

أثر توظيف وسائل التواصل الاجتماعي على أداء الموارد البشرية في مؤسسات قطاع العام
السعودية بالتطبيق على شركة الاتصالات السعودية.

إعداد

اسم الطالبة: أروى عبدالله شولق

الرقم الأكاديمي: ٢٣٢٠٠٢٠٦١

إشراف

الدكتور: الفيصل حسن

الدكتور: وليد صديق

١٤٤٥هـ - ٢٠٢٤م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

(وَقَدْ رَفَعَ رَبِّيَ زَوْجِيَ عِلِّيَّا)

ط: ١١٤.

الإهداء

إلى أبي الغالي أكرمه الله من تمنيت أن أكون عند حسن ظنه وكما يتمنى ويرغب.
إلى أمي الغالية صاحبة القلب الطيب والعطاء غير المحدود إلى من تدعي وتصلني من أجلي في كل حين.
إلى ابنائي وزوجي من ساندوني ووقفوا بجاني.
إلى أخوتي وأخواتي كانوا لي خير أخوة وسند.
إلى استاذتي.. إلى زملائي.
وكل من ترك أثراً ايجابياً في حياتي أو سلبياً تعلمت منه درساً.

شكراً لكم جميعاً

شكر وتقدير

أودُّ أن أتقدم بأسمى آيات الشكر والتقدير إلى جميع من ساهم في إنجاز هذا العمل، سواء من خلال دعمهم المعنوي أو مساعدتهم العملية. شكراً لكم على كلّ ما قدمتموه لي، فهذا العمل ما كان ليكون لولا فضل الله وفضلكم.

أخصّ بالشكر كلّ من:

الدكتور: الفيصل حسن.

الدكتور: وليد صديق.

كما لا يفوتني أن أشكر أعضاء لجنة مناقشة خطة البحث، وأعضاء لجنة المناقشة، وكل من ساهم في تحكيم أدوات البحث، سائل المولى عز وجل لكل من وجهني له شكراً توفيقاً من الله وسداداً في الدارين.

ولا يسعني إلا أن أعبّر عن امتناني العميق لكل من ساهم في إنجاز هذا العمل، واتمّنّى أن أكون قد وفّيتكم حقّكم.

مع خالص شكري وتقديري،،،،

المحتويات

٢	الفصل الأول:.....
٢	الإطار العام وخطة الدراسة
٢	١-١ مقدمة
٤	٢-١ أهمية الدراسة
٥	٣-١ مشكلة الدراسة
٥	٤-١ أسئلة الدراسة:.....
٦	٥-١ أهداف الدراسة:
٦	٦-١ فرضيات الدراسة:
٧	٧-١ مصطلحات الدراسة
٧	٨-١ حدود البحث
٨	٩-١ منهجية الدراسة.....
٩	الدراسات السابقة
١٦	الفصل الثاني: الإطار النظري.....
١٦	أولاً: وسائل الاتصال الاجتماعي
١٦	تمهيد.....
١٦	١-٢ مفهوم ونشأة وسائل الاتصال الاجتماعي.....
١٨	٢-١-٢ أنواع وسائل الاتصال الاجتماعي.....
١٩	٣-١-٢ خصائص وسائل التواصل الاجتماعي.....
٢٠	٤-١-٢ آثار وسائل التواصل الاجتماعي على الفرد والمجتمع.....
٢٢	٥-١-٢ الآثار الإيجابية والسلبية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مكان العمل.....
٢٣	ثانياً: الأداء وإدارة الموارد البشرية.....
٢٣	تمهيد.....
٢٤	٢-٢ مفهوم الأداء.....
٢٤	١-٢-٢ أهمية التدريب في المؤسسات الحكومية.....
٢٥	٢-٢-٢ محددات الاداء الوظيفي.....
٢٦	٣-٢-٢ تقييم الأداء الوظيفي.....
٢٧	٤-٢-٢ فوائد تقييم الأداء المهني.....
٢٧	٥-٢-٢ أهداف عملية تقييم أداء العاملين.....
٢٨	ثالثاً: وسائل الاتصال الجماعي وأداء الموارد البشرية في المؤسسات.....

٢٨	تمهيد.....
٢٩	٣-٢ المنظور العلمي لشبكات التواصل الاجتماعي ودورها في الحياة الإدارية.....
٢٩	١٠-٣-٢ دور شبكات التواصل الاجتماعي في الحياة الإدارية.....
٣٠	٢-٣-٢ تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الأداء العام للمؤسسات.....
٣٠	٣-٣-٢ تحديات ومعوقات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المؤسسات الحكومية.....
٣١	٤-٣-٢ التأثير الإيجابي لاستخدام مؤسسات القطاع العام لشبكات التواصل الاجتماعي.....
٣٢	٥-٣-٢ منهجية إدارة المؤسسات الحكومية لشبكات التواصل الاجتماعي.....
٣٣	٦-٣-٢ سياسات استخدام المؤسسات الحكومية لشبكات التواصل الاجتماعي.....
٣٤	٧-٣-٢ التحديات القانونية في استخدامات المؤسسات الحكومية لشبكات التواصل الاجتماعي.....
٣٥	٨-٣-٢ التحديات القانونية في استخدام المؤسسات الحكومية لشبكات التواصل الاجتماعي.....
٣٥	٩-٣-٢ الآثار الإيجابية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الأداء العام للمؤسسات.....
٣٦	نسبة استخدام مؤسسات القطاع العام في المملكة العربية السعودية لشبكات التواصل الاجتماعي، فيسبوك أنموذجاً.....
٣٦	نسبة استخدام مؤسسات القطاع العام في المملكة العربية السعودية لشبكات التواصل الاجتماعي، تويتر أنموذجاً.....
٣٨	الفصل الثالث: طريقة الدراسة واجراءاتها.....
٣٨	٣. تمهيد.....
٣٨	١-٣ منهج الدراسة.....
٣٨	٢-٣ مجتمع الدراسة.....
٣٨	٣-٣ عينة الدراسة.....
٣٩	٤-٣ أداة الدراسة.....
٤٠	٥-٣ خصائص مجتمع الدراسة.....
٥٠	الفصل الرابع: النتائج والتوصيات.....
٥٠	١-٤ النتائج.....
٥١	٢-٤ الخاتمة.....
٥٢	٣-٤ التوصيات والمقترحات.....
٥٣	المصادر.....
٥٣	أولاً: المراجع العربية.....
٥٦	ثانياً: المراجع الأجنبية.....

فهرس الجداول

الجدول	
٤٠	جدول يوضح توزيع مجتمع الدراسة حسب الجنس
٤١	جدول توزيع مجتمع الدراسة حسب العمر
٤٢	جدول توزيع مجتمع الدراسة حسب الخبرة
٤٣	جدول توزيع مجتمع الدراسة حسب المؤهل الدراسي
٤٤	جدول يوضح توزيع مجتمع الدراسة حسب طبيعة الوظيفة
٤٥	جدول التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحراف المعياري لاستجابات عينة الدراسة

فهرس الاشكال

الجدول	
٤٠	شكل يوضح توزيع مجتمع الدراسة حسب الجنس
٤١	شكل توزيع مجتمع الدراسة حسب العمر
٤٢	شكل توزيع مجتمع الدراسة حسب الخبرة
٤٣	شكل توزيع مجتمع الدراسة حسب المؤهل الدراسي
٤٤	شكل يوضح توزيع مجتمع الدراسة حسب طبيعة الوظيفة

المستخلص

تلعب وسائل التواصل الاجتماعي دور كبير وهام في الأداء المؤسسي بشكل عام خاصة في ظل التقدم التكنولوجي الذي تعيشه المؤسسات في الوقت الراهن، وتهدف هذه الدراسة لتحليل أثر توظيف وسائل التواصل الاجتماعي على أداء الموارد البشرية في مؤسسات قطاع العام في المملكة العربية السعودية، مع التركيز على دراسة حالة شركة الاتصالات السعودية. يتم تحليل النتائج المستمدة من استبيان تم توزيعه على الموظفين في الشركة للكشف عن الفوائد والتحديات المرتبطة باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في سياق العمل، وقد أظهرت النتائج أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يعزز الوعي والتفاعل مع سياسات الشركة، ويساهم في تعزيز الابتكار وتبادل الأفكار بين الموظفين، ويزيد من مستوى رضا الموظفين عن بيئة العمل. ومع ذلك، يشير الاستبيان إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي قد لا تكون الوسيلة الأكثر فعالية لتحسين الاتصال بين الإدارة والموظفين.

وقد تم تقديم مجموعة من التوصيات من أهمها تنفيذ تدريبات وورش عمل لتعزيز مهارات التواصل والتعاون عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وتحسين استراتيجيات استخدامها في بيئة العمل.

الكلمات المفتاحية: وسائل التواصل الاجتماعي، الموارد البشرية، القطاع العام، شركة الاتصالات السعودية.

abstract

Social media plays a significant and important role in organizational performance, especially in the current era of technological advancements. This study aims to analyze the impact of employing social media on human resource performance in public sector institutions in the Kingdom of Saudi Arabia, with a focus on the case study of Saudi Telecom Company (STC). The results derived from a distributed questionnaire among employees in the company are analyzed to uncover the benefits and challenges associated with using social media in the workplace. The findings indicate that the use of social media enhances awareness and engagement with the company's policies, contributes to innovation and idea exchange among employees, and increases employee satisfaction with the work environment. However, the questionnaire suggests that social media may not be the most effective means of improving communication between management and employees.

Several recommendations have been proposed, including the implementation of training programs and workshops to enhance communication and collaboration skills through social media and improve the strategies for its use in the work environment.

Keywords: social media, human resources, public sector, Saudi Telecom Company (STC).

الفصل الأول: الإطار العام وخطة البحث

أولاً: الإطار العام

مقدمة

أهمية الدراسة

مشكلة الدراسة

أسئلة الدراسة

أهداف الدراسة

فرضيات الدراسة

مصطلحات الدراسة

حدود البحث

منهجية الدراسة

ثانياً: الدراسات السابقة

الفصل الأول: الإطار العام وخطة الدراسة

١-١ مقدمة

تعتبر وسائل التواصل الاجتماعي من أبرز التطورات التكنولوجية التي شهدتها المجتمعات الحديثة في العقد الأخير، ولقد أحدثت هذه الوسائل تغييراً جذرياً في طريقة تفاعل الأفراد والمؤسسات مع بعضهم البعض، وأصبحت لها تأثير كبير على مختلف جوانب الحياة اليومية، بما في ذلك مجال إدارة الموارد البشرية في المؤسسات.

وقد ظهرت ظاهرة المواقع الاجتماعية للمرة الأولى في عام ١٩٩٧ م، حيث كان موقع "Six Degrees.com" أول موقع في هذا النوع، حيث قدم للمستخدمين إمكانية وضع ملفات شخصية والتعليق على الأخبار وتبادل الرسائل. ومع ظهور موقع "MySpace.com" في عام ٢٠٠٣ م، فُتحت آفاقاً واسعة لمواقع التواصل الاجتماعي وحققت نجاحاً كبيراً، وظهرت بعدها مواقع أخرى، لكن الفارق الحقيقي كان مع ظهور موقع "FaceBook.com" الذي سمح للمستخدمين بتبادل المعلومات والوصول إلى ملفاتهم الشخصية. (الصباغ، ٢٠١٠)

وتُعد شبكات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك، وتويتر، أو تطبيقات مثل سكايب، أو واتساب، من أفضل الوسائل التي ميزت العصر الحديث، وأسهمت في إحداث طفرة حقيقية في التواصل المباشر بين الأفراد في جميع أنحاء العالم. (عمار، ٢٠١٠)

وتشهد المملكة العربية السعودية، مثل العديد من الدول الأخرى، تحولات هائلة في طرق التواصل والتفاعل الاجتماعي بفضل تقدم التكنولوجيا وانتشار وسائل التواصل الاجتماعي، وفي ظل هذا التطور الرقمي، بات لا يمكن تجاهل أثر وسائل التواصل الاجتماعي على مختلف القطاعات، بما في ذلك قطاع العمل الحكومي والشركات العامة، كما يشهد القطاع العام نمواً متزايداً لوسائل التواصل الاجتماعي في تنظيم وإدارة الموارد البشرية، ويعتبر قطاع الاتصالات من بين القطاعات الرائدة في هذا الجانب، حيث تعتبر شركة الاتصالات السعودية مثلاً بارزاً على كيفية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتحسين أداء الموارد البشرية، فمن بين أهم الجوانب التي تتأثر بها المؤسسات في ظل هذا التحول التكنولوجي هي إدارة الموارد البشرية، فالموظفون يمثلون أحد أهم أصول المؤسسات، وتأثير وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن يكون ملحوظاً على أدائهم وسلوكهم داخل العمل.

كما تشهد السوق الاقتصادية تطوراً متسارعاً حيث كانت الشركات الأقوى في الماضي تلك التي تمتلك الآلات والتكنولوجيا بينما كان العنصر البشري غير مهم. أما الآن، فقد أصبح العنصر البشري أساسياً لتطور المنظمات، وتطبيق إدارة الموارد البشرية أصبح ضرورة لتحسين أداء العاملين وتحقيق أهداف المنظمة، فهي تركز على استقطاب واختيار وتدريب وتنمية وتحفيز الموارد البشرية، مما يؤدي إلى تحسين أداء الموظفين وبالتالي تحقيق أداء متميز للمنظمة.

هذا المورد يمكن للمنظمة من خلاله الارتقاء والتطور وتحقيق أعلى مستويات الأداء، فدور الموارد البشرية لا يمكن تجاهله، إذ تمتلك طاقات وقدرات فريدة لا تمتلكها الموارد الأخرى. لذا، تحتاج المنظمة إلى إدارة مناسبة تركز على احتياجات ورغبات الموظفين، وتهتم بتوفير البيئة المناسبة وتحفيزهم لتحسين أدائهم. يمكن استخدام سياسات وتقنيات وبرامج مخصصة لخدمة كليهما، مما يعزز أداء المنظمة بشكل عام. ويُشير هذا إلى أن أي منظمة، بغض النظر عن حجمها، لن تستمر دون الاعتماد على الموارد البشرية، حيث يعتبرون مصدراً للميزة التنافسية. (Ristow et al, 2008)

تتسم ثورة الاتصالات الحديثة بتوسع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي مثل واتساب، تويتر، فيسبوك، انستغرام، سناب شات، ويوتيوب بشكل واسع، وهذا يعكس تأثيراً كبيراً على الأفراد والمجتمعات. بالنظر إلى الإيجابيات والسلبيات لهذه الوسائل، يظهر أن استخدامها في مكان العمل قد يكون مزاياه وعيوبه، فمن الجانب الإيجابي، يمكن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مكان العمل لتبادل المعلومات والبيانات ذات الصلة بالعمل، وهذا يمكن أن يعزز التواصل بين الموظفين وتعزيز التعاون وتحسين فعالية العمل. ومن الممكن أيضاً استخدامها كأداة تسويق داخلي للشركة، وتعزيز صورتها العامة وجذب المواهب.

ومع ذلك، يمكن أن يؤدي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مكان العمل إلى تشتت الانتباه وانشغال الموظفين عن أداء مهامهم الأساسية، مما قد يؤثر سلباً على الإنتاجية وجودة العمل، كما قد تؤدي إلى مخاطر الإدمان عليها وتشتيت الانتباه، وبالتالي تقليل تركيز الموظفين وتأثيرهم على الأداء العملي.

لذلك يجب على المنظمات، والمؤسسات الحكومية التوازن بين الاستفادة من فوائد وسائل التواصل الاجتماعي في مكان العمل وبين تقليل المخاطر المحتملة لتحسين أداء العاملين وتعزيز الفعالية والإنتاجية في بيئة العمل.

من هنا تأتي هذه الدراسة لفهم كيفية تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على أداء الموارد البشرية في مؤسسات قطاع العام في السعودية، والمساعدة في تطوير استراتيجيات إدارة الموارد البشرية وتحسين الأداء العام للمؤسسات، ومن بين هذه

المؤسسات، تبرز شركة الاتصالات السعودية كواحدة من أبرز الشركات في القطاع، والتي تعتبر تبنيها لوسائل التواصل الاجتماعي واستخدامها في إدارة الموارد البشرية موضوعاً مثيراً للاهتمام للدراسة، بالإضافة إلى تحليل التأثيرات الإيجابية والسلبية وتقديم الاستنتاجات والتوصيات المناسبة لتحسين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في إدارة الموارد البشرية في المؤسسات العامة في المملكة العربية السعودية، وتأمل الباحثة أن تساهم هذه الدراسة في تعزيز فهم أثر توظيف وسائل التواصل الاجتماعي على أداء الموارد البشرية في قطاع العام، وبالتالي تحفيز التحول والتطور في إدارة الموارد البشرية في المملكة العربية السعودية.

٢-١ أهمية الدراسة

لدراسة أهمية نابعة من أهمية الموضوع الذي تتناوله، فالعالم يشهد تقدماً هائلاً في تكنولوجيا الاتصالات ووسائل التواصل الاجتماعي، مما يجعلها أداة حيوية في عمليات إدارة الموارد البشرية للمؤسسات. فهذه الوسائل ليست مجرد وسيلة للتواصل الاجتماعي الشخصي، بل أصبحت أداة استراتيجية في تطوير وإدارة الموارد البشرية، خاصة في مؤسسات القطاع العام. ومن خلال استخدامها بشكل مبتكر وفعال، يمكن تحسين تجربة الموظفين وزيادة إنتاجيتهم، هذه الظاهرة تعززت بشكل خاص في ظل التحولات الجذرية التي شهدتها طبيعة العمل نتيجة للتطور التكنولوجي. فالتواصل الاجتماعي لم يعد مقتصرًا على العلاقات الشخصية فقط، بل أصبح له دور كبير في بناء العلاقات داخل المؤسسات وتعزيز التفاعل بين الموظفين وإدارتهم. وبالتالي، فإن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كأداة فعّالة يمكن أن يساهم في توجيه وتدريب الموظفين، وتبادل المعرفة والخبرات بسرعة وفعالية مع تحديث البيانات والمعلومات بشكل مستمر، بالإضافة إلى ذلك، فإن فهم الشباب لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي يعتبر أمراً أساسياً لنجاح المؤسسات الحكومية في المستقبل، فالشباب الذين يجيدون استخدام هذه الوسائل بشكل متقن يمثلون جيل اليوم ومستقبل العمل، وبالتالي يجب على المؤسسات أن تتكيف مع توجهاتهم وتحفيزهم لتحقيق الأهداف المشتركة.

