

جامعة أحمد دراية أدرار
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية والعلوم الإسلامية
قسم العلوم الاجتماعية



أثر استخدام الموظف لشبكات التواصل الاجتماعي على أدائه الوظيفي داخل المؤسسة

– دراسة ميدانية بمديرية الثقافة لولاية أدرار –

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في العلوم الاجتماعية
تخصص: تنظيم وعمل

إعداد الطالبة :

حليمة نواري

أعضاء لجنة المناقشة

| | | |
|-------------|--------|-------------------|
| جامعة أدرار | رئيسا | د. بشير مرموري |
| جامعة أدرار | مناقشا | أ. عائشة أم الغيث |
| جامعة أدرار | مشرفا | د. رضا نعيجة |

السنة الجامعية: 2018-2019م

جامعة أحمد دراية أدرار
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية والعلوم الإسلامية
قسم العلوم الاجتماعية



أثر استخدام الموظف لشبكات التواصل الاجتماعي على أدائه الوظيفي داخل المؤسسة

– دراسة ميدانية بمديرية الثقافة لولاية أدرار –

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في العلوم الاجتماعية
تخصص: تنظيم وعمل

إعداد الطالبة :

حليمة نواري

أعضاء لجنة المناقشة

| | | |
|-------------|--------|-------------------|
| جامعة أدرار | رئيسا | د. بشير مرموري |
| جامعة أدرار | مناقشا | أ. عائشة أم الغيث |
| جامعة أدرار | مشرفا | د. رضا نعيجة |

السنة الجامعية: 2018-2019م

الإهداء

أهدي هذا العمل المتواضع :

- إلى أعلى ما لدى في الوجود (الوالدين الكريمين) حفظهما الله وأطال في عمرهما
- إلى إخوتي أحب الناس لدي
- إلى جميع أساتذة قسم علم الاجتماع تنظيم و عمل بدون استثناء

حليمة

شكر و عرفان

الشكر أولاً وأخيراً إلى المولى عز وجل على أن وفقنا لإنجاز هذا العمل المتواضع ، بعدها أتقدم بخالص التقدير والعرفان للأستاذ المشرف الدكتور " رضا نعيمة " على ما قدمه لي من توجيهات علمية ومنهجية لإنجاز بحثي هذا والشكر موصول لكافة أساتذة علم الاجتماع الذين قدموا لي يد العون والمساعدة .

كما لا أنسى أن أشكر كل موظفي مديرية الثقافة بأدرار محل إنجاز الدراسة الميدانية وعلى رأسهم السيد مدير الثقافة ورؤساء المصالح والمكاتب والأعوان الإداريين .

فهرس المحتويات

| الصفحة | المحتوى |
|--|--------------------------------------|
| | الإهداء |
| | شكر و عرفان |
| | فهرس المحتوى |
| | فهرس الجداول |
| | فهرس الأشكال |
| أ-ب | مقدمة |
| الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة | |
| 3 | تمهيد |
| 4-3 | أولاً: إشكالية الدراسة |
| 4 | ثانياً: فرضيات الدراسة |
| 5 | ثالثاً: أسباب اختيار الموضوع |
| 5 | رابعاً: تساؤلات الدراسة |
| 6 | خامساً: أهمية الدراسة |
| 6 | سادساً: أهداف الدراسة |
| 14-6 | سابعاً: الدراسات السابقة |
| 18-15 | ثامناً: تحديد المفاهيم والمصطلحات |
| 19 | تاسعاً: صعوبات الدراسة |
| 20 | خلاصة: |
| الفصل الثاني: شبكات التواصل الاجتماعي | |
| 21 | تمهيد |
| 22-21 | أولاً: تعريف شبكات التواصل الاجتماعي |

| | |
|-------------------------------------|---|
| 24-22 | ثانيا: التطور التاريخي لشبكات التواصل الاجتماعي |
| 25-24 | ثالثا: مميزات شبكات التواصل الاجتماعي |
| 31-25 | رابعا: أنواع شبكات التواصل الاجتماعي |
| 32-31 | خامسا: أسباب ودوافع انتشار شبكات التواصل الاجتماعي |
| 34-32 | سادسا: استخدامات ووظائف شبكات التواصل الاجتماعي |
| 34 | سابعا: فوائد شبكات التواصل الاجتماعي |
| 35-34 | ثامنا: أهمية ودور استخدام شبكات التواصل الاجتماعي |
| 37-36 | تاسعا: إيجابيات وسلبيات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي |
| 37 | خلاصة: |
| الفصل الثالث: الأداء الوظيفي | |
| 39 | تمهيد |
| 40-39 | أولا: ماهية الأداء |
| 41 | ثانيا: أنواع الأداء |
| 43-41 | ثالثا: خطوات وطرق تقييم الأداء |
| 45-44 | رابعا: مراحل تقييم الأداء |
| 45 | خامسا: العوامل المؤثرة في الأداء |
| 46-45 | سادسا: تعريف الأداء الوظيفي |
| 48-46 | سابعا: أهمية الأداء الوظيفي |
| 51-48 | ثامنا: عناصر ومحددات الأداء الوظيفي |
| 52-51 | تاسعا: أنماط الأداء الوظيفي |
| 53 | عاشرا: معايير الأداء الوظيفي |
| 57-53 | الحادي عشر: العوامل المؤثرة على الأداء الوظيفي |

| | |
|--------------------------------|-----------------------------------|
| 58 | خلاصة |
| الفصل الرابع : الجانب الميداني | |
| 60 | تمهيد |
| 64-60 | أولاً:مجالات الدراسة |
| 65 | ثانياً: منهج الدراسة |
| 65 | ثالثاً: طرق جمع بيانات الدراسة |
| 68-65 | رابعاً: ادوات جمع البيانات |
| 91-69 | خامساً: عرض وتحليل بيانات الدراسة |
| 100-92 | سادساً: عرض وتحليل فرضيات الدراسة |
| 101 | سابعاً: استنتاجات فرضيات الدراسة |
| 102 | ثامناً: التوصيات والإقتراحات |
| 105-104 | خاتمة |
| 111-107 | قائمة المصادر والمراجع |
| | الملاحق |

قائمة الجداول

| الرقم | عنوان الجدول | الصفحة |
|-------|---|--------|
| 01 | يوضح توزيع مجتمع الدراسة حسب الجنس | 69 |
| 02 | يوضح توزيع مجتمع الدراسة حسب العمر | 69 |
| 03 | يوضح توزيع مجتمع الدراسة حسب طبيعة المنصب | 70 |
| 04 | يوضح توزيع مجتمع الدراسة حسب المستوى التعليمي | 70 |
| 05 | يوضح توزيع مجتمع الدراسة حسب الخبرة | 71 |
| 06 | يوضح توفر جهاز حاسوب في المكتب | 72 |
| 07 | يوضح التعامل مع شبكة الانترنت في انجاز الاعمال داخل المؤسسة | 72 |
| 08 | يوضح امتلاك حساب في احدى شبكات التواصل الاجتماعي | 73 |
| 09 | يوضح استخدام الفايسبوك في الفترة الصباحية | 73 |
| 10 | يوضح استخدام الفايسبوك في الفترة المسائية | 74 |
| 11 | يوضح متوسط ساعات استخدام الفايسبوك | 75 |
| 12 | يوضح التواصل مع الاصدقاء في الفايسبوك مع الاصدقاء اثناء العمل | 76 |
| 13 | يوضح وجود وقت فراغ في العمل يتسنى فيه استخدام احدى شبكات التواصل الاجتماعي | 76 |
| 14 | يوضح استخدام الفايسبوك كوسيلة لتسهيل المعاملات في مجال العمل داخل المؤسسة | 77 |
| 15 | يوضح بإمكان الفايسبوك ان يكون كمحرك بحث مثل قوقل يعتمد عليه لإيجاد بعض المعلومات التي يحتاجونها اثناء العمل | 78 |
| 16 | يوضح مساعدة الفايسبوك في الترويج للأنشطة الثقافية التي يقومون بها داخل المؤسسة | 78 |

| | | |
|----|--|----|
| 79 | يوضح استخدام اليوتوب | 17 |
| 79 | يوضح استخدام اليوتوب في الفترة الصباحية | 18 |
| 80 | يوضح استخدام اليوتوب في الفترة المسائية | 19 |
| 81 | يوضح متوسط ساعات استخدام اليوتوب | 20 |
| 82 | يوضح مساعدة اليوتوب على تسهيل العمل داخل المؤسسة | 21 |
| 82 | يوضح استخدام اليوتوب للاطلاع على الاخبار اليومية داخل المؤسسة | 22 |
| 83 | يوضح اعتبار اليوتوب محرك بحث يدعم به مجال العمل داخل المؤسسة | 23 |
| 83 | يوضح العمل في اطار فردي | 24 |
| 84 | يوضح العمل في اطار جماعة عمل | 25 |
| 84 | يوضح كيفية القيام بانجاز الاعمال الموكلة داخل المؤسسة | 26 |
| 85 | يوضح شدة ضغط العمل | 27 |
| 85 | يوضح فترات تضطر فيها للعمل خارج اوقات الدوام | 28 |
| 87 | يوضح الخضوع للاشراف والمتابعة | 29 |
| 87 | يوضح الخضوع لتدريب ورسكلة تمد بمهارات ومؤهلات تزيد من سرعة انجاز العمل | 30 |
| 88 | يوضح مدة انجاز الخدمة او العمل المكلف به من طرف المسؤول المباشر | 31 |
| 89 | يوضح اعادة انجاز العمل من جديد | 32 |
| 89 | يوضح التناقش مع المسؤول المباشر عن العمل | 33 |
| 90 | يوضح التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي مع مختلف الفاعلين في المجال الثقافي | 34 |
| 91 | يوضح التواصل مع الزملاء في مجال العمل والاستعانة بهم لتلبية احتياجات العمل | 35 |

| | | |
|----|--|----|
| 92 | يوضح العلاقة بين استخدام الفايسبوك في الفترة الصباحية ومدة انجاز الخدمة او العمل المكلف به من طرف المسؤول المباشر | 36 |
| 94 | يوضح العلاقة بين استخدام الفايسبوك في الفترة الصباحية واعادة انجاز العمل من جديد | 37 |
| 95 | يوضح العلاقة بين استخدام الفايسبوك في الفترة الصباحية والتواصل مع الزملاء في مجال العمل والاستعانة بهم لتلبية احتياجات العمل | 38 |
| 96 | يوضح العلاقة بين استخدام اليوتوب في الفترة المسائية ومدة انجاز الخدمة او العمل المكلف به من طرف المسؤول المباشر | 39 |
| 98 | يوضح العلاقة بين استخدام اليوتوب في الفترة المسائية وإعادة انجاز العمل من جديد | 40 |
| 99 | يوضح العلاقة بين استخدام اليوتوب في الفترة المسائية والتواصل مع الزملاء في مجال العمل والاستعانة بهم لتلبية احتياجات العمل | 41 |

فهرس الاشكال

| الصفحة | الشكل | الرقم |
|--------|---|-------|
| 4 | يوضح نموذج الدراسة | 01 |
| 51 | يوضح محددات الاداء الوظيفي | 02 |
| 56 | يوضح العوامل البيئية التي تعدل وتؤثر على الأداء الوظيفي | 03 |

مقدمة

مقدمة:

فتحت الثورة المعلوماتية التي أطلقت شرارتها منذ العقد الأخير من القرن الماضي أفاق واسعة حول تنمية الإدارات وتحديث أنظمتها وأساليبها والية العمل فيها الرقابة الإدارية للموظفين، لان نجاح اي منظمة مرتبط بنجاح أفرادها وكفاءتهم وفشل الموظف يعني فشل المنظمة في أساليب التسيير.

فإدارة الموارد البشرية وتحسين مستوى الأداء الوظيفي للعاملين يأتي في المرتبة الأولى ضمن اهتمامات وأولويات الإدارة بشكل عام ورفع الأداء المؤسسي، وصولاً الى تقديم الخدمة بشكل أسرع وبجودة عالية.

وبإدخال وسائل التطور التكنولوجي والتقنيات الحديثة والأجهزة المتطورة في العمل يطور ويحسن صورة المؤسسة، اذا استخدمت بشكل جيد، فالتطور الحاصل وإدخال الرقمنة وشبكات الانترنت في المؤسسات، وظهور شبكات التواصل الاجتماعي التي أصبح الإقبال عليها بشكل رهيب، ادى هذا التطور الى توسيع وتعدد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، حتى وصل استخدامها من قبل العامة والخاصة وفي الإدارات العمومية من قبل بعض الموظفين اذا يعتبرها البعض وسيلة للتسلية والتواصل مع الأصدقاء والبعض يراها وسيلة لأداء وانجاز المهام بشكل أسرع ومتطور، ومن هنا جاء موضوع بحثي : "أثر استخدام الموظف لشبكات التواصل الاجتماعي على أدائه الوظيفي داخل المؤسسة."

ولانجاز هذه الدراسة تم تقسيمها إلى أربعة فصول، الفصل الأول خصص للإطار المنهجي للدراسة اشرفنا فيه الى إشكالية الدراسة وأهمية الدراسة وأهدافها بالإضافة إلى أسباب اختيار لموضوع وتساؤلات الدراسة وفرضيات الدراسة وصولاً إلى نموذج الدراسة والدراسات السابقة، ختاماً بمفاهيم الدراسة وصعوبات الدراسة.

أما الفصل الثاني المعنون شبكات التواصل الاجتماعي قسمناه الى العناصر التالية، بداية بالعنصر الاول التعريف بشبكات التواصل الاجتماعي ، العنصر الثاني



اشرنا فية إلى التطور التاريخي لشبكات التواصل الاجتماعي العنصر الثالث مميزات شبكات التواصل الاجتماعي العنصر الرابع أنواع شبكات التواصل الاجتماعي العنصر الخامس أسباب ودوافع انتشار شبكات التواصل الاجتماعي العنصر السادس استخدامات ووظائف شبكات التواصل الاجتماعي العنصر السابع فوائد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي العنصر الثامن أهمية ودور استخدام شبكات التواصل الاجتماعي العنصر التاسع ايجابيات وسلبيات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

الفصل الثالث المعنون بالأداء الوظيفي قسمناه إلى العناصر التالية ، العنصر الأول ماهية الأداء ، العنصر الثاني، أنواع الأداء ، العنصر الثالث خطوات وطرق تقييم الأداء، العنصر الرابع مراحل تقييم الأداء ، العنصر الخامس العوامل المؤثرة في الأداء، العنصر السادس تعريف الأداء الوظيفي، العنصر السابع أهمية الأداء الوظيفي، العنصر الثامن عناصر ومحددات الأداء الوظيفي، العنصر التاسع أنماط الأداء الوظيفي، العنصر العاشر معايير الأداء الوظيفي، العنصر الحادي عشر لعوامل المؤثرة على الأداء الوظيفي.

