

## استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في نشر القيم التنظيمية وأثرها على تحسين أداء الموظفين في جامعة الملك خالد\*

أحمد أحمد الرحومي<sup>1</sup>

علي محمد هاشم أحمد<sup>2</sup>

عبدالجلال عثمان إدريس أبكر<sup>3</sup>

**المخلص:** تَسْتَهْدَفُ هذه الدراسة قياس استخدام وسائل التواصل الاجتماعي -الفيسبوك، والواتساب وتويتر- نموذجاً في نشر القيم التنظيمية وأثرها على تحسين أداء الموظفين في الجامعات السعودية: دراسة ميدانية على عينة من موظفي جامعة الملك خالد. تم تصميم استبانته وتوزيعها على العاملين في جامعة الملك خالد بطريقة العينة العشوائية وقد كان حجم العينة المَحْتَارَة (160) فرداً بنسبة 33.13% من حجم مجتمع الدراسة البالغ نحو (1200) فرداً وكان عدد الاستمارات المُسْتَعَادَة (72) بنسبة استجابة تقدر بنحو 45% من إجمالي حجم العينة. أوضحت نتائج الدراسة بوجود علاقة ارتباط معنوي بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ونشر القيم التنظيمية، وبين القيم التنظيمية وتحسين الأداء، وبين استخدام الوسائل وتحسين الأداء. وأوضحت أن مستوى استخدام وسائل التواصل في نشر القيم التنظيمية في الجامعة ضعيف إلى حد ما. من أهم توصيات الدراسة: على قيادة الجامعة أن تستثمر هذه الوسائل بشكل أفضل وأكفأ، ويجب على القيادة العليا الاهتمام باستغلال وسائل التواصل الاجتماعي في نشر القيم التنظيمية، والاهتمام بتنمية العلاقات الاجتماعية مع الموظفين، ومعاملتهم بإحسان مما يؤدي إلى تحسين الأداء.

الكلمات المفتاحية: جامعة الملك خالد، وسائل التواصل الاجتماعي، القيم التنظيمية، تحسين الأداء

### The Use of Social Media in the dissemination of Organizational Values and their Impact on Improving the Performance of Employees in King Khalid University

Ahmed Ahmed Ahmed ALrhomi

Ali Mohamed Hashim Ahmed

Abdelgalal Osman Idris

**Abstract:** This study aims to measure the use of social media (Facebook, WhatsApp and Twitter) as a model in the dissemination of organizational values and their impact on improving the performance of employees in Saudi Universities: a field study on a sample of employees of King Khalid University The questionnaire was designed and distributed to the staff at King Khalid University in random sampling. The sample size was 160 individuals with 33.33% of the total size of the study population. The number of returned forms was (72) of the total sample size. The results of the study showed a significant correlation between the use of social means of communication and dissemination of organizational values, organizational values and performance improvement, and the use of means and performance improvement. It explained that the level of the use of communication in the dissemination of organizational values in the university is somewhat weak. One of the most important recommendations of the study is that the university leadership should invest these resources better and more efficiently. The senior leadership should pay attention to exploiting the means of social communication in spreading organizational values, paying attention to the development of social relations with employees and treating them favorably, thus improving performance.

**Keywords:** King Khalid University, social media, organizational values, performance improvement

\* دراسة ممولة من جامعة الملك خالد في إطار البرنامج العام للعام الجامعي 1438/1439  
1 أستاذ إدارة الأعمال المشارك، كلية المجتمع للبنين بخميس مشيط، جامعة الملك خالد - السعودية، alrhomi@yahoo.com  
2 أستاذ إدارة الأعمال المساعد، كلية المجتمع للبنين بخميس مشيط، جامعة الملك خالد - السعودية  
3 أستاذ الإحصاء المساعد، كلية المجتمع للبنين بخميس مشيط، جامعة الملك خالد - السعودية

**مقدمة:**

تشكل ثقافة المنظمة العديد من القيم التنظيمية والأخلاقيات والسلوكيات، التي اكتسبتها المنظمة عبر مدة من الزمن، والتي مرت بمراحل عدة حتى أصبح لها إطاراً أخلاقياً (درويش، 2013: 221 - 290) يُنظم العلاقة بين العاملين داخل المنظمة وبين قياداتها، مما يُشكل في نهاية الأمر السلوك المقبول وغير المقبول، الذي ينعكس على الأداء الوظيفي للعاملين ويُحسنه فتزيد كفاءة العمل وفعاليتها.

هذه الأهمية جعلت العديد من المنظمات تهتم بنشر وترويج تلك القيم بين موظفيها فقد تعددت وسائل النشر والترويج، ففي الماضي وحتى الآن تعاني بعض المنظمات، من تكلفة إيصال وتعزيز القيم لدى موظفيها. عن طريق الندوات والدورات والمنشورات، إلا أن ولادة الثورة التكنولوجية والاتصالية في منتصف التسعينات من القرن الماضي، قد أدت إلى نقلة نوعية وتغيير حقيقي في عالم الاتصالات (مريم ونور الهدي، 2013، ص 19 - 25؛ سهام، 2015؛ العبدالرازق، 2013؛ Barry, 2015, pp1-5; Wolfgang, 2013, pp.76-100; Tiryakioglu, 2011, pp. 135 - 150) وذلك بفعل شبكة الإنترنت وظهور المواقع الالكترونية والمدونات الشخصية وشبكات المحادثات، التي وفرت طرق التواصل الحديث ليس فقط على مستوى الترويج للسلع والخدمات بل تعدي ذلك إلى نشر الثقافات والقيم والعادات الاجتماعية على المستوى المجتمعي والمؤسسي، ومن هذه المواقع محركات البحث وبوابات ويب والمراجع الحرة، والمدونات ومواقع الصحف والمجلات، ومواقع الصحف الإلكترونية (عبد العزيز، 2014؛ الشوابكة، 2015؛ Bennett, 2012; Cliers, 2013) ومواقع القنوات الفضائية ومواقع اليوتيوب، حتى ظهرت في منتصف التسعينات من القرن العشرين شبكات التواصل الاجتماعي مثل: الفيسبوك Facebook- تويتر Twitter - لينكد إن Linked in - ماي سبيس My Space - وبفعل الاستخدام الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي أصبحت الأكثر انتشاراً على شبكة الأنترنت، الأمر الذي جعل العديد من المؤسسات العامة والخاصة ومنها الجامعات السعي للاستفادة منها واستثمار الجانب الايجابي منها وهو سرعة التواصل مع منسوبيها (العتيبي، 2011؛ فوره، 2012؛ العبيري، 2013؛ الدبيسي والطاهات، 2013، ص 66 - 81؛ الزهراني، 2013؛ Junco, 2012, pp 9 - 23)، لنشر ثقافة وقيم المنظمة، بكل سهولة ويسر وبأقل كلفة ممكنة ناهيك عن إتاحتها للتواصل داخل المنظمة وخارجها فالموظف يستطيع متابعة مجريات الأمور التي تتم في مؤسسته أو في جامعتة وان كان خارج الجامعة وفي الوقت نفسه تستطيع المنظمة ربط الموظف بشكل دائم مع المنظمة والاستفادة منه حتى خارج الدوام (الشريف، 2013، ص 13 (Arquero, et al., 2013, pp. 238- 249; Panchurst, 2013) وأيضاً تُمكن الموظف من التفاعل الدائم مع الأحداث والفعاليات بكل سهولة ويسر، وتخصص الجامعات اليوم جزءاً كبيراً من وسائل التواصل لنشر قيمها التنظيمية وأهدافها وتوجهاتها بكل شفافية ويسر لان هذه الوسائل أصبحت في متناول الجميع بدون استثناء لذلك ومن خلال العرض السابق يمكن عرض أبعاد هذه الدراسة على النحو التالي:

**أولاً: أهمية الدراسة**

لقد شكنت وسائل التواصل الاجتماعي في كل المجالات وبدون استثناء سواء على المستوى الاجتماعي أو الاقتصادي أو السياسي أو الخدمي نقلةً نوعية كبيرة في حياة المجتمعات وحياة الأفراد والجماعات والمنظمات، وبالتالي أصبح استخدامها تقريباً من ضروريات الحياة اليومية وجامعة الملك خالد كغيرها من الجامعات السعودية سارعت باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وهذا دليل على قدرة الجامعة على التكيف الجاد والمثمر، لذلك تأتي أهمية هذه الدراسة لما لتلك الوسائل من تأثير كبير في نشر الوعي التنظيمي والوعي الثقافي وتوجهات القيادة وتطلعاتها المستقبلية، فإذا كان الفرد يستغل سهولة استخدام تلك الوسائل وكلفتها الزهيدة. فكيف بالمؤسسات والجامعات، ومنها جامعة الملك خالد التي تستطيع بما لديها من إمكانيات وكفاءات وآليات ووسائل

أن تحقق الاستفادة القصوى من تلك الوسائل، فمن المعروف أن الاتصال والتواصل من المحاور الأساسية والأبعاد المهمة في العمليات الإدارية، وبالتالي استخدام تلك الوسائل لنشر القيم التنظيمية، لا بد أن يؤثر بطريقة أو بأخرى على الأداء الوظيفي لدى منسوبي الجامعة، خصوصاً إذا كان هناك مهنية في استخدام تلك الوسائل لنشر وتعزيز دور القيم التنظيمية والأخلاقيات المهنية والقواعد والاتجاهات التي تنطلق منها قيادات الجامعة،

### ثانياً: مشكلة الدراسة:

لا شك بأن ثقافة المنظمة تلعب دوراً هاماً في تشكيل القيم التنظيمية التي في النهاية تُحدد السلوك المقبول وغير المقبول في المنظمة. ولكن الأهم من ذلك هو في كيفية نشر تلك القيم والترويج لها داخل المنظمة. والجامعات بشكل عام وجامعة الملك خالد بشكل خاص تمتلك منظومة من القيم التنظيمية الراسخة، كما أنها تستخدم عدة وسائل من وسائل التواصل الاجتماعي. وقد أحدثت وسائل التواصل الاجتماعي تغييراً كبيراً في حياة المجتمعات والأفراد والمنظمات، وساعدت على إعادة تشكيل قيم وعادات جديدة في حياة المجتمعات والمنظمات. وتسعى جامعة الملك خالد اليوم للاستفادة القصوى من تلك الوسائل نتيجة لما توفره من سهولة في الاستخدام وسرعة في نقل المعلومات، وربط منسوبيها بشكل مباشر ودائم بل تجعل التفاعل والارتباط مستمرين، من خلال النقل المباشر لما يحدث من مستجدات وفعاليات، والتوجهات والأهداف والاستراتيجيات التي تتبناها القيادات العليا، بالإضافة إلى الحصول على ردود الأفعال لمعرفة ما مدى الرضا عن القرارات والاتجاهات التي تتبناها تلك القيادات، كما أن الموظف اليوم أصبح من الوعي الكامل الذي يجعله في حالة مقارنة دائمة بينه وبين الموظفين الآخرين، وبين الجامعة والجامعات الأخرى إلا أن الباحثين قد لاحظوا قصوراً في استثمار هكذا مواقع ووسائل بشكل فاعل لنشر قيم الجامعة التنظيمية وثقافتها وتوجهاتها، وبالتالي عدم استخدام هذه الوسائل بشكل فاعل وبدون توجيه سليم واستغلال مثمر، يضيع فرصاً عدة على الجامعة في التأثير على تحسين الأداء الوظيفي، لذلك يمكن تلخيص مشكلة الدراسة في السؤال التالي:

ما مدى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في نشر القيم التنظيمية الذي يؤدي إلى تحسين أداء الموظفين في جامعة الملك خالد؟

### ثالثاً: أهداف الدراسة

من خلال العرض المقدم للأهمية والمشكلة، يُمكن تلخيص أهداف الدراسة فيما يلي:

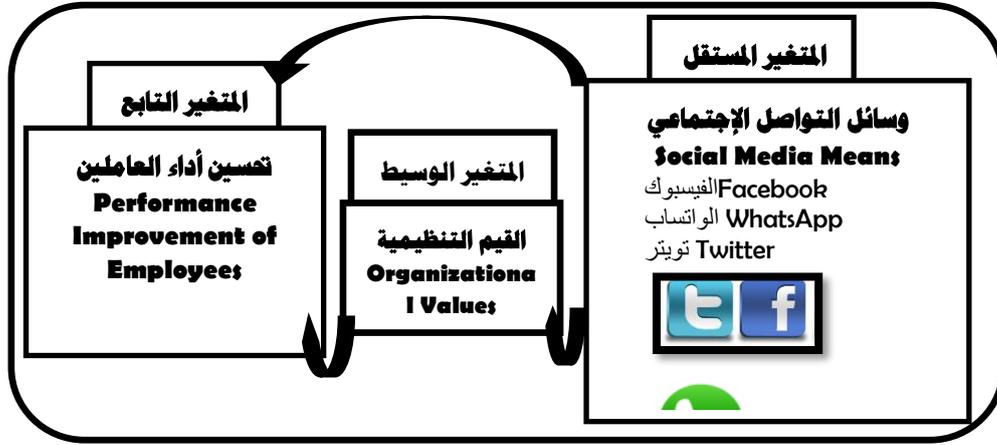
1. التعرف على وسائل التواصل الاجتماعي المُستخدمة في جامعة الملك خالد
2. تحديد دور هذه الوسائل في نشر القيم التنظيمية بين موظفي جامعة الملك خالد
3. معرفة الأثر الحقيقي لنشر القيم التنظيمية على الأداء الوظيفي
4. فتح باب أوسع للمهتمين والباحثين لإثراء مثل هذه المواضيع
5. الخروج بمقترحات وتوصيات قد تفيد في تحسين طرق استخدام هذه الوسائل والاستفادة منها في نشر القيم التنظيمية بين موظفي جامعة الملك خالد.