ومن هنا فإن دراسة أثر توظيف وسائل التواصل الاجتماعي على أداء الموارد البشرية في مؤسسات القطاع العام السعودية، تعتبر ذات أهمية كبيرة لفهم كيفية تأثير هذه الوسائل على تطوير وتحسين عمليات إدارة الموارد البشرية والوصول إلى النتائج الإيجابية المرجوة في السياق الحكومي.

٣-١ مشكلة الدراسة

فهم أثر توظيف وسائل التواصل الاجتماعي على أداء الموارد البشرية في المؤسسات الحكومية بشكل عام، وشركة الاتصالات السعودية بشكل خاص، يتضمن دراسة عدة جوانب هامة وتحديات منها التعامل مع تحديات التكنولوجيا والتواصل، حيث تشمل هذه التحديات قضايا الخصوصية، والأمان، والإدمان على الشبكات الاجتماعية. بالإضافة إلى ذلك، يتمثل تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في جودة التوظيف والتواصل مع الجمهور المستهدف، وهو جانب يتطلب اهتماماً خاصاً. وفي سياق الاتصال الداخلي، يسعى الباحثون إلى فهم كيفية تعزيز التواصل داخل الشركة وتحفيز الموظفين، وهو جانب أساسي في إدارة الموارد البشرية. بالنسبة لإدارة الأداء والتقييم، فإن التحدي يتمثل في تطوير آليات فعالة لتقييم أداء الموظفين وتوجيههم نحو تحقيق الأهداف المؤسسية بشكل ملائم. وأخيراً، تتمثل مهمة وضع السياسات والإجراءات في تأمين وضع سياسات فعالة لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، مع مراعاة الجوانب القانونية والأخلاقية والثقافية لتحقيق أقصى استفادة من هذه الوسائل في إدارة الموارد البشرية، ومن خلال الترابط بين هذه الجوانب، يتضح الإشكالية الأساسية للدراسة الذي تتمثل في الإجابة عن السؤال الرئيسي التالي: ما هو تأثير توظيف وسائل التواصل الاجتماعي على أداء الموارد البشرية في المؤسسات الحكومية في المملكة العربية السعودية، بما في ذلك شركة الاتصالات السعودية؟

٤-١ أسئلة الدراسة:

السؤال الرئيسي للدراسة: ما هو تأثير توظيف وسائل التواصل الاجتماعي على أداء الموارد البشرية في المؤسسات الحكومية في المملكة العربية السعودية، بما في ذلك شركة الاتصالات السعودية؟ ومنه تنبثق الأسئلة الفرعية التالية:

- ما هو تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على أداء الموارد البشرية في مؤسسات القطاع العام وشركة الاتصالات في المملكة العربية السعودية؟
- كيف يؤثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على تحسين توجيه وإدارة العمال في مؤسسات القطاع العام وشركة الاتصالات بالمملكة العربية السعودية؟
- ما هي تحديات وعقبات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تنفيذ استراتيجيات إدارة الموارد البشرية في الشركات العامة السعودية؟

- ما هي أفضل الممارسات التي يمكن اتباعها في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز أداء إدارة الموارد البشرية

في الشركات العامة السعودية؟

- ما هي إيجابيات وسلبيات استخدام وسائل التواصل داخل المؤسسات الحكومية وشركة الاتصالات السعودية؟

٥-١ أهداف الدراسة:

بالنظر إلى أسئلة الدراسة يمكن القول أن الدراسة تسعى إلى تحقيق الأهداف التالية:

- تحليل تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على عمليات توظيف الموارد البشرية في مؤسسات القطاع العام في المملكة العربية السعودية.
- فهم كيفية تحسين توجيه وإدارة العاملين من خلال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الشركات العامة.
- تقدير دور وسائل التواصل الاجتماعي في تطوير برامج التدريب والتطوير للموارد البشرية في المؤسسات الحكومية.
- تحديد التحديات والعقبات التي تواجه استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في إدارة الموارد البشرية في القطاع العام.
- تطوير إطار لقياس فعالية استخدام وسائل التواصل في تحسين أداء الموارد البشرية في مؤسسات القطاع العام.
- تحديد الممارسات والسياسات التي يمكن اعتمادها لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشكل فعال في تعزيز أداء إدارة الموارد البشرية في الشركات الحكومية.
- معرفة أهم الجوانب الإيجابية والسلبية لانتجاهات إدارة الموارد البشرية في الأجهزة الحكومية نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي خلال أوقات العمل.

٦-١ فرضيات الدراسة:

من أسئلة الدراسة ممكن صياغة فروض الدراسة التالية:

- يوجد تأثير إيجابي ومعنوي لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على كفاءة عمليات التوظيف في المؤسسات الحكومية في السعودية.
- هناك علاقة إيجابية ومعنوية بين تطبيق استراتيجيات إدارة الموارد البشرية عبر وسائل التواصل الاجتماعي وبين تحسين توجيه وإدارة العمال في المؤسسات الحكومية.
- توجد علاقة تأثيرية إيجابية ومعنوية بين فعالية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في إدارة الموارد البشرية وبين تحقيق الأهداف الاستراتيجية للمؤسسات الحكومية.

- يوجد تأثير إيجابي ومعنوي لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تحقيق التغييرات الهيكلية والثقافية داخل المؤسسات الحكومية في السعودية.

٧-١ مصطلحات الدراسة

- **توظيف (Recruitment):** عملية جلب واختيار الموارد البشرية المناسبة لشغل الوظائف الشاغرة في المؤسسات، سواء من خلال إعلانات ومقابلات أو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.
- **إدارة الموارد البشرية (Human Resource Management):** النهج والعمليات التي تهدف إلى تطوير وإدارة العنصر البشري في المؤسسات، بما في ذلك التوظيف والتوجيه، والتدريب، وإدارة الأداء، وغيرها.
- **وسائل التواصل الاجتماعي (Social Media):** وسائل التواصل الاجتماعي هي أدوات وتطبيقات تسهل مشاركة المعلومات والتواصل مع الجمهور الداخلي والخارجي، تشمل منصات مثل فيسبوك وتويتر، بالإضافة إلى منتديات الإنترنت والمدونات والبريد الإلكتروني والخدمات الصوتية عبر الإنترنت، تستفيد المنظمات منها في تبادل المعرفة وإدارة المشاريع وتحسين تفاهم والعمل الجماعي، وأيضاً هي الأدوات والمنصات الإلكترونية التي تمكن المستخدمين من التفاعل والتواصل مع بعضهم البعض، مثل فيسبوك وتويتر ولينكد إن وغيرها.
- **كما تعرف وسائل التواصل الاجتماعي:** بأنها منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمستخدم فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها. (راضي، ٢٠٠٣)
- **مؤسسات القطاع العام Public Sector:** الهيئات والمنظمات التي تديرها الحكومة وتعمل في مختلف القطاعات الاقتصادية والاجتماعية.

٨-١ حدود البحث

- **الحدود الموضوعية:** اقتصرَت الدراسة على موضوع أثر توظيف وسائل التواصل الاجتماعي على أداء الموارد البشرية في مؤسسات قطاع العام السعودية بالتطبيق على شركة الاتصالات السعودية
- **الحدود الزمانية:** أُجريت الدراسة خلال الفترة الزمنية من العام الجامعي ١٤٤٥ هـ - ٢٠٢٤ م.
- **الحدود المكانية:** تطبيق أداة البحث عن طريق المسح الشامل لمؤسسات القطاع العام متمثل في شركة الاتصالات السعودية.
- **الحدود البشرية:** تطبيق أداة البحث على عينة عمدية من مجموعة من العاملين - ذكور وإناث - في شركة الاتصالات داخل

المملكة العربية السعودية.

٩-١ منهجية الدراسة

في هذه الدراسة سوف يتم اتباع المنهج الكمي لقياس وتحليل العلاقات بين المتغيرات، إلى جانب الاطلاع على الدراسات السابقة والتي لها علاقة بموضوع الدراسة، بالإضافة إلى تحليل استطلاع آراء مجموعة من الموظفين والعاملين- ذكور واث، بالمؤسسات الحكومية والتي تمثلها في هذه الدراسة شركة الاتصالات بالمملكة العربية السعودية، ومن ثم يمكن القول ان منهجية البحث سوف تتم من خلال عدد من الخطوات يمكن ايجازها في النقاط التالية:

١. مراجعة وجمع البيانات من الدراسات والاوراق البحثية عن مجال البحث.
٢. مراجعة الخبرات السابقة والدراسة العملية والعلمية للباحث.
٣. جمع بيانات من خلال استبيان ولقاءات شخصية مع مجموعة من الموظفين والعاملين- ذكور واث، في شركة الاتصالات بالمملكة العربية السعودية.
٤. رصد الاستجابات ومعالجتها إحصائياً باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة.
٥. تفسير ومناقشة نتائج البحث المرتبطة بالإجابة عن أسئلته، وتقديم التوصيات والمقترحات في ضوء نتائج البحث.

الدراسات السابقة

نظراً لأهمية موضوع الدراسة فقد تناول العديد من الباحثين جانب من موضوع الدراسة الحالية، وبالمبحث تم استكشاف مجموعة من الدراسات السابقة والتي سوف اتناولها في السطور القادمة مرتبة من الاحداث إلى الاقدم على النحو التالي:

دراسة: Arora, 2017

هدفت إلى معرفة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على أداء الموظف. وشملت عينة الدراسة (١٢٥) من العاملين، وأشارت الدراسة إلى تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مكان العمل، حيث أن نصف أفراد العينة لم يتفق مع معظم الآثار السلبية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على معايير أداء الموظف المهارات والمعرفة والانتاجية، وظهرت النتائج: أن أفراد العينة متفقين على الآثار الإيجابية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي أثناء العمل، حيث جاءت النتائج على سبيل المثال: تحسن في مهارات العمل ٤٧٪، ومعرفة الموظف عن لواجباته ومهامه ٤٧٪، وكذلك الانتاجية ٤٨٪، كما أشارت النتائج إلى وجود علاقة إيجابية بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ومعايير أداء الموظف على النحو التالي مع مهارات الموظفين عند مستوى دلالة (٠,٠٠٠)، ومع المعرفة عند مستوى دلالة (٠,٠٠٠)، ومع الإنتاجية عند مستوى دلالة (٠,٠٠٠٦).

دراسة: الناصر، ٢٠١٧

حول التواصل الاجتماعي في العمل والآثار المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مكان العمل في المملكة العربية السعودية، ذكر أن من القضايا الشائعة عن استخدام وسائل التواصل في مكان العمل والتي تشمل الفحص عبر الانترنت عن المتقدمين للعمل والتعرف على شخصياتهم من خلال ما ينشرونه في مواقعهم، وكذلك مراقبة نشاط الموظفين على مواقع التواصل الاجتماعي وذلك من خلال حصر استخدام الأنترنت في مكان العمل أو مراقبة النشاط على وسائل التواصل الاجتماعي، والمنشورات غير المناسبة عن العمل أو قيادات العمل أو المؤسسة وانشطتها. وتشمل أيضاً الحياة الشخصية مقابل الحياة المهنية وهي الفصل في مواقع التواصل الاجتماعي بين الحسابات المهنية والتي تخص العمل وبين الحسابات الشخصية والتي تخص الفرد ذاته، واخيراً قضية التعليق بعد انتهاء الخدمة من قبل صاحب العمل للموظف الذي انتهت خدمته على ان تكون تلك التعليقات غير محددة وتعتبر اشارات محايدة.

دراسة: Hanna, 2017

هدفت الدراسة إلى بحث ما إذا كان التواصل الإيجابي موجود بين زملاء العمل الذين يستخدمون الفيسبوك للتواصل فيما بينهم، وشملت العينة (٧٠) موظفاً في شركتين للتقنية الفائقة في شمال كاليفورنيا في أمريكا، حيث أظهرت النتائج أن: الرضا الوظيفي له ارتباط إيجابي باستخدام الفيسبوك بين زملاء العمل، وأن الشعور بالإحساس بالانتماء لدى الموظفين الذين امضوا معظم الوقت في التفاعل مع الفيسبوك مع زملائهم في العمل أكثر من المجموعة التي قضت أقل وقت في ذلك. كما أن التواصل بين الموظفين أنفسهم من خلال الفيسبوك جعل بينهم أشياء مشتركة غير العمل. وبناء على ذلك فأن الدراسة أشارت إلى أن الشركات يمكن أن تبدأ في استكشاف الفوائد الإيجابية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مكان العمل.

دراسة: Dodokh, 2017

عن أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء المنظمي، وهي دراسة ميدانية على شركات منتجات البحر الميت في الاردن والتي هدفت إلى التعرف على تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء المنظمي، وشملت عينة الدراسة (١٦٩) من المدراء والمشرفين الموظفين في عشرين شركة المنتجات البحر الميت في الاردن وظهرت نتائج الدراسة: أنه يوجد أثر ايجابي ومباشر وقوي ذو دلالة إحصائية في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء المنظمي في تلك الشركات، كما أشارت النتائج إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتكيف السريع مع منتجات الشركات وكذلك مع نوع الشركة.

دراسة: فهد بن معيقل العلي، ٢٠١٧.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء الوظيفي من وجهة نظر الموظفين في الأجهزة الحكومية بالمملكة، وقد بلغ عدد أفراد العينة (٤١٦) موظفاً من مختلف الأجهزة الحكومية، وقد قام الباحث بتصميم استبانة لجمع المعلومات وشملت (٤٦) عبارة، تم توزيعها على عينة الدراسة من الموظفين الذين حضروا برامج تدريبية في معهد الإدارة العامة بالرياض خلال أسبوعين من شهر مايو ٢٠١٨ م، وتوصلت الدراسة إلى:

وجود علاقة ارتباطية إيجابية مقدارها (٠.٨٢) بين الجوانب الإيجابية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي والأداء الوظيفي لدى الموظفين في الأجهزة الحكومية بالمملكة، وعلاقة ارتباطية إيجابية مقدارها (٠.٩١) بين الجوانب السلبية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي مع الأداء الوظيفي لدى الموظفين في الأجهزة الحكومية بالمملكة، كما حددت النتائج أهم (٥) جوانب إيجابية

لاتجاهات الموظفين في الأجهزة الحكومية نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي خلال أوقات العمل، وأهم (٥) جوانب سلبية لاتجاهات الموظفين في الأجهزة الحكومية نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي خلال أوقات العمل، كما وضعت الدراسة توصيات لدعم وتعزيز الجوانب الإيجابية لاتجاهات الموظفين في الأجهزة الحكومية نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي خلال أوقات العمل، وتوصيات لمعالجة الجوانب السلبية لاتجاهات الموظفين في الأجهزة الحكومية.

دراسة Haddad, 2016

عن استكشاف تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على عمل الموظف وهدفت الدراسة إلى معرفة العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وعمل الموظفين في شركات متعددة الجنسيات في أمريكا الشمالية. وشملت عينة الدراسة (١٦٩٤) موظفاً، وأشارت النتائج إلى:

وجود اختلافات في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وعمل الموظفين من قبل قسم الأعمال والنطاقات المهنية. وأظهرت النتائج أنه كلما زاد الاستخدام الذاتي لوسائل التواصل الاجتماعي، زادت مستويات المشاركة الذاتية للموظفين، كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يرتبط بمستوى عمل الموظفين. كما يرتبط استخدام وسائل التواصل الاجتماعي مع مستوى الكفاءات، والتواصل والاستعداد للتغيير.

دراسة: Kishokumar, 2016

عن تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في مكان العمل على الأداء الوظيفي الفردي بالتطبيق على القطاع المالي في مقاطعة باتيكالوا"، حيث هدفت الدراسة إلى معرفة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على أداء الموظفين في مكان العمل كما هدفت إلى تقييم العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي وأداء الموظفين، وما إذا كان وسائل التواصل الاجتماعي قادرة على زيادة مستويات إنتاجية الموظف ورضاه. وشملت عينة الدراسة (٢٦٠) موظف.

وأظهرت النتائج أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مكان العمل ساعد الموظفين على تحسين أدائهم. كما أشارت الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية معتدلة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والأداء الوظيفي للقطاع المالي في مقاطعة باتيكالوا. وتوصلت الدراسة إلى أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية لتأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي عند مستوى دلالة (٠,٠٠١) على الأداء الوظيفي.

دراسة: Carlson, 2016

حول كيفية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مكان العمل دراسة التأثير المزدوج، حيث هدفت إلى التعرف على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مكان العمل، وكذلك معرفة تأثيرها بشكل متزامن على كل من السلوكيات الإيجابية والسلوكيات غير المنتجة في العمل، وشملت العينة (٢٢٠) فرداً، وأظهرت النتائج أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ساهم في السلوكيات الموجهة نحو المهام وكذلك لبناء العلاقات، كما أظهرت النتائج أيضاً عن وجود سلوكيات غير منتجة، واختتمت الدراسة بأن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت جزءاً من الحياة التنظيمية وأنها في تزايد مستمر ولا بد من أن نفهم كيف تستخدم هذه المنظمات وسائل التواصل الاجتماعي لتكون مفيدة لاستخدام الأفراد والمجموعات وخلق العمل وكذلك الانتاجية في مكان العمل.

دراسة: Yeshambel, 2016

عن تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على انتاجية الموظفين في مكان العمل في جامعة قنذار / اثيوبيا: حالة دراسية، حيث هدفت الدراسة إلى معرفة مدى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من قبل الموظفين وتأثيرها على انتاجيتهم، وتم اختبار عينة عشوائية من الذين لديهم شبكة انترنت في مكان العمل، وأوضحت النتائج أن هناك علاقة سلبية وإيجابية بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وانتاجية الموظف، وأوضحت الدراسة أن العلاقة السلبية أقوى من العلاقة الإيجابية، وأن (٦٧.٤%) من الموظفين يقضون معظم الوقت على وسائل التواصل الاجتماعي في الشبكات الشخصية، وأن (٨٦) من الموظفين يستخدمون ساعات العمل لزيارة وسائل التواصل الاجتماعي على الانترنت، كما أن العلاقة الإيجابية هو استخدام تلك الوسائل لطلب وعرض المعلومات المتعلقة بالعمل، وأن الموظفين يستخدموا وسائل التواصل الاجتماعي للعمل وغير العمل.