الفصل الرابع المعنون بالدراسة الميدانية اشرنا فيه ا العناصر التالية:

العنصر الأول مجالات الدراسة ، العنصر الثاني منهج الدراسة، العنصر الثالث عينة الدراسة(طرق جمع البيانات) ، العنصر الرابع أدوات جمع البيانات، العنصر الخامس عرض وتحليل بيانات الدراسة، العنصر السادس عرض وتحليل الجداول المركبة، العنصر السادس استنتاجات فرضيات الدراسة، العنصر الثامن التوصيات والاقتراحات.

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

تمهيد

أولاً: إشكالية الدراسة

ثانياً: فرضيات الدراسة

ثالثاً: أسباب اختيار الموضوع

رابعاً: تساؤلات الدراسة

خامساً: أهمية الدراسة

سادساً: أهداف الدراسة

سابعاً: الدراسات السابقة

ثامناً: تحديد المفاهيم والمصطلحات

تاسعاً: صعوبات الدراسة

خلاصة :

تمهيد:

يعد الإطار المنهجي احد الركائز الأساسية في انجاز البحوث، خصوصاً مناهج العلوم الاجتماعية ومن خلال هذا الفصل سوف نتطرق إلى توضيح أهم الجوانب المعتمدة بداية بالإشكالية وأهمية الدراسة ثم أهداف الدراسة وأسباب اختيار الموضوع وصولاً إلى تساؤلات الدراسة وفرضياتها ونموذج الدراسة ختاماً بالدراسات السابقة والتعريف الإجرائي لمفاهيم الدراسة وصعوبات الدراسة.

أولاً: إشكالية الدراسة:

إن ما جاءت به التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال فتح آفاقاً جديدة واحداث تغييرات عميقة في مختلف جوانب الحياة ، ولقد استطاع التطور المذهل في حقول التكنولوجيا أن يتيح لها الارتباط والتفاعل في كافة المجالات العلمية والعملية ، فبفضل إدخال الاجهزة الالكترونية وإدخال تقنيات متطورة لها في المؤسسات للعاملين لتنمية قدراتهم الوظيفية، أصبحت هذه المؤسسات في تطور وتقدم مستمر، فبعدها كانت قديماً وقبل القرن التاسع عشر تعتمد في عملها على وسائل تقليدية ككتابة الرسائل الإدارية باليد وعدم وجود وسائل اتصال حديثة كان الاعتماد على اليد العاملة التقليدية فقط، ولكن الان وبفضل التطور التكنولوجي تم إدخال تقنيات متطورة حديثة في العمل وإدخال الوسائل الرقمنة حيث بدأت بواورها تظهر في الثمانيات ادت الى اعادة الارتباط الانسان بالآلة (جهاز الكمبيوتر) فرجعنا الى حيث رجع التنظيم الى نسق الانسان آلة اكثر من ذلك صاحب هذه الثورة الرقمية ظهور نظام الشبكات وابرز هذه الانظمة شبكة الانترنت، حيث وفرت هذه الاخير خدمات مرئية مسموعة ومكتوبة وظفتها الادارات في التسير ، ولكن مع وصول تقنية او مواقع الجيل الثاني والجيل الثالث والرابع والهواتف الذكية، او ما يعرف بالويب يتيح التواصل بين الأفراد، اصبح الانترنت من ضروريات الانسان العادي يستخدمه في بيئته وفي مكان وفترات عمله، فبين الاستخدام المهني و الاستخدام الخاص لشبكات التواصل الاجتماعي حدث نوع من التداخل لذلك ومن هنا جاء موضوع

بحثي حول اثر استخدام الموظف لشبكات التواصل الاجتماعي على أدائه الوظيفي داخل المؤسسة من خلال محاولة الإجابة على التساؤل الرئيسي الذي مؤداه:

هل هنالك اثر لاستخدام الموظف لشبكات التواصل الاجتماعي على أدائه الوظيفي

داخل المؤسسة؟

ثانيا: فرضيات الدراسة:

من خلال تساؤلات الدراسة تم طرح الفرضيات التالية:

الفرضية العامة:

يؤثر استخدام الموظف لشبكات التواصل الاجتماعي على أدائه الوظيفي داخل المؤسسة.

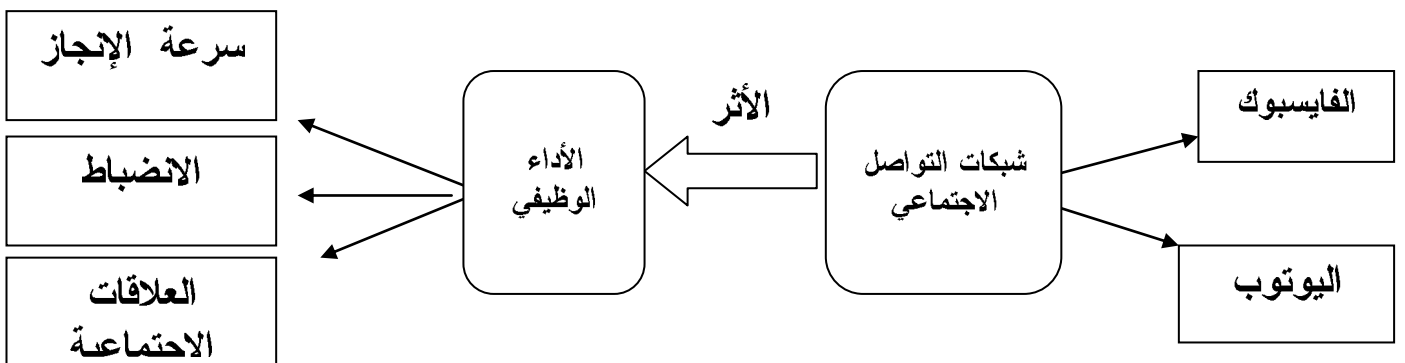
الفرضية الجزئية الأولى:

❖ يؤثر استخدام الموظف للفايسبوك على أدائه الوظيفي داخل المؤسسة ايجابيا.

الفرضية الجزئية الثانية:

* يؤثر استخدام الموظف لليوتوب على أدائه الوظيفي داخل المؤسسة ايجابيا.

- نموذج الدراسة



الشكل رقم 01 يوضح نموذج الدراسة

المصدر: الباحثة

ثالثًا: أسباب اختيار الموضوع:

نقسمها الى قسمين:

1- الأسباب الذاتية:

- الرغبة والميل الشخصي إلى معالجة مثل هذه المواضيع المتمحورت حول شبكات التواصل الاجتماعي.

- قلة الدراسات والأبحاث في جامعتنا في حدود الاطلاع والتي تعالج مثل هذه المواضيع خاصة تأشير استخدامها على الأداء الوظيفي.

2- الأسباب الموضوعية:

- تفاعل الميدان مع موضوع البحث إذا يعتبر موضوع حيوي وحديث الساعة.

- انتشار وسائل التواصل الاجتماعي في كافة مجالات الحياة.

رابعًا: تساؤلات الدراسة:

من اجل معالجة هذا الموضوع طرحت التساؤلات التالية:

❖ هل لاستخدام الموظف للفايسبوك اثر على أدائه الوظيفي داخل المؤسسة ايجابيا

❖ هل لاستخدام الموظف لليوتوب اثر على أدائه الوظيفي داخل المؤسسة ايجابيا

خامسا: أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية هذه الدراسة من خلال كونها تنصب في موضوع شبكات التواصل الاجتماعي.

كما تتبع أهمية هذه الدراسة من خلال كونها تسعى للكشف عن اثر استخدام الموظف لشبكات التواصل الاجتماعي على الأداء الوظيفي داخل المؤسسة.

سادسا: أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى ما يلي:

- للكشف هل لاستخدام الموظف للفايسبوك اثر على أدائه الوظيفي داخل المؤسسة ايجابيا

- للكشف هل لاستخدام الموظف لليوتوب اثر على أدائه الوظيفي داخل المؤسسة ايجابيا.

من اجل معالجة هذا الموضوع طرحت التساؤلات التالية:

❖ هل لاستخدام الموظف للفايسبوك اثر على أدائه الوظيفي داخل المؤسسة؟

❖ هل لاستخدام الموظف لليوتوب اثر على أدائه الوظيفي داخل المؤسسة؟

سابعا: الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: مذكرة ماجستير من إعداد الطالبة مريم ناريمان نومان بعنوان: "استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية " -دراسة عينة من مستخدمي الفاييسبوك في الجزائر¹.

تمحور التساؤل الرئيسي للدراسة بما يلي: ما أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية؟ من خلال طرح التساؤلات الفرعية

¹ - مريم ناريمان نومان، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية دراسة عينة من مستخدمي الفاييسبوك في الجزائر، رسالة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، قسم العلوم الانسانية تخصص الاعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة باتنة، الموسم الجامعي: 2011_2012.

1- ماهي عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي - الفايسبوك لدى الجزائري؟

2- ماهي الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الجزائريين لموقع الفايسبوك؟

3-كيف يؤثر استخدام الفايسبوك على العلاقات الاجتماعية لدى الجزائريين؟

أهداف هذه الدراسة تتمثل في:

- الكشف عن أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في العلاقات الاجتماعية.

- معرفة الدور الكبير الذي تلعبه تكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في حياة الأشخاص.

- معرفة مدى تأثير العلاقات الاجتماعية بسبب استخدام الشبكات الاجتماعية.

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي مستخدمة كل من أداتي الملاحظة والاستبيان في الدراسة الميدانية

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- بالنسبة لعادات وأنماط استخدام الفايسبوك أغلب أفراد العينة يستخدمونه منذ سنة إلى 03 سنوات منهم أكثر 03 ساعات في استخدامهم للموقع وأغلبهم يتصفحون الموقع من مرتين إلى 03 مرات في اليوم

- بالنسبة لدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الجزائريين لموقع الفايسبوك أغلبهم يستخدمونه بدافع التواصل مع الأهل والأصدقاء إلى جانب الترفيه

- بالنسبة لتأثير استخدام الفايسبوك على العلاقات الاجتماعية لدى الجزائريين فقد توصل إلى أن استخدام الفايسبوك أثر على العلاقات الاجتماعية من خلال تقليل اتصال الفرد مع عائلته.

مقارنة الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية:

أوجه التشابه:

تتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية وأقصد بذلك دراستي انهما يتشابهان في موضوع البحث المتمثل في استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية، ايضاً يتشابهان في المنهج المستخدم والتقنية المعتمد عليها في اجراء البحث الميداني، حيث ان كلاهما استخدمتا المنهج الوصفي للتحليل ، كلاهما استخدمتا تقنية الملاحظة واستمارة استبيان للأجابة على تساؤلات الدراسة. يتشابهان في الميدان أي الدراسة التطبيقية فكلاهما اجريا دراستهما في الميدان سواء كان الميدان مجتمع أو مؤسسة أو غير ذلك.

أوجه الاختلاف:

تختلف الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية فيما يلي:
يختلفان في زاوية البحث وتساؤلات الدراسة والمجال المكاني
* بالنسبة لزاوية البحث نجد أن الدراسة السابقة تبحث عن اثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية، أما الدراسة الحالية تدرس اثر استخدام الموظف لشبكات لتواصل الاجتماعي على أدائه الوظيفي داخل المؤسسة، الاختلاف في زاوية البحث الدراسة السابقة تدرس اثر الاستخدام على العلاقات الاجتماعية اما الدراسة الحالية تدرس اثر الاستخدام على الأداء الوظيفي فالاختلاف يبرز في المتغير المستقل لا يتشابهان.

* بالنسبة لتساؤلات الدراسة نجد أن الدراسة السابقة تمحورت تساؤلاتها حول الدوافع والحاجات التي تكمن من وراء استخدام الجزائريين للفايسبوك وكيف يؤثر استخدامه على العلاقات الاجتماعية، أما الدراسة الحالية تمحورت تساؤلاتها عن ما اذا كان هنالك اثر من استخدام الموظف للفايسبوك واليوتوب على الأداء الوظيفي داخل المؤسسة.

* بالنسبة للمجال المكاني لدراسة السابقة هو عينة من مستخدمي الفايسبوك في الجزائر، أما الدراسة الحالية فالمجال المكاني هو مؤسسة عمومية "مديرية الثقافة بأدرار.

- جوانب الاستفادة من الدراسات السابقة:

تتمثل في تصويب الإشكالية وضبطها أكثر، اكتساب خبرة مسبقة عن الموضوع سواء بالنسبة للجانب المنهجي أو الجانب الميداني في كيفية تحليل وتفسير النتائج المتوصل إليها.

الدراسة الثانية : رسالة ماجستير من إعداد الطالب عثمان إحسان عيدان بعنوان: " أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في أداء إدارة علاقات الزبائن " - دراسة ميدانية من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية الخاصة¹.

التساؤل الرئيسي لهذه الدراسة هو: هل هنالك أثر لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي في أداء إدارة علاقات الزبائن في الجامعات الأردنية الخاصة؟
تمثلت فرضيات الدراسة في:

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتوجه بالزبائن للتكنولوجيا المستخدمة في إدارة علاقات الزبائن والنظام الإداري المرتكز على الزبون في تحقيق أداء علاقات الزبائن في الجامعات الأردنية الخاصة.

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتوجه بالزبائن للتكنولوجيا المستخدمة في إدارة علاقات الزبائن والنظام الإداري المرتكز على الزبون في تعزيز قدرات إدارة علاقات الزبائن الاجتماعية من حيث إدارة تفاعل الزبون ونشر المعلومات والاستجابة في الجامعات الأردنية الخاصة

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية قدرات إدارة علاقات الزبائن الاجتماعية من حيث إدارة تفاعل الزبون ونشر المعلومات والاستجابة في تحقيق أداء علاقات الزبائن من حيث: رضا الزبائن- ولاء الزبائن في الجامعات الأردنية الخاصة.

هدفت هذه الدراسة إلى ما يلي:

¹ - عثمان إحسان عيدان، اثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في أداء ادارة علاقات الزبائن- دراسة ميدانية من وجهة نظر طلبة الجامعات الاردنية الخاصة، رسالة ماجستير في الاعمال الالكترونية، قسم الاعمال الالكترونية، جامعة الشرق الاوسط كلية الاعمال 2015.

- بيان أثر التوجه بالزبون للتكنولوجيا المستخدمة في إدارة علاقات الزبائن بالنظام الإداري المرتكز على الزبون لتعزيز أداء علاقات الزبائن بوجود قدرات إدارة علاقات الزبائن الاجتماعية كمتغير وسيط في الجامعات الأردنية الخاصة اعتمد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي واستخدم استمارة استبيان

نتائج الدراسة:

- وجود أثر ذو دلالة إحصائية للتوجه بالزبائن للتكنولوجيا المستخدمة في إدارة علاقات الزبائن والنظام الإداري المرتكز على الزبون في تحقيق أداء علاقات الزبائن في الجامعات الأردنية الخاصة.