### رابعاً: فرضيات الدراسة:

تسعى هذه الدراسة لاختبار صحة الفرضيات الآتية:

- 1- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ونشر القيم التنظيمية في جامعة الملك خالد.
- 2- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين نشر القيم التنظيمية وتحسين الأداء الوظيفي لدى موظفي جامعة الملك خالد.

3- القيم التنظيمية تتوسط العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي وتحسين الأداء الوظيفي.  
شكل (1) مخطط مقترح للدراسة



خامساً: منهجية الدراسة:

1- أسلوب الدراسة:

تم استخدام المنهج التحليلي والوصفي، لمعرفة تأثير تلك القيم على تحسين أداء الموظفين من خلال جمع البيانات الأولية والثانوية من الأدبيات السابقة (من أبحاث ودراسات سابقة) بالإضافة إلى إعداد أداة للدراسة تمثلت في تصميم استبانة موجهة لعينة عشوائية من موظفي الجامعة، لقياس دور تلك الوسائل في نشر القيم التنظيمية وأثر تلك القيم على تحسين الأداء، كما تم توزيع عدد من الاستبانات على عينة تجريبية من الموظفين. ولعدد من الخبراء المتخصصين للاستفادة من آرائهم ومقترحاتهم وذلك للتحقق من اتساق وصدق، وثبات وصحة الاستبانة. من خلال المقاييس المعروفة. (كمقياس كرونباخ Cronbach Scale) الخ

2- أدوات الدراسة:

تم العودة للأدبيات السابقة من كتب ودراسات وأبحاث ورسائل جامعية ومواقع إلكترونية، وكذلك تم تصميم استبانة موجهة لعينة من موظفي الجامعة.

3- مجتمع وعينة الدراسة:

تكوّن مجتمع الدراسة من نحو (1200) موظفاً تقريباً من موظفي جامعة الملك خالد.

التعريف بجامعة الملك خالد:

**النشأة:** أعلنَ خادم الحرمين الشريفين الملك عبدالله بن عبدالعزيز في يوم الثلاثاء 1419/1/9 هـ، إنشاء وتشريد جامعة الملك خالد بالأمر السامي رقم 7/78م في 1419 /3/11 هـ، وذلك بدمج فرعي جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية وجامعة الملك سعود بمنطقة عسير تحت مسمى جامعة الملك خالد ([https://ar.wikipedia.org/wiki/جامعة\\_الملك\\_خالد](https://ar.wikipedia.org/wiki/جامعة_الملك_خالد))

**الموقع:** تقع الجامعة في منطقة عسير (في الجزء الجنوبي الغربي من المملكة)، ومساحة عسير: (80,000) كلم<sup>2</sup>، وعدد سكانها: (1,600,000) نسمة، وبها (78) محافظةً ومركزاً.

وسائل التواصل الاجتماعي المستخدمة في الجامعة:

تتمثل في الآتي: الفيسبوك Facebook، والواتساب WhatsApp، وتويتر Twitter.

4- عينة الدراسة:

بلغت عينة الدراسة (72) مفردةً وقد تم الاكتفاء بهذا العدد نظراً لتجانس خصائص عينة الدراسة، وقد مثلت نسبة (6%) من مجتمع الدراسة البالغ (1200) مفردةً، ونسبة (45%) من حجم العينة المقترحة البالغ (160) مفردةً، ونسبة (13%) من عدد الاستبانات الموزعة البالغة (160) استبانةً.

سادساً: مصطلحات الدراسة:

### 1- وسائل التواصل الاجتماعي:

وسائل التواصل الاجتماعي هي عبارة عن "مواقع إلكترونية أو تطبيقات برمجية صُممت خصيصاً لتوفير خدمة التواصل بين المستخدمين المسجلين عبر تلك المواقع أو التطبيقات من خلال اسم مُستخدم خاص بهم أو رقم هاتف أو بريد إلكتروني، ولا يتم هذا التواصل إلا بوجود خطوط اتصال عبر شبكة الإنترنت" (الشوابكة، 2015).

#### التعريف الإجرائي:

عبارة عن وسائط الكترونية تعمل على نقل المعلومات في صورها المختلفة بكل أشكالها وأنواعها بطريقة سهلة وسريعة وبأقل كلفة.

### 2- القيم التنظيمية:

تُعرّف بأنها "المواصفات التي يجب أن تتميز بها بيئة العمل حتى تُصنّف بأنها تعتمد على نظامٍ ثابتٍ، وخاصٍ فيها وقادرٍ على تحقيق العديد من النتائج الإيجابية، والتي تساهم في زيادة نمو، وتطور الموظفين في مختلف المجالات المهنية، مما يؤدي إلى تحقيق العديد من الأهداف المهنية والمعتمدة على خطة تنظيمية ناجحة (خضر، 2016).

#### التعريف الإجرائي:

مجموعة القواعد والأسس والمقاييس التي يلتزم بها موظفو جامعة الملك خالد.

### 3- تحسين أداء الموظفين:

الأداء: هو "تنفيذ العامل لأعماله ومسؤولياته التي تكلفه بها المنظمة، أو الجهة التي ترتبط وظيفته بها، ويعني النتائج التي يحققها الفرد بالمنظمة" (نبيل، 2012).  
الأداء لغوياً: قام بأداء واجبه: بإنجازه، بإكتماله (المعجم الجامع) وهو مصطلح يقابل الكلمة الانجليزية "To Perform"، والذي اشتق بدوره من الفرنسية القديمة "Performer"، والذي يعني "تنفيذ مهمة أو تأدية عمل".

### سابعاً: الدراسات السابقة:

1- عكاشة أسعد (2008). هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع الثقافة التنظيمية في شركة الاتصالات الفلسطينية وأثرها على مستوى الأداء الوظيفي. قام الباحث باستخدام الإستبانة كأداة رئيسية في جمع البيانات الأولية، وطبقت على عينة عشوائية طبقية مكونة من (312) موظفاً بنسبة (20%) من مجتمع الدراسة المكون من (1561 موظفاً، حيث تم توزيع (312) استبانة على أفراد عينة الدراسة، وتم استرجاع (248) إستبانة، وكانت نسبة المرود (79.48%) من حجم العينة، وقام الباحث باستخدام المنهج الوصفي التحليلي. وخلصت الدراسة إلى نتائج أهمها: أن هناك أثر إيجابي للثقافة التنظيمية على مستوى الأداء الوظيفي في شركة "Paltel". الاتصالات الفلسطينية كما أظهرت الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين عناصر الثقافة التنظيمية وهي السياسات والإجراءات - الأنظمة والقوانين - المعايير والمقاييس - الأنماط السلوكية - القيم التنظيمية - التوقعات التنظيمية - المعتقدات التنظيمية الاتجاهات التنظيمية (وبين "مستوى الأداء الوظيفي". أظهرت الدراسة أن العاملين بحاجة إلى تطوير مستوى المهارات والقدرات المتعلقة بالجوانب الإبداعية والإبتكارية بهدف القدرة على مواكبة المتغيرات والتطورات الجديدة. وخلصت الدراسة إلى جملة توصيات من أهمها: زيادة درجة الاهتمام بمجال الثقافة التنظيمية من قبل إدارة الشركة والعاملين، لأن الاهتمام بثقافة المنظمة يساهم في تنمية وتطوير أداء الشركة. زيادة درجة اهتمام العاملين بالقيم الإيجابية التي تساهم في زيادة مستوى الكفاءة الإدارية. زيادة درجة اهتمام العاملين بالأنماط السلوكية الفعالة التي تساهم في تعزيز مكانة الشركة.

2- **دراسة (2009) Ferreira du Plessi** من أهم أهداف هذه الدراسة: دراسة تأثير الشبكات الاجتماعية عبر الإنترنت OSN على إنتاجية الموظفين، وتحديد الآثار السلبية والعقبات التي تترتب على السماح للموظفين بالوصول غير المقيد إلى هذه الشبكات. ومن أهم نتائج هذه الدراسة: إن تكنولوجيا OSN يمكن استخدامها لزيادة التعاون بين الأفراد الذين ينشرون في مصلحة أو هدف مشترك. ومن شأن زيادة التعاون أن يحفز تقاسم المعارف بين الأفراد، مع التأثير المحتمل لزيادة الإنتاجية. ومع ذلك، ينبغي ملاحظة المخاطر المرتبطة بتأثير الشبكات الاجتماعية عبر الإنترنت OSN مثل فقدان الخصوصية، وعرض النطاق الترددي Bandwidth واستهلاك التخزين، والتعرض للبرامج الضارة وانخفاض إنتاجية الموظفين. ومن التوصيات الهامة لهذه الدراسة: لتعظيم إمكانات OSN داخل المنظمة، توصي بأن تعين المنظمات شبكات محددة للشبكات الاجتماعية على مستوى المنظمة. ويوصى أيضاً بأن ينظر أصحاب العمل في وضع وتنفيذ سياسات واضحة وشاملة للاستخدام المقبول عند محاولة التعامل مع قضايا OSN. وهذا يضمن أن الموظفين على بينة من ما هو مسموح به فيما يتعلق بـ OSN، وما هي المخاطر التي تنطوي عليها من وجهة نظر مهنية وشخصية وما هي الآثار الفنية؟ ولذلك ينبغي على المنظمات وضع استراتيجيات لمعالجة قضايا OSN مثل الاستخدام الشخصي وأهمية الأعمال التجارية والقيود المفروضة على الموقع وسرية المعلومات دون تقييد الموظفين للاستفادة شخصياً وكذلك مهنياً من تكنولوجيا الويب الاجتماعية.

3- **دراسة صالح محمود (2010)** استهدفت هذه الدراسة قياس العلاقة بين التزام موظفي الجهاز المركزي المصري للمحاسبة بالقيم التنظيمية التي يقوم الجهاز بنشرها فيما بينهم لتحقيق أهدافه الرقابية، كما استهدفت قياس العلاقة بين جودة الحياة الوظيفية بالجهاز ومدى التزام عامله بالقيم التنظيمية، وقد خلصت الدراسة في هذا الصدد بوجود علاقة ارتباط إيجابية بين التزام الموظفين بالقيم التنظيمية وتحقيق أهداف الجهاز. وعلاقة ارتباط موجبة بين الحياة الوظيفية في الجهاز والتزام عامله بالقيم التنظيمية التي يعمل على نشرها. وقد أوصت الدراسة بتفعيل دور الجهاز في متابعة تنفيذ القيم التنظيمية بين العاملين. كما أوصت بتفعيل دور القيادات في زيادة الاتصال والتواصل بالعاملين داخل الجهاز.