دراسة: Giannakos, 2014

حول استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل: مضیعة لوقتک أم تحسين لإدائک؟" وهدفت الدراسة إلى التعرف على ما إذا كان الموظفون يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي لأغراض العمل، وما هي القيم التي تزيد من هذا الاستخدام، وما إذا كان هذا الاستخدام مرتبطاً بأدائهم، وما تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على العمل. حيث شملت عينة الدراسة (١٧٩٩) موظف في شركات التأمين وأظهرت النتائج: أنه في حالة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للعمل، فإن الموظفين يستخدمونها على نطاق واسع بغض النظر عن العمر. كما أظهرت النتائج أن كل من القيم الترفيهية والترفيهية تؤثر على الموظفين

لاستخدام المزيد من وسائل التواصل الاجتماعي لعملهم، وأكدت الدراسة على أن هناك علاقة مهمة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وأداء الموظفين. وبعبارة أخرى فإن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ليس فقط مضيعة للوقت، بل أيضاً له تأثير إيجابي على أداء الموظفين في شركات التأمين.

دراسة: Ashraf,2014

حيث هدفت إلى معرفة تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على أداء الموظفين في البنوك الباكستانية، حيث أوضحت الدراسة: أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت جزء لا يتجزأ من حياة كل فرد وأن لها تأثير قوى على أداء موظفي تلك البنوك، كما أشارت النتائج إلى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي تساهم في تعلم المهارات والحصول على المعارف كما يساهم في زيادة الانتاجية ورفع مستوى التحفيز للعاملين في تلك البنوك، وأن الابعاد الأربعة (تعلم المهارات والحصول على المعارف، والانتاجية والتحفيز) تتأثر باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، ويساهم هذا التأثير في أداء الموظفين بشكل إيجابي. وأوصت الدراسة بتدريب الموظفين بناء على سلوكيات الموظفين في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل كاستخدام صفحة عن التدريب في الفيس بوك، وكذلك استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للتواصل مع الموظفين وطرح الفرص التطويرية والمعارف التي تهم العمل في تلك البنوك.

دراسة الصبيحي: ٢٠١٣

بعنوان استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في إدارة أزمات العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية السعودية، وأظهرت أن شبكات التواصل الاجتماعي أسهمت في رفع مستوى الشفافية لدى المؤسسات الحكومية وسهلت التعرف على الأزمات وفقاً لما يثيره الجمهور، غير أنها لاحظت أن جهود إدارات العلاقات العامة في رصد الآراء والاهتمام بها اتسمت بالتواضع وافتقرت في معظمها إلى الجهود المؤسسية، وشددت الدراسة على أن وظيفة العلاقات العامة كانت من أكثر الوظائف الإدارية تأثراً بالإنترنت كوسيلة اتصال، لافتة إلى عدم تمكن إدارات العلاقات العامة من الاستثمار الصحيح للشبكات في إدارة الأزمات التي تواجهها مع جمهورها، وخلصت الدراسة إلى أن تزايد استخدام الجمهور لشبكات التواصل الاجتماعي: (فيسبوك، تويتر، يوتيوب، لنكد إن) بشكل لافت، دفع الجماهير للتعبير بوضوح عن آرائها تجاه الخدمات التي تقدمها المؤسسات الحكومية بنسبة عالية. كما خلصت الدراسة إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي أسهمت وبشكل ملحوظ برفع مستوى الشفافية لدى المؤسسات الحكومية بنسبة عالية ومكنت في الوقت نفسه من سرعة الرد والتصحيح شبه الفوري وسهلت أيضاً على

المؤسسات الحكومية مهمة التعرف على الأزمات ومسبباتها وفقاً لما يثيره الجمهور من قضايا عبر هذه الشبكات، مما ينعكس على بناء الصورة الذهنية عن المؤسسة وإدارة السمعة وفقاً لدرجة توظيف هذه الشبكات من قبل المؤسسات الحكومية.

دراسة: عطية، ٢٠١٢.

عن أثر استخدام تقنية المعلومات على الأداء الوظيفي للعاملين في الأجهزة الحكومية المحلية: دراسة ميدانية على جامعة ورقلة بالجزائر والتي هدفت إلى التعرف على مدى هذا التأثير على الأداء، حيث شملت الدراسة (٦١) موظف وموظفة في جامعة ورقلة، وأشارت النتائج إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام تقنية المعلومات والأداء الوظيفي للعاملين، كما أظهرت النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام تقنية المعلومات و (حجم الأداء نوعية الأداء، كفاءة الأداء، تبسيط العمل)، إلا أن النتائج أظهرت عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام تقنية المعلومات وسرعة الإنجاز وكذلك عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية نحو أثر استخدام تقنية المعلومات على الأداء الوظيفي تعزي للمتغيرات الجنس المستوى التعليمي، إلا أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية نحو أثر استخدام تقنية المعلومات على الأداء الوظيفي تعزي للمتغيرات السن الأقدمية المهنية الفئة الوظيفية.

دراسة: Benjaman, 2012

شملت أهداف الدراسة على بحث في أهمية التقنية مثل وسائل التواصل الاجتماعي وإنتاجية الموظف في مكان العمل ومعرفة الإيجابيات والسلبيات لمواقع التواصل الاجتماعي، وتقييم العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي وإنتاجية الموظفين. ومن نتائج الدراسة أن وسائل التواصل الاجتماعي تحفز على التعاون وتبادل المعارف بين الأفراد، والتي يمكن أن تؤدي إلى زيادة أو انخفاض الإنتاجية. وعليه يجب أن توجه تلك الوسائل بطريقة فعالة للحصول على أقصى قدر من النتائج من الموظفين، كما حذرت الدراسة من الاستخدام السلبي لوسائل التواصل الاجتماعي من قبل الموظف، إذا تركت دون معالجة، وتشمل المخاطر انتهاكات أمن الشبكة وتكاليف عرض النطاق الترددي، وقضايا أداء الشبكة والمسؤولية القانونية وتسرب المعلومات التجارية، إذا أخذ هذا بالاعتبار، فإن مواقع التواصل الاجتماعي لها آثار إيجابية على الأداء. ويهدف تحقيق أكبر قدر من الفائدة لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي داخل المنظمة، فإن على إدارة المنظمة العمل على تنفيذ السياسات والاستراتيجيات والتي تؤدي إلى زيادة فوائد استخدام هذه الوسائل بين موظفيها.

الفصل الثاني: الإطار النظري

أولاً: وسائل الاتصال الاجتماعي

مفهوم ونشأة وسائل الاتصال الاجتماعي.

أنواع وسائل الاتصال الاجتماعي.

خصائص وسائل التواصل الاجتماعي.

آثار وسائل التواصل الاجتماعي على الفرد والمجتمع.

إيجابيات وسلبيات وسائل الاتصال الاجتماعي.

ثانياً: الأداء وإدارة الموارد البشرية.

مفهوم الأداء.

أهمية التدريب في المؤسسات الحكومية.

محددات الاداء الوظيفي.

تقييم الأداء الوظيفي.

ثالثاً: وسائل الاتصال الجماعي وأداء الموارد البشرية في المؤسسات.

المنظور العلمي لشبكات التواصل الاجتماعي ودورها في الحياة الإدارية.

دور شبكات التواصل الاجتماعي في الحياة الإدارية.

تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الأداء العام للمؤسسات.

تحديات ومعوقات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المؤسسات الحكومية.

التأثير الإيجابي لاستخدام المؤسسات الحكومية لشبكات التواصل الاجتماعي.

منهجية إدارة المؤسسات الحكومية لشبكات التواصل الاجتماعي.

سياسات استخدام المؤسسات الحكومية لشبكات التواصل الاجتماعي.

التحديات القانونية في استخدام المؤسسات الحكومية لشبكات التواصل الاجتماعي.

الفصل الثاني: الإطار النظري

أولاً: وسائل الاتصال الاجتماعي

تمهيد

تُعتبر وسائل التواصل الاجتماعي مجموعة من المنصات والتطبيقات على الإنترنت التي تهدف إلى تسهيل التواصل وتبادل المعلومات والمحتوى بين المستخدمين حيث يمكن استخدام وسائل الاتصال الاجتماعي للتواصل الشخصي، والتفاعل مع المحتوى، وبناء شبكات اجتماعية، وتبادل الآراء والأفكار.

وتشمل وسائل الاتصال الاجتماعي مجموعة واسعة من المنصات، مثل فيسبوك، وتويتر، وإنستغرام، وسناب شات، ولينكدإن، ويوتيوب، وغيرها الكثير، كما تتنوع هذه المنصات في الأغراض والوظائف التي تقدمها، فمنها ما يركز على المحادثات القصيرة والتفاعل السريع، ومنها ما يركز على مشاركة الصور والفيديوهات، ومنها ما يستخدم للتواصل المهني وبناء العلاقات الاحترافية، أيضاً وبالإضافة إلى الفوائد الاجتماعية، فإن وسائل الاتصال الاجتماعي تلعب دوراً هاماً في نقل المعلومات والأخبار، وتشكيل الرأي العام، وتسويق المنتجات والخدمات، وبناء العلامات التجارية الشخصية والتجارية.

ونظراً للدور الكبير الذي تلعبه وسائل التواصل الاجتماعي في حياة المجتمعات بشكل عام وفي أداء المنظمات والمؤسسات بشكل خاص سوف يتم في السطور التالية تناول وسائل التواصل الاجتماعي بشيء من التفصيل من حيث المفهوم والنشأة والاهمية كما يلي:

١-٢ مفهوم ونشأة وسائل الاتصال الاجتماعي.

تتأسس فكرة وسائل الاتصال الاجتماعي على الحاجة البشرية الأساسية للتواصل والتفاعل مع الآخرين، وقد نشأت هذه الوسائل نتيجة للتطور التكنولوجي السريع في العصر الحديث، وخاصةً مع تطور الإنترنت والتكنولوجيا الرقمية.

بدأت وسائل الاتصال الاجتماعي كفكرة في منتصف التسعينيات مع ظهور الإنترنت التجاري. كانت هذه الفترة شهدت تطوراً ملحوظاً في تكنولوجيا الاتصال، حيث بدأ الناس يشعرون بالحاجة إلى وسيلة للتواصل والتفاعل الاجتماعي عبر الشبكة العالمية. على سبيل المثال، ظهر موقع "Six Degrees" في عام ١٩٩٧ كأول منصة اجتماعية عبر الإنترنت، حيث كان يتيح

للمستخدمين إنشاء ملفات شخصية والتواصل مع الأصدقاء عبر الإنترنت. ورغم نجاحه المحدود، إلا أنه فشل في البقاء بسبب تحديات تقنية وتجارية. على الرغم من ذلك، استمر التطور والتنوع في مجال وسائل الاتصال الاجتماعي، حيث ظهرت منصات مثل "Friendster" في عام ٢٠٠٢، والتي كانت تهدف إلى ربط الأصدقاء وبناء شبكات اجتماعية. ومع مرور الوقت، ازدهرت منصات أخرى وخاصة بعد انتشار الفيسبوك "Facebook" حدثت نقلة نوعية في مواقع التواصل الاجتماعي وازداد عدد مستخدميها حول العالم، فانتشرت العديد منها مثل "YouTube" و"Twitter" عام ٢٠٠٦ و"WhatsApp" و"Instagram" عام ٢٠١٠، و"Snapchat" عام ٢٠١١ والذي قام بتأسيسه إيفان شبيغل وروبرت مور، ومن هذا الوقت وأصبحت وسائل الاتصال الاجتماعي جزءاً لا يتجزأ من حياة الملايين حول العالم، حيث تؤثر على السياسة والثقافة والاقتصاد وغيرها من جوانب الحياة اليومية، ومن مزايا وسائل التواصل الاجتماعي، الفاعلية والحرية الواسعة والشمول والتنوع والتوفر والتحديث المستمر والمرونة والسرعة (عبد الرشيد، ١٤٣٦هـ).

وقد ذكر موقع (TriNet, 2012) بأن هناك ثمانية فرص لوسائل التواصل الاجتماعي في مكان العمل وهي: تعزيز العلامة التجارية الخاصة بالمنشأة التواصل مع الزبائن تحسين تقنيات الاستقطاب، والتوظيف، الترابط بين الموظفين، قلة التكلفة، تبادل المعلومات عن المنشأة، فرصة للاستماع، وقيادة الفكر.

وفيما يتعلق بتعريف وسائل التواصل الاجتماعي في أدبيات الدراسة:

يُعرف وسائل التواصل الاجتماعي على أنها "تفاعل اجتماعي بين الأشخاص الذين يقومون بإنشاء أو تبادل المعلومات والأفكار في المجتمعات والشبكات الافتراضية" (Giannakos, 2014).

ووفقاً لتعريف للشهري (٢٠٠٨م)، يُعتبر وسائل التواصل الاجتماعي "منظومة من الشبكات الإلكترونية عبر الإنترنت تتيح للمستخدم فيه إنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه بنظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات".

ويُعرفها (Olver Yao و LXue Bai، 2010) بأنها: مواقع إلكترونية تسمح للأفراد بالتعريف بأنفسهم والمشاركة في شبكات اجتماعية، حيث يقومون من خلالها بإنشاء علاقات اجتماعية.

كذلك تُعرف وسائل التواصل الاجتماعي على أنها "خدمات ويب تسمح للأفراد بإنشاء ملف تعريف عام أو شبه عام ضمن نظام محدد، مع إمكانية عرض واستكشاف قائمة المشاركين الآخرين في النظام والتفاعل معهم. (Boyd, 2008).

وفي تعريف آخر من دليل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الجهات الحكومية لحكومة أبو ظبي (٢٠١٥)، يُعتبر وسائل التواصل الاجتماعي "تطبيقات شبكة الإنترنت التي تُوفّر منصة متعددة للمستخدمين لإنشاء ومشاركة محتوى يمكن أن يكون نصياً أو مرئياً أو صوتياً في مجتمع افتراضي. (حكومة أبو ظبي، ٢٠١٥).

وبالنظر إلى هذه التعاريف، يُمكن تعريف وسائل التواصل الاجتماعي إجرائياً، على أنها تطبيقات إلكترونية على الإنترنت تتيح لمستخدميها المشاركة مع أفراد أو جماعات آخرين بمحتوى يمكن أن يكون نصياً أو مرئياً أو صوتياً، وإرساله من خلال تلك التطبيقات إلى الأفراد أو الجماعات والتواصل المستمر معهم.

٢-١-٢ أنواع وسائل الاتصال الاجتماعي.

هناك العديد من أنواع وسائل الاتصال الاجتماعي التي توفر وسائل للتواصل والتفاعل بين الأفراد عبر الإنترنت، وتشمل بعضها: (ساوير، ٢٠١١)

(١) النوع الأول: يختص بالاتصالات وإيجاد المعلومات وتبادلها، ومن الأمثلة على ذلك:

- التدوين والمدونات: وتشمل بعض أشهر منصات المدونات مثل Open، Blogger، WordPress، وDiary، حيث يمكن للأفراد إنشاء محتوى مدونة يمكن مشاركته والتفاعل معه.
- مواقع التواصل الشبكة الاجتماعي: وتتضمن عادة مشاركة معلومات قصيرة (نصية، صورة، صوتية، ومرئية). ومن أمثلتها Tumblr، Qaiku، Google Buzz، وTwitter، والأخير يُعتبر واحداً من أكثر منصات المدونات الصغيرة استخداماً، وأيضاً مثل فيسبوك وإنستغرام ولينكد إن، حيث يمكن للمستخدمين إنشاء ملفات شخصية والتفاعل مع المحتوى والتواصل مع الآخرين. (ناصر، ٢٠٠٩).

(٢) النوع الثاني: مواقع التعاون وبناء فرق العمل مثل:

- Wiki، وهي مواقع تمكن العديد من الأفراد من الاشتراك في تكوين معلومات مترابطة بشكل منطقي عن طريق روابط إلكترونية، من أفضل الأمثلة موقع ويكيبيديا الموسوعة العلمية.
- مواقع الاخبار الاجتماعية، ومنها Digg، Mixx، Now Public، Reddit، News vine.
- مواقع إدارة الملفات وتحرير النصوص، ومنها GoogleDocs، Syncplicity Drop box.

(٣) النوع الثالث: مواقع الوسائط المتعددة ومنها:

- مواقع التصوير والفن، ومن أشهرها Flickr, Photobucket, Picasa
- مواقع مشاركة الفيديو والبث المباشر: وفي هذه النوعية من المواقع يمكن الإيجاد والبحث عن العديد من مقاطع الفيديو وتقييمها، ومنها Vidler, Vimeo, YouTube, Dailymotion

(٤) النوع الرابع: مواقع الرأي والاستعراض: ومنها:

- مواقع استعراضات السلع (.) Product reviews
- مواقع الاسئلة والاجوبة مثل: Ask.co, Quora, Wiki answers, yahoo answers، وغيرها.

(٥) النوع الخامس: المواقع الترفيهية الاجتماعية ومنها:

- المواقع العوالم الافتراضية مثل Second Life, Active world، وكذلك مواقع الألعاب الاجتماعية مثل Kongreg
- Miniclip وغيرها. (سكر، ١٤٣٢هـ)

٣-١-٢ خصائص وسائل التواصل الاجتماعي.

وسائل التواصل الاجتماعي تتسم بالعديد من الخصائص والمميزات التي تميز كل وسيلة عن الأخرى، وتجعلها تواكب التطور، وتشمل هذه الخصائص والمميزات ما يلي: (بوميلة و فارس، ٢٠٠٤)

١. التواصل الاجتماعي: هذه هي الخاصية الأساسية لهذه الوسائل، حيث تمكن المستخدمين من التواصل مع بعضهم البعض عبر الإنترنت، وتبادل الأفكار والمحتوى المتعلق بمختلف المواضيع.