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتوجه بالزبائن للتكنولوجيا المستخدمة في إدارة علاقات الزبائن والنظام الإداري المرتكز على الزبون في تعزيز قدرات إدارة علاقات الزبائن الاجتماعية من حيث إدارة تفاعل الزبون الاجتماعية ولم يتبين أي أثر للتوجه بالزبون على قدرات إدارة علاقات الزبائن الاجتماعية في الجامعات الأردنية الخاصة

- وجود أثر ذو دلالة إحصائية للتكنولوجيا المستخدمة في إدارة علاقات الزبائن الاجتماعية في نشر المعلومات في حين لم يتبين أي أثر للتوجه بالزبون والنظام الإداري المرتكز على الزبون في نشر المعلومات في الجامعات الأردنية الخاصة.

مقارنة الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية:

أوجه التشابه:

تتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية وأقصد بذلك دراستي انهما يتشابهان في موضوع البحث المتمثل في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

أيضاً يتشابهان في المنهج ، حيث ان كلاهما استخدم المنهج الوصفي للتحليل.

يتشابهان في الميدان أي الدراسة التطبيقية فكلاهما اجريا دراستهما في الميدان سواء كان الميدان مجتمع أو مؤسسة او غير ذلك.

أوجه الاختلاف:

تختلف الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية فيما يلي:

يختلفان في زاوية البحث وفرضيات الدراسة والمجال المكاني.

* بالنسبة لزاوية البحث نجد أن الدراسة السابقة تدرس اثر استخدام شبكات التواصل الاجتماع في أداء إدارة علاقات الزبائن ، أما الدراسة الحالية تدرس اثر استخدام الموظف لشبكات لتواصل الاجتماعي على أدائه الوظيفي داخل المؤسسة، الاختلاف في زاوية البحث الدراسة السابقة تدرس اثر الاستخدام على أداء إدارة علاقات الزبائن أما الدراسة الحالية تدرس اثر الاستخدام على الأداء الوظيفي فالاختلاف يبرز في المتغير المستقل لا يتشابهان.

بالنسبة لفرضيات الدراسة نجد أن الدراسة السابقة تمحورت فرضياتها حول انه لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتوجه بالزبائن للتكنولوجيا المستخدمة في إدارة علاقات الزبائن والنظام الإداري المرتكز على الزبون في تحقيق أداء علاقات الزبائن في الجامعات الأردنية الخاصة.

، أما الدراسة الحالية تمحورت تساؤلاتها عن ما اذا كان هنالك اثر من استخدام الموظف للفايسبوك واليوتوب على الأداء الوظيفي داخل المؤسسة.

* بالنسبة للمجال المكاني لدراسة السابقة هو عينة طالبات الجامعات الأردنية الخاصة، أما الدراسة الحالية فالمجال المكاني هو مؤسسة عمومية "مديرية الثقافة بأدرار.

- جوانب الاستفادة من الدراسات السابقة:

تتمثل في تصويب الإشكالية وضبطها أكثر اكتساب خبرة مسبقة عن الموضوع سواء بالنسبة للجانب المنهجي أو الجانب الميداني في كيفية تحليل وتفسير النتائج المتوصل إليها.

الدراسة الثالثة: رسالة ماجستير من إعداد الطالب بدر الدين بن بلعباس بعنوان: "شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين" - الفيسبوك وطلبة جامعة بسكرة نموذجا¹.

تمثلت إشكالية الدراسة في العلاقة بين شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين.

هدفت دراسته إلى البحث في مسألة شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين بجامعة بسكرة

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي مستخدمة كل من أداة الملاحظة والاستبيان في الدراسة الميدانية

- فرضيات الدراسة:

توجد علاقة بين استخدام الطلبة الجامعيين للفيسبوك ورؤيتهم للعادات الاجتماعية.

يناقش الطلبة الجامعيين مسألة التقاليد الاجتماعية على شبكة الفيسبوك.

توجد علاقة بين استخدام الطلبة الجامعيين للفيسبوك ومسألة الأعراف الاجتماعية

توجد علاقة بين استخدام الطلبة الجامعيين للفيسبوك وبين اللغة المستعملة في نقاشاتهم

نتائج الدراسة:

توصلت هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

¹ - بدر الدين بن بلعباس، شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين - الفيسبوك وطلبة جامعة بسكرة نموذجا، رسالة ماجستير قسم العلوم الاجتماعية تخصص علم اجتماع التربوي، جامعة بسكرة، الموسم الجامعي: 2014-2015.

أثبتت وجودت علاقة بين استخدام الطلبة الجامعيين للفايسبوك ورؤيتهم للعادات الاجتماعية.

يناقش الطلبة الجامعيون المواضيع المتعلقة بالعادات الاجتماعية على صفحات الفاييسبوك ويؤكدون على أهمية هذه المواضيع وضرورة التعاطي معها بلا تمييز لمنطقة معينة دون أخرى اجتنابا للدخول في متاهات العنصرية

يرى أغبية الطلبة أن نقاشاتهم على صفحات الفاييسبوك إنما تنطلق من فكرة مسبقة وخلفية محددة وبالتالي فإن طرحهم لقضايا العادات الاجتماعية على الفاييسبوك إنما يختزل رؤيتهم إليها في الواقع

الطلبة كشريحة واعية تميز جدا بين منطقتي التعامل بالفايسبوك ويدعمون النقاشات الراقية التي تصنع آفاق علمية

مقارنة الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية:
أوجه التشابه:

تشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية وأقصد بذلك دراستي انهما يتشابهان في موضوع البحث المتمثل في شبكات التواصل الاجتماعي.

أيضاً يتشابهان في المنهج ، حيث ان كلاهما استخدمتا المنهج الوصفي للتحليل.
أوجه الاختلاف:

تختلف الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية فيما يلي:

يختلفان في زاوية البحث وفرضيات الدراسة والمجال المكاني.

* بالنسبة لزاوية البحث نجد أن الدراسة السابقة تدرس شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين، أما الدراسة الحالية تدرس اثر استخدام الموظف لشبكات لتواصل الاجتماعي على أدائه الوظيفي داخل المؤسسة، الاختلاف في زاوية البحث أي في المتغير المستقل.

* بالنسبة لفرضيات الدراسة نجد أن الدراسة السابقة تمحورت فرضياتها حول علاقة بين استخدام الطلبة الجامعيين للفايسبوك ورؤيتهم للعادات الاجتماعية. والعلاقة بين استخدام الطلبة الجامعيين للفايسبوك ومسألة الأعراف الاجتماعية. والعلاقة بين استخدام الطلبة الجامعيين للفايسبوك وبين اللغة المستعملة في نقاشاتهم

أما الدراسة الحالية تمحورت تساؤلاتها عن ما اذا كان هنالك اثر من استخدام الموظف للفايسبوك واليوتوب على أدائه الوظيفي داخل المؤسسة.

* بالنسبة للمجال المكاني لدراسة السابقة هو عينة طلبة جامعة بسكرة نموذجاً ، أما الدراسة الحالية فالمجال المكاني هو مؤسسة عمومية "مديرية الثقافة بأدرار.

- جوانب الاستفادة من الدراسات السابقة:

تتمثل في تصويب الإشكالية وضبطها أكثر، اكتساب خبرة مسبقة عن الموضوع سواء بالنسبة للجانب المنهجي أو الجانب الميداني في كيفية تحليل وتفسير النتائج المتوصل إليها.

ثامنا: تحديد المفاهيم والمصطلحات:

يعتبر تحديد المفاهيم إحدى الخطوات المنهجية الهامة التي تساعد الباحث في دراسته، وقد اعتمدت على تحديد المفاهيم من الناحية اللغوية و الاصطلاحية والإجرائية. لدينا متغيرين وهما المتغير المستقل والمتغير التابع نقوم بإعطاء التعريف

الاصطلاحي والإجرائي لهما

1- شبكات التواصل الاجتماعي

2- الأداء الوظيفي

* شبكات التواصل الاجتماعي من الناحية اللغوية:

* الشبكة لغة

تعرف "الشبكة" في اللغة: الشين والباء والكاف أصل صحيح يدل على تداخل الشيء، ويقال بين القوم شبكة نسب أي مداخلة، ومن ذلك الشبكة.¹

تعرف أيضا "الشبكة" في اللغة كما أشار الرازي أنها مشتقة من الخلط والتداخل واشتباك الظلام أي اختلط.²

* التواصل لغة:

الواو والصاد واللام أصل واحد يدل على ضم الشيء الى شيء حتى يعقله، ووصلته به وصلاً، والوصل: ضد

الهجران. والوصل عطف بعض الجمل على بعض. وقد انبثقت كلمة اتصال

من اللفظة اللاتينية communius .

¹ - أبو الحسين احمد بن فارس بن زكرياء، المقاييس في اللغة، بيروت- دار الفكر، (ب، ت)، ص548.

² - مختار ابن ابي بكر الرازي، مختار الصحاح، دار المعرفة، بيروت، لبنان، 2005، ص25.

والتي تعني المشاركة، أما في اللغة الفرنسية فكلمة communication تدل على مجموع التقنيات والوسائل المستخدمة في نقل المعلومات بين مختلف الأفراد وتدل ايضاً على مشاركة وانتشار خبر وتبليغ رسالة¹.

يعرف "التواصل" في اللغة كما أشار الفيومي بقوله: وصلت الشيء بغيره وصلاً فاتصل به والوصول ضد الهجر وبينهما واصل أي اتصال مستمر لا ينقطع.² ويفهم من التعريف اللغوي أن اختيار كلمة "شبكات التواصل الاجتماعي" يدل على الشبكات الخاصة بعملية نقل واستقبال للمعلومات بين طرفين أو أكثر.

* شبكات التواصل الاجتماعي من الناحية الاصطلاحية:

يعرف "محمد عواد" شبكات التواصل الاجتماعي بأنها: "تركيبية اجتماعية إلكترونية تتم صياغتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات".

يعرف "محمد هبة خليفة" شبكات التواصل الاجتماعي بقوله: "هي مواقع فعالة جداً في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء كما تمكن الأصدقاء من الاتصال ببعضهم البعض وبعد طول السنوات تمكنهم من التواصل المرئي والصوتي".³

التعريف الإجرائي لشبكات التواصل الاجتماعي:

شبكات التواصل الاجتماعي هي مواقع إلكترونية متاحة على شبكة الإنترنت تعرض على المستخدم خدماتها من خلال التواصل والتفاعل والتبادل ومشاركة النصوص والصور والفيديوهات والدردشة إلى غير ذلك من خدماتها، ونقصد بشبكات التواصل الاجتماعي في دراستنا هذه الفيسبوك واليوتوب، وهذا بناء على دراستنا الاستطلاعية للميدان.

¹ أبو الحسين أحمد بن فارس بن زكرياء، مرجع سبق ذكره، ص109.

² أحمد بن محمد بن علي الفيومي، المصباح المنير، - مكتبة لبنان - بيروت، 1987، ص115.

³ صالح العلي: مهارات التواصل الاجتماعي: الاسس- المفاهيم والقيم، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان- الاردن ط 2015، ص141.

2- الأداء الوظيفي:

الأداء الوظيفي من الناحية اللغوية:

جاء في منجد اللغة العربية: الأداء بأنه: "تسديد أو دفع ما هو واجب ومستحق و
وأدى ما عليه قام بما هو ملزم به".¹

يعرف معجم الطلاب الوسيط الأداء بأنه: يعني أدى أداء أو تأدية دينه²

يعرف "الرازي" الأداء بقوله: هو مصدر الفعل أدى ويقال أدى الشيء أوصله
والاسم أدى الأمانة وادى الشيء وقام به³

والأداء هو أدى للأمانة من فلان بالمد.⁴

- الأداء اصطلاحاً:

يعرف "أحمد سيد مصطفى" الأداء بأنه: درجة بلوغ الفرد أو الفريق أو المنظمة
الأهداف المخططة بكفاءة وفعالية.⁵

يعرف "علي السلمي" الأداء بأنه: "الرغبة والمقدرة يتفاعلان معاً في تحديد مستوى
الأداء حيث أن هناك علاقة متلازمة ومتبادلة بين الرغبة والمقدرة في العمل ومستوى
الأداء".⁶

- الأداء الوظيفي اصطلاحاً:

يعرف الأداء الوظيفي اصطلاحاً بأنه: نشاط يمكن الفرد من انجاز الوظيفة أو المهمة
المكلف بها.⁷

¹ لويس معوف، المنجد في اللغة العربية، ط2، بيروت - لبنان، دار المشرق 2001، ص14.

² كريم سيد محمد محمود، الطلاب الوسيط، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، ط1، 2006، ص12.

³ مختار بن ابي بكر الرازي، مختار الصحاح، دار المعرفة، بيروت - لبنان، 2005، ص27.

⁴ احمد بن زكي بدوي، محمد كامل مصطفى، معجم مصطلحات القوى العاملة، مؤسسة شباب الجامعة، الاسكندرية، مصر، 1984، ص166.

⁵ محمد سعيد انور السلطان، السلوك التنظيمي، دار الجامعة الجديدة، مصر 2003، ص219.

⁶ صلاح الدين عبد الباقي، ادارة الموارد البشرية من الناحية العلمية والعملية، الدار الجامعية، مصر، 2005، ص280.

⁷ المير عبد الرحيم، العلاقة بين ضغوط العمل وبين الولاء التنظيمي والرضا الوظيفي، مجلة الادارة العامة، العدد2، 1995، ص213.

يعرف أيضا الأداء الوظيفي بأنه: تنفيذ الموظف لإعماله ومسؤولياته التي تكلفه بها المنظمة او الجهة التي ترتبط وظيفته بها.¹

التعريف الإجرائي للأداء:

هو انجاز الأعمال التي يقوم بها ويحقق نتائج بها.

التعريف الإجرائي للأداء الوظيفي:

الأداء الوظيفي هو كل ما يقوم به الموظف من أعمال مرتبطة بالمهام المكلف بها من خلال وظيفته في العمل. ونقصد بالأداء الوظيفي في دراستنا هذه سرعة الانجاز والانضباط والعلاقات الاجتماعية.

¹ هلال محمد حسن، مهارات إدارة الأداء، مركز تطوير الأداء والتنمية، القاهرة ، 1996، ص11.

عاشرا: صعوبات الدراسة:

- صعوبة جمع المراجع التي تتحدث عن شبكات التواصل الاجتماعي في حدود اطلاعي ومعرفتي.
- عدم وجود بعض العمال في مناصبهم في اطار انجاز مهام خارج المؤسسة.

الخلاصة: من خلال عرضنا للإطار المنهجي للدراسة وبناء على المعطيات التي تم تقديمها نخلص بالقول الى ان الاطار المنهجي للدراسة بما يحويه من اشكالية وتساؤلات وفرضيات ودراسات سابقة يضيفي على الدراسة البحثية صبغة علمية لان بدونها لايمكن اعتبار البحث بحث علمي.