4- **دراسة: (2011) Bhanot** من أهداف هذه الدراسة: دراسة تأثير وسائل الإعلام الاجتماعية على كيفية تكيف الشركات الهندية استراتيجياتها، ودراسة كيفية استخدام الشركات ووسائل الإعلام الاجتماعية في عملياتها التجارية التي من شأنها تحويل علاقاتهم مع العملاء، ودراسة كيف يمكن للشركات تسخير قوة وسائل الإعلام الاجتماعية مع الأخذ بعين المخاطر المحتملة، ودراسة أهمية وسائل التواصل الاجتماعية وكيف يمكن للشركات استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية كأداة هامة للوصول إلى عملائها. وتم إجراء دراسة ثانوية لمعرفة كيفية استخدام الشركات لوسائل التواصل الاجتماعي لمختلف الوظائف في تسويق منتجاتها. وقد تم الحصول على المعلومات من المقالات اليومية ومواقع الويب لتوفير هذه المعلومات. وقد أجريت دراسة أولية على 25 شركة من مختلف القطاعات لمعرفة ما إذا كانت تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي للترويج لمنتجاتها وخدماتها وما هي الفوائد والمشاكل التي تواجهها، وكانت أهم نتائج هذه الدراسة ما يلي: 1. استخدمت 68% من الشركات وسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز منتجاتها وخدماتها 2. استخدمت 84% من الشركات مزيجاً من وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية. 3. قالت 80% من الشركات أن العملاء يحبون أن يتم الاتصال بهم من خلال وسائل الإعلام الاجتماعية. 4. وقالت 84% من الشركات أنها قادرة على الوصول إلى المزيد من العملاء باستخدام وسائل الإعلام الاجتماعية. 5. شهد العملاء أساساً 3 أنواع من المشاكل في استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية من قبل الشركات. (أ) رسالة غير واضحة في 40% من الحالات (ب) الفوضى في 36% من الحالات (ج) صورة على الانترنت لا تتطابق مع صورة

العلامة التجارية في 24% من الحالات. 6. زيادة الوعي بالعلامة التجارية وتعزيز صورة العلامة التجارية حصلت على أعلى معدل تقييم بين الفوائد الإضافية التي تم الحصول عليها باستخدام وسائل الإعلام الاجتماعية. 7. كانت ردود الفعل السيئة التي تؤثر على المبيعات هي المشكلة الرئيسية التي يطرحها استخدام وسائل التواصل الاجتماعي. 8. الأسباب الرئيسية التي أعطتها الشركات لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، هي: (أ) يمكن أن تصل إلى المزيد من العملاء (ب) أنها تكمل استخدام وسائل الإعلام التقليدية (ج) أنها يمكن أن تلبي احتياجات العملاء بشكل أفضل ومن توصيات الدراسة: ينبغي توخي الحذر في تعميم النتائج في قطاعات محددة. يمكن للدراسات المستقبلية أن تجعل البحث أعمق فيما يتعلق بالجوانب المالية لوسائل التواصل الاجتماعي. على سبيل المثال سيكون من المثير للاهتمام اختيار عينة أكبر من المنازل التجارية وتقييم مشاركتها النسبية مع ميزات وسائل الإعلام الاجتماعية ومن ثم لرسم البيانات التكلفة والإيرادات من فترة من الزمن قبل وبعد إدخال وسائل الإعلام الاجتماعية.

5- **دراسة: (Mogbel 2012)** من الأهداف الرئيسية لهذه الدراسة: أولاً: أنها تحاول حل الجدل حول ما إذا كان استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في مكان العمل يؤدي إلى القيمة المضافة للمنظمات من خلال دراسة استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في مكان العمل وتأثيره على الرضا الوظيفي، والالتزام التنظيمي، والتغيب، ونية الدوران، والسلوك المبتكر، والأداء الوظيفي. ثانياً: تستكشف هذه الدراسة الرضا الوظيفي، والالتزام التنظيمي، التغيب، *absenteeism*، نية الدوران *Turn over Intention*، السلوك المبتكر كوسطاء محتملين في العلاقة بين استخدام الشبكات الاجتماعية والأداء الوظيفي. والهدف الثالث هو اختبار نفس النموذج في دولتين مختلفتين ثقافياً، هما: الولايات المتحدة واليمن. وتعرض هذه الدراسة المشاركين، الذين يعملون دواماً كاملاً أو جزئياً في الولايات المتحدة واليمن حول كثافة استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية والارتياح الوظيفي، والالتزام التنظيمي، التغيب، نية دوران، والسلوك المبتكر، والأداء الوظيفي. تتكون عينة هذه الدراسة من 426 استمارة مكتملة تم الحصول عليها من مهنيين في جميع أنحاء الولايات المتحدة واليمن. تم إرسال 1000 استمارة في اليمن و700 في الولايات المتحدة، ولكن فقط 204 وردت من اليمن و222 وردت من الولايات المتحدة. نتائج الدراسة: تدعم نتائج الدراسة حجة أن مواقع الشبكات الاجتماعية أصبحت وسيلة مقبولة لتقاسم العمل والخبرات غير المتعلقة بالعمل مع الأسرة، والأصدقاء، وزملاء العملاء. ومن توصيات الدراسة: استناداً إلى نتائج هذه الدراسة، جاءت أهم التوصيات، كما يلي: ينبغي اختبار الدراسات التجريبية في المستقبل على أساس نموذج هذه الدراسة، على سبيل المثال، أظهرت الأدلة التجريبية من هذه الدراسة أن استخدام الشبكات الاجتماعية بكثافة في مكان العمل *social networking site use intensity in the workplace* من شأنه أن يجلب للموظفين المزيد من العمل والارتياح، والسلوك الأكثر ابتكاراً، وتحسين الأداء الوظيفي.

6- **دراسة: الشريف ريم (2012)**. هدفت هذه الرسالة إلى دراسة دور إدارة التطوير الإداري في تحسين الأداء الوظيفي للموظفات الإداريات في جامعة الملك عبد العزيز ولتحقيق أهداف الدراسة تم تصميم استبانة تحتوي على (27) فقرة، وقد تم التحقق من صدق الاستبانة بالتحكيم وحساب ثباتها باستخدام معامل ألفا كرونباخ، وتكونت مجموعة الدراسة من الموظفات الإداريات في جامعة الملك عبد العزيز وعددهن 241 موظفة وبعد تطبيق الاستبانة عرضت البيانات وعولجت إحصائياً باستخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية وتحليل التباين الأحادي، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى الآتي: قيام إدارة التطوير الإداري بالدور الذي تسعى لتحقيقه بالتعاون مع كل الإدارات والأقسام داخل الجامعة، وذلك

من خلال المحاور التالية: تحديث وتطوير أساليب وطرق العمل داخل الجامعة، تطوير الهياكل التنظيمية على ضوء حجم طبيعة العمل، تحديد الاحتياجات الوظيفية للعاملين، تعاون إدارة التطوير الإداري مع الإدارات العليا في إعادة دراسة إجراءات العمل والتغلب على التعقيدات المتبعة وذلك لتسهيل العمل الإداري، توعية الرؤساء بأهمية ملائمة مكان وظروف العمل للعاملين مما يساعد في تحسين أدائهم.

7- **دراسة الشهري حنان (2013).** هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الأسباب التي تدفع إلى الاشتراك في موقعي الفيسبوك وتويتر والتعرف على طبيعة العلاقات الاجتماعية عبر هذه المواقع، والكشف عن الآثار الإيجابية والسلبية الناتجة عن استخدام تلك المواقع. ومن أجل تحقيق هذه الأهداف اعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي واستخدمت أداة الاستبيان لجمع البيانات حيث تم تطبيق البحث في جامعة الملك عبد العزيز على عينة مكونة من 150 طالبة تم اختيارهن بطريقة قصدية. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن من أقوى الأسباب التي تدفع الطالبات للمشاركة لاستخدام الفيسبوك وتويتر هي سهولة التعبير عن آرائهن، كما أشارت الدراسة بان استخدام الفيسبوك وتويتر كان له العديد من الآثار الإيجابية أهمها الانفتاح الفكري والتبادل الثقافي فيما جاء قلة التفاعل الأسري أحد أهم الآثار السلبية. في حين أثبتت النتائج وجود علاقة ارتباط طردية بين متغير طريقة الاستخدام وبين أسبابه وطبيعة العلاقات الاجتماعية والإيجابيات والسلبيات. وخلصت الدراسة إلى وضع مجموعة من التوصيات منها: تنظيم دورات لتوعية الفتيات على حسن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وكذلك العمل على توظيف تكنولوجيا الاتصالات الحديثة في عملية التعليم الأكاديمي.

8- **دراسة (Vasja, et al. (2013)** من أهم أهداف هذه الدراسة: البحث عن مدى أهمية شبكة الويب ووسائل التواصل الاجتماعي في التطوير التنظيمي والتكيف مع بيئة الأعمال المتغيرة باستمرار وإدارتها الناجحة، واقتراح نموذج يستند إلى مفاهيم الاقتصاد الابتكاري وإدارة المعرفة ووسائل الإعلام الاجتماعية لخلق القيمة في الصناعات القائمة على المعرفة والتصميم. وكانت النتائج كالتالي: مساهمة الورقة في مناقشة الدور المتزايد الأهمية لوسائل التواصل الاجتماعي في سلسلة القيمة المضافة في الصناعات القائمة على المعرفة. القيود، الآثار البحثية، لأن وسائل الإعلام الاجتماعية لا تزال ظاهرة حديثة وتحتاج إلى دراسات أخرى للتحقيق في هذه العلاقات على مدى فترة أطول من الزمن لمعرفة الآثار العملية. إن الفهم الأفضل لتأثير وسائل التواصل الاجتماعي على القيمة المضافة يمكن أن يعزز بشكل كبير الخطتين العلوي والسفلي للإدارة. وتستكشف الورقة أيضاً متى ولماذا يُفضل استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية غير المُكفَّلة، ولكن على نحو متزايد، في الصناعات القائمة على المعرفة في وسائل الإعلام التقليدية. وأوصت الدراسة: إلى إجراء المزيد من الدراسات المستقبلية لتأكيد الدور المتزايد الأهمية لوسائل التواصل الاجتماعي في سلسلة القيمة المضافة في الصناعات القائمة على المعرفة، ودراسة الآثار والقيود لوسائل التواصل الاجتماعي في سلسلة القيمة المضافة في الصناعات القائمة على المعرفة.

9- **دراسة: (Cilliers (2013)** من أهداف هذه الدراسة: دراسة دور وتأثير وسائل الإعلام الاجتماعية في مكان العمل الحديث، ودراسة الصعوبات التي يمكن أن تحدث في مكان العمل إذا تُركت غير منظمة، ودراسة المزايا التي توفرها تكنولوجيا وسائل التواصل الاجتماعي في علاقات العمل. وكانت أهم نتائج هذه الدراسة: (1) تقييد الوصول خلال ساعات العمل إلى مواقع الويب المُعتمَدة فقط وأنظمة الاتصالات الإلكترونية الأخرى التي تهتم بأنشطة وأعمال مكان العمل. وهذا يمنح الموظفين استراحة ويمكنهم من الوصول إلى مواقع التواصل الاجتماعي خلال استراحة الغداء وكذلك قبل وبعد ساعات العمل. (2) توفير برنامج يمنح

المديرين القدرة على الوصول إلى هذه المواقع وغيرها من المواقع (3) تثقيف وتدريب الموظفين على كيفية استخدام وسائل الإعلام الإلكترونية والاجتماعية التي يمكن أن تحسن الأداء في المنظمة (4) الروابط المشبوهة وإعطاء التفاصيل الشخصية عبر الإنترنت يمكن أن يؤدي إلى وجود برامج ضارة وفيروسات تدخل الأنظمة الإلكترونية لمكان العمل (5) أي سلوك يمكن أن يخل بسمعة صاحب العمل يُحاسب صاحبها. من توصيات الدراسة: بتزايد استخدام وسائل الاتصال الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي، يتعين على مكان العمل الحديث أن يتكيف مع ضمان التزام الموظفين بتعليمات أرباب عملهم المشروعة وكذلك واجباتهم، في حين يحترم صاحب العمل حقوقهم باستمرار. وبالنظر إلى جميع التشريعات والسوابق القضائية التي تمت مناقشتها، كما يجب على أصحاب العمل التخفيف من مخاطر وسائل التواصل الاجتماعي داخل وخارج مكان العمل.

