر هذه الوسائل.

■ دراسة (Udowo, Akarika, Ukpe, ٢٠٢٣). بعنوان " العلاقات العامة وإدارة الاتصال في المؤسسات:

الاتجاهات، النمو، والفجوات"

هدفت هذه الدراسة إلى فحص العلاقات العامة وإدارة الاتصال داخل المؤسسات بهدف التعرف على الاتجاهات الحديثة، ورصد معدلات النمو، وتحديد الفجوات القائمة في هذا المجال. وقد اعتمدت الدراسة على المنهج النوعي (الكيفي)، مستندة إلى مصادر البيانات الثانوية، مثل الأدبيات والدراسات السابقة ذات الصلة. واستند الباحث إلى نظريتي النظام وأصحاب المصلحة كإطارين نظريين لتفسير وتحليل واقع ممارسات الاتصال المؤسسي والعلاقات العامة.

وتوصلت الدراسة إلى أن مسؤولي العلاقات العامة في المؤسسات يستخدمون مجموعة متنوعة من أدوات وأساليب إدارة الاتصال، من أبرزها: النشرات والكتيبات التنظيمية، المواقع الإلكترونية، الاجتماعات، البيانات الصحفية، المؤتمرات الصحفية، الفعاليات الخاصة، الملصقات، وسائل التواصل الاجتماعي وغيرها. وقد أكدت الدراسة أن قسم العلاقات العامة يُعد من أهم الأصول في أي مؤسسة، مما يجعل من الضروري أن تحظى إدارة هذا الأصل باهتمام خاص من خلال تطوير آليات الاتصال. وأوصت الدراسة بضرورة أن يواكب مسؤولو العلاقات العامة التطورات الحديثة في مجال الاتصال، ويتقنوا استخدام الوسائط الحديثة وأساليب التواصل المناسبة مع كل من الجمهور الداخلي والخارجي، وذلك لتعزيز فاعلية التواصل ودعم التحول المؤسسي والمجتمعي.

■ دراسة (عبدالعزیز، ٢٠٢١). بعنوان "الأساليب المؤسسية المستخدمة للعمليات التنظيمية داخل العلاقات

العامة في ضوء معايير تطوير العمل المؤسسي: دراسة مسحية على المؤسسات الحكومية"

هدفت هذه الدراسة إلى فهم دور العمليات التنظيمية في تعزيز فعالية العلاقات العامة داخل المؤسسات، من خلال استكشاف كيفية إنشاء قنوات تنظيمية تدعم التواصل الفعال بين الإدارة والعاملين، وتوضيح أهمية الأساليب المؤسسية الحديثة في دعم أهداف العلاقات العامة، إلى جانب تحديد خصائص هذه العمليات والكشف عن أبرز المشكلات التي تعيق تحقيق الفعالية داخل المؤسسات الحكومية.

وقد توصلت الدراسة إلى أن العمليات التنظيمية في إدارة العلاقات العامة تعتمد على أساليب مؤسسية مترابطة تسهم في تطوير العمل المؤسسي وتحقيق الاستدامة، لكنها تواجه تحديات تتعلق بضعف جودة البرامج التدريبية، وغياب الخطط الاستراتيجية، وقصور في استخدام المعايير الدولية. كما أظهرت أن فعالية هذه العمليات ترتبط بوجود بيئة عمل تعتمد أفضل الممارسات وتشارك في اتخاذ القرار، مع أهمية التخطيط المؤسسي كركيزة أساسية. وقد أوصت الدراسة بضرورة الاهتمام بتطوير العمليات التنظيمية بشكل مستمر، مراجعة الهياكل التنظيمية القديمة، إدخال المعايير الدولية كأساليب إدارية معاصرة، دعم الكفاءات البشرية المؤهلة، وتوظيف التقنيات الحديثة لتسهيل الاتصال المؤسسي وتعزيز فعالية العمل المؤسسي.