الفصل الثاني

شبكات التواصل الاجتماعي

تمهيد

- أولاً: تعريف شبكات التواصل الاجتماعي.
 - ثانياً: التطور التاريخي لشبكات التواصل الاجتماعي.
 - ثالثاً: مميزات شبكات التواصل الاجتماعي.
 - رابعاً: أنواع شبكات التواصل الاجتماعي.
 - خامساً: أسباب ودوافع انتشار شبكات التواصل الاجتماعي.
 - سادساً: استخدامات ووظائف شبكات التواصل الاجتماعي.
 - سابعاً: فوائد شبكات التواصل الاجتماعي.
 - ثامناً: أهمية ودور استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.
 - تاسعاً: إيجابيات وسلبيات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.
- خلاصة:

تمهيد:

شهد العالم في السنوات الأخيرة نوعاً من التواصل الاجتماعي بين البشر في فضاء إلكتروني قرب المسافات بين الشعوب وألغى الحدود وزواج بين الثقافات، وسمي هذا النوع من التواصل بين الناس بشبكات التواصل الاجتماعي. وسنقوم في هذا الفصل بالتعريف بهذه الشبكة مبرزين أنواعها ومميزاتها وأسباب ودوافع انتشارها، بالإضافة إلى استخداماتها وأهميتها وصولاً إلى إيجابياتها وسلبياتها.

أولاً: تعريف شبكات التواصل الاجتماعي

الشبكات الاجتماعية مصطلح يتكون من كلمتين: الشبكات - الاجتماعية.

الشبكات: مفردتها شبكة جاءت من الفعل شبك، تقول العرب شبك الشيء أي أنشبه بعضه في بعض، وشبكت الأمور أي تداخلت واختلطت.

الاجتماعية: جاءت من الفعل اجتمع أو تجمع، يقال: تجمع القوم أي أتوا وانظموا.

فهناك عدة مفاهيم لشبكات التواصل الاجتماعي من الناحية الاصطلاحية تورد البعض منها:

الشبكات الاجتماعية: مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت

العالمية ظهرت مع الجيل الثاني أو ما يعرف بـ الويب تتيح التواصل بين الأفراد¹.

تعرف أيضاً بأنها: منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء حساب خاص ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات.

تصنف هذه المواقع ضمن مواقع الجيل الثاني للويب Web 2.0 وسميت اجتماعية

لأنها جاءت من مفهوم "بناء المجتمعات"، وبهذه الطريقة يستطيع المستخدم التعرف على

1- عطا الله بن فهد السرحاني، توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في مكافحة الإرهاب، الدورة التدريبية، 2013م، ص 05.

أشخاص لديهم اهتمامات مشتركة في شبكة الانترنت والتعرف على المزيد من المواقع في المجالات التي تهتمه¹.

يعرفها ريتشر وكوشي: "شبكات التواصل الاجتماعي هي تطبيقات ومناير وسائل الإعلام عبر شبكة الانترنت تهدف إلى تسهيل التفاعل والتعاون وتبادل المعلومات"². أيضا هي تلك المواقع التي تمكن الأفراد من إنشاء شبكات اتصال بأفراد آخرين وعلى الرغم من أنها شبكات اجتماعية إلا أن الأفراد يمكن أن يتصلوا ببعضهم لأسباب شخصية أو مهنية سواء كانوا على معرفة بهم أم لا³.

فمن كل هذه التعاريف نقول أن شبكات التواصل الاجتماعي هي مواقع إلكترونية تسهل التواصل مع الآخرين سواء كانت في مجال العمل أو مجالات شخصية. كما تعد وسيلة اتصالية تشارك الأفراد من خلال نقل المعلومات وتبادل الرسائل الفورية عبر صفحات خاصة فهي تسهل لهم التواصل، إذ تستخدمها بعض المؤسسات في إطار وسيلة عمل فعالة لتسهيل العمل وتحسين أداء الموظف.

ثانيا: التطور التاريخي لشبكات التواصل الاجتماعي:

يرجع ظهور مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي إلى عالم الاجتماع "جون بارنز John A. Barnes" في 1954م حيث كانت في بداياتها تتمثل في نوادي المراسلة العالمية التي تستخدم في ربط علاقات الأفراد في مختلف الدول باستخدام الرسائل المكتوبة، إلا أن ظهورها ساعد في انتشار هذا المفهوم بشكل واسع من خلال التطبيقات والمواقع الإلكترونية التي تركز على بناء شبكات اجتماعية تربط ذوي الاهتمام والنشاط المشترك،

1- وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفيس بوك على المجتمع، ط1، اليونان، 2011م، ص 07.

2- محمد فرج عبد السميع، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التسويق، دراسة منشورة من وزارة السياحة، مصر، 2012م، ص 20.

3- زاهر رضي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، العدد 15، جامعة عمان - الأردن، ط 2003م، ص

بحيث يكون لكل مشترك حساب خاص يحتوي على ملف شخصي لحماية حسابه تسمح للمستخدمين بتبادل وتشارك المعلومات¹.

مرت بنشأتها وتطورها بمرحلتين:

المرحلة الأولى: مرحلة الجيل الأول للويب Web 1.0.

المرحلة الأولى: مرحلة الجيل الثاني للويب Web 2.0.

ازدادت هذه الشبكات شهرة في المرحلة الثانية.

المرحلة الأولى: تعرف بمرحلة الجيل الأول للويب Web 1.0، كانت الشبكات التي ظهرت في هذا الجيل ذات صفحات ثابتة، وتعتبر هذه المرحلة البداية لشبكات التواصل الاجتماعي، ومن أبرز الشبكات التي تكونت وبرزت في هذه المرحلة هي موقع كلاس ميتس Class Mates ظهر عام 1995م.

وكان أول موقع للظهور في أمريكا موقعاً للتواصل الاجتماعي يسمى theglobe.com، حيث كان يركز على ربط لقاءات بين الأفراد السماح لهم بالتفاعل من خلال غرف الدردشة وتشارك المعلومات.

ظهر عام 1997م مع sixdebegrees.com الذي يركز على الروابط غير المباشرة والملفات الشخصية للمستخدمين والرسائل المتبادلة.

وفي 1999م ظهر عدد من شبكات التواصل الاجتماعية المبنية على الثقة والصدقة، وظهرت شبكات أخرى مثل موقع لايف جونا، وفي 2003م ابتكر موقع فيس ماتش، وعلى الرغم من أهمية هذه الشبكات في وقت إنشائها لكنها لم تدر أرباحاً على مؤسسيها وبالتالي أغلق أغلبها².

1- إبراهيم أحمد الدوي، التواصل الاجتماعي، مقال منشور، رئيس مركز المعلومات والبحوث، المنظمة العربية للهلال الأحمر والصليب الأحمر، ص 03.

2 خديجة عبد العزيز علي إبراهيم، واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي - العملية التعليمية - دراسة ميدانية، جامعة صعيد مصر، يوليو 2014م، ص 227.

المرحلة الثانية: هب المرحلة التي ظهرت بها الويب 2 (Web 2.0) وهو يحتوي على مجموعة من التطبيقات التي أثرت بدرجة كبيرة وبشكل واضح وملحوظ بشبكات التواصل الاجتماعي.

وأضاف الويب 2 شعبية كبيرة على الانترنت وذلك بسبب التطبيقات المعاصرة لها.

مثل: المدونات، ومشاركة الفيديو، الصور، والملفات.

وزاد الإقبال على شبكات التواصل الاجتماعي في مختلف أنحاء العالم من خلال ظهور عدة مواقع هي التي ساعدت على ذلك.

أول موقع ظهر سنة 2003م يسمى Friendster، وثاني موقع هو Facebook أنشأه مارك زوكربيرج ليجمع زملاؤه في جامعة هارفارد الأمريكية، وبهذا بدأ الانتشار العريض لشبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت.¹

ثالثاً: مميزات شبكات التواصل الاجتماعي:

تتميز شبكات التواصل الاجتماعي بمميزات جعلت منها مقصداً لمتصفح الانترنت في جميع أنحاء العالم، ومن أبرز هذه المميزات:

- إن هدف المواقع الاجتماعية خلق جو من التواصل في مجتمع احترافي يجمع بمجموعة من الأشخاص من مناطق ودول مختلفة على موقع واحد.
- العالمية؛ حيث تلغى الحواجز الجغرافية والمكانية وتتخطى الحدود الدولية، حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع فرد آخر في الغرب بكل بساطة.
- التفاعلية؛ فالفرد فيها كما أنه مستقبل وقارئ فهو مرسل وكاتب ومشارك.
- التنوع وتعدد الاستعمالات؛ يستخدمها الطالب للتعلم والعلم لبث عمله وتعليم الناس، والكاتب للتواصل مع القارئ.

1- خديجة عبد العزيز علي إبراهيم، نفس المرجع، ص 228.

- سهولة الاستخدام؛ فالشبكات الاجتماعية تستخدم بالإضافة لحروف وبساطة اللغة تستخدم الرموز والصور التي تسهل للمستخدم التفاعل والتواصل.
- التوفير والاقتصادية؛ فهي اقتصادية "شبكات التواصل" في الجهد والمال في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل، فالفرد البسيط يستطيع امتلاك حيز على شبكة التواصل الاجتماعي¹.

وهناك مميزات أخرى لشبكات التواصل الاجتماعي تتصف بها نصنفها إلى:

- 1- **الشبكات الثقافية:** تعد ثورة معلوماتية حيث تستقطب مستخدمين من كل أنحاء العالم.
- 2- **الشبكات المهنية:** هي من أنواع الشبكات الاجتماعية الأكثر أهمية تربط بين أصدقاء العمل وأصحاب الأعمال والشركات تتضمن ملفات شخصية للمتقدمين تحوي سيرهم الذاتية وما قاموا به في سنوات دراستهم وعملهم².

رابعاً: أنواع شبكات التواصل الاجتماعي:

نتيجة لانتشار العديد من المواقع الخاصة بشبكات التواصل الاجتماعي فإنه هناك صعوبة في حصر جميع المواقع الخاصة بذلك النشاط ولتسهيل العملية تم تصنيفها كما يلي:

النوع الأول: يختص بالاتصالات ومن أمثلة هذا النوع:

- 1- **المدونات:** هذا الموقع مثال لمدونة شخصية كما يوجد العديد من أنواع المدونات بعضها يختص بتناقل معلومات عن الأخبار بكل أنواعها وبعضها يختص بأمور شخصية، ومن أهم برامج المدونات:

1- صالح العلي، مهارات التواصل الاجتماعي - الأسس - المفاهيم - القيم، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان -الأردن ، ط2015، ص 147-148.

2- عبد الله ممدوح مبارك، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي، تونس ومصر، مذكرة ماجستير، دراسة منشورة، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2012م.

أ- المدونات الجزئية: ما هي إلا أسلوب لبث المعلومات بشكل سريع وما يميزها عن المدونات العادية هو صغر حجمها وكمية المعلومات (نصية، صور، صوتية، مرئية) المتداولة عليها مما يساعد الناس على تداول أحجام وكميات أصغر من المعلومات بشكل دائم.

ب- خدمات تحديد المواقع الإلكترونية: كما تعرف باختصار LBS هذه الخدمة تمكن المستخدم من تحديد موقعه الجغرافي وتعريف شركته من الأصدقاء بما يفعل ذلك الموقع بالتحديد ومن الفوائد العديدة لهذه الخدمة هي تعرفك عن شركتك بالأماكن الجديدة في مدينتك وفي أية مدينة أخرى، كما تتميز هذه الخدمة بتقديم معلومات عن الموقع قد تكون مفيدة مثل أرقام الاتصال، عنوان الموقع الإلكتروني، رأي المستخدم الشخصي في الخدمة¹.

النوع الثاني: يختص بمواقع الترابط الشبكي الاجتماعي.

ولعل من أشهر هذه المواقع هو موقع "فيسبوك" أكبر موقع من ناحية سرعة الانتشار والتوسع يعرف الفيسبوك بأنه خدمات تتيح للمستخدم التواصل مع الآخرين ومن أفضل أنواع مواقع التواصل الاجتماعي يسمح للمشاركين بالتواصل مع بعضهم البعض². استأثرت هذه الشبكة ألا وهي الفيسبوك بقبول وتجاوب أعداد كبير وكم هائل من البشر خاصة فئة الشباب وفي جميع أنحاء العالم.

وهي لا تتعدى حدود مدونة شخصية في بداية نشأتها عام 2004م في جامعة هارفارد بالولايات المتحدة الأمريكية من قبل طالب متعثر في الدراسة يدعى "مارك زوكربيرج" وكانت مدونته الفيسبوك محصورة في بداياتها في نطاق الجامعة وبتعداد أصدقائه فانتشرت شهرتها في المدارس بالولايات المتحدة الأمريكية.

1- صالح العلي، مهارات التواصل الاجتماعي - الأساس والمفاهيم والقيم، مرجع سبق ذكره. ص128

2- جمال سند السويدي، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية من القبيلة إلى الفيسبوك، (ب م ن)، ط1، 2013م، ص

يحتل الفايسبوك المركز الثالث بعد موقع قوقل ومايكروسوفت، ولقد أصبح مؤسس هذه الشبكة اصغر ملياردير في العالم وهو في 28 من عمره.

يرى أن الفيسبوك موقع تواصل اجتماعي يعمل على تكوين الأصدقاء ويساعدهم على تبادل المعلومات والملفات وغير ذلك من مقاطع الفيديو والتعليق على الصور وإمكانية المحادثة ويسهل إمكانية تكوين علاقات في فترة زمنية قصيرة.

كما استحوذ الفايسبوك اهتمام كبير من قبل الأدباء والفنانين والباحثين¹.

ومن الخدمات والمزايا التي يقدمها هذا الموقع هي إمكانية تكوين ألبومات وصور كافة بالمشارك وعائلته إضافة إلى المميزات الخاصة به منها:

- **الملف الشخصي:** فعندما تشترك في الموقع عليك أن تنشأ ملف شخصي يحوي معلوماتك الشخصية.
- **إضافة صديق:** يستطيع المستخدم إضافة أي صديق عبر بريده الإلكتروني.
- **إنشاء مجموعة:** وذلك عبر الانترنت يستطيع المستخدم إنشاء مجموعة تتجمع حول قضية معينة أو موضوع ما لهدف مشترك.
- **الصور:** مثل تحميل الألبومات والصور والأجهزة الشخصية إلى الموقع وعرضها.
- **إنشاء صفحة خاصة على الموقع:** وذلك لغرض ما مثل ترويج الأفكار ويتيح هذا الموقع أدوات لإدارة وتصميم الصفحة².

ب- **التويتر:** هو أحد شبكات التواصل الاجتماعي انتشرت في السنوات الأخيرة ولعبت دورا كبيرا في الأحداث السياسية في العديد من البلدان وخاصة في منطقة الشرق الأوسط وتصدرت هذه الشبكات في الآونة الأخيرة ثلاث مواقع رئيسية.

1- علاء الدين محمد عفيفي، الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية، دار الكتب والوثائق القومية، الإسكندرية، 2015م، ص 160-168.