10- **الطيار فهد ( 2014).** هدفت الدراسة إلى بيان أثر شبكات التواصل الاجتماعي على القيم لدى طلاب الجامعة واستخدام الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت عينة الدراسة الحالية من طلاب جامعة الملك سعود بالرياض على اختلاف تخصصاتهم العلمية، وقد تم اختيارهم بطريقة عشوائية وبلغت العينة النهائية 2274 طالباً. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من أهمها: أن أهم الآثار السلبية لشبكات التواصل تمثلت في: التمكن من إجراء علاقات غير شرعية مع الجنس الآخر، الإهمال في الشعائر الدينية، وأن أهم الآثار الإيجابية تمثلت في: الاطلاع على أخبار البلد الذي نعيش فيه، تعلم أمور جديدة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، التعبير بحرية عن الرأي، التمكين من تخطي حاجز الخجل، وأن أهم مظاهر تغيير القيم نتيجة شبكات التواصل ظهر في: تعزيز استخدام الطالب لشبكات التواصل الاجتماعي، القدرة على مخاطبة الجنس الآخر بجرأة، وكان من أهم توصيات الدراسة ما يلي: تكثيف الندوات العلمية والبرامج التعليمية الهادفة التي تبين لطلاب الجامعة التأثير السلبي لشبكات التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية، والاهتمام بصورة مستمرة خاصة في الوقت الراهن بدراسة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الأفراد خاصة الشباب؛ نتيجة لما تؤثر به على سلوك الشباب وعلى القيم والمفاهيم والثقافة والهوية المحلية، وكذلك الهوية الدينية وما يرتبط بها من قيم وعادات وسلوكيات.

11- **شناوي، وعباس (2015)** هدفت هذه الدراسة: إلى التعرف على مستويات استخدام شبكة التواصل الاجتماعي (الفييس بوك) وعلاقتها مع التوافق النفسي لدى الطلبة المراهقين، وقد تم استخدام المنهج الوصفي وتم تطوير مقياس للكشف عن علاقة استخدام الفييس بوك في التوافق النفسي لدى الطلبة المراهقين، وقد تكون المقياس من 36 فقرة موزعة على أربعة مجالات، هي: التوافق الشخصي، والتوافق الاجتماعي، والتوافق الأسري، والتوافق الأكاديمي، وتم التحقق من الصدق والثبات باستخدام الصدق الظاهري، وبطريق (كرونباخ ألفا) ، وتم تطبيق المقياس على عينة عشوائية من 233 طالب وطالبة من المجتمع ممن يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي (الفييس بوك). وقد أظهرت نتائج الدراسة أن الفترة الزمنية التي يقضيها الطلبة المراهقون في استخدام الفييس بوك، والتي حصلت على أعلى تكرار هي الفترة أقل من ساعتين، وأن مستوى التوافق النفسي لدى الطلبة المراهقين الذين يستخدمون الفييس بوك جاءت بدرجة مرتفعة، ووجود علاقة سلبية دالة إحصائية بين الفترة الزمنية التي يقضيها الطلبة المراهقون في استخدام الفييس بالتوافق النفسي. كما أشارت النتائج إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لأثر الجنس على فترة استخدام الفييس بوك لدى الطلبة المراهقين، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية على مقياس التوافق النفسي تعزى لأثر الجنس، ولصالح

الذكور في مجال التوافق الشخصي، بينما كانت لصالح الإناث في مجالات التوافق الأسري والتوافق الاجتماعي والتوافق الأكاديمي.

12- **السويد محمد (2015)** استهدفت هذه الدراسة التعرف على أهم استخدامات عينة من الشباب السعودي لتويتر، كما استهدفت أيضاً دراسة علاقة هؤلاء الشباب بوسائل الإعلام التقليدي، وتأثير استخدامهم لتويتر على علاقتهم بتلك الوسائل، وقد شارك في الدراسة (737) طالباً جامعياً، يمثلون عينة من جامعات حكومية وخاصة في مدينة الرياض، يتوزعون على الفئات العمرية والتخصصات العلمية والمستويات الدراسية المختلفة، وقد تم تطبيق الدراسة ميدانياً خلال العام الجامعي 2014 م، ومن أهم نتائجها ما يلي: انتشار استخدام تويتر بين الشباب الجامعي كسمة غالبية، وطول فترات تعاملهم اليومي (مع الموقع). تركزت كثافة استخدامات الشباب بالتويتر في المتابعة والقراءة فقط، وإعادة الإرسال، والتغريد، يليها بدرجة أقل الرد والتعليق والمشاركة (في الهاشتاق). أهم العوامل التي جذب الشباب لتويتر على التوالي هي: سهولة الاستخدام، والعامل الإخباري، وحرية التعبير، والتنوع، والتواصل الاجتماعي، والإثارة. وتوصلت الدراسة إلى وجود فروقات دالة إحصائية بين شباب العينة وفق متغير نوع ملكية الجامعة في بعض مكونات المتغيرات الرئيسية، اختص طلاب الجامعات الخاصة ببعضها، بينما اشتركوا مع زملائهم طلاب الجامعات الحكومية في بعضها الآخر.

13- **دراسة (Yeshambel, et al. (2016)** تركزت أهداف هذه الدراسة التي تم إجراؤها في جامعة Gondar بإثيوبيا فيما يلي: دراسة مدى مشاركة العاملين بالجامعة في وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على إنتاجيتهم. وقد تم اختيار عينة عشوائية من مجموعة بحثية لديها اتصال بالإنترنت في مكان العمل. وتم جمع البيانات بواسطة الاستبيان والمقابلات الشخصية. وتكوّن مجتمع الدراسة من عدد من الموظفين الذين زاروا الشبكة الاجتماعية للفترة قيد الدراسة. وقد تم اختيار الموظفين من أربعة مجتمعات تابعة لجامعة Gondar وجميع المستهدفين من عينة البحث لديه مقدرة على الوصول إلى الإنترنت في الحرم الجامعي ومكان عملهم أو مكاتبهم. ونظراً لوجود فئات مختلفة من المُستجوبين، استخدم فريق البحث طريقة أخذ العينات الطبقية. شارك في هذه الدراسة 250 مشاركاً (وتم اختيارهم كعينة عشوائية) ليكونوا مرآة لجميع الموظفين مع الإشارة إلى السمة المعنية. وتشير نتائج الدراسة إلى أن مشاركة وسائل التواصل الاجتماعي قد تؤدي إلى فقدان الإنتاجية إذا لم تتم إدارتها بشكل جيد. ووجد أن العلاقة السلبية أقوى حيث أن 68.4% من الموظفين يقضون معظم وقتهم في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي و86% من الموظفين يستخدمون الوسائل أثناء ساعات العمل. وتوجد علاقة إيجابية لدى الموظفين الذين يستخدمون وسائل الإعلام الاجتماعية لحصولهم على المعلومات ذات الصلة بالعمل. وأوصت الدراسة: بأن يضع أصحاب العمل سياسات واضحة وشاملة للاستخدام المقبول لوسائل التواصل عند محاولة التعامل مع قضايا OSN. وهذا يضمن أن الموظفين على بينة مما هو مسموح به فيما يتعلق OSN، وما هي المخاطر التي تنطوي عليها وما هي الآثار الفنية؟ ولذلك يجب على الجامعة وضع استراتيجيات لمعالجة OSN مثل الاستخدام الشخصي، وأهمية الأعمال التجارية، والقيود المفروضة على المواقع، وسرية المعلومات.

#### التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج:

وصف عينة الدراسة:

1- توزيع مفردات العينة وفقاً لمتغير النوع حيث بلغ عدد المشاركين الكلي 72 مفردةً، منهم 57 ذكور بنسبة 79.2% وهي نسبة عالية جداً مقارنةً مع المشاركات البالغ عددهن 15 مفردةً بنسبة 20.8% تقريباً

- 2- توزيع مفردات العينة وفقاً لمتغير الجنسية. وقد جاء التوزيع كالتالي: 55 مُشاركاً يحملون الجنسية السعودية بنسبة 76% و 17 مشاركاً (غير سعوديين)، بنسبة 24%، تقريباً وربما يعود ذلك إلى أن غالبية الإداريين في الجامعة من حملة الجنسية السعودية،
- 3- توزيع المُستجوبين من مفردات العينة وفقاً لمتغير العمر، حيث تشير النتائج إلى أن المشاركون من الفئة العمرية 21 عاماً إلى 30 عاماً (الفئة الصغرى) قد بلغ عددهم 9 أشخاص فقط بنسبة 12.5%، بينما بلغ عدد المشاركون من الفئة فوق ال 50 عاماً (كبار السن) 8 مشاركون فقط بنسبة 11%، بينما الفئتين 31 سنة إلى 40 سنة والفئة 41 سنة إلى 50 سنة قد بلغا 38 مفردة و 17 مفردة بنسبة 53% و 24% تقريباً على التوالي..
- 4- المُستجوبين من المستويات التعليمية المختلفة من مفردات العينة، نلاحظ أن المستويين التعليمي دون الثانوية والثانوي بلغ عدد المشاركين 6 أشخاص لكل فئة بنسبة 8.3% وهي نسبة ضعيفة، بينما بلغ عدد المشاركين من الفئة التعليمية حملة الدبلوم بعد الثانوية 27 شخصاً بنسبة 37.5% والجامعي 33 مشاركاً بنسبة 46% تقريباً، ولم يشارك أحد من المستوى فوق الجامعي. من الواضح أنه لا يوجد بين الموظفين من مستواه فوق الجامعي.
- 5- أعداد ونسب المُستجوبين من مفردات العينة وفقاً لمتغير المرتبة الوظيفية، حيث نلاحظ أن الفئة الوظيفية الخامسة إلى التاسعة هي المكون الأساسي للمشاركين حيث بلغ عددهم 51 فرد بنسبة أكبر من 70% من إجمالي الدرجات الوظيفية المشاركة في العينة، أما بقية الفئات فعدد المشاركون صغيرة حيث بلغ 8 أشخاص لفئتي العاشرة إلى الثانية عشر والثالثة عشر إلى الخامسة عشر بنسبة 11%، فيما بلغ عدد المشاركون من الفئة دون الخامسة 5 فقط بنسبة 6.9%. مما يعني أنهم في بدايات (السلم الوظيفي)، وذوي أعمار صغيرة غالباً، وهذه الفئة العمرية لهم ولع، واهتمام خاص بالتكنولوجيا الحديثة، ووسائل التواصل الاجتماعي..
- 6- أعداد ونسب المشاركين في العينة وفقاً لمتغير عدد سنوات الخبرة، حيث بلغ عدد المشاركين للفئة 5 سنة وأقل من 10 سنوات 23 مفردة يليه الفئة 15 سنة فأكثر 22 مفردة ثم 10 سنة وأقل من 15 سنة 21 مفردة، بنسب 31.9% و 30.6% و 29.2% وهذه النسب شبه متساوية، بينما اصحاب الخبرة البسيطة أقل من 5 سنوات بلغ عددهم 6 مفردة بنسبة 8.3%.
- 7- توزيع المُستجوبين وفقاً لمتغير عدد الدورات التدريبية التي نالها المستجوب، نصف المشاركين نالوا عدداً كبيراً من الدورات التدريبية (10 دورات فأكثر) بينما النصف الآخر من المشاركين توزع بين 5 دورات وأقل من عشر 25 شخصاً بنسبة 35% تقريباً وأقل من 5 دورات 11 شخصاً بنسبة 15% تقريباً.