■ دراسة (VINTILĂ, POPESCU, BÎRSAN, ٢٠٢٠). بعنوان "التحول الرقمي كتطور في إدارة الاتصال

التنظيمي في صناعة الاتصالات"

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد حلول لتحسين الاتصال التنظيمي في سياق ممارسات صناعة الاتصالات الحديثة، خاصة في ظل التحولات التي فرضتها جائحة كوفيد-١٩، مع التركيز على دمج الذكاء الاصطناعي وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات ضمن منظومة الإدارة التنظيمية. وقد اعتمدت الدراسة على نهج وصفي تحليلي تجريبي، من خلال استقراء الواقع التنظيمي في شركات الاتصالات الكبرى، وملاحظة التغيرات التي طرأت على سياسات الاتصال الداخلي منذ بداية عام ٢٠٢٠، مع تقييم الأساليب التقنية المستخدمة يوميًا في ضبط عمليات الاتصال داخل المؤسسات.

أظهرت نتائج الدراسة أن تطوير الاتصال التنظيمي (OC) في قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (TI) يرتبط ارتباطًا وثيقًا بفعالية العمليات الإدارية، ويعتمد على توفر موارد بشرية عالية المهارة، وتكنولوجيا متقدمة، وتميز مؤسسي واضح.

كما خلُصت الدراسة إلى أن المنصات الرقمية الجديدة تمثل أدوات محورية في إدارة الموردين الداخليين والخارجيين، مما يسهم في تعزيز التعاون بين الأقسام، وتحسين كفاءة الابتكار والاتصال، مع الحفاظ على أمن البيانات. وقد أوصت الدراسة بضرورة مواءمة عمليات الاتصال مع مبادئ الحوكمة المؤسسية، وبتبني نماذج إدارية تكيفية قادرة على استيعاب التحولات الرقمية، وخاصة ما بعد الجائحة، مع التأكيد على أهمية تكامل خدمات "المصادر المتعددة ضمن بيئة اتصالية مرنة وأمنة.

أ. التعليق على الدراسات السابقة:

تتفق الدراسة الحالية مع عدد من الدراسات السابقة في التأكيد على الدور المتنامي لشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز الاتصال، وتحسين الأداء، ورفع كفاءة العمل المؤسسي. فقد أظهرت دراسات مثل (Muninger et al., ٢٠٢٢) و (Vintilă et al., ٢٠٢٠) أن وسائل التواصل تسهم في دعم الابتكار وتحسين الاتصال التنظيمي، وهو ما يتماشى مع ما تسعى إليه الدراسة الحالية في شركة STC. كما تتفق مع دراسة (Udowo et al., ٢٠٢٣) في أهمية تحديث أدوات الاتصال داخل العلاقات العامة، ومع دراسة (الرشود، ٢٠٢٤) في أن التحول الرقمي يمثل ركيزة أساسية لتطوير العمليات التنظيمية. كذلك، تتشارك الدراسة مع دراساتي (الشيخ، ٢٠٢٣) و (حلال، ٢٠٢٢) في إبراز الخصائص الفعالة للتواصل عبر المنصات الرقمية وضرورته في بيئة العمل المعاصرة.

في حين تختلف الدراسة الحالية عن معظم الدراسات السابقة بتركيزها المزدوج على شبكات التواصل الاجتماعي كمتغير مستقل والعمليات التنظيمية داخل العلاقات العامة كمتغير تابع، وذلك في سياق تطبيقي محدد يتمثل في شركة الاتصالات السعودية (STC) على عكس دراسة (آل عشوه، ٢٠٢١) ودراسة (خان، ٢٠٢٢) اللتين تناولتا الأثر الاجتماعي أو الأسري لشبكات التواصل، ركزت الدراسة الحالية على البُعد المؤسسي والتنظيمي لهذه الشبكات. كما أنها تختلف عن دراسة (عبدالعزیز، ٢٠٢١) التي تناولت العمليات التنظيمية من منظور مؤسسي عام، بينما ركزت الدراسة الحالية على العلاقات العامة تحديداً داخل بيئة عمل سعودية محددة. علاوة على ذلك، فإن الدراسة الحالية توظف المنهج الوصفي التحليلي بطريقة تُدمج بين التحليل النظري والتطبيق العملي في شركة واقعية، في حين اقتصرت بعض الدراسات السابقة مثل (Udowo et al., ٢٠٢٣) بالتحليل النظري الكيفي.