٢. المشاركة والنشر: تسمح وسائل التواصل الاجتماعي للمستخدمين بنشر محتوى من النصوص والصور ومقاطع الفيديو والصوتيات والروابط، وهذا يتيح لهم مشاركة الأفكار والتجارب والمعلومات مع الآخرين.

٣. المتابعة والمتابعة العكسية: توفر وسائل التواصل الاجتماعي خاصية المتابعة، حيث يمكن للمستخدمين متابعة حسابات الأشخاص أو الجهات التي يرغبون في الحصول على محتواهم، بالإضافة إلى خاصية المتابعة العكسية التي تتيح لهم متابعة من يتابعهم.

٤. التفاعل والتعليقات: يمكن للمستخدمين التفاعل مع المحتوى المنشور عبر وسائل التواصل الاجتماعي من خلال إعجاب المنشورات، وإعادة نشرها، وكتابة تعليقات عليها، مما يعزز التفاعل بين الأفراد. (الرعود، ٢٠١٢)

٥. الخصوصية والأمان: تهتم وسائل التواصل الاجتماعي بخصوصية المستخدمين وأمان معلوماتهم، وتوفر خيارات للتحكم في الخصوصية والتحقق الثنائي وتشفير البيانات لضمان سلامتها.
٦. الإعلان والتسويق: تعتبر وسائل التواصل الاجتماعي منصة فعالة للإعلان والتسويق، حيث يمكن للشركات والعلامات التجارية الترويج لمنتجاتها وخدماتها والتفاعل مع الجمهور المستهدف من خلالها. (بلعباس، ٢٠١٥)
٧. التحليل والإحصائيات: توفر وسائل التواصل الاجتماعي أدوات لتحليل أداء المحتوى والتفاعل معه، وتقديم إحصائيات حول الجمهور المستهدف وسلوكهم، مما يساعد المستخدمين والمعلنين على تحسين استراتيجياتهم. (مسلم، ٢٠١٤)
٨. المرونة والتوافق مع الأجهزة المحمولة: تتيح وسائل التواصل الاجتماعي استخدامها عبر مجموعة متنوعة من الأجهزة بما في ذلك الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية وأجهزة الكمبيوتر، مما يجعلها متاحة في أي وقت وفي أي مكان.

٢-١-٤ آثار وسائل التواصل الاجتماعي على الفرد والمجتمع.

إن وسائل التواصل الاجتماعي الحديثة لعبت دوراً بارزاً ومهماً في حياة الأفراد والمجتمعات في جوانب حياتهم المختلفة، سواء الاجتماعية، أو السياسية، أو الاقتصادية، أو الثقافية وغيرها، وبسبب الفوائد والإمكانيات القيمة التي توفرها، انتشرت هذه الوسائل والمنصات بشكل كبير وسريع على مستوى العالم، مما جعلها ثورة كبيرة في مجالات الاتصال والعلاقات، ومن بعض الآثار الإيجابية لوسائل التواصل الاجتماعي في حياة الفرد والمجتمع ما يلي:

- في المجال الاجتماعي: تساعد وسائل التواصل الاجتماعي على استمرارية التواصل بين الأفراد على مدار الساعة، مما يعزز قوة الروابط الاجتماعية والتماسك بينهم. كما تمكن الأفراد من معرفة أخبار بعضهم البعض وتوطيد العلاقات الاجتماعية من خلال تبادل التهاني والتعازي والمشاركة في الأحداث والمناسبات.
- المجال السياسي: تلعب وسائل التواصل الاجتماعي دوراً هاماً في نشر الأفكار والآراء السياسية، وتمكن المواطنين من التعبير عن آرائهم والمشاركة في الحوارات العامة. كما تساهم في نشر الوعي السياسي وتعزيز المشاركة السياسية للفرد في المجتمع. (سفرانيك، ٢٠١٢)
- المجال الاقتصادي: توفر وسائل التواصل الاجتماعي فرصاً للتسويق والإعلان عن المنتجات والخدمات، وتمكن الأفراد والشركات الصغيرة من الوصول إلى جمهور أوسع والتفاعل مع العملاء بشكل مباشر. كما تساهم في تعزيز التجارة الإلكترونية وتوسيع الفرص الاقتصادية.

■ **المجال الثقافي والتعليمي:** تقدم وسائل التواصل الاجتماعي فرصاً للتعليم والتثقيف والمشاركة في مناقشات ثقافية

وتبادل الخبرات. يمكن للأفراد استكشاف ثقافات مختلفة والتواصل مع أشخاص من خلفيات ثقافية متنوعة، مما

يساهم في تعزيز التفاهم الثقافي بين الشعوب.

■ **المجال النفسي:** قد تلعب وسائل التواصل الاجتماعي دوراً في تحسين الصحة النفسية والعاطفية للأفراد. يتيح لهم

التواصل مع الآخرين والتعبير عن أفكارهم ومشاعرهم، ويمكنهم الحصول على الدعم الاجتماعي والتواصل مع مجتمعات

ومجموعات تشاركهم الاهتمامات والتحديات.

وعلى الرغم من هذه الفوائد، هناك بعض الآثار سلبية محتملة لوسائل التواصل الاجتماعي منها:

١. **المجال الاجتماعي:** يمكن أن تؤدي وسائل التواصل الاجتماعي إلى انعزال الأفراد وتقليل التواصل الحقيقي بينهم. قد يعتمد

الأفراد على التواصل الافتراضي بشكل مفرط ويفقدون القدرة على التواصل الشخصي الفعال. كما يمكن أن تؤدي تعلق

الأفراد بالشبكات الاجتماعية إلى التأثير على صحتهم العقلية وزيادة مشاكل القلق والاكتئاب.

٢. **المجال السياسي:** قد تؤدي وسائل التواصل الاجتماعي إلى تفاقم التوترات السياسية وتصاعد الخلافات بين الأفراد

والمجموعات. يمكن أن تنشر الأخبار المضللة والمعلومات الزائفة بسرعة كبيرة، مما يؤثر على النقاشات العامة ويزيد من

انقسامات المجتمع. كما يمكن استغلال وسائل التواصل الاجتماعي للتأثير في العمليات السياسية والتدخل في الانتخابات.

٣. **المجال الاقتصادي:** قد تؤدي وسائل التواصل الاجتماعي إلى انتشار الإعلانات المضللة والترويج للمنتجات والخدمات غير

الجودة. قد يكون هناك انتحال للهوية واستغلال للمستهلكين من قبل جهات غير موثوقة. كما يمكن أن تؤثر وسائل التواصل

الاجتماعي على الاقتصاد التقليدي وتسبب تراجعاً في بعض الصناعات التقليدية.

٤. **المجال الثقافي والتعليمي:** يمكن أن تؤدي وسائل التواصل الاجتماعي إلى تشتيت الانتباه وتقليل التركيز على النشاطات

الثقافية والتعليمية التقليدية. قد ينشغل الأفراد بشكل مفرط في الوقت المناسب لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، مما

يؤثر على تطوير المهارات والتعلم العميق.

٥. **المجال النفسي:** قد تسهم وسائل التواصل الاجتماعي في زيادة الضغط والمقارنة الاجتماعية للأفراد. يمكن أن يتسبب

الانخراط المفرط في وسائل التواصل الاجتماعي في شعور الأفراد بالاضطراب النفسي وانخفاض التقدير الذاتي. قد يشعرون

بالضغط لإظهار حياة مثالية ومزيفة على منصات التواصل الاجتماعي، مما يؤثر على صحتهم النفسية.

٥-١-٢ الآثار الإيجابية والسلبية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مكان العمل

أظهرت دراسات سابقة عدة آثار إيجابية وسلبية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مكان العمل، أشار (Ferreira, 2009) إلى أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل يعزز التعاون وتبادل المعرفة، مع التأكيد على ضرورة توجيه استخدامها بشكل يضمن تحقيق أقصى قدر من النتائج الإيجابية، مع وجود مخاطر محتملة مثل عرض النطاق الترددي والمسؤولية القانونية وغيرها.

من جهة أخرى، أكدت دراسة (Munene & Nyarubo, 2013) وجود علاقة إيجابية بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وإنتاجية العاملين، يمكن للموظفين استخدام هذه الوسائل للبحث والاطلاع على المعلومات ذات الصلة بالعمل، ولكن الاستخدام المفرط قد يؤدي إلى تشتت الانتباه وانخفاض الإنتاجية، كما تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي في مكان العمل في أنشطة تخص العمل وكذلك في أنشطة لا تخص العمل، وتشمل أسباب استخدام الموظف لوسائل التواصل الاجتماعي في مكان العمل البقاء على اتصال مع الأصدقاء، وإنشاء شبكات شخصية، والبحث عن المعلومات المتعلقة بالعمل، ومشاركة المعلومات مع الزملاء، وبناء علاقات العمل.

أظهرت دراسة أخرى (Siddiqui & Singh, 2016) الآثار الإيجابية والسلبية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على منظمات الأعمال، بينما تساعد في فهم مستخدمي الخدمات أو المنتجات وتسويقها وجذب عملاء جدد، يمكن أن تؤدي الاستراتيجية الخاطئة لاستخدامها إلى آثار سلبية مدمرة، مثل فشل المنظمات وضعف سمعتها.

ثانياً: الأداء وإدارة الموارد البشرية.

تمهيد

الاستثمار في الموارد البشرية يُعدُّ أحد العوامل الرئيسية التي تؤثر في ثراء الأمم، حيث تُعدُّ هذه الموارد أساسية للتقدم الاقتصادي والاجتماعي، إنها تشكل الرأسمال الأساسي الذي يؤثر بشكل كبير على حالة الدول وقد أكد الاقتصاديون على أهمية تطوير الموارد البشرية في تحقيق النمو الاقتصادي للدول، كما يعتبر الاستثمار في الموارد البشرية استثماراً وطنياً بالدرجة الأولى، حيث يُعتبر أنه النوع الأعلى قيمة وعائداً من رؤوس الأموال، فالتقدم يأتي عبر استغلال القوى البشرية لتحويل الثروات من مجرد موارد كمية إلى طاقات تكنولوجية متنوعة تحقق التقدم المطلوب، ومن ثم، فإن الاستثمار في الموارد البشرية يسهم في تحقيق التقدم والنمو الاقتصادي والاجتماعي، لقد حققت العديد من الدول، مثل الصين واليابان وغيرها في جنوب شرق آسيا، معدلات نمو اقتصادي عالية، وتمكنت من التفوق على حالة التخلف واحتلال مكانة متقدمة بين دول العالم، وذلك بفضل استثمارها في تطوير وتنمية مواردها البشرية، وبناء مهاراتها وقدراتها. (الحيدري، ٢٠٠٩)

وإدارة الموارد البشرية تُعدُّ أحد أهم عناصر نجاح أي منظمة، سواء كانت صغيرة أو كبيرة، لأنها ترتبط بشكل مباشر بأداء الموظفين وكفاءتهم، فهي تهتم بتطوير وإدارة القوى العاملة بطريقة تضمن تحقيق أهداف المنظمة بأقصى كفاءة ممكنة، وتتضمن مجالات إدارة الموارد البشرية توظيف العمال، تطوير مهاراتهم، وتقييم أدائهم، بالإضافة إلى العديد من الجوانب الأخرى التي تهدف إلى تحسين أداء الموظفين ورفع مستوى رضاهم عن العمل.

ولذلك فإن الاستثمار في الموارد البشرية يُعدُّ عاملاً حاسماً في تحقيق ثراء الأمم، حيث تعتبر هذه الموارد أساسية للتطور الاقتصادي والاجتماعي، كما إنها تشكل الرأسمال الأساسي الذي يؤثر بشكل كبير على حالة الدول، ويؤكد الاقتصاديون على أهمية تطوير الموارد البشرية في تحقيق النمو الاقتصادي للدول.

٢-٢ مفهوم الأداء.

يشير مفهوم الأداء إلى درجة تحقيق وإتمام مهام المكونة لوظيفة الفرد وهو يعكس الكيفية التي يحقق، أو يشبع بها الفرد متطلبات الوظيفة، وفي كثير من الأحيان يحدث لبس وتداخل بين مفهوم الأداء ومفهوم الجهد الذي يشير إلى الطاقة التي يبذلها الفرد، أما الأداء فيقاس على أساس النتائج التي يحققها الفرد، في حين يعرف الأداء هو عملية التفاعل بين السلوك والإنجاز، أنه مجموع السلوك والنتائج التي تتحقق مع بعضها.

وهو النشاط أو المهارة أو الجهد المبذول من طرف العامل سواء كان هذا الجهد عضلياً أو فكرياً من أجل إتمام مهام الوظيفة الموكلة له، حيث يحدث هذا السلوك تغييراً بكفاءة وفعالية يحقق من خلاله الأهداف المحددة من قبل المنظمة.

ويعرف أيضاً الأداء: بأنه ناتج الجهد الموضوع من أجل تحقيق المنظمة لأهدافها، والمستوى المتوقع من المخرجات التي تسعى المنظمات الوصول له من خلال جهد العاملين بشكل قابل للقياس ومتزامن مع مستوى تحقيق الأهداف. (عابد، ٢٠١٤)

ويمكن تعريف إدارة الموارد البشرية على أنها الإدارة المسؤولة عن تطوير سياسات وإجراءات المنظمة ومسح اتجاهات العاملين وواجبات إدارية أخرى، وإيضاً تعرف بأنها الإدارة المختصة باستقطاب ومقابلة واستئجار الأفراد على وفق سياسات ومتطلبات المنظمة والعمل على تنمية، وتطوير مهارات، وقابليات العاملين، وتحفيزهم. (الفارس وآخرون، ٢٠٠٣)

وتعد إدارة الموارد البشرية (إدارة الأفراد) نشاطاً إدارياً مستقلاً عن وظائف الإدارة الأخرى، وذلك لأنها تركز بشكل خاص على العنصر البشري. وبناءً على ذلك، فإنها تحتل مكانة هامة ومميزة في الهيكل التنظيمي للمنظمة، فهي تعنى بالحصول على تعاون الأفراد وتحقيق الأهداف والنتائج من خلال جهودهم، ويشمل مجال إدارة الموارد البشرية جميع الإجراءات والسياسات المتعلقة بتوظيف واختيار الموظفين، والتعامل معهم على جميع المستويات، وتنظيم القوى العاملة داخل المنظمة، وزيادة ثقتهم بالإدارة، وتعزيز الروح التعاونية بينهم، بهدف تحقيق أعلى مستويات الإنتاجية التي تساهم في تحقيق الأهداف المحددة للمنظمة.

٢-٢-١ أهمية التدريب في المؤسسات الحكومية.

زادت أهمية التدريب والبرامج التدريبية في الآونة الأخيرة كواحدة من أهم الممارسات الحديثة للموارد البشرية والمرتبطة بشكل مباشر بأداء العامل، حيث يعد التدريب في المؤسسات الحكومية جزءاً أساسياً من استراتيجية إدارة الموارد البشرية، فهو يساهم في تعزيز الأداء وزيادة الكفاءة وتحقيق الأهداف المؤسسية بشكل عام، وتحتاج مهارات العاملين إلى تنمية وتطوير باستمرار،

فالتقدم التقني في تغير سريع يجعل المهارات الحالية بحاجة الى متابعة وتطوير كما أن تغيير العاملين لمجالات عملهم يتطلب مهارات وقدرات جديدة ومختلفة عن متطلبات أعمالهم السابقة، وهناك منظمات اعمال تنفق على تطوير مهارات العاملين وبرامج التدريب مبالغ كبيرة من اجل رفع مستوى الأداء والإنتاجية، وتدريب الموظفين يعتبر أمراً حيوياً في المؤسسات الحكومية لعدة أسباب منها: (الفارس وآخرون، ٢٠٠٣)

- أن التدريب يساعد على تعزيز مهارات ومعارف الموظفين، مما يؤدي إلى تحسين أدائهم وزيادة كفاءتهم في أداء مهامهم اليومية، وهذا يساهم في تحسين الأداء وزيادة الانتاجية وجودة الخدمات التي تقدمها المؤسسات الحكومية للمواطنين.
- يتيح التدريب للموظفين فرصة متابعة التطورات الجديدة في مجالات عملهم والتكنولوجيا المتقدمة، وبالتالي تكوين قدرة المؤسسات الحكومية على مواكبة التغيرات وتحسين الإدارة والأداء.
- تحفيز ورفع مستوى الرضا لدى الموظفين فيشعر الموظفون بالتقدير والاهتمام عندما توفر لهم المؤسسة الحكومية فرص التدريب والتطوير، مما يزيد من مستوى رضاهم عن العمل ويحفزهم لتقديم أفضل أداء.
- يساعد التدريب على تطوير مهارات الموظفين وتعزيز تطويرهم الشخصي والمهني، مما يفتح الباب أمامهم فرص الترقية والتطوير المهني داخل المؤسسة.
- الالتزام بمبادئ الشفافية والمساءلة من خلال توفير التدريب للموظفين، تظهر المؤسسات الحكومية التزامها بمبادئ الشفافية والمساءلة، حيث يمكن رصد الاستثمار في التدريب وتقييم نتائجه وفعاليتها.
- والتدريب له فوائد عديدة للعاملين، من أهمها تطوير مهاراتهم في حل المشكلات الطارئة التي تواجههم داخل وخارج مجال عملهم، يساعدهم التدريب أيضاً على فهم واجباتهم ومهامهم بشكل أفضل، ويعلمهم الطريقة المثلى لتنفيذ هذه المهام، كما يقلل التدريب من القلق الناتج عن نقص المعرفة أو المهارة، ويعزز قدرتهم على الابتكار والإبداع. وبالإضافة إلى ذلك، يمنح التدريب العاملين فرصة لتطوير أنفسهم وتحسين مستوى أدائهم. (عباس، ٢٠٠٦)

٢-٢-٢ محددات الاداء الوظيفي.