#### درجة ثبات وصدق أداة الدراسة:

تم استخدام معامل ألفا لكرونباخ (Cronbach's Alpha  $\alpha$ ) لقياس مدى ثبات الاستبيان، واستخدام معامل ارتباط الرتب لسبيرمان بين المفردات وفقراتها لقياس الصدق وكانت النتائج على النحو التالي:

قيمة معامل ألفا لكرونباخ لقياس ثبات الاستبيان وفقراتها في جدول رقم (1)، بلغت قيمة ألفا للاستبيان 0.96 وهي قيمة كبيرة جداً مما يشير إلى أن الاستبيان ذي ثبات عالٍ، كما أن قيمة ألفا لجميع محاور الاستبيان الستة أكبر من 0.6 الحد الأدنى المقبول للثبات حيث نلاحظ أقل قيمة للمعامل للمحاور هي 0.679 لمحور (قيم إدارة الإدارة) وأعلىها 0.929 لمحور (تحسين أداء الموظفين)، عليه يمكن أن نستنتج أن هذا المقياس يُمكننا من الحصول على نتائج مقبولة.

جدول (1): معامل الثبات ألفا لكرونباخ لقياس ثبات الاستبيان.

م	محاور الاستبانة	عدد العبارات	قيمة ألفا
1	وسائل التواصل	11	0.912
2	قيم إدارة الإدارة	5	0.679
3	قيم إدارة المهمة	4	0.712
4	قيم إدارة العلاقات	6	0.846
5	قيم إدارة البيئة	5	0.833
6	تحسين أداء الموظفين	17	0.929
	الثبات العام	48	0.960

### صدق الاتساق

للتأكد من صدق الاتساق لكل محور وفقراته، فقد تم استخدام معامل ارتباط الرتب لاسبيرمان The Correlation coefficient of Spearman بين كل فقرة ومتوسط فقرات المحور بمعزل عن الفقرة المعنية فكانت النتائج على النحو التالي:

محور استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في نشر القيم التنظيمية ذات الإحدى عشر فقرة، فقد بلغ معامل الارتباط بين الفقرة الثانية تملك الجامعة موقعاً إلكترونياً يضم كل أو كثيراً من وسائل التواصل الاجتماعي وبقية المحور 0.402 وهي أقل معامل ارتباط ولكنها دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 1%. كما بلغ أقل معامل ارتباط لمحور (قيم إدارة الإدارة) 0.37، ولمحور (قيم إدارة المهمة) 0.39، ولمحور (قيم إدارة العلاقات) 0.369 ولمحور (قيم إدارة البيئة) 0.52 ولمحور (تحسين أداء الموظفين في الجامعة) 0.416، وجميع هذه المعاملات دالة إحصائياً عند مستوى 0.01 حيث بلغ قيمة الدلالة لجميع الارتباطات المحسوبة ( $P=0.000$ ). وهذه الدلالة تشير إلى أن فقرات محاور الاستبيان متنسقة مع المحاور.

### نتائج تحليل متغيرات الدراسة

تم استخدام التوزيعات التكرارية والمتوسطات والانحرافات المعيارية لدراسة البيانات التي تم جمعها بواسطة الاستبيان على مقياس ليكرت الخماسي لعدد 48 من المتغيرات تمثل فقرات المقياس، حيث تم جمع البيانات لعدد 72 مُسْتَجِوباً، وقد تم تناول كل محور من محاور الاستبيان منفصلاً، وقد تم الاعتماد على المدى بين مستويات المقياس باعتبارها واحداً صحيحاً لتحديد الموقع المناسب للمتوسط كمسافة بين الرتبة المتوسطة ورتبة المقياس، وكانت النتائج على النحو التالي:

1- التوزيع التكراري والمتوسطات لاستجابات مفردات العينة لمحور استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في نشر القيم التنظيمية بجامعة الملك خالد جدول رقم (2)، فقد جاءت توزيع الاستجابات متقارباً بين مستويات المقياس الخمس (موافق بشدة، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق بشدة). أما المتوسطات فقد تراوحت بين 2.65 كأقل قيمة للمفردة التاسعة (تعقد الجامعة لقاءات للموظفين لتثقيفهم عبر وسائل التواصل الاجتماعي المُسْتَخْدَمَة) بانحراف معياري 1.23 و 3.85 كأكبر قيمة للمفردة الثانية (تملك الجامعة موقعاً إلكترونياً يضم كلاً أو كثيراً من وسائل التواصل الاجتماعي) بانحراف معياري 0.88. ونلاحظ أنه هنالك ستة عبارات من جملة إحدى عشر تقع المتوسط في مدى المحايد (3) بينما هنالك خمس عبارات تقع في مدى الموافق ولكنها جميعها أقل من 4، أما المتوسط العام فقد بلغ 3.452، وبالاعتماد على المتوسط العام وعدد الفقرات نستنتج بأن رأي المُسْتَجِوبين يميل إلى الحياد بشأن (استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في نشر القيم التنظيمية بالجامعة).

جدول (2): التوزيع التكراري والمتوسط والانحراف المعياري لاستجابات مفردات العينة لمحور (استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في نشر القيم التنظيمية)

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة					التكرار	العبارة	م
		موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة			
1.11	3.56	17	22	19	12	2	ت	تعتمد الجامعة على وسائل التواصل الاجتماعي في نشر قيمها التنظيمية	1
		23.6	30.6	26.4	16.7	2.8	%		
0.88	3.85	15	38	13	5	1	ت	تملك الجامعة موقعاً إلكترونياً يضم كل أو كثيراً من وسائل التواصل الاجتماعي	2
		20.8	52.8	18.1	6.9	1.4	%		
1.22	3.39	14	25	13	15	5	ت	تعلم الجامعة عملاً يهتم موظفوها عبر وسائل التواصل الاجتماعي التي تستخدمه	3
		19.4	34.7	18.1	20.8	6.9	%		
1.25	3.61	24	16	15	14	3	ت	تسهل وسائل التواصل الاجتماعي المستخدمة في الجامعة سرعة تواصل الموظفين مع إدارة الجامعة	4
		33.3	22.2	20.8	19.4	4.2	%		
1.2	3.33	14	20	19	14	5	ت	تربط وسائل التواصل الاجتماعي المؤسسة الموظفين مع الإدارة بشكل مباشر	5
		19.4	27.8	26.4	19.4	6.9	%		
1.0	3.83	20	29	16	5	2	ت	نشر القيم التنظيمية عبر وسائل التواصل الاجتماعي المستعملة يزيد من ولاء الموظفين	6
		27.8	40.3	22.2	6.9	2.8	%		
0.99	3.85	20	29	17	4	2	ت	نشر القيم التنظيمية عبر وسائل التواصل الاجتماعي المستعملة يزيد من ولاء الموظفين لأنها أكثر جاذبية ووضوحاً للموظفين	7
		27.8	40.3	23.6	5.6	2.8	%		
1.07	3.74	18	30	14	7	3	ت	نشر القيم التنظيمية عبر وسائل التواصل الاجتماعي المستعملة جعلت الموظف على اطلاع بكل جديد عن الجامعة	8
		25	41.7	19.4	9.7	4.2	%		
1.23	2.65	8	9	18	24	13	ت	تعقد الجامعة لقاءات للموظفين لتثقيفهم عبر وسائل التواصل الاجتماعي المستعملة	9
		11.1	12.5	25	33.3	18.1	%		
1.33	2.99	11	17	16	16	12	ت	تعتمد الجامعة على وسائل التواصل الاجتماعي المستعملة في الرد على الشائعات التي تنتشر بين الموظفين	10
		15.3	23.6	22.2	22.2	16.7	%		
1.21	3.18	9	25	16	14	8	ت	تقوم الجامعة بنشر قراراتها الجديدة عبر وسائل التواصل الاجتماعي المستعملة	11
		12.5	34.7	22.2	19.4	11.1	%		
0.84	3.452	المتوسط العام							

2- التوزيع التكراري والمتوسطات والانحرافات المعيارية لمحور نشر (قيم إدارة الإدارة) جدول رقم (3)، حيث نلاحظ أن التوزيع للعبارة الأولى (أتصرف بطريقة تبين أنني في موقع المسؤولية). تميل إلى الاتجاه الأكبر للمقياس بينما بقية التكرارات متقاربة. كما نلاحظ أن الفقرة الثالثة (أبذل أقصى ما أستطيع لتطوير نفسي لأحقق درجة عالية من الكفاءة) نال أكبر متوسط 4.44 يليه الفقرة الأولى (أبذل أقصى ما أستطيع لتطوير نفسي لأحقق درجة عالية من الكفاءة) 4.21 فالثانية (أمنح صلاحيات تعادل المسؤولية) 3.68 وهذه العبارات تقع ضمن مدى الموافقات، إما الفقرتان الرابعة (يتم تقييم أدائي بصورة منظمة) والخامسة (أتلقي بصورة دائمة تغذية عكسية عن أدائي). 3.44 و 3.14 على الترتيب فتقع في مدى المحايد، بينما تراوح الانحرافات المعيارية من 0.65 إلى 1.16 مما يشير إلى أن البيانات غير متباعدة عن بعضها.

كما بلغ المتوسط العام 3.78، واعتماداً على المتوسط العام وعدد الفقرات يمكن القول بأن مفردات العينة يوافقون بوجود (نشر قيمة إدارة الإدارة).

جدول (3): التوزيع التكراري والمتوسطات والانحراف المعياري لاستجابات مفردات العينة لمحور (قيم إدارة الإدارة)

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة					التكرار	العبارة	رقم العبارة
		موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة			
0.9	4.21	32	28	8	3	1	ت	أُتصرف بطريقة تبين أنني في موقع المسؤولية.	1
		44.4	38.9	11.1	4.2	1.4	%		
1.05	3.68	15	33	12	10	2	ت	أمنح صلاحيات تعادل المسؤولية	2
		20.8	45.8	16.7	13.9	2.8	%		
0.62	4.44	1	36	33	2	1	ت	أبذل أقصى ما أستطيع لتطوير نفسي لأحقق درجة عالية من الكفاءة	3
		1.4	50	45.8	2.8	1.4	%		
1.16	3.44	11	31	16	7	7	ت	يتم تقييم أدائي بصورة منظمة.	4
		15.3	43.1	22.2	9.7	9.7	%		
1.2	3.14	10	21	16	19	6	ت	ألتقى بصورة دائمة تغذية عكسية عن أدائي.	5
		13.9	29.2	22.2	26.4	8.3	%		
0.67	3.78	المتوسط العام							

3- التوزيع التكراري والمتوسطات والانحراف المعياري لمستويات القياس لمتغيرات محور (نشر قيم إدارة المهمة)، جدول رقم (4) ويلاحظ أن التكرارات متقاربة، أما المتوسطات فهناك عبارتان الأولى (تعد الجامعة مكان عمل مناسب) الثالثة (اشعر بالانتماء لعملي في الجامعة) 4.11 و 3.93 على الترتيب تقع في مدى موافق، وعبارتان في مدى محايد، ولكن المتوسط العام في مدى المحايد 3.43 بانحراف معياري 0.85. وعليه يمكن القول بأن المُسْتَجِوبِينَ محايدون في (نشر قيم إدارة المهمة).

جدول (4): التوزيع التكراري والمتوسط والانحراف المعياري لاستجابات مفردات العينة لمحور (قيم إدارة المهمة)

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة					التكرار	العبارة	رقم العبارة
		موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة			
1.13	3.93	25	30	9	3	5	ت	تعد الجامعة مكان عمل مناسب	1
		34.7	41.7	12.5	4.2	6.9	%		
1.24	2.76	7	13	22	16	14	ت	ألتقى تدريباً جيداً للتعامل مع الفئات الخاصة	2
		9.7	18.1	30.6	22.2	19.4	%		
0.94	4.11	25	38	4	2	3	ت	اشعر بالانتماء لعملي في الجامعة	3
		34.7	52.8	5.6	2.8	4.2	%		
1.34	2.92	10	15	20	13	14	ت	تستخدم الموارد المالية بحكمة في الجامعة	4
		13.9	20.8	27.8	18.1	19.4	%		
0.85	3.43	المتوسط العام							

4- نتائج تحليل بيانات محور نشر قيم إدارة العلاقات جدول رقم (5) حيث تشير النتائج إلى أن تكرارات المستويات الخمس للمقياس متقارب مع بعضها وأن المتوسطات باستثناء العبارة الرابعة (لا أتأخر عن تقديم مساعدتي للموظفين) تقع في مدى المحايد (2.97 – 3.44)، وبلغ متوسطها 4.31 بانحراف معياري 0.72 كما بلغ المتوسط العام للمحور 3.41 بانحراف معياري 0.79، عليه نستطيع القول بأن المستجيبين لم يرجحوا الموافقة ولا عدمها. (محايد) حول نشر قيمة (إدارة العلاقات).