ب. الفجوة البحثية:

رغم تنوع وتعدد الدراسات السابقة في تناول شبكات التواصل الاجتماعي أو العمليات التنظيمية في العلاقات العامة كل على حدة، إلا أن هناك ندرة واضحة في الدراسات التي تربط بين هذين المتغيرين داخل السياق المؤسسي السعودي، وبشكل خاص في قطاع الاتصالات. ومن هنا تأتي أهمية الدراسة الحالية في سد هذه الفجوة، من خلال تقديم تحليل تطبيقي يوضح كيف تُستخدم شبكات التواصل الاجتماعي في تطوير عمليات التخطيط والتنفيذ والتقييم داخل إدارات العلاقات العامة. كما تملأ الدراسة فراغاً بحثياً يتعلق بغياب الدراسات التي تعتمد نموذجاً تطبيقياً واقعياً في بيئة مؤسسية سعودية بارزة مثل شركة STC، مما يمنح نتائجها قيمة عملية قابلة للتعميم على مؤسسات مشابهة.

ج. المنطلقات النظرية للدراسة:

■ نظرية الاستخدامات والإشباع:

تُعد نظرية الاستخدامات والإشباع من أبرز المداخل النظرية في دراسات الاتصال الجماهيري، وترتكز هذه النظرية على مجموعة من الافتراضات الأساسية، أبرزها أن الأفراد لا يتلقون رسائل وسائل الإعلام بشكل سلبي، بل يتجهون نحو هذه الوسائل بدوافع معينة لتحقيق إشباعات محددة تتعلق باحتياجاتهم النفسية والاجتماعية والمعرفية، وتشير النظرية إلى أن استخدام وسائل الإعلام هو سلوك اتصالي واعٍ، يتم فيه السعي لإشباع حاجات معينة عبر المحتوى المتاح في وسائل الإعلام والاتصال. ويُميز المنظرون بين نوعين من الإشباع: (الزبون، ٢٠١٣، ص ١٢٦)

- الإشباعات المطلوبة: هي التي يسعى الفرد إلى تحقيقها.

- الإشباعات المتحققة: هي النتائج الفعلية التي يحصل عليها الفرد من تعرضه للوسيلة.

وظهرت هذه النظرية كرد فعل على النظريات التقليدية التي كانت ترى أن الجماهير سلبية وتتأثر بسهولة بالرسائل الإعلامية. أما من منظور الاستخدامات والإشباع، فالفرد يُنظر إليه كفاعل نشط في عملية الاتصال، يختار الوسيلة والمحتوى الذي يناسب حاجاته الخاصة. ومن هنا جاءت أهمية مفهومي "الاستخدام" و "الإشباع" باعتبار أن الإعلام ليس قوة طاغية، بل أداة يعتمد تأثيرها على اختيار وتفاعل الجمهور معها.

وتهدف هذه النظرية إلى تحقيق مجموعة من الأهداف، من أبرزها: (عويس، ٢٠٢٢، ص ٢١٠)

١. فهم كيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال.

٢. تحليل دوافع استخدام وسيلة إعلامية معينة، والتفاعلات الناتجة عن هذا الاستخدام.

٣. توضيح نتائج استخدام وسائل الاتصال الجماهيري، لتحقيق فهم أعمق لعملية الاتصال.

٤. دراسة أثر المتغيرات الوسيطة (مثل: العمر، التعليم، الخبرة التقنية) على الاستخدام والإشباع.

٥. تحليل العلاقة بين الإشباعات المطلوبة والمتحققة، بما يوضح مدى فاعلية الوسيلة في تلبية توقعات الجمهور.

■ نظرية الشبكة الفاعلة:

تُعد نظرية الشبكة الفاعلة إحدى النظريات الاجتماعية المعاصرة التي ظهرت في ثمانينيات القرن العشرين، وتقوم هذه النظرية على مفهوم الشبكة غير المتجانسة، التي تتكوّن من عناصر بشرية (اجتماعية) وأخرى غير بشرية (تكنولوجية)، بحيث تُعدّ كل هذه العناصر "فاعلة" ضمن نفس البنية التفاعلية، ويرتكز جوهر النظرية على أن الكيانات البشرية وغير البشرية (مثل الأشخاص، والمؤسسات، والتقنيات، والآلات) تشكّل منظومة مترابطة من الفاعلين، تتعاون وتتفاعل ضمن شبكة واحدة تُبنى وتُصان لتحقيق أهداف محددة. وتشير النظرية إلى أن هذه الفاعليات – مهما اختلفت طبيعتها – تحظى بمكانة متساوية في التحليل السوسيولوجي، حيث لا يتم تهميش التكنولوجيا أو إغفال السياق البشري، بل ينظر إليهما كوحدة مترابطة ومتداخلة. (توفيق، ٢٠١٨، ص ٢١٠)