محددات الأداء الوظيفي هي العوامل التي تؤثر على أداء الفرد في سياق العمل، وتلعب هذه المحددات دوراً مهماً في تشكيل أداء الفرد في العمل، وفهمها وإدارتها بشكل فعال يساهم في تحسين أداء الفرد وتحقيق أهداف المؤسسة بشكل عام، وهذه العوامل لها عدة جوانب منها: (الخوالدة، ٢٠١٧)

١. المهارات والقدرات: تتضمن مهارات الفرد وقدراته الفنية والمعرفية والعملية التي يحتاجها لأداء مهامه بكفاءة.
 ٢. المعرفة والتدريب: يؤثر مستوى المعرفة والتدريب الذي يتلقاه الفرد على قدرته على أداء مهامه بفعالية.
 ٣. البيئة العملية: تشمل عوامل مثل الثقافة التنظيمية، ونوعية الإدارة، وجودة العلاقات العملية، والدعم المتاح، والموارد المادية والبشرية المتاحة.
 ٤. المحفزات: تشمل المكافآت المادية والمادية، والترقيات، والاعتراف بالأداء المتميز، والتطوير المهني، وهي تؤثر على مدى تحفيز الفرد وإثارته لتحقيق الأداء الجيد.
 ٥. التوجيه والمراقبة: يؤثر مدى وضوح التوجيه والتوجيه الذي يتلقاه الفرد، بالإضافة إلى مدى فعالية عمليات المراقبة والتقييم على تحفيزه وتحسين أدائه.
 ٦. الجهد: ويشمل عوامل مثل الصحة الجسدية والعقلية والرفاهية العامة، وتؤثر على قدرة الفرد على التركيز والإنتاجية.
- ٢-٣-٢ تقييم الأداء الوظيفي.

يهدف تقييم الأداء الوظيفي إلى تحسين أداء الموظفين وتطويرهم وتحفيزهم، كما يساهم في تحقيق أهداف المؤسسة بشكل عام، وتقييم الأداء الوظيفي هو عملية تقييم تقوم بها المؤسسة أو الجهة الإدارية لقياس وتقييم أداء الموظفين في العمل بناءً على معايير محددة. تهدف هذه العملية إلى تقدير أداء كل موظف وتحديد مدى تحقيقه للأهداف المحددة ومطابقته للمعايير المتوقعة، وتتضمن عملية تقييم الأداء الوظيفي عدة خطوات، منها:

١. وضوح المعايير: تعتمد عملية التقييم على تحديد المعايير المحددة والمهام المتوقعة لكل وظيفة بشكل واضح، حيث يجب أن تكون هذه المعايير قابلة للقياس والتقييم.
٢. جمع البيانات: يتم جمع البيانات المتعلقة بأداء الموظف من مصادر مختلفة مثل التقارير الشهرية، والملاحظات الشخصية، وتقييم الزملاء، ومقابلات الأداء.
٣. التقييم والتحليل: يتم تحليل البيانات المجمعة وتقييم أداء كل موظف بناءً على المعايير المحددة والأهداف المتفق عليها.
٤. تقديم التغذية الراجعة: بعد الانتهاء من التقييم، يتم تزويد الموظف بتقييم أدائه وملاحظات حول نقاط القوة والضعف، بالإضافة إلى وضع خطط لتطوير الأداء.
٥. بناءً على نتائج التقييم، يتم اتخاذ الإجراءات الضرورية مثل تقديم التدريب والتطوير، أو تحديد الحوافز، وغير ذلك.

٢-٢-٤ فوائـد تقييم الأداء المهني.

تظهر أهمية عملية تقييم الأداء الوظيفي من خلال المجالات التي يستخدم فيها وهي كالتالي: (تونسـند وجيهـارـدت، ٢٠١٨)

١. تخطيط الموارد البشرية: إن فعالية التقييم وأسس نجاحه يساهم بشكل واضح في تخطيط الموارد البشرية سيما أن المؤسسة تعتمد مقاييس الأداء دورياً أو سنوياً لتحديد مدى الحاجة المستقبلية للموارد المتاحة لديها وحاجيتها الفعلية.
٢. للقوى البشرية في السوق وهذا يرتبط بتقرير وتحديد السياسات التنظيمية، بدءاً باستقطاب موارد بشرية الكفاءة واختيارها وتعبئتها وتدريبها وتطويرها واستثمارها وقدرتها بكل فعالية لذا فإن تخطيط ووضع السياسات التشغيلية والتطويرية والتدريبية يرتبط بالأسس السـلمية لعملية التقييم أداء الأفراد العاملين.
٣. من خلال التقييم يتم تحديد احتياجات الموظفين من التدريب ومن ثم قياس فاعلية البرامج التدريبية، وتستخدم تقارير قياس الكفاءة والأداء في تشخيص نقاط القوة والضعف لدى الموظفين، وبالتالي معرفة المجالات التي تنقصهم فيها الكفاءة وفي ضوء ذلك يتقرر مدى حاجتهم إلى التدريب ونوع البرنامج التدريبي الذي يلائمهم ومدته ومكانه.
٤. عملية التقييم تساهم بشكل فعال في تحسين الأداء وتطوره، إذ أن عملية التقييم تساعد الإدارة العليا بالمؤسسة في معرفة وتحديد نقاط القوة والضعف لدى الأفراد العاملين بها، لذا فإن التقييم من شأنه أن يؤثر الجوانب المرتبطة بالأفراد من حيث القوة والضعف وبالتالي يؤدي إلى تطويرها وتحسينها، مما ينعكس أثره إيجابياً على الأداء العام للعاملين.

٢-٢-٥ أهداف عملية تقييم أداء العاملين.

تعتبر عملية تقييم الأداء مهمة للغاية في أي مؤسسة تهدف إلى تحسين مستوى إنتاجها من خلال عملية تقييم الأداء ومن أهم الأهداف التي تستنتجها المؤسسة أو المدراء من تقييم الأداء الوظيفي للموظفين هي: (أبو شـرخ، ٢٠١٠)، يمكن لعملية التقييم تحديد نقاط القوة والضعف لدى كل موظف، مما يساعد في تحديد المجالات التي يمكن تعزيزها وتطويرها، ومن خلال تقديم تقييم دوري وموثوق يمكن للموظفين فهم نقاط الضعف والعمل على تحسينها، وكذلك تحديد فرص التطوير المهني لتعزيز مهاراتهم، وتوفير البيانات والمعلومات اللازمة لاتخاذ قرارات حول الترقـيات وتوزيع المكافآت والمزايا بشكل عادل ومبني على الأداء الفعلي، وعملية التقييم تساهم في تحسين الاتصال بين الموظف والمدير، حيث يتم مناقشة الأهداف والتحديات والفرص بشكل مفتوح، إلى جانب أن تقييم الأداء يساعد في تحديد احتياجات التدريب والتطوير للموظفين، وتوجيه الاستثمار في برامج التدريب بشكل أكثر فعالية، وتقديم إطار واضح للموظفين حول ما يتوقع منهم في العمل وما هي المعايير التي سيتم تقييمها.

ثالثاً: وسائل الاتصال الجماعي وأداء الموارد البشرية في المؤسسات.

تمهيد

وسائل الاتصال الجماعي تلعب دوراً حاسماً في أداء إدارة الموارد البشرية في المؤسسات. فهذه الوسائل تساهم في تحقيق التواصل الفعال والتعاون بين الموظفين، وتعزز روح الفريق والانتماء للمؤسسة، حيث يعتبر التواصل الجماعي أحد أهم عناصر نجاح إدارة الموارد البشرية في المؤسسات الحديثة. فمن خلال وسائل الاتصال الجماعي، يتم تيسير التواصل والتفاعل بين الموظفين في المؤسسة، سواء كانوا في نفس الفرع أو في فروع مختلفة أو حتى في مناطق جغرافية مختلفة. تتضمن وسائل الاتصال الجماعي الحديثة البريد الإلكتروني، والمحادثات الفورية، والمنتديات الإلكترونية، ووسائل التواصل الاجتماعي الداخلية، والمؤتمرات الهاتفية، والفيديو المؤتمرات، والبوابات الإلكترونية للموظفين.

كما تعزز وسائل الاتصال الجماعي التواصل الفعال بين الموظفين، وتساهم في تبادل المعلومات، والأفكار، والخبرات بسرعة، وفعالية. وبالتالي، تعزز هذه الوسائل الروح التعاونية والعمل الجماعي بين الموظفين، وتعمل على بناء فرق قوية ومتناغمة. كما تساهم في تعزيز الشفافية والثقة بين الموظفين وإدارة الموارد البشرية، حيث يتمكنون من الوصول إلى المعلومات والتوجيهات اللازمة بسهولة وسرعة.

بالإضافة إلى ذلك، تساعد وسائل الاتصال الجماعي في تنظيم العمل وتنسيق الجهود بين الموظفين في المؤسسة. يمكن استخدام هذه الوسائل لتوجيه الموظفين وتوفير التعليمات والتوجيهات الواضحة، وتنظيم الاجتماعات والمشاريع، وتتبع التقدم وتوفير التغذية الراجعة. وبالتالي، تساهم وسائل الاتصال الجماعي في تحسين كفاءة العمل وزيادة الإنتاجية.

وعلى ذلك يجب أن تكون المؤسسات على دراية بأهمية تبني وتطوير وسائل الاتصال الجماعي الفعالة، وتوفير التدريب والدعم اللازم للموظفين للاستخدام الفعال لهذه الوسائل، وذلك لضمان تحقيق أداء متميز في إدارة الموارد البشرية وتحقيق الأهداف المؤسسية بنجاح.

٢-٣ المنظور العلمي لشبكات التواصل الاجتماعي ودورها في الحياة الإدارية.

شبكات التواصل الاجتماعي تعتبر جزءاً أساسياً في الحياة الإدارية حيث تلعب دوراً مهماً في تحقيق الأهداف التنظيمية وتعزيز الاتصالات الداخلية والخارجية، من المنظور العلمي، يمكن فهم دور شبكات التواصل الاجتماعي في الحياة الإدارية من خلال كونها تعزز التواصل والتفاعل بين الأفراد داخل المؤسسة، مما يساهم في تبادل المعلومات والأفكار وتعزيز التعاون والتكامل بين الأقسام المختلفة، كما تلعب شبكات التواصل الاجتماعي دوراً هاماً في التسويق وبناء العلامة التجارية، حيث يمكن للمنظمات استخدامها للتفاعل مع العملاء وتقديم خدمات مخصصة وبناء علاقات دائمة معهم، كذلك تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في تحسين عمليات التوظيف وإدارة الموارد البشرية، حيث يمكن للمنظمات استخدامها كأداة لجذب المواهب والتواصل مع المرشحين المحتملين وبناء علاقات معهم، وتعزز شبكات التواصل الاجتماعي الابتكار وتطوير المنتجات والخدمات، حيث يمكن للمنظمات جمع ملاحظات العملاء والمشاركين واستخدامها لتحسين منتجاتها وتلبية احتياجات السوق، وأخيراً تلعب شبكات التواصل الاجتماعي دوراً مهماً في إدارة الأزمات والتواصل مع الجمهور في حالات الطوارئ، حيث يمكن للمنظمات استخدامها لنشر المعلومات الهامة وتقديم الدعم والإرشاد للمتضررين، وعلى ذلك يمكن القول إن شبكات التواصل الاجتماعي تلعب دوراً حيوياً في الحياة الإدارية، حيث تعزز الاتصالات وتساهم في تحقيق الأهداف التنظيمية وتعزيز العلاقات مع العملاء والموظفين والجمهور بشكل عام.

٢-٣-١ دور شبكات التواصل الاجتماعي في الحياة الإدارية.

يشير المفهوم العلمي لشبكات التواصل الاجتماعي ودورها في الحياة الإدارية إلى استخدامات متعددة ومتنوعة لهذه الشبكات في سياق العمل الحكومي، فقد أصبح استخدام منصات التواصل الاجتماعي مألوفاً وشائعاً في الأوساط الحكومية، فقد أصبحت تُعتبر وسيلة فعالة لتواصل الحكومات مع المواطنين وتحقيق التفاعل والمشاركة الفعالة، حيث تُعد منصات التواصل الاجتماعي مثل تويتر وفيسبوك ويوتيوب أدواتاً فعالة لإقامة حوار مباشر بين الحكومات والمواطنين. وبفضل هذه الأدوات، يتمكن المواطنون من مشاركة آرائهم واقتراحاتهم بشكل سهل ومباشر، مما يعزز مستوى التفاعل والمشاركة في العمل الحكومي. من بين المزايا الرئيسية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي في القطاع الحكومي هو إيجاد بيئة أكثر شفافية وتواصل فعال مع المواطنين. فضلاً عن ذلك، فإن استخدام هذه الأدوات يساهم في بناء ثقة أكبر من قبل المواطنين في سياسات وخدمات الحكومة، ويساعد على تحسين العمل الإداري والسياسي.

يعكس مفهوم استخدام التقنيات الحديثة مثل شبكات التواصل الاجتماعي والمدونات لتسهيل التواصل والتفاعل بين الحكومات والمواطنين. ويُعتبر تبني هذه التقنيات جزءاً من التحول الرقمي الذي يهدف إلى تحسين كفاءة وفاعلية الحكومة في أداء وظائفها وتقديم خدماتها للمواطنين بشكل أكثر فاعلية وشمولاً. على سبيل المثال، تستخدم وزارة الخارجية الأمريكية مختلف منصات التواصل الاجتماعي لتوفير معلومات مفيدة والتفاعل مع الجمهور بشكل فعال، مما يعزز التواصل والشفافية بين الحكومة والمواطنين. (مؤتمر الاعلام الإسلامي جدة، ١٤٣٣هـ)

٢-٣-٢ تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الأداء العام للمؤسسات.

في الماضي، كانت المؤسسات الإدارية تعتمد بشكل أساسي على وسائل الإعلام التقليدية للتواصل مع جمهورها المستهدف. ولكن مع تراجع تأثير الإعلام التقليدي وصعوبة التواصل مع فئات الجمهور المختلفة في المجتمع، بات من الصعب قياس فعالية أداء أي وسيلة إعلامية بناءً على معايير الانتشار والتأثير فقط. ومع ظهور شبكات التواصل الاجتماعي، تغير هذا المنظور بشكل كبير، فبفضل سطوة وسائل التواصل الاجتماعي، أصبح لها دور رئيسي في التأثير على سلوك الجمهور، بما في ذلك جذب الانتباه وتحديد الاحتياجات، والتوجهات، وتشكيل الرأي، والقرار، كما أصبحت هذه الأدوات أداة رئيسية للتواصل والتفاعل مع الجمهور المستهدف وتقديم الخدمات بشكل أكثر فاعلية.

ومع ذلك، فإن تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يتباين باختلاف فلسفة المؤسسات وطبيعة استخدامها لهذه الوسائل في الخدمة العامة. كما يتأثر التأثير بالتحديات والعقبات التي تواجه المؤسسات الحكومية في هذا المجال، مما يتطلب تحليلاً دقيقاً للسياق والظروف المحيطة بها لتحديد كيفية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بشكل فعال في تحقيق أهدافها وتحسين أدائها العام.

٢-٣-٣ تحديات ومعوقات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المؤسسات الحكومية.

بالرغم من انتشار استخدام وتوظيف المنصات الإلكترونية للشبكات التواصل الاجتماعي في كافة المجالات، وكأحد حلول الحكومة الإلكترونية، إلا المؤسسات الحكومية لازالت تواجه معوقات وتحديات، بعضها يتضمن في عدم فهم القيادات الإدارية وإدراكها لدور ووظائف شبكات التواصل الاجتماعي وهذا ما أكدته دراسة كرين (٢٠١٢) فيما تعد أبرز التحديات التي تواجهها المؤسسات على النحو التالي (Karen et al, 2011)

١. خوف وتردد بعض القيادة العليا في الانفتاح للخدمات الإلكترونية أو الإعلامية.

٢. المخاوف بشأن المخاطر المرتبطة بقدرة الموظفين على استخدام الأدوات بشكل فعال.

٣. المخاوف من السقوط في الأخطاء أمام الرأي العام.

٤. المتطلبات اللازمة لإدارة مواقع شبكات التواصل الاجتماعي للمؤسسات الحكومية التي تشمل الرصد والاستجابة الفورية،

ومعدلات التحديث، وأسلوب الخطاب ومتطلبات الشفافية.

٥. ارتفاع درجة توقعات المجتمع من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، وعدم قدرة بعض المؤسسات على مواكبة المطالب

الخدمية للمجتمع.

٦. كما تواجه المؤسسات الحكومية السعودية عدة معوقات في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي أبرزها: (ورشة تقييم

جدوى شبكات التواصل الاجتماعي، ٢٠١٤)

■ عدم وجود مواد قوية ذات احترافية مناسبة في المؤسسات الحكومية تتفق والفئة المستهدفة. ورشة الهيئة

■ عدم ووجود فريق محترف لإدارة المحتوى على شبكات التواصل الاجتماعي.

■ عدم وجود سياسة إعلامية واضحة للمؤسسات الحكومية.

■ ندرة الكوادر القادرة على تصميم وإدارة المحتوى.

■ إشكالية وصعوبة إدارة المحتوى في أوقات خارج وقت الدوام.

٢-٣-٤ التأثير الإيجابي لاستخدام مؤسسات القطاع العام لشبكات التواصل الاجتماعي.

يسهم استخدام المؤسسات الحكومية لشبكات التواصل الاجتماعي في تحسين الأداء العام وتعزيز الشفافية، وتحسين

السمعة، وتعميق التفاعل بين المؤسسات الحكومية وقطاعات الجمهور من المواطنين والمقيمين، وهذا ما أكدته دراسة هوارد

وكذلك دراسة الصبيحي فقد أصبحت منصات شبكات التواصل الاجتماعي من أهم وسائل التواصل بين مؤسسات الحكومة

والمواطنين، ومن أهم إيجابيات استخدام المؤسسات الحكومية لشبكات التواصل الاجتماعي الآتي (هيئة تقنية المعلومات،

(٢٠١٣)

• سرعة تقديم الخدمات التي تقدمها المؤسسات الحكومية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

• رفع معدلات الوصول الى شرائح المواطنين، وتطوير عملية الاتصال الحكومي.

• العمومية، وتجاوز الحدود المكانية والجغرافية لتقديم خدمات للجمهور في محل الإقامة.