2- حجازي إبراهيم، التكامل بين الإعلام التقليدي والحديث، دار معنز للطباعة والنشر، الأردن، (ب س ن)، ط1، ص 75-78.

أخذ التويتر اسمه من مصطلح "التويت" الذي يعني التغريد واتخذ من العصفورة رمزا له وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى 140 حرف للرسالة الواحدة.

فكل فرد له حساب في موقع التويتر يمكن له أن يتبادل مع أصدقائه تلك التغريدات من خلال ظهورها على صفحاتهم الشخصية.

والتويتر يتيح خدمة التدوين المصغرة والتحديثات عبر البريد الإلكتروني¹.

كما أنه موقع تواصل اجتماعي لا يقل عن الفيسبوك ويعتبر المنافس الأكبر له.

كانت بداية ميلاد هذه الخدمة المصغرة "تويتر" أوائل 2005م عندما أقدمت شركة Obvious الأمريكية على إجراء بحث تطويري خدمة التدوين المصغرة، ثم بدأ هذا الموقع في الانتشار عام 2007م كخدمة حيث قامت شركة Obvious عام 2007م في شهر أبريل بعض الخدمة عن الشركة وتكوين شركة جديدة باسم Twitter ومع ازدياد أعداد ممن مستخدميهم من كل الفئات زادت شهرته واليوم أصبح التويتر مصدرا معتمدا للتصريحات الشخصية².

ويتميز التويتر بمميزات تورد البعض منها:

- أنه سهل وسريع فبمجرد إدخال البريد الإلكتروني الخاص بك تصبح مشترك.
- محمول ومتحرك، فهو من المواقع التواصل المحمولة تتيح أدوات التدوين.
- مجاني؛ فإرسال التدوينات القصيرة عبر التويتر هو مجاني.
- أداة فعالة للتواصل مع العالم؛ يتيح التواصل مع مجموعة من الأصدقاء والمعارف التابعين لك على الموقع.

1- علاء الدين محمد عفيفي، المرجع السابق، ص 171.

2- سليمة رابحي، الحملات الانتخابية وشبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر بين وسائل الاتصال الجديدة، ملتقى دولي، حول شبكات التواصل الاجتماعي، جامعة بسكرة، العدد 9، سبتمبر 2012م.

- أداة تسويق فعالة؛ فالיום أصبح التويتر يستخدم من قبل الشركات للترويج لمنتجاتهم وعروضهم الجديدة في رسالة قصيرة ومعاينة تستطيع أن تعلن عن منتوجات للعالم¹.

فمن خلال المميزات الخاصة بهذا النوع من مواقع شركات التواصل الاجتماعي نقول أن التويتر سريع في نقل الأخبار والأحداث ساعة وقوعها من موقع الحدث. كما يستعين بالعديد من الصحفيين في الحصول على مادتهم العلمية.

وهذا ما توضحه شبكة الصحافة العربية بالقول: "يشكل التويتر وسيلة لتزويد مستخدميه بتحديثات في الزمن الحقيقي تعريفاً حول أخبار جارية ونامية ويملي للمراسلين من موقع أكثر إبقاء جمهورهم مطلقاً على ما يجري أول بأول، بدلاً من التقيد بالوقت الذي تقضيه وسائل إعلام أخرى².

أولاً: البريد الإلكتروني: يعتبر من أنواع شبكات التواصل الاجتماعي توجد له أنواع متعددة مثل Yahoo، Hotmail، Gmail، وأصبح وسيلة للتواصل بين مختلف الأفراد، الشركات، المؤسسات الحكومية العامة والخاصة، وهو يوفر إمكانية إرسال ويحاول الرسائل والملفات، ويعتبر سريع التواصل، يستخدم في مجال التعليم، الإدارة، وغير ذلك من المجالات³.

ثانياً: اليوتوب: أحد المواقع الاجتماعية الشهيرة والذي استطاع بفترة زمنية قصيرة الحصول على مكانة متقدمة ضمن مواقع التواصل الاجتماعي وخصوصاً دوره المتميز في الأحداث الأخيرة التي جرت ووقعت في اتخاذ مختلفة من العالم منها الكوارث الطبيعية والتحركات والانتفاضات.

1- حلمي خضر ساري، تأثير الاتصال عبر الانترنت في العلاقات الاجتماعية، مجلة الجامعة، دمشق، المجلد 24، العدد 1 و2، 2008م، ص 302.

2- علاء الدين محمد عفيفي، مرجع سبق ذكره، ص 176.

3- جمال سند السويدي، المرجع السابق، ص 13.

فهو موقع لمقاطع الفيديو متفرع من قوقل يتيح إمكانية التحميل عليه أو من منه لعدد هائل من المقاطع وتنفيد منه وسائل الإعلام بحيث أنه يعرض مقاطع فيديو لم تتمكن شبكات مراسيلها من الحصول عليها¹.

تأسس هذا الموقع أو هذا النوع من الشبكة من قبل ثلاث موظفين كانوا يعملون شركة باي بال PayPal عام 2005م في ولاية كاليفورنيا بأمريكا، ويعتمد اليوتوب في عرض المقاطع المتحركة على تقنية آدوب فلاش "Adobe flash"^{*}

ويشمل الموقع على مقاطع متنوعة من أفلام السينما والتلفزيون والفيديوهات وقامت قوقل بشراء هذا الموقع عام 2006م، وهو من الجيل الثاني من مواقع الويب (Web 2.0).

وأصبح شبكة التواصل الأول حسب اختيار مجلة تايم الأمريكية، ونقول في كتابها الأخير: "أن هناك قصة تتحدث عن ثقافة المشاركة وكيف أصبح العالم على النت على شكل مقاطع فيديو.

وحول تاريخ الموقع نقول موسوعة ويكيبيديا العالمية أنه: "تأسس موقع اليوتوب عن طريق تشاد هيرلي، وستيفن تشين، وجاود كريم وهم موظفون في شركة PayPal. وأول فيديو وضع على اليوتوب كان من جاود كريم يحمل عنوان: "الآن في حديقة الحيوان" في 2005م، وهو حالياً ثالث أكثر المواقع شعبية في العالم بعد ياهو وقوقل. وتطور استخدامه في الجامعات والحكومات لبث برامج توعية أو حصص إلكترونية². ومن مميزاته:

- عام ومجاني؛ فمن خلال هذا الموقع تستطيع تحميل وتنزيل ما تشاء مقابل التسجيل في الموقع فقط.

1- علاء الدين محمد عفيفي، مرجع سابق، ص 177.

* موقع ويب تجاري يسمح للمستخدمين بتحويل المال عبر الإنترنت والبريد الإلكتروني لعناوين مختلفة تم تأسيس هذه الشركة من قبل ماكس إيفينيش عالم أمريكي مع زملاءه

2- حلمي خضر ساري، مرجع سابق الذكر، ص 311.

- سهل الاستعمال.
- سهل المشاهدة.
- سهل للبحث.
- أداة رائعة للترويج.

ثالثاً: الانستجرام: تطبيق مجاني لتبادل الصور وشبكة اجتماعية للتواصل، أطلق في أكتوبر 2010م يسمح بالنقاط الصور بوضوح، وإضافة فلتر رقمي إليها ومن ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية وشبكة الانستجرام نفسها وتضاف الصور على شكل مربع¹.

خامساً: أسباب ودوافع انتشار شبكات التواصل الاجتماعي:

أحدثت الشبكات الاجتماعية ثورة في عالم الاتصال والتواصل وذلك لجمعها ملايين المستخدمين الذين يتبادلون كمية هائلة من المعلومات، فعلى سبيل المثال وصل حجم المشاهدين لشبكة التواصل الاجتماعي نسبة تفوق 100% فكان من أسباب ودوافع انتشارها ما يلي:

1- العزلة الاجتماعية: التي نتجت من نمط الحياة المعاصرة فوجدوا ضالتهم في الشبكات الاجتماعية.

2- مساحة الرأي وحرية الموقف: من المعروف أن هذه المواقع تسمح للأشخاص بحرية التعبير عن آرائهم وقضاياهم ومن ذلك ظهور مجموعات في موقع Facebook إحداهما خاصة بمكافحة الأمراض، وأخرى تدافع عن المسلمين في الخارج، وغيرها الكثير من المجموعات التي تقدم قضايا ومشاكل الأمة، وهذا لا يعني عدم وجود أفراد سلبيين يستخدمون هذه المواقع.

1- علي خليل شفرة، الإعلام الجديد "شبكات التواصل الاجتماعي"، دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2014م، ص 90-91.

3- البطالة أو الرغبة بتحسين الظروف المهنية: بعض شبكات التواصل الاجتماعي تتيح فرصة للحصول على وظيفة مناسبة لطالبي الشغل، كما تسهل للموظفين انجاز عمل أو مهمة مكلفين بها.

4- جمع المعلومات واكتساب الخبرة: شبكات التواصل الاجتماعي لما لها من أهمية كبيرة خاصة لفئة المتقنين تمكنهم من الحصول على أحدث الاتجاهات الثقافية والتجارية وغير ذلك.

5- الدعاية والإعلان: حيث تعد شبكات التواصل الاجتماعي أفضل الوسائل الإعلانية وأكثرها فاعلية وأقلها تكلفة حيث توفر مساحة كبيرة وتعد مجانية في أغلب الأحيان تتيح التواصل إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور في جميع الأوقات¹.

6- الفضول: تشكل مواقع التواصل الاجتماعي عالماً افتراضياً مليئاً بالأفكار والتقنيات المتجددة، فهي تقوم على فكرة الجذب وإذا ما توفرت ثنائية الجذب والفضول تحقق الأمر.

7- التعرف وتكوين الصداقة: سهلت مواقع التواصل الاجتماعي تكوين الصداقات حيث تجمع بين الصداقات الواقعية والصداقات الافتراضية فهي توفر فرصة لربط علاقات مع أفراد من نفس المجتمع أو من مجتمعات أخرى.

وفي الواقع أن شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت ليس لمجرد التعرف بل أداة تسويق لأصحاب الأعمال كونها تضمن سهولة الاتصال داخل وخارج مقر العمل².

ومنه نستخلص أن لهذه الشبكات دوافع كثيرة وأسباب عديدة فهناك من يستخدمها بدافع العلم والمعرفة وتوسع المعارف وهناك من يستخدمها لأغراض أخرى.

سادساً: استخدامات ووظائف شبكات التواصل الاجتماعي:

لشبكات التواصل الاجتماعي استخدامات عديدة في وظائف مختلفة منها:

1- سارة ناصر أبو شعبان، اتجاهات العاملين في العلاقات العامة نحو استخدام الشبكات الاجتماعية، مذكرة ماجستير، دراسة منشورة، دراسة ميدانية على المؤسسات المحلية، كلية الآداب، قسم الصحافة، ط2، 2010-2011م.

2- مشري مرسى، شبكات التواصل الاجتماعية الرقمية، نظرة في الوظائف، مجلة المستقبل العربي، لبنان، العدد 395، سنة 2012م، ص

1- الوظيفة الاجتماعية: وتتمثل في الاستخدامات الاتصالية الشخصية وهي الاستخدام الأكثر شيوعاً، ولعل الشرارة الأولى للشبكات الاجتماعية اليوم كانت بهدف التواصل الشخصي بين الأصدقاء في منطقة معينة أو مجتمع معين، وهذا الهدف موجود حتى الآن بالرغم من تطور الشبكات الاجتماعية¹.

على مستوى الخدمات ويمكن من خلال الشبكات الاجتماعية الخاصة بتبادل المعلومات والملفات الخاصة والصور ومقاطع الفيديو، كما أنها مجال رحب للتعرف والصدقة.

2- وظيفة العلاقات العامة والتسويق: من أهم الاستخدامات الحديثة لشبكات التواصل الاجتماعي والتي أحدثت تقدم في مجال تواصل الشركة مع المستهلكين هو اعتبار هذه الشبكات الاجتماعية مثل الفيسبوك، التويتر، اليوتوب، البريد الإلكتروني أهم وسيلة لبناء صورتها الذهنية.

3- الوظيفة العلمية والتعليمية: استخدام الشبكات الاجتماعية في العملية التعليمية والعلمية، فالدور الذي تلعبه في تطور وتطوير التعليم الإلكتروني حيث تعمل على إضافة الجانب الاجتماعي له والمشاركة من كل الأطراف في منظومة التعلم.

فاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي يزيد فرص التواصل والاتصال في خارج نطاق المدارس ويكسر حاجز الوقت فيمكن التواصل خارج وقت الدراسة ويقضي على الكثير من الرسميات داخل المدارس ويمكن التواصل الفردي أو الجماعي مع المعلم². فشبكات التواصل الاجتماعي لها استخدامات في وظائف يمكن استخدام صفحة المؤسسة أو الشركة على موقع الفيسبوك للتفاعل السريع مع المستخدمين أو غيرهم ممن لهم تساؤلات أو استفسارات حول موضوع ما.

1- جمال عبد الرزاق، ملخص دراسة التجارة الإلكترونية والشبكات الاتصالية، منشورة في اتجاهات قول، 2009م، ص 13.

2- صالح العلي، مهارات التواصل الاجتماعي - الأسس والمفاهيم والقيم، مرجع سبق ذكره، ص ص 151-152.

كما يمكن استخدام حساب المؤسسة على موقع التويتر لبث الأخبار التي تعني المؤسسة أو إرسال عروض ما.

سابعا: فوائد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي:

تقدم شبكات التواصل الاجتماعي عدة فوائد منها:

- 1- التبادل الفوري للمعلومات وهي خاصة غير متوفرة في المجتمع وهذا ما يتيح للمستخدمين المساهمة الفعالة في العديد من الأنشطة في بيوتهم مثل البحث عن المعلومات، التصفح وغير ذلك.
- 2- كسب الكثير من المعلومات وتبادل الآراء والأفكار وتكوين صفحات عبر شبكات التواصل¹.

أيضا هناك فوائد أخرى من استخدامها، مثل:

- 1- الوصول إلى عملاء.
- 2- التعريف بالمؤسسة على شبكة التواصل الاجتماعي.
- 3- التعريف بالمنتج الذي تعرضه.
- 4- مرونة الاستخدام، إذ يمكن اختيار أداة مناسبة وفقا للحاجة².

ثامنا: أهمية ودور استخدام شبكات التواصل الاجتماعي:

تلعب شبكات التواصل دورا مهما ولها أهمية في إتاحة مجال واسع أمام الإنسان للتعبير عن نفسه ومشاركة مشاعره وأفكاره مع الآخرين خاصة وأن هناك حقيقة علمية وهي أن الإنسان اجتماعي بطبعه يتواصل مع الآخرين ولا يمكن له العيش في عزلة. ولقد أثبتت الكثير من الدراسات العلمية أن الإنسان لا يستطيع إشباع جميع حاجاته البيولوجية والنفسية دون التواصل مع الآخرين فحاجاته هذه تفرض عليه العيش مع

1- عصام بن يحي الفيلات، المعرفة وشبكات التواصل الاجتماعي، مركز الدراسات الإستراتيجية، جامعة الملك بن عبد العزيز، الإصدار 39، 2012م، ص 14.