وقد ركز أنصار هذه النظرية في أبحاثهم على دراسة المجتمع العلمي بشكل خاص، من خلال محاولة فهم وتحليل العلاقات التفاعلية المعقدة بين الفاعلين البشريين (مثل: العلماء والمؤسسات الأكاديمية) وغير البشريين (مثل: الأجهزة العلمية، البيانات، والمختبرات)، بهدف تفسير كيفية إنتاج المعرفة وصياغة القرارات داخل بيئة مترابطة.

سادساً: المنهجية وطرق البحث

أ. فروض الدراسة:

تقوم الدراسة على فرضية رئيسية تتمثل في:

"يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لشبكات التواصل الاجتماعي على تطوير العمليات التنظيمية داخل العلاقات العامة

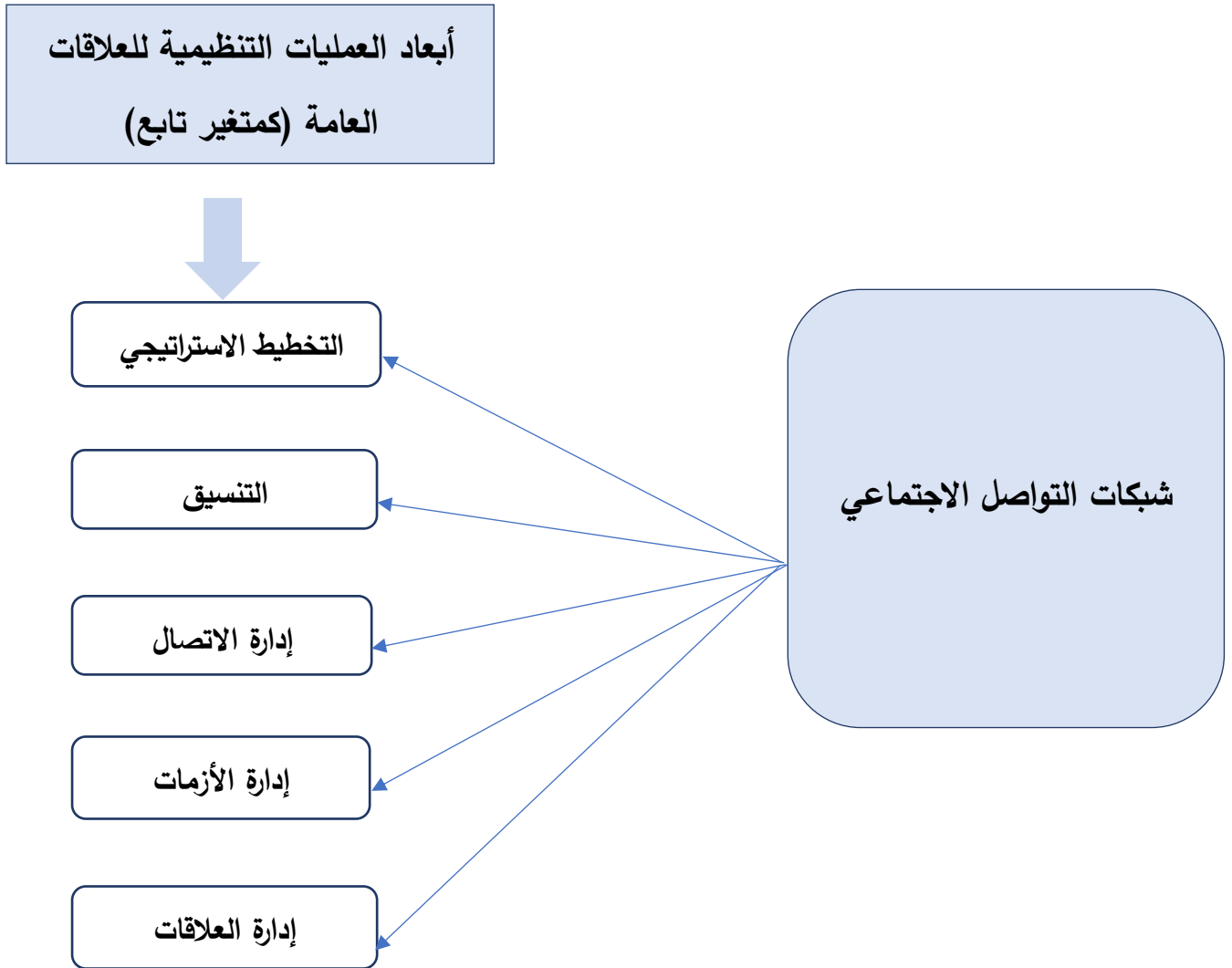
في شركة الاتصالات السعودية STC"