- تلبية توقعات المواطنين فيما يخص تنظيم الخدمات الحديثة وتعزيز سمعة المؤسسات.
- تعزيز الشفافية بين المؤسسات الحكومية والمواطنين.
- تعزيز العلاقة بين الحكومة و المواطنين.
- تعزيز الأداء الحكومي من خلال التركيز على عملية التواصل وتحسينها.
- زيادة فعالية عملية التواصل مقارنة بالتكلفة على المدى الطويل.
- الاستفادة من فعالية القنوات غير الحكومية.
- سرعة الحصول على ردود أفعال المواطنين ومداخلاتهم.
- إمكانية الوصول إلى فئة معينة من المواطنين بشأن قضايا محددة.
- التقليل من الاعتماد على وسائل الإعلام المعمول بها ومواجهة التغطية الصحفية غير الدقيقة.
- توجيه المواطنين مباشرة لقنوات خدمات المعاملات الإلكترونية.
- إنشاء وتطوير محتويات الكترونية مكتوبة من قبل المواطنين.
- أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي قناة اتصال شعبية بين المؤسسات الحكومية والمواطنين، خاصة في حالات الطوارئ.

٢-٣-٥ منهجية إدارة المؤسسات الحكومية لشبكات التواصل الاجتماعي.

بالإمكان تحديد ست منهجيات لاستخدام المؤسسات الحكومية لشبكات التواصل التي يمكن استخدامها بدرجات متفاوتة لتعزيز التعاون وتحسين تقديم الخدمات أو تقديم المعلومات أربعة على وجه الخصوص يمكن تنفيذها من أجل تحسين تقديم الخدمات من قبل القطاع العام، وذلك على النحو التالي: (Haenlein et al, 2010)

المنهجية الأولى: طرح مشاريع تشاركية تعاونية بين مؤسسات القطاع العام والجمهور المستفيد من الخدمة، والتي تمكن من إيجاد أطر تعاون مشتركة مع العديد من المستخدمين النهائيين، مما يمكن من رفع حجم المشاركة (على سبيل المثال، ملاحظات المستخدمين على الخدمات والمنتجات التي تم الوصول إليها)

المنهجية الثانية: استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كمنتدى فعال للعملاء المواطنين، لقياس معدلات الرضى عن خدمات القطاع العام للتعبير عن انتقاداتهم أو الارتياح لها.

المنهجية الثالثة: استثمار المؤسسات الحكومية لشبكات التواصل الاجتماعي التبادل محتوى أكثر فعالية بين المستخدمين؛

وتحويلها كمنصة جاذبة لإشراك مستخدمي خدماتها في بناء اساليب عمل فاعلة.

المنهجية الرابعة: استثمار المنصات لإجراء بحوث الجمهور التي يمكن تكرارها في مؤسسات القطاع العام والتركيز على طرح الخدمات الإلكترونية والتفاعل مع الجمهور وتقييم مدى رضا المستخدمين.

٢-٣-٦ سياسات استخدام المؤسسات الحكومية لشبكات التواصل الاجتماعي.

يتطلب استخدام المؤسسات الحكومية لشبكات التواصل الاجتماعي انتهاج سياسات واضحة، ومنهجيات محددة، تتضمن

الآتي (ورشة تقييم جدوى شبكات التواصل الاجتماعي، ٢٠١٤)

■ التصريح رسمياً للموظف الحكومي بالتواصل الرسمي مع الجمهور عبر الصفحة الرسمية للجهة على مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بالنيابة عنها وتمثل كل التعليقات والآراء التي ينشرها الموظف عبر هذه الصفحة وجهة النظر الرسمية لتلك الجهة.

■ موافقة الجهة الحكومية على إنشاء حساب لها على موقع أو أكثر من مواقع التواصل الاجتماعي بوصفه حساباً رسمياً لها وذلك من خلال قرار يصدر من رئيس الوحدة أو الجهة الحكومية. وينبغي قبل اتخاذ هذا القرار استشارة وحدة تقنية المعلومات للتعامل مع أي مخاطر تقنية محتملة، فضلاً عن الرجوع إليهما في مسائل مثل مراقبة إعدادات الخصوصية وغيرها من الجوانب التقنية

■ يجب أن يصدر القرار كتابة بحيث يحدد الموقع المشار إليه واسم ووظيفة الموظف أو الموظفين الذين سيتحملون مسؤولية إدارة هذا الحساب وينبغي أيضاً أن يحدد القرار السياسات أو الخدمات المحددة التي يمكن أن يشملها تواصل الموظف مع الجمهور عبر هذا الحساب.

وعند اختيار الموظف المسؤول عن إدارة الحساب، هناك العديد من المتطلبات التي ينبغي وضعها في الاعتبار وأهمها:

١. درجة تأهيل الموظف ومستوى تمكنه من المسائل التي سيتم التواصل بشأنها ومناقشتها مع الجمهور عبر مواقع التواصل الاجتماعي

٢. مهارات اللغة أو التواصل التي يمتلكها.

٣. مستوى وعيه بمواقع التواصل الاجتماعي، واعتياده استخدام طرق التواصل الاجتماعي.

٤. مدى استعداد الموظف للبقاء على اتصال مع الجمهور عبر قنوات التواصل الاجتماعي خارج أوقات الدوام الرسمي

والتعامل مع المواقف التي قد تتطلب الرد أو أي إجراء آخر في أي وقت من اليوم، وعلى مدار الأسبوع.

٥. ينبغي للموظفين، متى تم منحهم صلاحية استخدام أسمائهم لتمثيل الجهة الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي والتواصل نيابة عنها، تعريف أنفسهم بالاسم الكامل والوظيفة والجهة الحكومية التي يمثلونها ومعلومات الاتصال مع مراعاة الآتي:

- التصرف بأسلوب يحفظ سمعة الحكومة بوجه عام بما في ذلك الجهة التي يعمل لديها.
- مراعاة أرقى المبادئ الأخلاقية في سلوك الموظف وتصرفه.
- استخدام الأموال العامة بأسلوب يتسم بالأمانة والشفافية وتجنب اهدار تلك الأموال.
- عدم استخدام الموظف للمعلومات التي يحصل عليها أثناء أدائه للمهام الوظيفية في أغراض غير ذات صلة بالعمل.
- أن يكون دقيقاً وأميناً وشفافاً في مشاركته.
- يجب ألا ينشر الموظفون في ملفات التعريف الشخصية الخاصة بهم على مواقع التواصل الاجتماعي معلومات الاتصال الرسمية الخاصة بهم لأغراض المراسلة، وتشمل تلك المعلومات البريد الإلكتروني، رقم الهاتف وصندوق البريد وغير ذلك.
- يمكن للموظفين الحكوميين ذكر مناصبهم الرسمية في ملفات التعريف الشخصية الخاصة بهم، ويجب عليهم في هذه الحالة عرض بيان واضح الإخلاء المسؤولية يوضح أن ما يقوم به الموظفون من أنشطة وما يقدمونه من تعليقات على هذا الموقع إنما يمثل آراءهم الشخصية، ولا صلة للجهة الحكومية به
- وفي جميع الأحوال يتحمل الموظفون الحكوميون مسؤولية ضمان عدم إضرار سلوكهم الشخصي على مواقع التواصل الاجتماعي بسمعة الجهة الحكومية التي ينتمون إليها أو أي جهات أخرى بأي شكل من الأشكال. (ورشة تقييم جدوى شبكات التواصل الاجتماعي، ٢٠١٤)

٢-٣-٧ التحديات القانونية في استخدامات المؤسسات الحكومية لشبكات التواصل الاجتماعي:

تقلق المؤسسات الحكومية من ان يؤدي استخدام مواقع التواصل الاجتماعي إلى إثارة الكثير من المسائل القانونية لذا من الأهمية بمكان على الجهة الحكومية نشر بيان إخلاء المسؤولية، وبشكل واضح وذلك في صفحتها الرسمية الموجودة على مواقع التواصل الاجتماعي للاحتفاظ بحقوق طبع ونشر المحتوى المعد من جانب الحكومة، كما أنه من الأهمية بمكان الإشارة إلى أنظمة حماية حق المؤلف وحقوق الملكية الفكرية الحفظ حقوق محتوياتها على المنصات كما تتطلب إستراتيجية إدارة شبكات

التواصل الاجتماعي أن تختار المؤسسات وتراجع بعناية أي محتوى سيتم نشره على تلك المواقع قبل النشر منعاً لحدوث أخطاء، او ملاحظات سياسية أو مهنية أو ثقافية، و الضمان حماية البيانات والمعلومات الحكومية، مع اهمية فحص ومراجعة المعلومات المتاحة على مواقع التواصل الاجتماعي وتحديد ما إذا كانت هذه المعلومات تعد سجلاً عاماً ومن ثم السماح باطلاع الجميع عليها والدخول إليها أم لا (هيئة تقنية المعلومات، ٢٠١٣)

٢-٣-٨ التحديات القانونية في استخدام المؤسسات الحكومية لشبكات التواصل الاجتماعي.

تتضح التحديات التي تواجه القيادات الإدارية في استخدام المنصات الإلكترونية على تويتر وفيسبوك والتي أكدتها العديد من الدراسات الغربية والتي تتشابه أيضاً مع التحديات التي تواجه القيادات الإدارية في البيئة الإدارية السعودية على النحو التالي:

- عدم وجود فريق محترف لإدارة المحتوى على شبكات التواصل الاجتماعي.
- عدم وجود سياسة إعلامية واضحة للمؤسسات الحكومية.
- ارتفاع درجة توقعات المجتمع من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، وعدم قدرة بعض المؤسسات على مواكبة المطالب الخدمة للمجتمع.
- عبء ضغوط العمل على الموظفين في المؤسسات الخدمية.
- عبء المتطلبات اللازمة لإدارة مواقع شبكات التواصل الاجتماعي للمؤسسات، التي تشمل الرصد والاستجابة الفورية، ومعدلات التحديث، وأسلوب الخطاب، ومتطلبات الشفافية.
- عدم وجود مواد قوية ذات احترافية مناسبة في المؤسسات الحكومية تتفق والجمهور المستهدف.

٢-٣-٩ الآثار الإيجابية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الإداء العام للمؤسسات.

يؤثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي إيجاباً على مؤسسات القطاع العام في المنظومة الإدارية، ويتضح ذلك في الآتي:

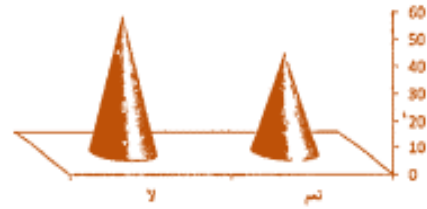
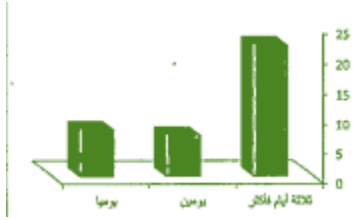
- تعزيز الشفافية في المنظومة الحكومية وتنمية صورتها الذهنية في المجتمع.
- تعزيز الأداء الحكومي من خلال التركيز على عملية التواصل وتحسينها.
- الارتقاء بعملية الاتصال الحكومي و رفع معدلات الوصول إلى شرائح متعددة من المواطنين.
- سرعة تقديم الخدمات التي تقدمها المؤسسات الحكومية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
- تعزيز العلاقة بين المنظومة الإدارية والمواطنين.

- زيادة فعالية عملية التواصل مقارنة بالتكلفة على المدى الطويل.

- التقليل من الاعتماد على وسائل الإعلام المعمول بها ومواجهة التغطية الصحفية غير الدقيقة.

- إيجاد قنوات اتصال شعبية بين المؤسسات الحكومية والمواطنين، خاصة في حالات الطوارئ. (الفرم، ٢٠١٤)

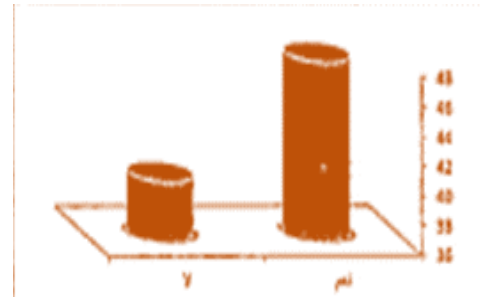
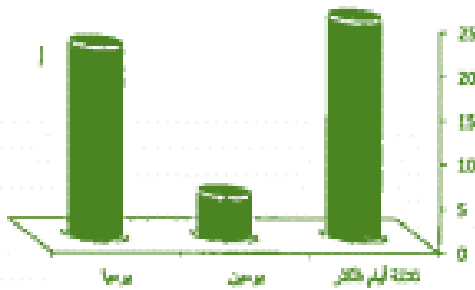
نسبة استخدام مؤسسات القطاع العام في المملكة العربية السعودية لشبكات التواصل الاجتماعي، فيسبوك أنموذجاً
كشفت دراسة خالد بن فيصل الفرم (2014) أن ٥٨٪ من المؤسسات الحكومية لا تملك صفحات على شبكة فيسبوك للتواصل مع جمهورها المستهدف في المجتمع المحلي، وأن ٥٩٪ من مؤسسات القطاع العام تحدث معلوماتها وتفاعلها وأخبارها كل ثلاثة أيام وهي نسبة متدنية لا تستجيب لمقاييس إدارة شبكات التواصل الاجتماعي التي أساسها التحديث الفوري والتفاعلية الأنية.



معدل تحديث مؤسسات القطاع العام لمنصاتها على فيسبوك

استخدام مؤسسات القطاع العام في المملكة لصفحات الفيسبوك

نسبة استخدام مؤسسات القطاع العام في المملكة العربية السعودية لشبكات التواصل الاجتماعي، تويتر أنموذجاً.
كما كشفت الدراسة أيضاً أن ٤٥٪ من مؤسسات القطاع العام بالمملكة العربية السعودية لا تملك حسابات على شبكة تويتر للتواصل مع الجمهور، كما كشفت نتائج الدراسة عن أن ٤٨٪ من المؤسسات الحكومية تحدث حسابها على شبكة تويتر كل ثلاثة أيام، وهي نسبة متدنية وتتعارض ومعايير ومتطلبات إدارة المحتوى على شبكات التواصل الاجتماعي التي أساسها التحديث الفوري، والمستمر، والتفاعلية، والأنية.



معدل تحديث مؤسسات القطاع العام لمنصاتها على تويتر

استخدام مؤسسات القطاع العام في المملكة لشبكة تويتر

الفصل الثالث: طريقة البحث وإجراءاته

منهج البحث

مجتمع البحث

عينة البحث

أدوات البحث

إجراءات البحث

الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة.

نتائج البحث والدراسات.

الفصل الثالث: طريقة الدراسة واجراءاتها

٣. تمهيد

يتناول هذا الفصل وصف لإجراءات الدراسة الميدانية التي قام بها الباحث لتحقيق أهداف البحث، وتتضمن تحديد المنهج المتبع في الدراسة، ومجتمع الدراسة، وعينة الدراسة، وأداة الدراسة، والتحقق من صدقها وثباتها، والمعالجة الإحصائية المستخدمة في تحليل النتائج.

١-٣ منهج الدراسة

من أجل تحقيق أهداف الدراسة، قام الباحث باستخدام المنهج الوصفي التحليلي وهو المنهج الملائم لهذه الدراسة، ويعرف المنهج الوصفي التحليلي بأنه: "ذلك النوع من البحوث الذي يتمُّ بواسطته استجواب جميع أفراد مجتمع البحث، أو عينة كبيرة منهم، وذلك بهدف وصف الظاهرة المدروسة، من حيث طبيعتها، ودرجة وجودها فقط. (العساف، ١٤٣٣هـ)

٢-٣ مجتمع الدراسة

يعتبر مجتمع الدراسة مجموع كل المفردات الممكنة من الأفراد حيث بلغ مجتمع الدراسة (١٠٠) فرداً من ذوي موضوع الاهتمام في الدراسة، لذا قام الباحث بإجراء دراسة ميدانية تهدف إلى معرفة أثر توظيف وسائل التواصل الاجتماعي على أداء الموارد البشرية في مؤسسات القطاع العام السعودي وفي شركة الاتصالات السعودية ممثلة عن هذا القطاع، وسعيًا لتحقيق هذا الهدف واختبار الفروض التي تقوم عليها الدراسة فإن مجتمع الدراسة هو عبارة عن الأشخاص أصحاب العلاقة بمؤسسات القطاع العام السعودي من خلال توزيع استبانة على عينة قوامها (١٠٠) مفردة.

٣-٣ عينة الدراسة

تعتبر عينة الدراسة هي جزء محدود من مفردات المجتمع يتم اختبارها بطريقة احتمالية بأسلوب أو باخر أو بطريقة غير احتمالية بحيث تكون ممثلة للمجتمع ككل وتستخدم المعلومات التي تستنتج من ذلك الجزء لدراسة المجتمع التي سحبت منه العينة، لذا سوف يتم اختيار عينة من مجتمع الدراسة وفق أساس العينة العشوائية الطبقية، وتم اختيار عينة عشوائية مكونة من (١٠٠) فرد من العاملين- ذكور وإناث- بشركة الاتصالات السعودية ممثلة عن مؤسسات القطاع العام السعودي.

٣-٤ أداة الدراسة

تمّ استخدام الاستبيان بهدف التعرف على أثر توظيف وسائل التواصل الاجتماعي على أداء الموارد البشرية في شركة الاتصالات السعودية، وقد قام الباحث بإعداد الاستبيان، من خلال مراجعة الأدبيات المتعلّقة بهدف البحث، وكذلك بعد الاطلاع على الدراسات السابقة ومراجعة أدواتها المتعلقة بموضوع الدراسة الحالية، حيث يتكون الاستبيان مما يلي:

الجزء الأول: البيانات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة وتشمل (الجنس-سنوات الخبرة-المؤهل العلمي-المؤسسة الرياضية التي يعمل بها -المسمى الوظيفي)

الجزء الثاني: ويتكون من (١٥) فقرة عبارة عن أسئلة تم توجيهها لأى عينة الدراسة لمعرفة آرائهم عن موضوع الدراسة، وبعد الانتهاء من بناء أداة الدراسة، تمّ عرضها على عدد من أعضاء هيئة التدريس المتخصّصين، وذلك للاسترشاد بآرائهم، وقد طلب من المحكّمين إبداء الرأي حول مدى وضوح العبارات، ومدى ملائمتها لما وُضعت لأجله، ومدى مناسبة العبارات لأداة الدراسة مع وضع التعديلات والاقتراحات التي يمكن من خلالها تطوير الاستبيان.