جدول (5): التوزيع التكراري والمتوسط والانحراف المعياري لاستجابات مفردات العينة لمحور (قيم إدارة العلاقات)

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة					التكرار	العبارة	رقم العبارة
		موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة			
1.06	3.42	10	27	22	9	4	ت	تتعاطف الإدارة مع الموظفين الذين يعانون من ظروف صعبة	1
		13.9	37.5	30.6	12.5	5.6	%		
1.12	3.35	10	25	23	8	6	ت	أمنح فرصة عادلة لسماع شكواي عندما تنشأ خلافات.	2
		13.9	34.7	31.9	11.1	8.3	%		
1.02	3.44	9	29	23	7	4	ت	كل موظف يشعر بأنه جزء من فريق العمل.	3
		12.5	40.3	31.9	9.7	5.6	%		
0.72	4.31	29	39	2	1	1	ت	لا أتأخر عن تقديم مساعدتي للموظفين.	4
		40.3	54.2	2.8	1.4	1.4	%		
1.14	2.97	3	26	19	14	10	ت	أساهم في عملية صنع القرارات في الجامعة.	5
		4.2	36.1	26.4	19.4	13.9	%		
1.22	2.97	6	22	20	12	12	ت	يتصف النظام والقانون الداخلي للجامعة بالعدل	6
		8.3	30.6	27.8	16.7	16.7	%		
0.79	3.41	المتوسط العام							

14- التوزيع التكراري والمتوسطات والانحرافات المعيارية لمحور نشر قيم إدارة البيئة الجدول رقم (6) فقد بلغ المتوسط العام للمحور 3.56 بانحراف معياري 0.81 أي أن البيانات ليست متباعدة عن بعضها، وهو في مدى الموافق. أما متوسطات المتغيرات فأعلى متوسط هو 4.07 للفقرة الأولى (أدفع بقوة عن مصالح الجامعة) يليه الفقرة الثانية (تهدف المنافسة بين الموظفين لرفع معايير أدائهم) 3.72 فالثالثة (يتم تجنب المنافسة الهدامة بين الموظفين) 3.64 وهذه الفقرات الثلاثة تقع في مدى الموافق، أما متوسط الفقرتين الخامسة (ينظر إلى أفكارى الجديدة نظرة تقدير عالية والرابعة أتلقى تشجيعاً للتجديد والإبداع في الجامعة). فقد بلغ 3.13 و 3.25 على الترتيب وهما في مدى المحايد. اعتماداً على المتوسط العام وعدد الفقرات فإن استجابات مفردات العينة لقيم نشر إدارة البيئة تشير إلى الموافقة.

جدول (6): التوزيع التكراري والمتوسط والانحراف المعياري لاستجابات مفردات العينة لمحور (قيم إدارة البيئة)

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة					التكرار	العبارة	رقم العبارة
		موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة			
0.83	4.07	4	23	35	10	4	ت	أدفع بقوة عن مصالح الجامعة	1
		5.6	31.9	48.6	13.9	5.6	%		
1.01	3.72	15	35	10	11	1	ت	تهدف المنافسة بين الموظفين لرفع معايير أدائهم	2
		20.8	48.6	13.9	15.3	1.4	%		
1.1	3.64	18	24	19	8	3	ت	يتم تجنب المنافسة الهدامة بين الموظفين.	3
		25	33.3	26.4	11.1	4.2	%		
1.15	3.13	8	22	19	17	6	ت	أتلقى تشجيعاً للتجديد والإبداع في الجامعة	4
		11.1	30.6	26.4	23.6	8.3	%		
1.12	3.25	9	24	20	14	5	ت	ينظر إلى أفكارى الجديدة نظرة تقدير عالية.	5
		12.5	33.3	27.8	19.4	6.9	%		
0.81	3.56	المتوسط العام							

15- الجدول رقم (7) يشير الى التوزيع التكراري والمتوسط والانحراف المعياري لاستجابات مفردات العينة لمحور (تحسين أداء الموظفين في الجامعة). يحتوي محور تحسين أداء الموظفين بالجامعة على سبعة عشر فقرة تبين الإجراءات المتبعة لتحسين أداء الموظفين، وقد تم حساب تكرارات تلك الفقرات لمستويات القياس الخمس كما تم حساب المتوسطات والانحرافات المعيارية. وتشير النتائج إلى أن تكرارات مستويات القياس (موافق بشدة، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق بشدة) متقاربة. أما المتوسطات فقد بلغ المتوسط العام 3.16 بانحراف معياري 0.84 وهو يكاد يطابق الاختيار محايد، كما أن متوسطات 14 فقرة من 17 فقرة تقع في مدى المحايد، فقد تراوحت متوسطاتها بين 3.47 و2.51، وهناك فقط ثلاث فقرات السادسة (وسائل الاتصالات في العمل مناسبة بمتوسط) 3.82 والثالثة عشر (تقدم الجامعة جائزة للموظفين المتميزين) بمتوسط 3.64 والسابعة (هناك وضوح في التعليمات التي تُصدر من إدارة الجامعة) بمتوسط 3.56 تقع في مدى موافق، بينما الانحرافات المعيارية صغيرة نسبياً عدا ثلاث فقرات هي التاسعة (تولي الإدارة اهتماماً بكل الموظفين دون تحيز ولا تمييز). والحادية عشر (نتيح لي إدارة الجامعة فرصاً للابتعاث والتفرغ لمواصلة دراساتي العليا). والثانية عشر (يتم تقديم محاضرات توعوية بين فترة وأخرى)، أي أن المُستجوبين يوافقون فقط في أن بالجامعة وسائل اتصال مناسبة ووضوح في التعليمات وجوائز المميزين، فيما هم محايدون في أن الأنشطة الأخرى بالجامعة تؤدي إلى تحسين أداء الموظفين.

جدول (7): التوزيع التكراري والمتوسط والانحراف المعياري لاستجابات مفردات العينة لمحور (تحسين أداء الموظفين في الجامعة).

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة					التكرار	العبارة	رقم العبارة
		موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة			
1.34	2.75	10	10	21	14	17	ت	يتم مكافأة الموظفين الذين يطورون أداءهم الوظيفي.	1
		13.9	13.9	29.2	19.4	23.6	%		
1.29	2.94	9	19	14	19	11	ت	المردود المالي مناسب لطبيعة عملي.	2
		12.5	26.4	19.4	26.4	15.3	%		
1.18	3.04	8	19	21	16	8	ت	قيمة العلاوة الدورية مناسبة.	3
		11.1	26.4	29.2	22.2	11.1	%		
1.18	3.04	8	25	10	20	9	ت	تقام دورت تدريبية لتطوير أداء الموظفين بصفة دورية	4
		11.1	34.7	13.9	27.8	12.5	%		
1.3	3.31	12	29	9	13	9	ت	عدد الموظفين في القسم الذي اعلم به مناسب لطبيعة العمل	5
		16.7	40.3	12.5	18.1	12.5	%		
1.08	3.82	19	35	7	8	3	ت	وسائل الاتصالات في العمل مناسبة.	6
		26.4	48.6	9.7	11.1	4.2	%		
1.12	3.56	12	35	11	9	5	ت	هناك وضوح في التعليمات التي تصدر من إدارة الجامعة	7
		16.7	48.6	15.3	12.5	6.9	%		
1.2	3.44	15	24	16	12	5	ت	تشجع إدارة الجامعة نظام الرقابة الذاتية لدى الموظفين	8
		20.8	33.3	22.2	16.7	6.9	%		
1.37	2.89	9	20	13	14	16	ت	تولي الإدارة اهتماماً بكل الموظفين دون تحيز ولا تمييز	9
		12.5	27.8	18.1	19.4	22.2	%		
1.2	2.64	5	14	17	22	14	ت	أشارك في المؤتمرات والندوات وورش العمل داخل وخارج المملكة	10
		6.9	19.4	23.6	30.6	19.4	%		
1.36	2.51	6	13	19	8	26	ت	نتيح لي إدارة الجامعة فرصاً للابتعاث والتفرغ لمواصلة دراساتي العليا.	11
		8.3	18.1	26.4	11.1	36.1	%		
1.35	2.86	9	18	14	16	15	ت	يتم تقديم محاضرات توعوية بين فترة وأخرى.	12
		12.5	25	19.4	22.2	20.8	%		

1.18	3.64	19	24	19	4	6	ت	تقدم الجامعة جائزة للموظفين المتميزين.	13
		26.4	33.3	26.4	5.6	8.3	%		
1.22	3.32	12	25	16	12	7	ت	تسعى الإدارة إلى تعميق ولاء موظفي الجامعة.	14
		16.7	34.7	22.2	16.7	9.7	%		
1.06	3.47	10	30	21	6	5	ت	تتيح الجامعة فرص تبادل المعلومات مع غيرها من الجامعات	15
		13.9	41.7	29.2	8.3	6.9	%		
1.15	3.06	6	24	17	18	7	ت	تهتم الإدارة بعقد لقاءات ومحاضرات توعوية لمناقشة أمور الجامعة.	16
		8.3	33.3	23.6	25	9.7	%		
1.04	3.4	7	33	19	8	5	ت	تحرص الجامعة على مساهلة الموظفين الذين يتكرر تقصيرهم في العمل.	17
		9.7	45.8	26.4	11.1	6.9	%		
0.84	3.16	المتوسط العام							

### أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على القيم التنظيمية

لدراسة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في نشر القيم التنظيمية تم استخدام نموذج الانحدار الخطي البسيط بين متوسط متغيرات محور استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في نشر القيم التنظيمية كمتغير مستقل ومتوسط متغيرات محور القيم التنظيمية كمتغير تابع، وكانت النتائج كما في الجدول رقم (8) حيث يتبين أن النموذج معنوي حيث بلغ قيمة  $F=27.6$  وقيمة الدلالة الاحصائية  $(P=0.000)$  أي أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر معنوياً على القيم التنظيمية، وباستخدام اختبار T يتضح أن معامل انحدار استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على القيم التنظيمية قد بلغت 0.429 بمستوى دلالة إحصائية  $(P=0.000)$ ، أي أن هنالك تأثير ايجابي معنوي

جدول (8): جدول تحليل التباين

النموذج	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	F	المعنوية
الانحدار	9.105	1	9.105	27.608	0.000
البواقي	23.086	70	0.330		

### أثر القيم التنظيمية على تحسين أداء الموظفين:

الجدول رقم (9) عبارة عن جدول تحليل التباين لمتوسط محور القيم التنظيمية كمتغير مستقل على متوسط متغيرات محور تحسين أداء الموظفين بجامعة الملك خالد كمتغير تابع. ونلاحظ من الجدول أن النموذج معنوي بمستوى دلالة إحصائية عالية إذ بلغت قيمة  $F(96.9)$  ومستوى الدلالة  $(P=0.000)$ . وبحساب معاملات الانحدار فقد بلغ معامل انحدار المتغير المستقل 0.947، وباستخدام اختبار T فقد بلغ قيمة  $T 9.85$  بمستوى دلالة إحصائية  $(P=0.000)$ . هذا يشير إلى أن القيم التنظيمية تؤثر على مستوى تحسين الأداء لدى موظفي جامعة الملك خالد إيجابياً عند مستوى معنوية 1%.