ويندرج من الفرضية الرئيسية مجموعة من الفرضيات الفرعية تتمثل في التالي:

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لشبكات التواصل الاجتماعي على التخطيط الاستراتيجي (البعد الأول للعمليات التنظيمية) داخل العلاقات العامة في شركة الاتصالات السعودية.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لشبكات التواصل الاجتماعي على التنسيق (البعد الثاني للعمليات التنظيمية) داخل العلاقات العامة في شركة الاتصالات السعودية
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لشبكات التواصل الاجتماعي على إدارة الاتصال (البعد الثالث للعمليات التنظيمية) داخل العلاقات العامة في شركة الاتصالات السعودية.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لشبكات التواصل الاجتماعي على إدارة الأزمات (البعد الرابع للعمليات التنظيمية) داخل العلاقات العامة في شركة الاتصالات السعودية.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لشبكات التواصل الاجتماعي على إدارة العلاقات (البعد الخامس للعمليات التنظيمية) داخل العلاقات العامة في شركة الاتصالات السعودية.

ب. نموذج الدراسة:

شكل رقم (١) يوضح نموذج متغيرات الدراسة.



المصدر: إعداد الباحث اعتماداً على دراسة (عجوة، يوسف، ٢٠٠٥).

ج. منهجية الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم توظيفه في وصف وتحليل دور شبكات التواصل الاجتماعي في تطوير العمليات التنظيمية داخل إدارات العلاقات العامة، مع التركيز على شركة الاتصالات السعودية (STC) كنموذج تطبيقي. ويقوم هذا المنهج على جمع البيانات والمعلومات ذات الصلة من خلال مراجعة الأدبيات السابقة والدراسات الحديثة، بالإضافة إلى تحليل آليات استخدام منصات التواصل الاجتماعي مثل تويتر، وإنستغرام، ولينكدإن في تحسين

عمليات الاتصال الداخلي والخارجي، وتعزيز التفاعل مع الجمهور، وتطوير آليات التخطيط والتنفيذ والتقييم داخل قسم العلاقات العامة. ويسمح هذا المنهج بفهم العلاقات القائمة بين متغيرات الدراسة، وتفسير مدى تأثير أدوات التواصل الرقمي على كفاءة وفعالية العمليات التنظيمية في البيئة المؤسسية.

د. مجتمع وعينة الدراسة:

■ مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في شركة الاتصالات السعودية STC.

■ عينة الدراسة:

نظراً لكبر حجم مجتمع البحث، فيمكن تحديد حجم عينة البحث بواسطة القانون التالي:

حجم العينة =

$$\frac{Z^2 * p * (1 - p)}{\alpha^2}$$

z: الدرجة المعيارية المقابلة لمعامل الثقة الذي تم اختياره ٩٥٪.

p: الخطأ المسموح به (٥٪).

α : مستوى المعنوية المسموح به في النتائج وهو ٥٪.

بالتعويض في القانون السابق:

$$\frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5}{(0.05)^2} = 384$$

سابعاً: أدوات الدراسة

تتمثل أداة الدراسة في الاستبانة لجمع البيانات من عينة البحث، وتتكون الاستبانة من ثلاث محاور تتمثل في الآتي:

- **المحور الأول:** سيتضمن الخصائص الشخصية والوظيفية للمدراء والموظفين عينة الدراسة، والمتمثلة في (النوع الاجتماعي، العمر، المؤهل العلمي، عدد سنوات الخبرة...الخ).
- **المحور الثاني:** سيتضمن فقرات شبكات التواصل الاجتماعي (المتغير المستقل).
- **المحور الثالث:** سيتضمن الفقرات التي تقيس تطوير العمليات التنظيمية وأبعادها داخل إدارة العلاقات العامة (المتغير التابع).