وقد تمّ الأخذ بملاحظات المحكّمين، واعتماد العبارة التي أُنْفِق عليها من قبل المحكّمين بنسبة تزيد عن (٨٥ ٪) فأكثر وبذلك أصبح الاستبيان في شكله النهائي بعد التأكد من صدقه الظاهري مكون من (١٥) فقرة.

وبعد أن تمّ تطبيق أداة الدراسة على عينة الدراسة، قام الباحث برصد الدرجات باستخدام مقياس ليكرت الخماسي، حيث إنه لكل عبارة خمسة مستويات، بحيث تعطى درجة لكل درجة موافقة، كالتالي: الدرجة (١) لدرجة الموافقة (غير موافق بشدة)، والدرجة (٢) لدرجة الموافقة (غير موافق)، والدرجة (٣) لدرجة الموافقة (محايد)، والدرجة (٤) لدرجة الموافقة (موافق)، والدرجة (٥) لدرجة الموافقة (موافق بشدة).

أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
٥	٤	٣	٢	١

وعلى حسب مقياس ليكرت الخماسي يكون الوزن المرجح لإجابات كل عبارة من العبارات على النحو التالي:

أوافق تماماً	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق تماماً
٤,٢١ - ٥	٣,٤١ - ٤,٢٠	٢,٦١ - ٣,٤	١,٨ - ٢,٦	١ - ١,٨

٥-٣ خصائص مجتمع الدراسة

تم حساب التكرارات والنسب المئوية لأفراد عينة البحث وفقاً للمتغيرات:

١- وفقاً لمتغير الجنس:

جدول رقم (١) توزيع أفراد الدراسة وفق متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	62	62.0
أنثى	38	38.0
المجموع	100	100%

يتضح من الجدول أنّ نسبة (٦٢ %) من إجمالي أفراد عينة الدراسة من الذكور، و نسبة (٣٨٪) من إجمالي أفراد الدراسة من الاناث.

شكل رقم (١) توزيع أفراد الدراسة وفق متغير الجنس



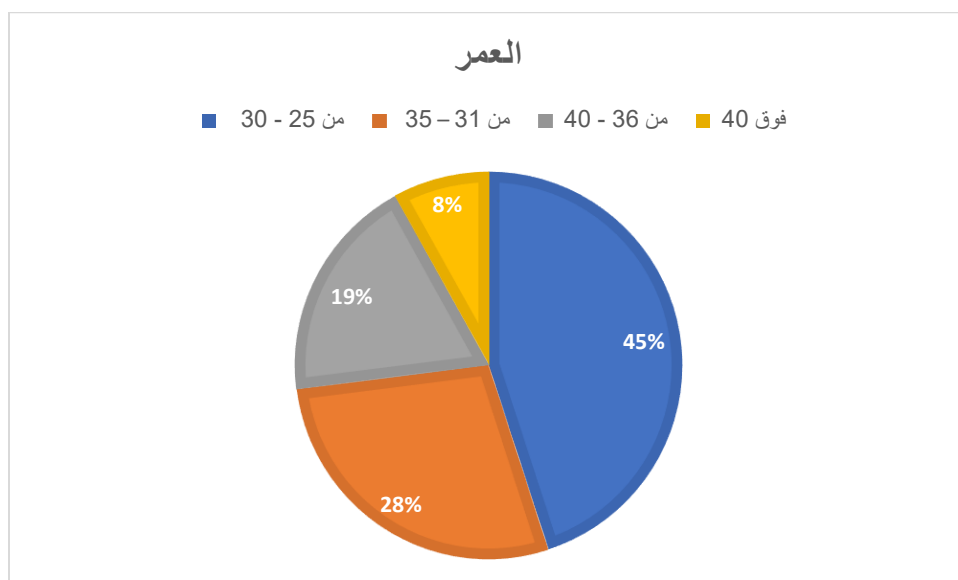
٢- وفقاً لمتغير السن

جدول رقم (٢) توزيع أفراد الدِّراسة وفق متغير العمر

عدد سنوات الخبرة	التكرار	النسبة
من ٢٥ - ٣٠	45	45.0
من ٣١ - ٣٥	28	28.0
من ٣٦ - ٤٠	19	19.0
فوق ٤٠	8	8.0
المجموع	100	100%

يُتَّضح من الجدول أنّ نسبة (٤٥٪) من إجمالي أفراد الدِّراسة اعمارهم من ٢٥ الى ٣٠ سنة، ونسبة (٢٨٪) من إجمالي أفراد الدِّراسة اعمارهم من ٣١ إلى ٣٥ سنة، وأنّ نسبة (١٩٪) من إجمالي أفراد الدِّراسة اعمارهم من ٣٦ الى ٤٠ سنة، ونسبة (٨٪) من إجمالي أفراد الدِّراسة أعمارهم فوق ٤٠ سنة.

شكل رقم (٢) توزيع أفراد الدِّراسة وفق متغير العمر



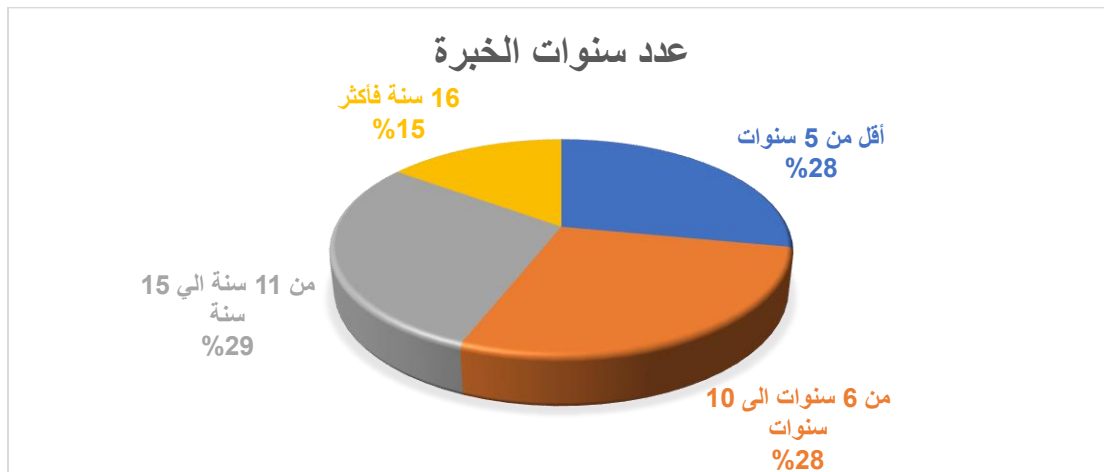
٣. وفقاً لمتغير عدد سنوات الخبرة:

جدول رقم (٣) توزيع أفراد الدِّراسة وفق متغير عدد سنوات الخبرة

عدد سنوات الخبرة	التكرار	النسبة
أقل من ٥ سنوات	28	28.0
من ٦ سنوات الى ١٠ سنوات	28	28.0
من ١١ سنة الي ١٥ سنة	29	29.0
16 سنة فأكثر	15	15.0
المجموع	100	100%

يُتَّضح من الجدول أنَّ نسبة (٢٩٪) من إجمالي أفراد الدِّراسة عدد سنوات خبرتهم من ١١ الى ١٥ سنة، ونسبة (٢٨٪) من إجمالي أفراد الدِّراسة عدد سنوات خبرتهم من ٦ إلى ١٠ سنوات، وبنفس النسبة أيضاً عدد سنوات خبرتهم أقل من ٥ سنوات، ونسبة (١٥٪) من إجمالي أفراد الدِّراسة عدد سنوات خبرتهم ١٦ سنة فأكثر.

شكل رقم (٣) توزيع أفراد الدراسة وفق متغير عدد سنوات الخبرة



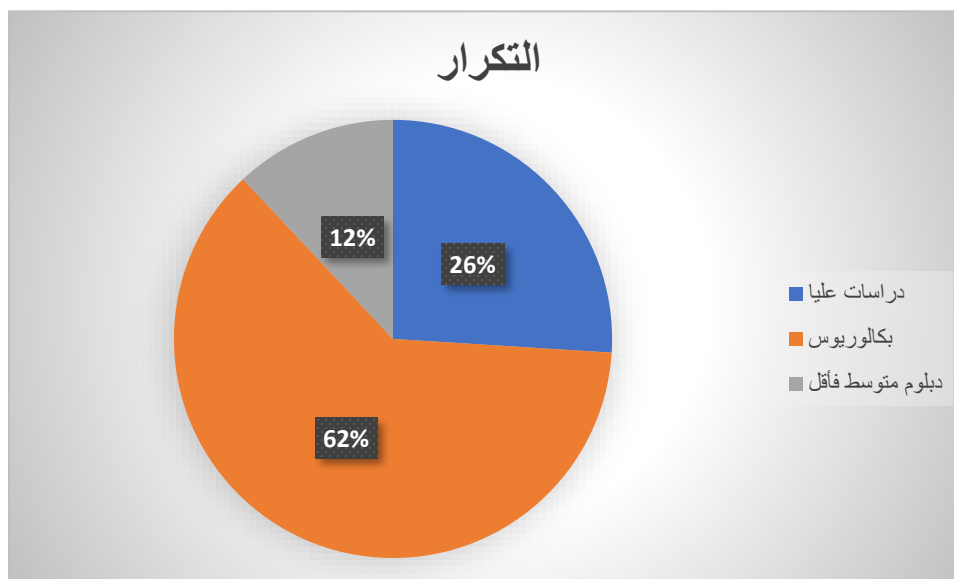
٤- وفقاً لمتغير المؤهل العلمي:

جدول رقم (٤) توزيع أفراد الدِّراسة وفق المؤهل العلمي

النسبة	التكرار	المؤهل العلمي
26.0	26	دراسات عليا
62.0	62	بكالوريوس
12.0	12	دبلوم متوسط فأقل
100%	100	المجموع

يُتَّضح من الجدول أنَّ نسبة (62 %) من إجمالي أفراد الدراسة مؤهلهم العلمي بكالوريوس، ونسبة (٢٦ %) من إجمالي أفراد الدِّراسة مؤهلهم العلمي دراسات عليا، و نسبة (١٢ %) من إجمالي أفراد الدِّراسة دبلوم متوسط فأقل.

شكل رقم (٤) توزيع أفراد الدراسة وفق متغير عدد سنوات الخبرة



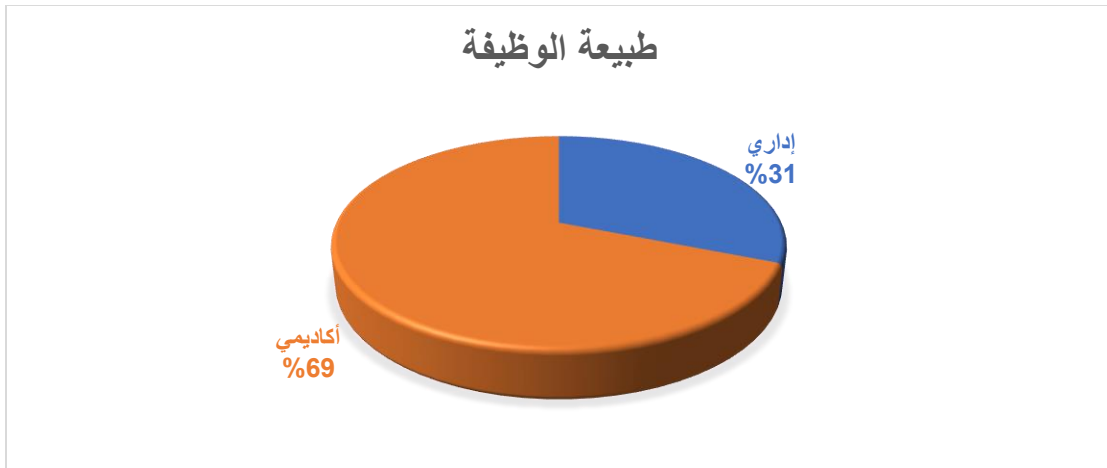
٥- وفقاً لمتغير طبيعة الوظيفة:

جدول رقم (٥) توزيع أفراد الدِّراسة وفق طبيعة الوظيفة

النسبة	التكرار	طبيعة الوظيفة
31.0	31	إداري
69.0	69	أكاديمي
100%	100	المجموع

يُتَّضح من الجدول أنَّ نسبة (٦٩ %) من إجمالي أفراد الدِّراسة أكاديميين، و نسبة (٣١ %) من إجمالي أفراد الدراسة إداريين

شكل رقم (٥) توزيع أفراد الدراسة وفق متغير عدد سنوات الخبرة



٥-٣ جدول التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحراف المعياري لاستجابات عينة الدراسة

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا أوافق بشدة		لا اوافق		محايد		اوافق		أوافق بشدة		الفقرة	م
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
11	0.657	%3.78	3%	3	9%	9	20%	20	43%	43	25%	25	استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في شركة الاتصالات يعزز التواصل بين الموظفين؟	١
8	0.756	%3.86	0%		7%	7	23%	23	47%	47	23%	23	وسائل التواصل الاجتماعي تساهم في تعزيز التفاعل وتبادل المعرفة بين الموظفين؟	٢
12	0.594	%3.75	4%	4	10%	10	21%	21	37%	37	28%	28	استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يزيد من فرص التعلم وتطوير المهارات لدى الموظفين؟	٣
3	0.569	%4.01	0%		4%	4	17%	17	53%	53	26%	26	وسائل التواصل الاجتماعي تساهم في تعزيز روح الفريق بين الموظفين؟	٤
13	0.642	%3.71	2%	2	9%	9	24%	24	46%	46	19%	19	استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يعزز مستوى الانخراط والمشاركة في المشاريع والفعاليات الداخلية لشركة الاتصالات؟	٥
10	0.689	%3.79	5%	5	6%	6	16%	16	51%	51	22%	22	وسائل التواصل الاجتماعي تساهم في تعزيز الثقافة التنظيمية والقيم والرؤية لدى الموظفين؟	٦
6	0.549	%3.96	1%	1	3%	3	22%	22	47%	47	27%	27	استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يساهم في تعزيز التواصل بين الإدارة العليا والموظفين؟	٧

٨	وسائل التواصل الاجتماعي تزيد من مستوى رضا الموظفين عن بيئة العمل؟	31	31%	45	45%	19	19%	5	5%	0%	4.02%	0.842	2
٩	استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يساهم في تعزيز الابتكار وتبادل الأفكار بين الموظفين؟	29	29%	54	54%	11	11%	4	4%	2%	4.04%	0.569	1
١٠	وسائل التواصل الاجتماعي تساهم في تحسين أداء الموظفين وزيادة الإنتاجية؟	26	26%	48	48%	22	22%	4	4%	0	3.96%	0.647	5
١١	استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يزيد من مستوى الانفتاح والشفافية في التواصل داخل شركة الاتصالات؟	23	23%	47	47%	22	22%	6	6%	2	3.83%	0.658	9
١٢	وسائل التواصل الاجتماعي تساهم في تحفيز وتشجيع الموظفين على تحقيق الأهداف المنشودة؟	27	27%	38	38%	19	19%	9	0	7	3.69%	0.682	14
١٣	استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يساهم في تقديم التغذية الراجعة الفورية للموظفين؟	26	26%	41	41%	13	13%	16	0	4	3.69%	0.684	15
١٤	وسائل التواصل الاجتماعي تزيد من مستوى الوعي والتفاعل مع سياسات وإجراءات شركة الاتصالات؟	31	31%	43	43%	22	22%	3	0	1	4%	0.532	4
١٥	استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في شركة الاتصالات يعزز التواصل بين الموظفين؟	25	25%	49	49%	19	19%	7	0	0	3.92%	0.681	7
المتوسط العام للمحور الاول													
			3.78%	0.650									

يوضح الجدول السابق التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحراف المعياري لإجابات مجتمع الدراسة على أثر توظيف وسائل التواصل الاجتماعي على أداء الموارد البشرية في شركة الاتصالات السعودية، ويتبين أن عدد (١٥) عبارة قد جاءت بمتوسطات حسابية تقع في درجة موافقة (أوافق)، وقد جاءت العبارة "استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يساهم في تعزيز الابتكار وتبادل الأفكار بين الموظفين؟" في الدرجة الأولى بمتوسط حسابي (٤,٠٤٪)، وانحراف معياري (٥٦٩,٠)، تليها عبارة "وسائل التواصل الاجتماعي تزيد من مستوى رضا الموظفين عن بيئة العمل؟" بلغ المتوسط الحسابي للعبارة (٤,٠٢٪)، والانحراف المعياري لها (٨٤٢,٠) ثم تدرجت درجة الموافقة إلى أن وصلت إلى العبارة الأخيرة "استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يساهم في تقديم التغذية الراجعة الفورية للموظفين؟" والتي جاءت بمتوسط حسابي (٣,٦٩٪) وانحراف معياري (٦٨٤,٠)، وهي نسب متقاربة والتقارب بين الدرجات يشير إلى وجود استقراراً في ردود المبحوثين نوعاً ما، وهذا يعني أن المشاركين في الاستبيان يتفقون إلى حد كبير على أن وسائل التواصل الاجتماعي لها تأثير كبير على أداء الموارد البشرية، وبالتالي على الأداء المؤسسي بصفة عامة، كما تؤثر وسائل التواصل الاجتماعي على أداء الموارد البشرية في شركة الاتصالات السعودية.

ومن خلال إجابات المبحوثين يمكن استنتاج عدة نقاط رئيسية:

يشير الاستبيان إلى أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يعزز مستوى الوعي والتفاعل مع سياسات الشركة، فقرة "وسائل التواصل الاجتماعي تزيد من مستوى الوعي والتفاعل مع سياسات وإجراءات شركة الاتصالات؟" تظهر نسبة عالية من المشاركين الذين يوافقون على ذلك، مما يشير إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي قد تكون أداة فعالة لنشر المعلومات والإعلان عن سياسات الشركة وجعلها معروفة للموظفين.