2- زهير عابد، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام، مجلة الجامعة للنجاح لأبحاث العلوم الإنسانية، مجلد 26، 2012م، ص 10.

الآخرين، أما الاحتياجات الاجتماعية فلا يمكن أن تقوم أساساً دون تواصل إنساني مع المحيط الاجتماعي¹.

ويتمثل دورها في:

- 1- سهولة التعارف والتواصل بين البشر فقد حققت قفزة مجتمعية في التعارف.
 - 2- أضحت ملاذا للأقليات والمستضعفين فبعض الدول العربية استطاعت أن تستفيد من الفراغ الافتراضي وأنشأت صفحات إلكترونية بأعداد كبيرة.
 - 3- نشر الوعي والدقة في تداول المعلومات.
 - 4- التسلية والترفيه لأن ثراء مواقع التواصل الاجتماعي وتنوع ما تبثه من أفلام وفيديوهات يوفر الفرصة للتسلية.
 - 5- التعبير عن الذات فمعظم وسائل التواصل الاجتماعي تعكس رؤية صاحبها وتعبّر عن شخصيته.
- فدورها بدأ يشعب في كل أنحاء العالم ولم يقتصر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الأفراد أو المؤسسات وإنما أصبحت الكثير من الجامعات والمعاهد العالمية تتواصل مع طلابها عبر الشبكات الاجتماعية².

1- صالح العلي، مهارات التواصل الاجتماعي - الأساس والمفاهيم والقيم، مرجع سبق ذكره، ص 146.

2- علاء الدين محمد عفيفي، الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية، مرجع سبق ذكره، ص 181.

تاسعا: إيجابيات وسلبيات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي:

لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي اثر إيجابي وسلبي، وسنبرز أهم هذه

الجوانب:

أ- إيجابيات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي:

من إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي:

- تقريب المسافات بين القارات؛ فتعد مواقع التواصل الاجتماعي طفرة تكنولوجية نتج عنها إمكانية مشاهدة الأقارب والأهل، كما يمكن عن طريقها إجراء اجتماعات خاصة في مجال العمل وانجاز العديد من المهام.
- اكتساب خبرات وتكوين الصداقات.
- استطاعت شبكات التواصل الاجتماعي تقديم كل ما يحتاجه المرء من إمكانيات وأدوات لاكتساب معرفة من جميع أنحاء العالم.
- أكثر انفتاحا على الآخر؛ إن التواصل مع الأفراد سواء كانوا مختلفين عنك في الدين أو الثقافة والعادات والتقاليد والمظهر والميول فإنك قد اكتسبت صديقا ذا هوية مختلفة عنك.
- منبر للرأي والرأي الآخر؛ إن من أهم خصائص مواقع التواصل الاجتماعي سهولة التعديل على صفحاتها وكذلك حرية إضافة المحتوى الذي يعبر عن فكرك ومعتقداتك فالمجال مفتوح أمام حرية التعبير¹.

ب- سلبيات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي:

مثلما توجد آثار إيجابية لشبكات التواصل الاجتماعي توجد سلبيات من استخدامها فهي سلاح ذو حدين، ومن سلبياتها:

1- إضاعة الوقت؛ فإدمان الجلوس عليها يعطل الأعمال.

1- خالد غسان المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2014م، ص 35.

2- الإدمان على مواقع التواصل؛ فاستخدامها خاصة من قبل ربات البيوت والمتقاعدين بسبب الفراغ أحد النشاطات الرئيسية في حياة الفرد اليومية وهو ما يجعل ترك هذا النشاط أو استبداله أمر صعب للغاية خاصة وأنها تعد مثالية من ناحية الترفيه لملئ وقت الفراغ.

3- التشهير ونشر الإشاعات.

4- انتهاك الخصوصية الخاصة والعامة.

5- تعرض للخداع فبعض الأشخاص عبارة عن مسوقين لمننقيات ضارة بالمستخدم.

ولتأمين الحقوق الخاصة للأفراد والمواقع هناك نصائح مختصرة:

- ليس كل ما يعرف يكتب على الحاسوب وينشر على الشبكة، فحاول أن تكون لك أسرار خاصة تحتفظ بها.

- شفر معلوماتك الخاصة أي اجعل لها شفرة.

- تعرف على كل من تضيفهم كأصدقاء أو مشاركين على ملفاتك¹.

ومجمل القول أن لشبكات التواصل الاجتماعي مكانة بارزة في المجتمع، إذ أن الإقبال عليها يزداد يوماً بعد يوم، كما أن التطور المذهل الذي عرفته جعلها تحتل مكانة اجتماعية عالية وأصبح لها شعبية في العالم، فقد فرضت نفسها وبقوة داخل المجتمعات خلال العشر سنوات الأخيرة.

1- علاء الدين محمد عفيفي، مرجع سبق ذكره، ص 123.

الفصل الثالث

الأداء الوظيفي

تمهيد

أولاً: ماهية الأداء

ثانياً: أنواع الأداء

ثالثاً: خطوات وطرق تقييم الأداء

رابعاً: مراحل تقييم الأداء

خامساً: العوامل المؤثرة في الأداء

سادساً: تعريف الأداء الوظيفي

سابعاً: أهمية الأداء الوظيفي

ثامناً: عناصر ومحددات الأداء الوظيفي

تاسعاً: أنماط الأداء الوظيفي

عاشراً: معايير الأداء الوظيفي

حادي عشر: العوامل المؤثرة على الأداء الوظيفي

خلاصة

تمهيد:

تركز المنظمات الحديثة جهودها للارتقاء المستمر بمستوى أدائها وأداء أفرادها العاملين وتخصص الكثير من ميزانياتها لإيجاد السبل الكفيلة لرفع الأداء وتحقيق مستويات عالية لأن نجاح المنظمات مرتبط بأداء العاملين فيها، وعليه اهتم الباحثون بموضوع الأداء لأهميته الكبيرة بالنسبة للفرد والمنظمة على حد سواء. وسنقوم في هذا الفصل بالتعريف بالأداء وأنواعه، إضافة للعوامل المؤثر فيه، وصولاً إلى الأداء الوظيفي من حيث التعريف والأهمية والعناصر والأنماط والمعايير المعتمدة في ذلك ختاماً بالعوامل المؤثرة على الأداء الوظيفي

أولاً: ماهية الأداء:

ظهر مصطلح الأداء في القرن 19 إذا تعود جذوره الأصلية إلى اللغة الفرنسية، وكان يعرف آنذاك على أنه النتيجة المحصلة من قبل حصان السباقات والنجاح الذي يحصده في ذلك السباق.

ثم أصبح يستعمل مصطلح الأداء للدلالة على نتائج سباق العدو للرجال ليطور بعدها على مدى القرن 20.

تعددت التعاريف عن مفهوم الأداء نورد البعض منها: "يعرف على أنه نشاط يؤدي إلى نتيجة وخاصة السلوك الذي يفيد المحيط بشتى الأشكال".

وهو ما يفعله الفرد استجابة لمهمة معينة سواء فرضها عليه الآخرون أو قام بها من ذاته¹.

فمن خلال هذا التعريف نقول أن الأداء هو كل سلوك يقوم به الفرد استجابة لانجاز المهمة المكلف بها من طرف مسؤوله ويؤدي إلى نتيجة.

1- عبد الحكيم أحمد الخزامي، تكنولوجيا الأداء من التقييم إلى التحسين، مكتبة ابن سينا للنشر والتوزيع، مصر، بدون سنة نشر، (ب.س.ن)، ص 19.

يعرف توماس الأداء بأنه: "هو التفاعل بين السلوك والانجاز وأنه مجموع السلوك والنتائج حيث تكون هذه النتائج قابلة للقياس¹.

ومن خلال هذا التعريف يقول أن الأداء هو تفاعل السلوك والانجاز في العمل.

يعرف الأداء سيزلافي ومارك جي والاس بأنه يمثل المقياس الأساسي للحكم على فعالية الأفراد والجماعات والمنظمات يستخدم لإبراز نقاط القوة والضعف في الأفراد والجماعات والمنظمات، زيادة على ذلك يمكن أن تصلح تقييمات الأداء كأساس للحوافز والعقاب².

فمن خلال هذا التعريف نقول أن الأداء عبارة عن أداة يمكن من خلالها الحكم على فعالية الأفراد والجماعات والمنظمات ويعتمد عليه كوسيلة للإجازات والعقوبات.

تعرف راوية حسن الأداء بأنه: يشير إلى درجة تحقيق وإتمام المهام المكونة لوظيفة الفرد وهو يعكس الكيفية التي يحقق أو يشبع بها الفرد متطلبات الوظيفة.

وغالبا ما يحدث لبس وتداخل بين الأداء والجهد.

فالجهد يشير إلى الطاقة المبذولة.

أما الأداء فيقاس على أساس النتائج التي حققها الفرد³.

ومن خلال هذا التعريف نقول أن الأداء يمثل الوسيلة التي من خلالها يشبع الفرد حاجاته ومتطلباته.

ويعرف أحمد خضر الأداء على أنه: قيام الفرد بالأنشطة والمهام المختلفة التي يتكون منها عمله⁴.

1- عبد البار إبراهيم درة، تكنولوجيا الأداء البشري في المنظمات، القاهرة، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة - مصر، 2003، ص 25.

2- صالح بن نوار، فعالية التنظيم في المؤسسات الصناعية، مخر علم الاجتماع والاتصال للبحث والترجمة، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2010م، ص 91.

3- راوية حسن محمد، إدارة الموارد البشرية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، 1999م، ب ط، ص 216.

4- أحمد صقر عاشور، السلوك الإنساني في المنظمات، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2005م، ص 25.

ثانياً: أنواع الأداء:

يصنف الأداء إلى ثلاث أنواع:

1- أداء المهام.

2- الأداء الظرفي.

3- الأداء المعاكس.

وسنقوم بشرح كل نوع:

أ- أداء المهام: يقصد به السلوكيات التي تسهم في انجاز عمليات جوهرية في المنظمة مثل الإنتاج المباشر للبضائع والخدمات والبيع، فكل أداء يسهم بشكل مباشر أو غير مباشر في تنفيذ عمليات المنظمة، ففي الوظائف الإدارية يمكن أن يشمل هذا الأداء أو السلوك إلى إحداث تحويل الأفراد من حالة النزاع بواسطة الصراع إلى جو تنافسي.

ب- الأداء الظرفي: يشير الأداء الظرفي إلى السلوكيات التي تسهم بشكل غير مباشر في تحويل ومعالجة العمليات الجوهرية في المنظمة وهذه السلوكيات التي تساهم في تشكيل كل من الثقافة والمناخ التنظيمي، والأداء هنا ليس دوراً إضافياً في طبيعته وإنما يكون خارج نطاق مهام الوظيفة الأساسية ويعتمد على الظرف الذي يجري فيه معالجة العمليات.

ج- الأداء المعاكس: يختلف عن النوعين السابقين بحيث أنه يتميز بسلوك سلبي في العمل مثل التأخر عن مواعيد العمل أو الغياب، وقد يشمل سلوكيات مثل الانحراف¹.

ثالثاً: خطوات وطرق تقييم الأداء:

أ- خطوات الأداء:

لتقييم الأداء هناك خطوات يمر بها وهي:

1- أحمد السيد مصطفى، إدارة الموارد البشرية، دار الهندسة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008م، ط3، ص ص 54-55.

1) تحديد معايير الأداء: هناك من الاعتبارات والضوابط التي يجب أن يوليها القائمون بتصميم مقاييس الأداء وعنايتهم لها فعليها تتوقف فعالية ودقة المعلومات التي تعطيها المقاييس المستخدمة، ونوجز هذا كله في هذه الاعتبارات مثل:

- الصدق: يجب على القائمون بتصميم المقاييس أن يتحققوا من أن الجوانب التي يحتويها المقياس ذات أهمية وارتباط بالفاعلية والكفاءة المطلوبين في أداء الفرد لعمله فالعوامل الداخلية في المقياس يجب أن تعبر عن تلك التي يتطلبها أداء العمل لا أكثر ولا أقل.

- الثبات: ويقصد به أن يكون المقياس يحتوي على شيء من الإخلاص أي يعطينا نفس النتائج.

- التمييز: والمقصود به قدرته على التفرقة بين المستويات المختلفة الأداء مهما كانت ضئيلة.

2) قياس الأداء: تتعلق خطوات قياس الأداء بجميع المعلومات حول الأداء الفعلي وهناك أربع مصادر للمعلومات تستخدم لقياس الأداء وهي: ملاحظة الأفراد العاملين، التقارير المكتوبة، التقارير الإحصائية، التقارير الشفوية¹.

ب- طرق تقييم الأداء:

هناك طرق عديدة يعتمد عليها في تقييم الأداء منها:

1) طريقة الوقائع ذات أهمية القصوى: وهذه الطريقة تكون في قياس أداء العامل في ضوء وقائع جوهرية خلال فترة تقييم أداءه خلالها، وقد تكون هذه الوقائع رديئة أو ضارة بالعمل أو بأهداف المنظمة، بحيث أن هذه الطريقة تتطلب أن يقوم الرئيس مباشرة بتسجيل هذه الوقائع. وبذلك يقوم الرئيس بتدوينها وفقا لتاريخ حدوثها، بالإضافة إلى ضرورة تسجيل الأعمال وهذا خشية نسيانها².

1- أحمد صقر عاشور، إدارة القوة العاملة، دار النهضة العربية، بيروت، 1983م، ص 335.

2- حسن إبراهيم بلوط، إدارة الموارد البشرية مدخل الإستراتيجي، ط1، دار النهضة العربية، بيروت، 2002م، ص 381.

(2) طريقة الترتيب البسيط: تعتمد هذه الطريقة على ترتيب الأفراد العاملين بالتسلسل، حيث يضع المقيم كل فرد عامل في ترتيب يبدأ في الأحسن أداء إلى الأسوء أداء، وتتميز هذه الطريقة بالبساطة وسهولة الاستخدام، أما عيوبها فهو معرفة كيف يكون هؤلاء أفضل من البعض الآخر¹.

(3) طريقة المقارنة المزدوجة الثنائية: بحيث يقوم المقيم بمقارنة كل فرد مع جميع الأفراد العاملين من حيث مرتبة الفرد بين زملائه، فمثلا إذا كان هناك خمس أفراد فإنه سيتم تقييم الفرد الأول مع الثاني والثالث حتى معرفة من هو الأفضل².

(4) طريقة التدرج: في هذا النوع من الطرق يتم وضع تصنيفات للأفراد العاملين وفقا لهذه الطريقة بحيث يمثل كل تصنيف درجة معينة، فقد تكون هناك ثلاث تصنيفات كالآتي: الأداء المرضي، والأداء غير المرضي، والأداء المميز، حيث توضح هذه التصنيفات من قبل الإدارة، ومن ثم مقارنة أداء الأفراد وفقا لهذه التصنيفات المحددة مسبقا، حيث يوضع كل فرد وفقا لدرجة أدائه.