جدول (9): جدول تحليل التباين

النموذج	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	F	المعنوية
الانحدار	28.858	1	28.858	96.957	0.000
البواقي	20.835	70	0.298		

### أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في نشر القيم التنظيمية وتحسين أداء الموظفين:

تم استخدام نموذج الانحدار الخطي البسيط لاختبار وجود علاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في نشر القيم التنظيمية وتحسين مستوى أداء الموظفين بجامعة الملك خالد وذلك كما هو مبين في الجدول رقم (10)، حيث نلاحظ أن النتائج من الجدول تشير إلى وجود علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية عالية فقد بلغت قيمة  $F$  للنموذج 36.96 ومستوى الدلالة  $(P=0.000)$ ، وعند حساب واختبار معنوية معاملات الانحدار فقد بلغ المعامل 0.56 وقيمة  $(T=6.1)$  ومستوى الدلالة

(P=0.000). ومما سبق يتضح أن استخدام وسائل التواصل في نشر القيم التنظيمية ذات أثر إيجابي معنوي عند مستوى المعنوية 1%. على تحسين أداء العاملين  
جدول (10): جدول تحليل التباين

النموذج	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	F	المعنوية
الانحدار	17.169	1	17.169	36.953	0.000
البواقي	32.524	70	0.465		

#### اختبار فرضيات البحث:

بالرجوع إلى الإطار النظري وبعد أن تم تحليل بيانات عينة الدراسة ومناقشة نتائج التحليل، سوف يتم اختبار فرضيات الدراسة واستنتاج النتائج من حيث قبول الفرض العدمي أم البديل وذلك على النحو التالي:

#### الفرضية الأولى:

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ونشر القيم التنظيمية في جامعة الملك خالد تم مناقشتها من خلال نتائج التكرارات والمتوسطات والذي تبين من خلالها بأن هنالك ضعفاً في استخدام هذه الوسائل في الجامعة والتي تتناول وصف القيم التنظيمية، إلا أنه باستخدام نموذج الانحدار الخطي لاختبار العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كمتغير مستقل والقيم التنظيمية كمتغير تابع تبين أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يؤثر تأثيراً إيجابياً على القيم التنظيمية حيث بلغ قيمة الدلالة الاحصائية 0.000، عليه نرفض الفرض العدمي ونقبل الفرض البديل أي أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ونشر القيم التنظيمية في جامعة الملك خالد.

#### الفرضية الثانية:

تنص هذه الفرضية على أنه لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين نشر القيم التنظيمية وتحسين الأداء الوظيفي لدى موظفي جامعة الملك خالد. فقد تم بيان نشر القيم التنظيمية بالجامعة وبيان درجة تحسين الأداء لموظفي الجامعة حيث أشار إلى ضعف أنشطة الجامعة الخاصة بتحسين الأداء، ولبيان العلاقة بينهما تم استخدام نموذج الانحدار الخطي البسيط لجدول رقم (9) والذي يشير إلى وجود تأثير معنوي عند مستوي 1% فقد بلغت قيمة الدلالة 0.000، وهذا يعتبر دليلاً كافياً لرفض الفرض العدمي وقبول الفرض البديل أي أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين نشر القيم التنظيمية وتحسين الأداء الوظيفي لدى موظفي جامعة الملك خالد.

#### الفرضية الثالثة:

تنص الفرضية الثالثة على أن القيم التنظيمية تتوسط العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي وتحسين الأداء الوظيفي. العلاقة في الفرضية الثالثة تبحث عن متغير محور القيم التنظيمية كمتغير تابع ثم كمتغير مستقل، ففي الجدول رقم (8) القيم التنظيمية تمثل متغيراً تابعاً، وتشير النتائج إلى وجود علاقة معنوية مع المتغير المستقل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في نشر القيم التنظيمية، بينما في الجدول رقم (9) فإن القيم التنظيمية تمثل متغيراً مستقلاً مقابل تحسين أداء الموظفين كمتغير تابع، وبذلك يمكن استنتاج أن القيم التنظيمية تتوسط العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وتحسين أداء الموظفين، وعليه هذا يُعتبر دليلاً يمكننا من رفض الفرض الصفري وقبول الفرض البديل أي أن القيم التنظيمية تتوسط العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي وتحسين الأداء الوظيفي.

**النتائج والتوصيات:****أولاً: النتائج:**

تشير نتائج هذه الدراسة إلى ما يلي:

- 1- يوجد ارتباط معنوي بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ونشر القيم التنظيمية بجامعة الملك خالد. عند مستوى دلالة إحصائي (0.01) وهو ارتباط طردي أي الزيادة في استخدام الوسائل يؤدي إلى زيادة نشر القيم التنظيمية، في نفس اتجاه الزيادة.
- 2- يوجد تأثير معنوي للقيم التنظيمية على تحسين مستوى أداء العاملين بجامعة الملك خالد. عند مستوى دلالة إحصائي (0.01). وهو ارتباط طردي أي الزيادة في نشر القيم التنظيمية يؤدي إلى زيادة تحسين الأداء، في نفس اتجاه الزيادة.
- 3- يوجد تأثير معنوي لاستخدام وسائل التواصل على تحسين مستوى أداء العاملين بجامعة الملك خالد. عند مستوى دلالة إحصائي (0.01). وهو ارتباط طردي أي الزيادة في استخدام وسائل التواصل يؤدي إلى زيادة تحسين الأداء، في نفس اتجاه الزيادة.
- 4- من استعراض النتائج السابقة يتضح أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يزيد من نشر القيم التنظيمية. الأمر الذي يؤثر بطريقة غير مباشرة في تحسين أداء موظفي الجامعة.
- 5- كما يتضح بأن إجابات المُستجوبين حول نشر قيم إدارة المهمة. المتمثلة في استغلال القيادات العليا للموارد المالية، وتهيئة بيئة ملائمة للعمل، والتدريب. كانت بدرجة محايد.
- 6- أيضاً من النتائج السابقة يتبين بأن إجابات المُستجوبين حول نشر قيمة إدارة العلاقات، (أمنح فرصة عادلة لسماع شكواي عندما تنشأ خلافات)..، (أساهم في عملية صنع القرارات في الجامعة)، وغيرها كانت بدرجة محايد. في حين جاءت إجابات المُستجوبين حول محور البيئة وتحسين الأداء كانت بدرجة موافق.

**ثانياً: التوصيات**

في ضوء ما أسفرت عنه نتائج الدراسة، يمكن للباحثين تقسيم التوصيات إلى قسمين، كما يلي:

**توصيات للإدارة العليا بجامعة الملك خالد وهي كالتالي:**

- 1- يجب أن تعمل الإدارة العليا في جامعة الملك خالد على تعزيز استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشكل فاعل.
- 2- وضع سياسة واضحة لاستخدام تلك الوسائل بشكل مُنتظم ومُنظم.
- 3- تدريب الكوادر البشرية ذوي الدرجات الوظيفية العليا على زيادة استخدام وسائل التواصل في نشر القيم التنظيمية
- 4- يجب على القيادة العليا الاهتمام بنشر القيم التنظيمية واستغلال وسائل التواصل الاجتماعي في نشرها.
- 5- يجب على الإدارة العليا في الجامعة مراجعة السياسات المالية وكيفية استغلالها الاستغلال الأمثل، وتهيئة بيئة عمل مناسبة للعمل.
- 6- يجب على الإدارة العليا أن تهتم بالتدريب وإعادة النظر في خطط وبرامج التدريب وتحديد في مجال استخدام التكنولوجيا، ووسائل التواصل الاجتماعي لتحسين الأداء.
- 7- يجب على قيادة الجامعة أن تُصمم قنوات اتصال للتغذية العكسية، لمعرفة ردود أفعال الموظفين حول السياسات والقرارات التي تتخذها القيادات العليا.

- 8- الاهتمام بتنمية العلاقات الاجتماعية بين الإدارة العليا وبين الموظفين.  
9- الاهتمام بالمعاملة الحسنة والكرامة للموظفين من قبل الإدارة العليا.

### مقترحات لبحوث مستقبلية في مجال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والقيم التنظيمية وتحسين الاداء:

- يُوصي الباحثون بإجراء المزيد من البحوث المتعلقة بنشر القيم التنظيمية وعلاقتها بمستوى أداء العاملين والتي يمكن عرضها فيما يلي:
- العلاقة بين القيم والدافعية للعمل في المنظمات.
  - إجراء نفس متغيرات الدراسة في قطاعات حكومية أخرى.
  - أثر استخدام الوسائل على تحقيق أهداف المنظمة.
  - العلاقة بين القيم التنظيمية وتحسين الأداء في جامعة الملك خالد.
  - العلاقة بين الجودة الشاملة في الجامعة وتحسين أداء الموظفين.

### المراجع:

- 1- إبراهيم، سمر (2010) " الثقافة التنظيمية: المفهوم والأهداف والمبادئ "، مجلة أريك ديوان الثقافتين العربية والأرمنية، العدد 6.
- 2- الدبيسي، عبد الكريم علي، والطاهات، زهير ياسين (2013) " دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدي طلبة الجامعات الأردنية "، مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 40، العدد 1، ص ص 66 - 81.
- 3- الدربويش، أحمد بن عبدالله (2014) " واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في التعليم لدي طلاب كلية المعلمين بجامعة الملك سعود "، مجلة اتحاد الجامعات العربية للبحوث في التعليم العالي، المجلد 34، العدد 2، كانون أول 2014 / صفر 1436 هـ، ص ص 91 - 102.
- 4- الهيتي، صلاح الدين (تموز 2005) " تأثير الاختلافات المحتملة للقيم الثقافية في أداء العاملين "، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، الجامعة الأردنية، المجلد 1، العدد 1، ص ص 20 - 43.
- 5- الزهراني، محسن جابر عواص (2013) " دور مواقع التواصل الاجتماعي في حل المشكلات التي تواجه طلاب التربية العملية واتجاهاتهم نحوها "، رسالة دكتوراة، كلية التربية، جامعة أم القرى.
- 6- الحلابية، غازي حسن عودة (2013) " أثر الحوافز في تحسين الأداء لدي العاملين في مؤسسات القطاع العام في الأردن: دراسة تطبيقية على أمانة عمان الكبرى "، رسالة غير منشورة مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول علي درجة الماجستير في إدارة الأعمال، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، ص ص 11 - 31.
- 7- الطيار، فهد بن علي (2014) " شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة تويتر نموذجاً: دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود " repository. nauss. edu. sa/handle/123456789/62407
- 8- السويد، محمد بن علي بن محمد (2015) " استخدامات الشباب السعودي لموقع التواصل الاجتماعي تويتر وتأثيرها على درجة علاقتهم بوسائل الإعلام التقليدية: بحث مقدم في مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي: التطبيقات والإشكالات المهنية "، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 20 - 19 جمادى الأولى 1436 هـ الموافق 11 - 10 مارس 2015 م، الرياض
- 9- السكارنه، بلال (يوليو 2015) " مُحددات الدعم التنظيمي وأثرها في دافعية الإنجاز: دراسة ميدانية علي الشركات الصناعية في الأردن "، مجلة جامعة جازان - فرع العلوم الإنسانية، المجلد 4، العدد 2، ص ص 142 - 168.
- 10- العبد الرازق، عبدالرازق (2013) " الشبكات الاجتماعية في التعليم " متاح علي <http://www.google.com.eg/search> hp=ar= active
- 11- العبيري، فهد حمدان (2013) " استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تحسين خدمات الطالب في الجامعات السعودية (تصور مُقترح) "، رسالة دكتوراة، كلية التربية، جامعة أم القرى.