كما تدل النتائج على أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يساهم في تعزيز الابتكار وتبادل الأفكار بين الموظفين. فقرة "استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يزيد من مستوى الانفتاح والشفافية في التواصل داخل شركة الاتصالات؟ تشير إلى اتفاق كبير من قبل المشاركين على أن وسائل التواصل الاجتماعي تساهم في هذا الجانب، يمكن لوسائل التواصل الاجتماعي أن توفر بيئة تفاعلية ومنصة للموظفين لمشاركة الأفكار والتعاون في مشاريع مشتركة.

كذلك تشير النتائج إلى أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يزيد من مستوى رضا الموظفين عن بيئة العمل. فقرة "وسائل التواصل الاجتماعي تزيد من مستوى رضا الموظفين عن بيئة العمل؟" تظهر نسبة عالية من المشاركين الذين يوافقون على ذلك، مما يشير إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن تعزز الشعور بالانتماء والتواصل بين الموظفين وتحسين العلاقات

بينهم، كما يُظهر الاستبيان أن هناك تعدم للاتفاق بشكل كبير بين المشاركين حول تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على تحسين الاتصال بين الإدارة والموظفين. فقرة " وسائل التواصل الاجتماعي تسهم في تعزيز روح الفريق بين الموظفين؟" تشير إلى نسبة منخفضة من الموافقة، مما يشير إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي قد لا تكون الوسيلة الأكثر فعالية لتحسين الاتصال والتواصل بين الإدارة والموظفين في هذا السياق.

لذلك يمكن شركة الاتصالات أن تستفيد من هذه النتائج لتطوير استراتيجيات أفضل لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في بيئة العمل، من خلال تنفيذ تدريبات وورش عمل لتعزيز مهارات التواصل والتعاون عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وتشجيع الموظفين على المشاركة الفعالة والبناء على هذه المنصات.

الفصل الرابع: مناقشة النتائج والتوصيات

- مناقشة النتائج
- الخاتمة
- التوصيات والمقترحات

الفصل الرابع: النتائج والتوصيات

١-٤ النتائج

بناءً على تحليل ردود وإجابات المبحوثين على فقرات أسئلة الدراسة حول أثر توظيف وسائل التواصل الاجتماعي على أداء الموارد البشرية في شركة الاتصالات السعودية، يمكن استخلاص النتائج التالية:

تبين الدراسة أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في شركة الاتصالات السعودية يساهم في تعزيز التواصل والتعاون بين الموظفين، حيث يمكن للمنصات الاجتماعية أن تعمل كوسيلة فعالة لتبادل الأفكار والمعلومات وتعزيز التفاعل بين الفرق والأقسام المختلفة، كما أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في شركة الاتصالات السعودية يمكن أن يؤدي إلى تحسين الاتصال مع العملاء من خلال استخدام منصات التواصل الاجتماعي، يمكن للشركة التفاعل مع عملائها، تلقي ردود فعلهم، وتقديم الدعم والحلول بشكل أسرع وأكثر فاعلية، كشفت الدراسة أيضاً أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في شركة الاتصالات السعودية يعزز الوعي بين الموظفين ويساهم في تبادل المعلومات بشكل أسرع وأكثر فاعلية، حيث يمكن للمنصات الاجتماعية أن تكون وسيلة لنشر التحديثات الداخلية، وتبادل المعرفة والخبرات بين الفرق المختلفة في المؤسسة. وعلى الرغم من الفوائد المذكورة، هناك بعض التحديات السلبية المحتملة التي يجب معالجتها تشمل هذه التحديات مشكلة تشتت الانتباه وتأثيرها على الإنتاجية، وحاجة لتدريب الموظفين على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشكل مسؤول ومناسب، بالإضافة إلى ضرورة حماية البيانات والخصوصية من مخاطر الانتهاكات الأمنية.

٢-٤ الخاتمة

في الختام، يُمكن الاستدلال بأن توظيف وسائل التواصل الاجتماعي في شركة الاتصالات السعودية يُمثّل مصدراً هاماً لتحسين أداء الموارد البشرية وتعزيز فعالية العمل في المؤسسات الحكومية في المملكة العربية السعودية، وذلك من خلال تعزيز التواصل والتعاون بين الموظفين، وتحسين الاتصال مع العملاء، وتعزيز الوعي وتبادل المعلومات، حيث يُمكن للشركة تعزيز الأداء العام وتحقيق النجاح في سوق الاتصالات المتنامي.

ومع ذلك، يجب أن نكون مدركين للتحديات التي قد تنشأ مع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في بيئة العمل. لذلك، ينبغي تحديد سياسات وإرشادات واضحة لاستخدام هذه الوسائل بشكل مسؤول وفعال، وأن يتم توفير التدريب اللازم للموظفين، وتعزيز الوعي بمخاطر الاستخدام غير اللائق وضرورة احترام الأخلاق وقواعد السلوك على وسائل التواصل الاجتماعي. علاوة على ذلك، يجب أن تضمن الشركة حماية قوية للبيانات والخصوصية، وتعزيز الأمان والمراقبة الفعالة لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل، من خلال اتخاذ هذه الإجراءات، يمكن لشركة الاتصالات السعودية أن تحقق فوائد كبيرة وتعزز أداء الموارد البشرية والنجاح في مجال الاتصالات.

أخيراً، ينبغي أن نشدد على أهمية البحث والتطوير المستمر في مجال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في المؤسسات الحكومية، ومواكبة التقنيات الحديثة واستكشاف كيفية تحسين استخدام وفعالية هذه الوسائل لتحقيق أفضل النتائج في إدارة الموارد البشرية وتعزيز الأداء العام للمؤسسات، وأن يتم تطبيق الإجراءات الملائمة والتحليل الشامل للتأثيرات المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في بيئة العمل. من خلال الاستفادة الأمثل من هذه الأدوات، يمكن لشركة الاتصالات السعودية أن تحقق التطور والنمو المستدام في قطاع الاتصالات وتحافظ على مكانتها الريادية في السوق.

٣-٤ التوصيات والمقترحات

وفي ختام هذه الدراسة يمكن تقديم بعض التوصيات والمقترحات لشركة الاتصالات السعودية بشأن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في بيئة العمل بتنفيذ هذه التوصيات والمقترحات، للاستفادة القصوى من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في بيئة العمل. من هذه المقترحات:

- يجب أن تعتمد شركة الاتصالات السعودية سياسات وإجراءات واضحة لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مكان العمل من خلال توفير تدريب مناسب للموظفين حول الاستخدام السليم لتلك الوسائل.
- وضع سياسات وإرشادات واضحة تحدد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل وتعريف الموظفين بالسلوك المقبول والغير مقبول وضرورة الالتزام بقواعد الأخلاق وحماية البيانات.
- توفير التدريب الملائم للموظفين حول استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في بيئة العمل من خلال تعزيز الوعي بمخاطر الاستخدام غير اللائق وتعزيز المهارات اللازمة للتواصل الفعال وبناء علاقات إيجابية عبر هذه الوسائل.
- يجب أن تكون الشركة حريصة على حماية البيانات والخصوصية للموظفين والعملاء عن طريق تنفيذ إجراءات أمنية قوية وتوفير وسائل مراقبة فعالة لضمان سلامة المعلومات ومنع الوصول غير المصرح به.
- استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز التواصل الداخلي في المؤسسة وتشجيع الموظفين على استخدام هذه الوسائل للتبادل المعرفي وتعزيز التعاون وتحسين العمل الجماعي.
- استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتحسين خدمة العملاء من خلال توفير قنوات اتصال فعالة مع العملاء والاستجابة السريعة لاستفساراتهم ومشاكلهم عبر منصات التواصل الاجتماعي.
- ينبغي أن تستمر الشركة في البحث والتطوير لاستكشاف كيفية تحسين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في بيئة العمل واستكشاف التقنيات الحديثة وتطبيقها لتعزيز الأداء وتحقيق أفضل النتائج.
- ينبغي مراقبة وتقييم أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في بيئة العمل واستخدام مؤشرات الأداء المحددة مثل مستوى التواصل الداخلي وتحسين خدمة العملاء وزيادة التعاون بين الموظفين وتقييم النتائج لتحديد فعالية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي واتخاذ إجراءات تصحيحية إذا لزم الأمر.

المصادر

أولاً: المراجع العربية

-راضي، زاهر، ٢٠٠٣: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، عدد ١٥، جامعة عمان الأهلية، عمان.

-الصباغ، عدنان، ٢٠١٠: وسائل الاتصال والتكنولوجيا الحديثة، مجلة العلوم التكنولوجية، عدد ٨، جامعة البتراء، عمان.
-عمار، حلمي وأبو زيد، عبد الباقي، ٢٠١٠: تكنولوجيا الاتصالات وأثارها التربوية والاجتماعية. دراسة ميدانية بمملكة البحرين.
-العلي، فهد بن معيقل، ٢٠١٧: أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء الوظيفي في الأجهزة الحكومية بالمملكة العربية السعودية.

-يعقوب، توامي، ٢٠١٣: أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الأداء المالي للمؤسسة الاقتصادية، دراسة حالة مجمع المؤسسة الوطنية للأشغال في الآبار (E.N.T.P)، خلال الفترة ٢٠١٠ - ٢٠١٢.

-الشهري، فايز بن عبد الله، ٢٠٠٨: الشبكات الاجتماعية لم تعد للمراهقين "جريدة الرياض، العدد ١٤٧٧٦ صفحة تقنية المعلومات.

-حكومة أبو ظبي، ٢٠١٥: دليل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الجهات والشركات الحكومية"

<https://www.ecouncil.ae/Publications>

-عبد الرشيد، عزيز أحمد، ١٤٦٣هـ، "وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على الفرد والمجتمع"، جامعة الامام، الرياض،

<https://www.academia.edu/29616133>

-ساوير، ربيكا، ٢٠١١: The Impact Of New Social Media on intercultural adaption جامعة جزيرة رود.

-ناصر، شادي، ٢٠٠٩: فضائح فيسبوك، دار الكتاب العربي، دمشق، ٢٠٠٩.

-عابد، علي، ٢٠١٤: دراسة تطبيقية، أهمية تطوير إدارة الموارد البشرية في المنظمات بشكل دائم، الكلية العربية للعلوم والدراسات.

-مسلم، صلاح محمد مسلم، ٢٠١٤: استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع

المتحققة- دراسة ميدانية- رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية-غزة: شئون البحث العلمي والدراسات العليا،

كلية الآداب، برنامج ماجستير الصحافة.

- بلعباس، بدر الدين، ٢٠١٥: شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين: الفيسبوك وطلبة جامعة بسكرة نموذجاً- رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علم الاجتماع.

- ريبيكا ساوير، ٢٠١١: The Impact of New social media on intercultural adaption جامعة جزيرة رود.

- سكر، ماجد رجب العبد، ٢٠١١: التواصل الاجتماعي: أنواعه، ضوابطه، آثاره، معوقاته، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة.

- بومايلة سعاد و فارس بوباكور، ٢٠٠٤: اثر التكنولوجيات الحديثة للإعلام و الاتصال في المؤسسة الاقتصادية، مجلة الاقتصاد المناجمنت، العدد ٣.

- الرعود، عبد الله ممدوح مبارك، ٢٠١٢: دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين- رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا: كلية الإعلام.

- سفرانيك، ريتا، ٢٠١٢: دور وسائل الاعلام الاجتماعية الناشئ في تغير السياسة والنظام.

http://www.csa.com/discoveryguides/social_media/review

- الفارس، سلمان، ٢٠١١: أثر سياسات التحفيز في الولاء التنظيمي بالمؤسسات العامة"، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية، دمشق، سوريا.

- باتريك تونسيند، جوف جيهاردت، ٢٠١٨: كيفية تحقق الجودة؟، ترجمة فريق بيت الأفكار الدولية بأمريكا، مؤسسة المؤتمن للتجارة، ط ٤.

- أبو شرخ، نادر حامد، ٢٠١٠: تقييم أثر الحوافز على مستوى الأداء الوظيفي في شركة الاتصالات الفلسطينية من وجهة نظر العاملين، رسالة ماجستير في ادارة الأعمال، جامعة الأزهر، غزة، فلسطين.

- الخوالدة، فاتح عبید الله الحموان، ٢٠١٧: اثر تطبيق استراتيجيات تنمية وتطوير الموارد البشرية على أداء العاملين دراسة تطبيقية على مدينة الحسن الصناعية بالأردن.

- عباس، سهيلة محمد، ٢٠٠٦: إدارة الموارد البشرية: مدخل استراتيجي، دار وائل للنشر، عمان، الطبعة الثانية

- ورشة تقييم جدوى شبكات التواصل الاجتماعي، ٢٠١٤: رئاسة هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، الرياض.
- هيئة تقنية المعلومات، ٢٠١٣: السياسة الحكومية للمشاركة الالكترونية واستخدام أدوات التواصل الاجتماعي في القطاع الحكومي، سلطنة عمان.
- الفرع، خالد بن فيصل، ٢٠١٤: درجة استخدام مؤسسات القطاع العام بالمملكة العربية السعودية لشبكات التواصل الاجتماعي (فيسبوك وتويتر نموذجاً).
- الحيدري، عبد الله الزين، ٢٠٠٩: الإعلام الجديد: النظام والفوضى، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٣٣، جامعة القاهرة: كلية الإعلام

ثانياً: المراجع الأجنبية.

- Andreas M. Kaplan and Michael Haenlein, 2010 "Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Me-dia', 'Business Horizons', Vol. 53.
- Boyd, Danah M., and Nicole B. Ellison. (2008), "social Network Sites: Definition, History, and Scholarship", Journal of Computer- Mediated Communication, 13 pp. 210-230.
- Giannakos, Michail, (2014), "Using social media for work: Losing your time or Improving your work?", Computer in Human Behavior,31, pp.134-142
- TriNet, (2012), Opportunities & Challenges of social media in the Workplace “[https://www.trinet.com/documents/white_papers/trinet_wp_opportunities_challenges_socialme dia_workplace.pdf](https://www.trinet.com/documents/white_papers/trinet_wp_opportunities_challenges_socialmedia_workplace.pdf).”
- Karen Purser, 'Using Social Media in Local Govern- ment: 2011 Survey Report", Australian Centre of Excellence for Local Government, University of Technology, Sydney.
- LXue Bai a & Olver Yao, 2010"Facebook on campus: the use and friend formation in online social networks, College of Business and Economics, Lehigh University, [online] <http://ssrn.com/abstract=1535141>.
- Ristow, A., Pearse, N., Ristow, L., & Amos. (2008). Human Resource, Management. South Africa: Juta and Co.

استبانة عن أثر توظيف وسائل التواصل الاجتماعي على أداء الموارد البشرية في مؤسسات القطاع العام
السعودي بالتطبيق على شركة الاتصالات السعودية.

السيدات والسادة الافاضل،

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

وبعد ...

أنا الطالب /

أقوم بإجراء دراسة بعنوان " أثر توظيف وسائل التواصل الاجتماعي على أداء الموارد البشرية في مؤسسات القطاع العام " وهي جزء من متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في من جامعة.....،

وإيماناً بقيمة البحث العلمي وأهميته وارتباطه بالواقع الفعلي مما يساعد على حل المشكلات المرتبطة به، ولكون الموضوع يختص بمؤسساتكم التي تمثل إحدى مؤسسات القطاع العام بالمملكة العربية السعودية، لذا فإن نجاح هذا الدراسة يرتكز على مدى مساهمتكم في قراءتها بدقة ومن ثم الاجابة عن فقراتها وذلك بوضع إشارة (√) في المربع الذي يتفق مع أريك.

وأشركم سلفاً عن تقديركم لأهمية الدراسة وتعاونكم معي للوصول لنتائج هذه الدراسة. وأودّ أعلامكم بأن المعلومات الواردة في الاستبانة ستستخدم لأغراض البحث العلمي حصراً وسيتم التعامل معها بسرية تامة.

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام والتقدير،

الطالب:

الايميل:

الاستبيان

البيانات الشخصية:

الجنس:

- ذكر

- أنثى

العمر:

- من ٢٥ - ٣٠

- من ٣١ - ٣٥

- من ٣٦ - ٤٠

- فوق ٤٠

عدد سنوات الخبرة في الشركة:

- ١ - ٥ سنوات

- ٦ - ١٠ سنوات

- ١٠-١٥ سنة

- أكثر من عشر سنوات

الاستبيان

م	الفقرة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
١	استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في شركة الاتصالات يعزز التواصل بين الموظفين؟					
٢	وسائل التواصل الاجتماعي تساهم في تعزيز التفاعل وتبادل المعرفة بين الموظفين؟					
٣	استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يزيد من فرص التعلم وتطوير المهارات لدى الموظفين؟					
٤	وسائل التواصل الاجتماعي تساهم في تعزيز روح الفريق بين الموظفين؟					
٥	استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يعزز مستوى الانخراط والمشاركة في المشاريع والفعاليات الداخلية لشركة الاتصالات؟					
٦	وسائل التواصل الاجتماعي تساهم في تعزيز الثقافة التنظيمية والقيم والرؤية لدى الموظفين؟					
٧	استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يساهم في تعزيز التواصل بين الإدارة العليا والموظفين؟					
٨	وسائل التواصل الاجتماعي تزيد من مستوى رضا الموظفين عن بيئة العمل؟					
٩	استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يساهم في تعزيز الابتكار وتبادل الأفكار بين الموظفين؟					
١٠	وسائل التواصل الاجتماعي تساهم في تحسين أداء الموظفين وزيادة الإنتاجية؟					
١١	استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يزيد من مستوى الانفتاح والشفافية في التواصل داخل شركة الاتصالات؟					
١٢	وسائل التواصل الاجتماعي تساهم في تحفيز وتشجيع الموظفين على تحقيق الأهداف المنشودة؟					
١٣	استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يساهم في تقديم التغذية الراجعة الفورية للموظفين؟					
١٤	وسائل التواصل الاجتماعي تزيد من مستوى الوعي والتفاعل مع سياسات وإجراءات شركة الاتصالات؟					
١٥	استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في شركة الاتصالات يعزز التواصل بين الموظفين؟					

Midocean University

College of Management

Department of.....



**The Impact of Social Media Utilization on Human Resources
Performance in Public Sector Institutions in Saudi Arabia:
A Case Study of Saudi Telecommunications Company.**

Prepared by

Student name:

university ID:

Supervised by:

DR.

Year:2024