(5) طريقة التدرج البياني: تعتمد هذه الطريقة على عدد من الصفات، أو بخصائص التي تتعلق بالعمل والأداء بحيث تكون لكل صفة أو خاصية درجة مرقمة، أو مصنفة بشكل متسلسل، وعليه يتم تقييم كل فرد وفقا لدرجة امتلاكه لهذه الصفات أو الخصائص من قبل المقيم الذي يضع علامة تناسب مستوى أداء الموظف³.

1- ربابعة علي، إدارة الموارد البشرية، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2003م، ص 93.

2- نفس المرجع، ص 94.

3- ربابعة علي، نفس المرجع، ص 95.

رابعاً: مراحل تقييم الأداء:

تعتبر عملية الأداء عملية صعبة ومعقدة، تتطلب من القائمين على تنفيذها تخطيطاً سليماً ومبنياً على أسس منطقية ذات خطوات متسلسلة، بغية تحقيق الأهداف التي تنشدها المنظمة، وبالتالي يمكن ان نتعرف على تلك المراحل وهي كالآتي:

(1) وضع توقعات الأداء: تعد أولى خطوات عملية تقييم أداء العمال حيث يتم التعاون بين المؤسسة والعاملين على وضع توقعات الأداء، وبالتالي اتفاق فيما بينهم حول وصف المهام المطلوبة والنتائج التي ينبغي تحقيقها¹.

(2) مراقبة التقدم في الأداء: تأتي هذه المرحلة ضمن إطار التعرف على الكيفية التي يعمل بها العامل وقياساً إلى المعايير الموضوعية مسبقاً، من خلال ذلك يمكن اتخاذ الإجراءات التصحيحية، حيث يتم توفير المعلومات عن كفاءة انجاز العمل وإمكانية تنفيذها بشكل أفضل².

(3) تقييم الأداء: يتم في هذه المرحلة تقييم أداء جميع العمال في المؤسسة والتعرف على مستويات الأداء التي يمكن الاستفادة منها في عملية اتخاذ القرارات المختلفة الخاصة بالترقية وتوزيع الكفاءات داخل المؤسسة.

(4) التغذية العكسية: إنها تنفع العامل في معرفة كيفية أدائه المستقبلي لذلك هي ضرورية، ولكي تكون التغذية العكسية نافعة ومفيدة لابد أن يفهمها العامل أي استيعاب المعلومات التي تحملها إليه التغذية العكسية.

(5) اتخاذ القرارات الإدارية: إن اتخاذ القرارات الإدارية كثيرة ومتعددة فمنها ما يرتبط بالترقية، النقل، التعيين، والفصل، ... الخ.

1- نفس المرجع، ص 88-89.

2- نفس المرجع، ص 90.

6) وضع خطط تطوير الأداء: في آخر مرحلة من مراحل تقييم الأداء يتم وضع الخطط التطويرية التي من شأنها أن تنعكس وبشكل إيجابي على تقييم الأداء، من خلال التعرف على جميع المهارات والمعارف والقيم التي يحملها العامل.

خامسا: العوامل المؤثرة على الأداء:

تقسم مؤثرات الأداء الفردي للمهام الوظيفية إلى عوامل معينة يتميز بها الفرد نتيجة دورات شخصية في المؤسسة، والدراسة الشخصية من خلال المطالعة وقراءة كل ما هو جديد، يتعلق بالوظيفة، حيث تمت الإشارة إلى محددات الأداء، وتم تقسيمها إلى ثلاثة أنواع، وهذا ما أشار إليه أبو شيخة وهي كالآتي:

- **معرفة تقريرية:** تشمل المعرفة بالحقائق والأساسيات والأهداف، والمعرفة الذاتية بمتطلبات وظيفة ما وتقاس بواسطة القلم والورقة بشكل تقريرية.

- **معرفة إجرائية مهارية:** تتعلق هذه المرحلة بما يجب أدائه فعلا، وهي خليط بين معرفة وكيفية الأداء والقدرة عليه وتشمل مهارات إدراكية أي معرفية، أو المهارات العلمية التي تتطلب استخدام عضلات الجسم في العمل والتحفيز.

- **الدافعية والتحفيز:** هي تأثير مشترك من غدى سلوكيات ثلاث هي: الاختيار للأداء، ومستوى الجهد المبذول، واستمرار الجهد المبذول أي الإصرار¹.

سادسا: تعريف الأداء الوظيفي:

يشير الأداء الوظيفي إلى درجة تحقيق وإتمام المهام المكونة لوظيفة الفرد.

وهناك عدة تعاريف للأداء الوظيفي نورد البعض منها:

يعرف بأنه مجموعة من السلوكيات الإدارية المعبرة عن قيام الموظف بعمله وتتضمن جودة الأداء حسن التنفيذ، الخبرة الفنية في الوظيفة.

1- نادر حامد عبد الرزاق أبو شيخة، تقييم أثر الحوافز عن مستوى الأداء الوظيفي في شركة الاتصالات الفلسطينية من وجهة نظر العاملين، رسالة ماجستير منشورة، قسم إدارة الأعمال، كلية العلوم لاقتصادية والعلوم الإدارية، جامعة الأزهر بغزة، 1431هـ-2010م، ص 20.

أيضا يعرف بأنه نشاط يمكن الفرد من انجاز المهمة أو الهدف المخصص له بنجاح يتوقف ذلك على القيود العادية لاستخدام المعتدل للموارد المتاحة¹. ويعرف بأنه: الأثر الصافي لجهود الفرد التي يبدأ بالقراءات وإدراك الدور أو المهام والذي بالتالي يشير إلى درجة تحقيق وإتمام المهام المكونة لوظيفة الفرد². فمن خلال هذه التعاريف نقول أن الأداء الوظيفي هو سلوك إداري يعبر عن قيام الفرد الموظف بالأعمال المكلف بها في المؤسسة. ومن خلال التعاريف نستنتج أن الأداء عبارة عن عملية تقدم أداء للفرد عامل خلال فترة زمنية معينة لتقدير مستوى ونوعية الأداء، وتنفيذ العمليات لتحديد إذا كان الأداء جيد أم سيء في جميع المجالات وفي كل ما يتعلق بالفرد من تنفيذ للأعمال وجهوده وسلوكه.

سابعا: أهمية الأداء الوظيفي:

يحتل الأداء الوظيفي مكانة خاصة داخل أي منظمة كانت باعتبارها الناتج النهائي لمحصلة جميع الأنشطة بها، وذلك على مستوى الفرد والمنظمة والدولة، ذلك أن المنظمة تكون أكثر استقرارا أطول بقاء حين يكون أداء العاملين أداء متميزا ومن ثم يمكن القول بشكل عام اهتمام إدارة المنظمة وقيادتها بمستوى الأداء عادة ما يفوق اهتمام العاملين بها. وعلى ذلك فإنه يمكن القول أن الأداء على أي مستوى تنظيمي داخل المنظمة وفي أي جزء منها لا يعد انعكاسا لقدرات ودوافع المرؤوسين فحسب بل هو انعكاس لقدرات ودوافع الرؤساء والقادة أيضا.

وترجع أهمية الأداء من وجهة نظر المنظمة إلى ارتباطه بدورة حياتها ومراحلها المختلفة: وهي مرحلة الظهور، مرحلة البقاء والاستمرارية، مرحلة الاستقرار، ومرحلة

1- المير عبد الرحيم، العلاقة بين ضغوط العمل وبين الولاء التنظيمي والرضا الوظيفي، مجلة الإدارة العامة، مجلد 35، العدد 2، الرياض، 1993م، ص 213.

2- محمد سعيد أنور السلطان، السلوك الإنساني في المنظمات، كلية التجارة، جامعة الإسكندرية، ط 2002م، ص 219.

السمعة والفخر، ومرحلة التميز ومرحلة الزيادة، ومن ثم فإن قدرة المنظمة على تخطي مرحلة من مراحل النمو والدخول في مرحلة أكثر تقدماً، إنما يتوقف على مستويات الأداء بها، وفي الأجهزة الحكومية قد يلاحظ أن أداء الأفراد العاملين قد يكون الاهتمام بالأداء أقل من اهتمام القادة والرؤساء، وقد يؤدي هذا بالرؤساء والقادة إلى ممارسة العديد من الضغوط على المرؤوسين بهدف رفع مستويات أدائهم وتنفيذهم المهام والمسؤوليات التي يكلفون بها حتى تحقق نتائج فعلية التي ترغب المنظمات في تحقيقها¹.

أيضاً للأداء الوظيفي أهمية كبيرة في أي منظمة نذكر منها:

تتألف أي عملية من عدة مراحل حتى تخرج للوجود وتنتج منتجات وتحقق الأهداف المصممة لها، كما أنها تحتاج إلى عدة موارد تتفاعل مع بعضها البعض تنتج مادة جديدة تحقق أهدافها، وقد تكون العملية ملموسة.

مثل عمليات تقديم الخدمات في المجالات المختلفة، والأداء هو المكون الرئيسي للعملية وهو الجزء الحي منها لأنه مرتبط بالإنسان (العنصر البشري) الذي يدير العملية ويحول المواد الخام إلى مواد مصنعة ذات قيمة مادية، يتم بيعها للمستهلك بقيمة أعلى من قيمة الموارد التي استخدمت فيها وقيمة جهد وعمل (إنتاجية) العنصر البشري، وبذلك تحقق الربح وعليه فإن ثبات كلفة الموارد وتفعيل إنتاجية العنصر البشري يجعلنا نصل إلى أهداف المنظمة بأفضل فعالية وأفضل قدرة وأقل تكلفة وأكثر ربحاً².

فالمنظمة تكون أكثر استقراراً وأطول بقاء حين يكون أداء العاملين متميزاً، ومن ثم يمكن القول بشكل عام عن اهتمام إدارة المنظمة وقيادتها بمستوى الأداء يفوق عادة اهتمام العاملين بها، ومن ثم فإن الأداء في أي مستوى تنظيمي داخل المنظمة وفي أي جزء منها

1- علي سليمان، بعض الاتجاهات الحديثة في إدارة الأفراد، مركز البحوث، المعهد القومي للإدارة العليا، القاهرة، مصر، 1985م، ص 188-189.

2- فيصل عبد الرؤوف الدخلة، تكنولوجيا الأداء البشري (المفهوم وأساليب القياس والنماذج)، المكتبة الوطنية، عمان-الأردن، 2011م، ص 98.

لا يعد انعكاساً لقدرات ودوافع المرؤوسين فحسب، بل هو انعكاس لقدرات ودوافع الرؤساء والقادة أيضاً.

كما لا تتوقف أهمية الأداء الوظيفي على مستوى المنظمة فقط بل تتعدى ذلك إلى أهمية الأداء في نجاح خطط التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الدولة¹.

ثامنا: عناصر ومحددات الأداء الوظيفي:

للأداء الوظيفي عناصر ومحددات مختلفة باختلاف توجهات الباحثين والدارسين لموضوع الأداء، وسنقوم بإبراز أهم عناصر الأداء الوظيفي ومحدداته.

أ- عناصر الأداء الوظيفي:

يتألف الأداء الوظيفي من العناصر التالية:

- القدرة على الأداء.
- الرغبة في الأداء.

$$\text{مستوى أداء الموظف} = \text{القدرة} \times \text{الرغبة}$$

1) القدرة على الأداء: تعرف على أنها إمكانات الموظف على القيام بعمل ما، تكتسب بالتعليم والتدريب والخبرة العلمية بالإضافة إلى الاستعداد الشخصي والقدرات الشخصية التي يمنحها التعليم والتدريب، وبالتالي فالقدرة هي المحصلة لعنصرين أساسيين هما: المعرفة والمهارة.

$$\text{القدرة} = \text{المعرفة} \times \text{المهارة}$$

فالمعرفة هي حصيلة المعلومات التي توجد عند الموظف العامل تجاه شيء معين، فمثلاً الموظف في بداية انجازه للعمل الموكل إليه وقبل أن يجرب العمل على الآلة يجب أن يعرف شيئاً عنها ونوعها وتركيبها...، أما المهارة فهي مستوى الكفاءة والإتقان التي يستطيع الموظف أن يؤدي العمل الموكل إليه.

1- الشريف طلال عبد الملك، الأنماط القيادية وعلاقتها بالأداء الوظيفي من وجهة نظر العاملين بإمارة مكة المكرمة، رسالة ماجستير في العلوم الإدارية، جامعة نايف للعلوم الأمنية، كلية الدراسات العليا، السعودية، 2004م، ص 90.

(2) الرغبة في الأداء: ويقصد بها هي القوى الكامنة في العامل التي تحركه لكي يسلك سلوك معين لتأدية العمل، وتتعكس هذه القوى في كثافة الجهد الذي يبذله وفي درجة المثابرة والإتقان، وتتأثر رغبة الموظف في العمل بثلاثة عناصر أساسية هي: ظروف العمل المادية، ظروف العمل الاجتماعية، حاجات ورغبات الموظف¹.

ويرى حسن محمد حراشة أن الأداء الوظيفي يتكون مجموعة من العناصر أهمها:

المعرفة بمتطلبات الوظيفة وتشمل

1- المعارف العامة، المهارات الفنية والمهنية والخلفية العامة عن الوظيفة والمجالات المرتبطة بها

2- نوعية العمل وتتمثل في مدى ما يدركه الفرد عن عمله الذي يقوم به وما يمتلكه من رغبات ومهارات والقدرة على التنظيم وتنفيذ العمل دون الوقوع في أخطاء

3- كمية العمل المنجز أي مقدار العمل الذي يستطيع الموظف إنجازَه في الظروف العادية للعمل ومقدار سرعة هذا الإنجاز²

4- ب- محددات الأداء الوظيفي:

اختلف تحديد محددات الأداء الوظيفي باختلاف توجهات الباحثين والدارسين للأداء الوظيفي وتتمثل فيما يلي:

- الجهد: يشير إلى الطاقة الجسمانية والعقلية التي يبذلها الفرد لأداء مهمته أو وظيفته وذلك للوصول إلى أعلى معدلات عطائه في مجال عمله.

- القدرات: تشير إلى الخصائص الشخصية للفرد التي يستخدمها لأداء وظيفته أو مهامه.

- إدراك الدور (المهمة): ويعني به الاتجاه الذي يعتقد الفرد أنه من الضروري توجيه جهوده في العمل من خلاله والشعور بأهميته في أدائه³.

1- محمد سعيد انور السلطان، السلوك التنظيمي، الإسكندرية، دار الجامعة الجديدة، 2003م، ص 219-220.

2 حسن محمد حراشة، إدارة الجودة الشاملة والأداء الوظيفي، دار حليس الرمان للنشر والتوزيع، عمان الأردن، ط1، 2011، ص ص 92

93.