أ. صدق أداة البحث:

سيتم التأكد من صدق الاستبانة بواسطة عرضها في هيئتها الأولية على عدد من الأكاديميين المتخصصين في إدارة الأعمال، وإجراء التعديلات طبقاً لوجهات نظر المحكمين على الاستبانة.

ب. ثبات الأداة:

سوف يتم التحقق من ثبات الاستبانة بواسطة استخدام معامل ألفا كرونباخ (Cronbach Alpha) على محاور الدراسة لمعرفة مدى الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة لكل بعد ولكل متغير، ومن خلال النتائج سوف نتأكد من مدى صدق وصحة وثبات أداة الدراسة (الاستبانة) ومدى صلاحيتها في التحليل الإحصائي.

ثامناً: حدود الدراسة

- **الحدود الموضوعية:** اقتصرت حدود الدراسة الموضوعية على تسليط الضوء حول دور شبكات التواصل الاجتماعي في تطوير العمليات التنظيمية داخل العلاقات العامة
- **الحدود المكانية:** تم تطبيق هذه الدراسة على شركة الاتصالات السعودية STC.
- **الحدود البشرية:** طبقت هذه الدراسة على عينة حجمها نحو (٣٨٤) من موظفي ومديري شركة الاتصالات السعودية.
- **الحدود الزمنية:** طبقت هذه الدراسة خلال العام الدراسي ٢٠٢٥ م.

تاسعاً: الأساليب الإحصائية

لتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات التي تم جمعها، سوف يتم استخدام الأساليب الإحصائية المناسبة باستخدام

البرامج الإحصائية (SPSS Version ٢٦):

- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) للتأكد من صدق الاتساق الداخلي للاستبيان.
- المتوسط الحسابي (Mean)، وذلك لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض استجابات أفراد الدراسة عن كل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة الأساسية.
- استخدام الانحراف المعياري (Standard Deviation) للتعرف على مدى انحراف استجابات أفراد الدراسة لكل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة ولكل بُعد من أبعادها الرئيسية عن متوسطها الحسابي.
- تحليل الانحدار الخطي البسيط Simple Linear Regression Analysis لمعرفة أثر كل بُعد من أبعاد (شبكات التواصل الاجتماعي) على (تطوير العمليات التنظيمية داخل العلاقات العامة).
- تحليل الانحدار المتعدد (Multiple Regression) لمعرفة أثر أبعاد (شبكات التواصل الاجتماعي) على (تطوير العمليات التنظيمية داخل العلاقات العامة).

عاشراً: تقسيم الدراسة المقترح

- الفصل الأول: الإطار التمهيدي للبحث.
- الفصل الثاني: الإطار النظري.
- الفصل الثالث: الدراسة الميدانية.
- الفصل الرابع: مناقشة النتائج.
- قائمة المراجع.
- الملاحق.

قائمة المراجع:

أولاً: المراجع العربية

- السلايمة، لبنى علي (٢٠٢٠). دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز سلوك المواطنة التنظيمية لدى المعلمين في المدارس الأساسية الخاصة في العاصمة عمان من وجهة نظر المديرين، رسالة ماجستير، كلية العلوم التربوية، جامعة الشرق الأوسط، عمان.
- علي، حسين (٢٠١٨). إسهام شبكات التواصل الاجتماعي في تطوير إدارة المعرفة في مؤسسات قطاع الهاتف النقال: دراسة حالة، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر ٣، الجزائر.
- عبدالعزيز، مها مصطفى عمر (٢٠٢١). الأساليب المؤسسية المستخدمة للعمليات التنظيمية داخل العلاقات العامة في ضوء معايير تطوير العمل المؤسسي: دراسة مسحية على المؤسسات الحكومية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، م (٥)، ع (٣)، فلسطين، ص.ص ٤٧-٦٧.
- حسن، عبد الصادق (٢٠١٥). نماذج ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية العربية: دراسة على عينة من المؤسسات المصرية والبحرينية، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، ع (٣)، مصر، ص.ص ٩٥-١٨٠.
- الوكيل، إيمان محمد أحمد (٢٠٢٠). أثر وسائل التواصل الاجتماعي على الفعالية التنظيمية للمؤسسات العامة: دراسة تطبيقية على وزارة الاتصالات المصرية، مجلة البحوث الإدارية، م (٣٨)، ع (١)، مصر، ص.ص ٨٨-١١١.
- أحمد، إقبال سامي وأبو حصيرة، نسمة سمير (٢٠٢١). استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في إدارة القضايا التنظيمية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، م (٤)، ع (٧٧)، مصر، ص.ص ١٧٨١-١٨٣٣.
- الرشود، إبراهيم خنيسر (٢٠٢٤). تحليل استراتيجيات تطوير العمليات التنظيمية في البلدية: دراسة مقارنة بين النظم الإدارية العالمية، مجلة المجتمع العربي لنشر الدراسات العلمية، الإصدار رقم (٢٤)، الأردن، ص.ص ٣٨٠-٣٩٤.