- 12-العشيري، هشام أحمد(2015) " أثر الثقافة التنظيمية في الأداء الوظيفي لموظفي الهيئات الحكومية في مملكة البحرين"، ورقة مقدمة للمؤتمر الثاني لمعهد الإدارة العامة في دول مجلس التعاون لدول الخليج العربية، المحور الرابع: رأس المال البشري وتطوير القطاع الحكومي، <http://dr-alameri.com/wp-content/uploads/2015/03/hsham-ahmed.pdf>، ص ص 1133 – 1137.
- 13-العربي، هشام يوسف مصطفى؛ سالم، أحمد عبدالعظيم أحمد (2014) " دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لطلبة الجامعات المصرية: دراسة ميدانية"، بحث مقدم للمؤتمر العلمي العربي السابع (الدولي الرابع): التعليم وثقافة التواصل الاجتماعي، المنعقد في سوهاج في الفترة من 24 – 25 أبريل 2013.
- 14-العتيبي، جراح (2011) " استخدام طلاب وطالبات الجامعات السعودية شبكة الفيسبوك: دراسة تطبيقية"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الملك سعود.
- 15-الطفافة، محمود (2011) "علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتغيير في فلسطين: الفيسبوك نموذجاً"، <http://www.alukah.net/publications>
- 16-الشهري، حنان بنت شعشوع (1434/1433 هـ) " أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية الفيسبوك وتويتر نموذجا: دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة"، رسالة غير منشورة لإكمال متطلبات الماجستير في علم الاجتماع، ص ص 11 – 12.
- 17-الشوابكة، مراد (ديسمبر 2015) "تعريف وسائل التواصل الاجتماعي"، <http://mawdoo3.com/>
- 18-الشريف، ريم بنت عمر (2013م - 1434 هـ) " دور إدارة التطوير الإداري في تحسين الأداء الوظيفي: دراسة تطبيقية على الموظفين الإداريات في جامعة الملك عبد العزيز بجدة"، رسالة غير منشورة مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول علي درجة الماجستير في الإدارة العامة، كلية الاقتصاد والإدارة، جامعة الملك عبدالعزيز بجدة، ص ص 13 – 50.
- 19-الخليفة، زياد سعيد (2008) " الثقافة التنظيمية ودورها في مستوى الأداء- دراسة مسحية على ضباط كلية القيادة والأركان للقوات السعودية المسلحة"، رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في العلوم الإدارية غير منشورة، كلية الدراسات العليا، قسم العلوم الإدارية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، ص ص 17 – 70.
- 20-آمال، مداحي؛ وحنان، مردود (2015) " " أثر الثقافة التنظيمية على الرضا الوظيفي: دراسة حالة مديرية التجارة لولاية البويرة"، رسالة ماجستير غير منشورة مقدمة لنيل درجة الماجستير في علوم التسيير، تخصص إدارة الأعمال الاستراتيجية، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة ألكلي محند أو الحاج – البويرة، الجزائر، ص ص 31 – 55.
- 21-أسعد، عكاشة (2008) ( " أثر الثقافة التنظيمية على مستوى الأداء الوظيفي: دراسة تطبيقية علي شركة Paltel الاتصالات فلسطين": <http://www.alazhar.edu.psl/journal123>
- 22-بابكر، عبد الرحمن مير غني (2011) " أثر الثقافة التنظيمية على تحسين الأداء: دراسة حالة بنك التضامن الإسلامي"، بحث تكميلي مقدم لنيل درجة ماجستير العلوم في إدارة الأعمال، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية الدراسات العليا، ص ص 29 – 21.
- 23-درويش، محمد درويش (2013) " القيم الأخلاقية للتواصل الاجتماعي عبر الإنترنت من منظور إسلامي"، دراسات تربوية ونفسية، مجلة كلية التربية بالزقازيق، العدد 80، ص ص 221 – 290.
- 24-موقع ويكيبيديا <https://ar.wikipedia.org/wiki>
- 25-موقع جامعة الملك خالد <http://www.kku.edu.sa/ar/kku/about/info>
- 26-منصور، تحسين منصور رشيد (2012) " دور شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق احتياجات الشباب الأردني: دراسة مقارنة في النوع الاجتماعي"، ورقة مقدمة للمنتدي السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال " الإعلام الجديد: التحديات النظرية والتطبيقية"، جامعة الملك سعود، الرياض.
- 27-مجاهد، أماني جمال (مايو 2010) " استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة"، مجلة دراسات المعلومات، العدد 8.
- 28-معاينة، تسنيم (2017) " أهم مواقع التواصل الاجتماعي" <http://mawdoo3.com>، آخر تحديث 2017/7/12.
- 29-مريم، غزال؛ نور الهدي، شعوبي (2013/2014) " تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين"، رسالة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الليسانس في تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة قاصدي مرباح – ورقلة – الجزائر، ص ص 19 – 25.

- 30- مختار، يونس (2015/2014) " الثقافة التنظيمية ودورها في الرضا الوظيفي: دراسة ميدانية بمؤسسة ديوان الترقية والتسيير العقاري بمدينة الجلفة (المديرية العامة) "، جامعة الحاج لخضر-الجزائر، متاح علي الموقع <http://www.google.com.e.g/search>، آخر زيارة 2013/10/8..
- 31- نبيل، سارة (مايو 2012) " مفهوم الأداء "، <https://hrdiscussion.com/4947.html>.
- 32- نوام، مريم نريمان (2012) " استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره علي العلاقات الاجتماعية: دراسة علي مستخدمي الفيسبوك في الجزائر"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد خيضر – بسكرة – الجزائر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الاجتماعية، ص ص 24 – 74
- 33- عبدالمنعم، محمد محمد؛ الطاهر، إسماعيل الرشيد؛ غريب، زينب عبد الرزاق (2011). "أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على مهارات التواصل"، [www.minia.edu.eg/edu/images/Scientific-Journal/first-volume-2016/syed.doc](http://www.minia.edu.eg/edu/images/Scientific-Journal/first-volume-2016/syed.doc)، ص ص 1- 5.
- 34- عبد العزيز، خديجة (يوليو 2014) " واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية بجامعات صعيد مصر"، مجلة العلوم التربوية، ج 2، العدد 3.
- 35- عوض، حسني (2011) " أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب في جامعة القدس المفتوحة "، <http://www.qou.edu/arabic/conferences>.
- 36- عثمان، عيدان (2015) " أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في أداء إدارة علاقات الزبائن: دراسة ميدانية لعينة من طلبة الجامعات الأردنية الخاصة "، رسالة ماجستير في الأعمال الإلكترونية /قسم الأعمال الإلكترونية غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، ص ص 50 – 59.
- 37- سهام، بلخيري (2012) " أثر الرضا الوظيفي على أداء الموظفين في المؤسسات الجامعية"، رسالة ماجستير غير منشورة في علوم التسيير - فرع إدارة الأعمال، جامعة البويرة، الجزائر.
- 38- سليم، حاتم (2012) " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين علي المشاركة في الحراك الجماهيري: دراسة ميدانية علي النقابيين في إربد " ورقة مقدمة للمؤتمر العلمي السابع عشر بعنوان " ثقافة التغيير "، كلية الآداب، جامعة فيلادلفيا، كلية الإعلام، ص ص 1 – 33.
- 39- فوره، تهاني زياد (2012) " فاعلية إثراء منهاج تكنولوجيا التعليم باستخدام الشبكة الاجتماعية الفيسبوك في تنمية مهارات استخدام الحاسوب والإنترنت لدي الطالبات المعلمات في الجامعة الإسلامية بغزة "، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الملك سعود، الرياض.
- 40- صالح، محمود عبد الحميد محمود (2010) " أثر القيم التنظيمية في فعالية الأداء: دراسة تطبيقية علي العاملين بجهاز الوظائف الفنية الرقابية في الجهاز المركزي للمحاسبات بجمهورية مصر العربية"، مجلة العلوم الإدارية بجامعة الملك سعود (1) (2)، الرياض، ص ص 57 - 87.
- 41- شناوي، سامي أحمد؛ عباس، محمد خليل (2014) " استخدام شبكة التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) وعلاقته بالتوافق النفسي لدى المراهقين "، مركز الأبحاث للعلوم التربوية والاجتماعية، المجلد 81، العدد 2، ص ص 75-118.
- 42- خضر، مجد (يوليو 2016) " تعريف الثقافة التنظيمية "، <http://mawdoo3.com/>.
- 43- Arquero, J. L. & Romero – frias, E. (2013) “ “ Using Social Network Sites in Higher Education: an Experience in Business Studies “. Innovations in Education and tTeaching International. Vol. 50. Issue 3.Pp. 238 – 249.
- 44- Barry, Wail A. (2015) “ Innovative Research Methods in Social Media Scholarly Literature: A meta-research analysis”. wail @ aucegypt, pp 1 – 2.
- 45- Bennett, S. (2012) “ “ Twitter, Facebook, LinedIn: The Pros and Cons of Social Media in Education”, Looking in 9/11/2014, [http://www.mediabestro.com/alltwitter/social media- education b 18317](http://www.mediabestro.com/alltwitter/social%20media-education%20b18317)
- 46- Bhanot,Sandeep(2011) "A Study on Impact of Social Media on Company Performance",<https://pt.scribd.com/.../>, pp 1 – 10.
- 47 -Cilliers,Francois Quintin(2013)" The Role and Effect of Social Media in the Workplace ". 568 NORTHERN KENTUCKY LAW REVIEW [Vol. 40: 3}, pp 9 – 23.

- 48- du Plessi, T.;Ferreira, A. (March 2009) " Effect of Online Social Networking on Employee Productivity". sajim. co. za/index.php/SAJIM/article/download/397/384, Peer Reviewed, pp 1 – 16.
- 49- Halverson, E. R., (2011)" Do Social Networking Technologies have a Place Informal Learning Environments ? ". On The Horizon. Vol. 19. Issue 1. pp. 62 – 67.
- 50- Junco,Royal(2012)" The Relationship between frequency of Facebook Use, Participation in Facebook Activities and Student Engaement" Computer & Education, 58 (1) pp 9 – 23.
- 51-Ming, Lin and Ying, Zhang (2010) "How Organizational Commitment affects Innovation", International conference on E-Business and E-Government, China, pp: 1164-1170.
- 52-Moqbel, Murad (2012) “ The Effect of the Use of Social Networking Sites in the Workplace on Job Performance ", A Dissertation submitted as partial fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy in International Business Administration, Texas A & M International University.
- 53-Panckhurst, R. (2013). Communities of Practice, Using the Open Web As a Collaborative Learning Platform, (NRSUniversitypaul – valery – mont pellier3, Debra marsh. available at: <http://halshs.archives-ouvertes.fr/docs/00/29/18/74/pdf/panchurstmarsh-findal.pdf>. (Retrieved on: 4/10/2013).
- 54- Petrovic, N.; Petrovic, D.; Jeremic, V.; Milenkovic, N. & Cirovic, M. (2012). Possible Educational Use of Facebook in Higher Environment Education. Serbia, University at Belgrade .
- 55- Stanciu, F., Mihai, F. & Aleca, O. (2012). “Social Networking as an Alternative Environment for Education”. Accounting and Management Information Systems. Vol. 11. No. 1. pp 56 – 75 .
- 56-Tariq, W., Mehboob, M.,yar-kan, M. A. &ullah, F. (2012). “The Impact of Social Media and Social Networks on Education and Students of Pakistan”. International Journal of Computer Science. Vol. 9. pp. 407-411.
- 57-Thomas, W, Feldman; H, Daniel; C, lam, and Simon's (2010). “Psychological contract breaches, organizational commitment and innovation –related behaviors, latent growth modeling approach”. Journal of applied psychology, 95 (4): 744 - 751.
- 58-Tiryakioglu, F. & Frzorum F. (2011). “Use of Social Networking as an Education Tool”. Contemporary Educational Technology. Vol. 2, No. 2, pp. 135-150.
- 59-Vasja Roblek Mirjana Peji# Bach Maja Meško Andrej Bertoncelej, (2013) "The impact of social media to value added in knowledge-based industries", Kybernetes, Vol. 42 Iss 4 pp. 554 - 568 Permanent link to this document: <http://dx.doi.org/10.1108/K-01-2013-0014> .
- 60- Veletsianos, G.,kimmons, R. & French, k. (2013)” Instructor Experiences with Social Networking Sites in Higher Education Setting: Expectations. Frustrations, Appropriation and Compartmentalization. Available “ at: <http://www.veletsianos.com/wp-content/uploads/2013/02/instructorexperiencesocialnetwork.pdf> (Retrieved on: 4/10/2013) .

- 61-Wolfgang Messner, (2013) "Effect of organizational culture on employee commitment in the Indian IT services sourcing industry", Journal of Indian Business Research, Vol. 5, Iss2,pp. 76 – 100
- 62- Yeshambel, Tilahun; Belete, Mengistu; Muluale, Yelkal (February 2016) " Impact of Online Social Networking on Employees Productivity at Work Place in University of Gondar –A Case Study, International Journal of Computer Applications (0975 – 8887) Volume 135 – No. 3,February.
- 63- Zaidieh, A. J. Y. (2012). “The Use of Social Networking in Education: Challenges and Opportunities. World of Computer Science and Information Technology Journal. Vol. 2. No. 1. Pp18-21 .
- 64- Zanamwe, N.; Rupere, T. & Kufandirimbwa. O. (2013). “Use of Social Networking Technologies in Higher Educational in Zimbabwe: A learners Perspective”. International Journal of Computer and Information Technology. Vol. 2. Issue 01. pp. 8- 18.