- علي، سحر نجيب عبده (٢٠٢٣). وسائل التواصل الاجتماعي وأبعادها التفاعلية على الشباب: دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في محافظة عدن، مجلة جامعة عدن للعلوم الإنسانية والاجتماعية، م (٤)، ع (٣)، اليمن، ص.ص ٥٣٤-٥٥٣.
- آل عشوه، ظافر علي (٢٠٢١). برامج التواصل الاجتماعي وأثرها على استقرار الأسرة: دراسة ميدانية، المجلة الدولية لنشر البحوث والدراسات، م (٣)، ع (٢٦)، الأردن، ص.ص ٩١-١٢٧.
- الشيخ، الحضرامي أحمد عبدالله (٢٠٢٣). شبكات التواصل الاجتماعي: النشأة والمفهوم والخصائص، مجلة ريحان للنشر العلمي، ع (٤١)، تركيا، ص.ص ٤٤٣-٤٥٣.
- حلال، أمينة (٢٠٢٢). شبكات التواصل الاجتماعي: فضاء جديد لنشر ثقافة الحوار، مجلة دفاتر السياسة والقانون، م (١٤)، ع (٣)، الجزائر، ص.ص ٣٦٥-٣٧٨.
- خان، شعيب حبيب الرسول (٢٠٢٢). دور شبكات التواصل الاجتماعي في العلاقات الاجتماعية: دراسة تطبيقية على عينة من مستخدمي الفيسبوك والواتساب من طلاب الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا، الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة، المملكة العربية السعودية.
- الزبون، ماجد فاضل (٢٠١٣). الإعلام وثقافة التفكيك، دار العربي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، مصر.
- عويس، لمياء محمد (٢٠٢٢). المداخل النظرية المفسرة لعلاقة وسائل التواصل الاجتماعي بالصمت الأسري، مجلة كلية الآداب، ع (٦٣)، مصر، ص.ص ٢٠٢-٢٢٤.
- توفيق، ميمي محمد عبد المنعم (٢٠١٨). شبكات التواصل الاجتماعي: النشأة والتأثير، مجلة كلية التربية، ع (٢٤)، مصر، ص.ص ١٩٣-٢٣٧.
- عجوة، علي ويوسف، محمود (٢٠٠٥). إدارة وتخطيط العلاقات العامة، الدار العربية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، مصر.

ثانيًا: المراجع الأجنبية

- Muninger, Marie-Isabelle. Mahr, Dominik. Hammedi, Wafa (٢٠٢٢). Social media use: A review of innovation management practices, Journal of Business Research, VOL (١٤٣), P.P ١٤٠-١٥٦.

- VINTILĂ, Lorian-Ovidiu. POPESCU, Dan. BÎRSAN, Alina-Nicoleta (2020). DIGITAL TRANSFORMATION AS EVOLUTION OF THE ORGANIZATIONAL COMMUNICATION MANAGEMENT IN THE TELECOMMUNICATIONS INDUSTRY, PROCEEDINGS OF THE 18th INTERNATIONAL MANAGEMENT CONFERENCE, BUCHAREST, ROMANIA.
- Udowo, Akanimoh Odungide. Akarika, Daniel C., Ukpe, Abigail Prince (2023). PUBLIC RELATIONS AND COMMUNICATION MANAGEMENT IN ORGANIZATIONS: TRENDS, GROWTH AND GAP, Nasarawa Journal of Multimedia and Communication Studies, Volume 5, No. 1.