3- راوية حسن، مرجع سبق ذكره، ص 216.

$$\text{محددات الأداء الوظيفي} = \text{الجهد} \times \text{القدرات} \times \text{إدراك الدور}$$

فالأداء الوظيفي ما هو إلا محصلة تفاعل بين كل من الجهد والقدرات التي يمتلكها الفرد وإدراكه لمهامه ودوره، فكل عامل يؤثر على الأداء بصفة مستقلة وتفاعله مع العاملين الآخرين.

وهناك باحثين آخرين يميزون محددات الأداء الوظيفي فيما يلي:

- **الدافعية:** إن الجهد المبذول من طرف الفرد لأداء العمل يمثل حقيقة درجة دافعية الفرد للأداء فهذا يعكس في الواقع درجة حماس الفرد لأداء العمل، فبمقدار ما يكشف الفرد جهده بمقدار ما يعكس درجة دافعيته لأداء العمل.

- **قدرات الفرد وخبراته السابقة:** هي التي تحدد درجة فعالية الجهد المبذول.

- **إدراك الفرد لدوره الوظيفي:** يعني تصورات وانطباعاته عن السلوك والأنشطة التي يتكون منها عمله وعن الكيفية التي ينبغي أن يمارس بها دوره في المنظمة¹.

$$\text{محددات الأداء الوظيفي} = \text{الدافعية} \times \text{القدرات} \times \text{الإدراك}$$

يمكن القول أن الأداء الوظيفي هو محصلة تفاعل بين كل من دافعية الفرد وما يمتلكه من قدرات وإدراك الفرد لدوره الوظيفي.

ويرى البعض الآخر أن محددات الأداء الوظيفي تتمثل في:

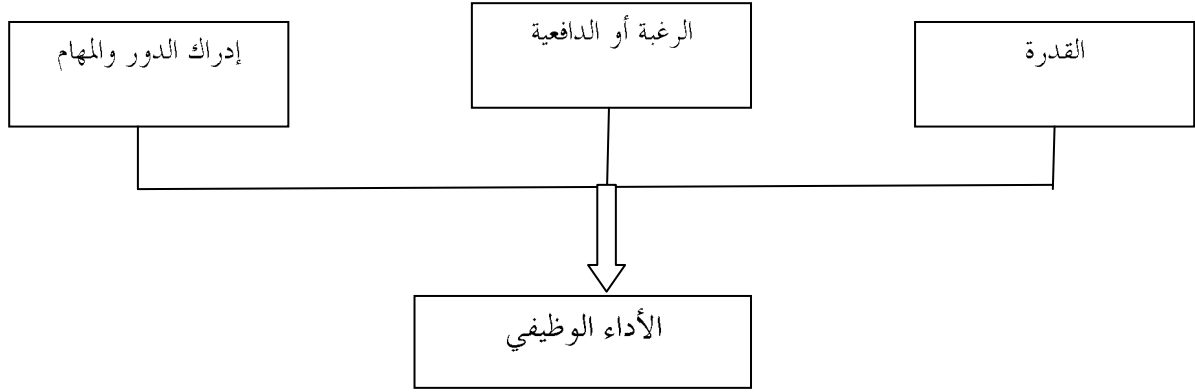
- **الرغبة:** وهي حاجة ناقصة الإشباع تدفع الفرد ليسلك باتجاه إشباعها في بيئة العمل، أو هي تعبر عن دافعية الفرد وهي تتألف من محصلة اتجاهاته وحاجاته التي يسعى لإشباعها.

- **القدرة:** وتعبر عن مدى تمكن الفرد فنيا من الأداء.

- **بيئة العمل:** وتتمثل في الملامح المادية مثل: الإضاءة، التهوية، ساعات العمل، التجهيزات، والأدوات المستخدمة، ومعنوية مثل: العلاقات بالرؤساء والزملاء².

1- أحمد صقر عاشور، مرجع سبق ذكره، ص 38-39.

محددات الأداء الوظيفي = القدرة × الرغبة أو الدافعية × بيئة العمل



الشكل رقم 01: يوضح محددات الأداء الوظيفي

المصدر: مصطفى احمد سيد: إدارة السلوك التنظيمي- رؤية معاصرة، (ب د ن)، (ب ب ن)، 2000 ، ص 146.

تاسعا: أنماط الأداء الوظيفي:

شهدت نظريات نماذج الأداء الوظيفي تطورا كبيرا منذ ظهورها، ويمكن إبراز أهم

هذه النظريات في الآتي¹:

أ- أداء المهمة والأداء السياقي:

1) أداء المهمة: تعد نماذج أداء المهمة تلخيصا للأبعاد التي تعبر عن الأنشطة والسلوكيات التي تشير إلى مدى وفاء الفرد بمجموعة محددة من المهام المتصلة مباشرة بوظيفته، ويحوي هذا النموذج الأبعاد التقليدية للقدرة والمتمثلة في كمية الأداء؛ الإتقان؛ الكفاءة؛ الوقت المحدد للإنجاز. وقد أشار البعض إلى أن الأبعاد السابقة ذات فعالية أكبر في تنبئها بأداء الفرد في القطاع السلعي، أما المنظمات الخدمية فإنها لا تحتوي أداء الفرد بشكل كامل لذا سعت الدراسات المهمة بمؤشرات الأداء إلى التعرف على أبعاد أخرى.

1- زيد صالح حسن سميع، مرجع سبق ذكره، ص 91-97.

(بالإضافة إلى أبعاد القدرة التقليدية) تكون أكثر تنبؤاً بأداء الفرد في المنظمات ذات النشاط الخدمي تتمثل أهم هذه الأبعاد في الإلمام بكل جوانب الوظيفة، الالتزام الوظيفي، الإبداع والابتكار في أداء الوظيفة، حسن إصدار الأحكام والقرارات المرتبطة بالوظيفة.

(2) **الأداء السياقي:** يسمي البعض أنماط الأداء السياقي بأنماط الأداء خارج الدور وذلك لعدم اتصالها مباشرة بالأداء وإنما تقيس جوانب الأداء التي لا ترتبط بمهام محددة. وقد أشارت الأبحاث إلى الدرجة التي يسهم فيها العاملون في سياق العمل وبشكل غير مباشر - في تعظيم وزيادة الفعالية التنظيمية. وتصنف بعض الدراسات الأداء السياقي إلى مجموعتين تضم المجموعة الأولى عددا من الأبعاد في شأنها تعزيز أداء المهام المحددة (العمل الشاق، التطوع، الانتماء للمنظمة، تأييد الأهداف التنظيمية)؛ بينما تضم المجموعة الثانية عددا من الأبعاد التي تيسر التفاعل بين الأفراد (التعاون، مساعدة الآخرين).

ب- الأداء السلبي والأداء المتكيف:

(1) **الأداء السلبي:** يشير إلى تلك السلوكيات التي ينتج عنها اختلال وظيفي في أداء الفرد لمهامه الوظيفية، ويعد سلوك الرغبة في الانسحاب وترك العمل أكثر السلوكيات تنبؤاً بالأداء السلبي، حيث يبدأ الفرد من السلوك في صرف انتباهه عن المهام الوظيفية الموكلة إليه والنأي بنفسه عن وظيفته، عندها الفرد في التغيب عن العمل بدون عذر، وغياب الإلتقان في أدائه وانخفاض الإنتاجية.

(2) **الأداء المتكيف:** أصبح الأداء المتكيف أكثر حضوراً في ظل التغيير السريع في متطلبات العمل الناجم عن الابتكارات التكنولوجية، الاندماج، إعادة الهيكلة، تقليص حجم المنظمة، الذي يستلزم قدرة الفرد على التعلم السريع والتكيف مع الوضع الجديد ليكون قادراً على المنافسة على الوظائف والمهام المستحدثة. ويشير الأداء المتكيف إلى: "ذلك السلوك الذي يعبر عن مدى كفاءة الفرد وقدرته على تغيير سلوكه وذلك لمقابلة متطلبات التغيير في البيئة والانتقال المستمر من حال إلى آخر".

عاشرا: معايير الداء الوظيفي:

يهدف وضع معايير للأداء إلى مراقبة الأداء بصفة دائمة للتعرف على أي تذبذب في مستوى الأداء بغرض التدخل في الوقت المناسب لمعالجة السلبيات وأوجه القصور، وتتحصّر أهم معايير الأداء فيما يلي:

(1) **الجودة:** هي المؤشر الخاص بكيفية الحكم على كيفية الأداء من حيث درجة الإتقان وجودة المنتج ولذلك يجب أن يتناسب مستوى الجودة مع الإمكانيات المتاحة وهذا يستدعي وجود معيار لدى الرؤساء والمرؤوسين للاحتكام إليه إذا دعت الضرورة فضلا عن الاتفاق على مستوى الجودة المطلوب في أداء العمل.

(2) **الكمية:** هي حجم العمل المنجز في ضوء قدرات وإمكانات الأفراد ولا يتحداها وفي الوقت ذاته لا يقل عن قدراتهم وإمكاناتهم لأن ذلك يعني بطء الأداء، مما يصيب العاملين بالتراخي واللامبالاة لذلك يفضل الإتقان على حجم وكمية العمل المنجز كدافع لتحقيق معدل قبول من النمو في معدل الأداء بما يتناسب مع خبرات الفرد¹.

(3) **الوقت:** ترجع أهمية الوقت إلى كونه مورد غير قابل للتجديد أو التعويض فهو رأس مال وليس دخل، مما يحتم أهمية الاستغلال الأمثل في كل لحظة، لأنه يتضاءل على الدوام ويمضي إلى غير رجعة فهو لا يقدر بثمن، فهو يعد من أهم مؤشرات التي يستند عليها.

الحادي عشر: العوامل المؤثرة على الأداء الوظيفي:

مما لا شك فيه أن هناك عوامل عديدة ومتنوعة يمكن أن تؤثر على أداء المؤسسات بعضه داخلي والآخر خارجي، بحيث يتحقق ذلك من قيمة مؤشرات الأداء العالية أو الأدنى، وبالتالي من الصعب حصرها وتناولها جميعا.

2- صليحة شامي، المناخ التنظيمي وتأثيره على الأداء الوظيفي للعاملين، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة امحمد بوقرة، بومرداس، 2009-2010م، ص 73.

إن دراستها وتحليلها أمر ضروري لتحقيق منهجية سليمة في تقييم الأداء، لهذا سيتم التطرق إليها من خلال تقسيمها إلى مصدرين أو عاملين أساسيين هما العوامل الداخلية والعوامل الخارجية.

أ- العوامل الداخلية:

تتمثل العوامل الداخلية في مختلف المتغيرات الناتجة عن تفاعل عناصر المؤسسة الداخلية والتي تؤثر على أدائها ويمكن للمسير أن يتحكم فيها ويحدث فيها تغيرات تسمح بزيادة آثارها الإيجابية أو التقليل من آثارها السلبية، ومن أبرز هذه العوامل أو المتغيرات التي تخضع لسيطرة المؤسسة هي:

(1) العوامل التقنية: وهي مختلف القوى والمتغيرات التي ترتبط بالجانب التقني في المؤسسة، وتضم على الخصوص ما يلي:

- نسبة الاعتماد على الآلات بالمقارنة مع عدد العمال.

- تصميم المؤسسة من حيث: المخازن، الورشات، التجهيزات والآلات.

- نوعية المنتج وشكله ومدى مناسبة التغليف له.

- التوافق بين منتوجات المؤسسة ورغبات طالبيها.

- التناسب بين طاقتي التخزين والإنتاج في المؤسسة¹.

- نوعية المواد المستخدمة في عملية الإنتاج.

- الموقع الجغرافي للمؤسسة.

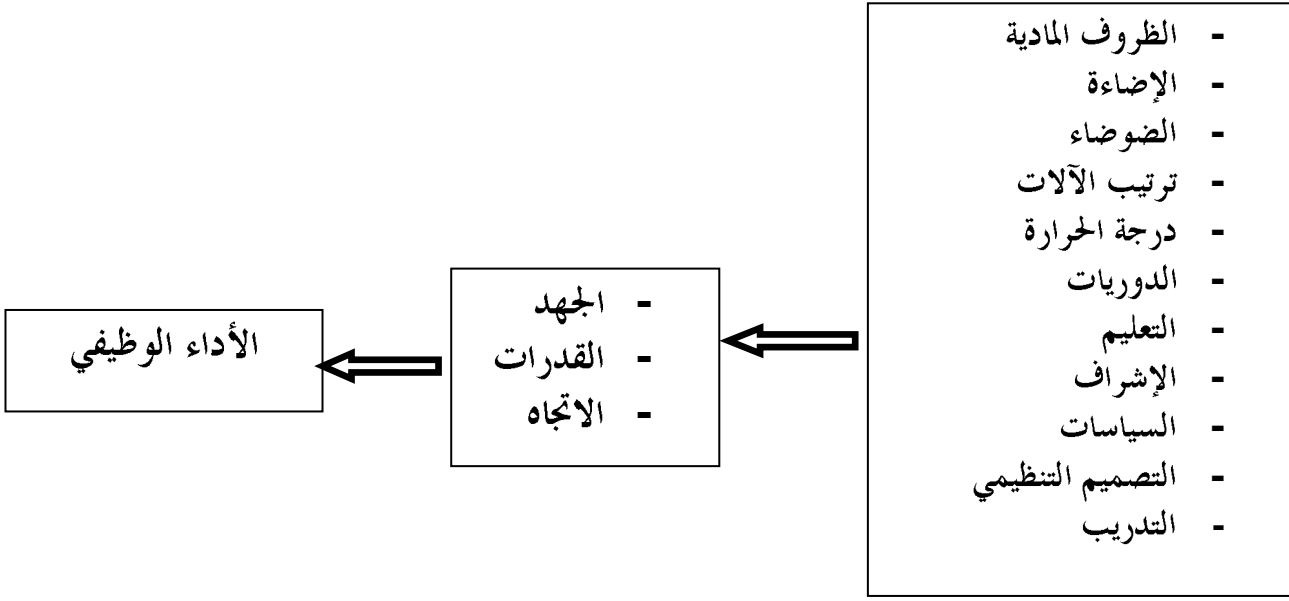
(2) الهيكل التنظيمي: وهو الإطار الرسمي الذي يحدد درجة التخصص وتقسيم العمل بين الوحدات والأفراد، وعدد المجموعات الوظيفية، وكذا عدد المستويات الإدارية، ولمن يتبع كل شخص ومن هم الأشخاص الذين يتبعون له، وما هي سلطات ومهام كل منهم، وكيف يتم التنسيق بين وحداتهم أو أقسامهم.

1- عمر تيمجدين، دور إستراتيجية التنوع في تحسين أداء المؤسسة الصناعية - دراسة حالة مؤسسة كندور بروج بوعريريج، رسالة ماجستير، تخصص اقتصاد صناعي، العلوم الاقتصادية، جامعة محمد خيضر، الجلفة، الجزائر، 2013م، ص 51.

3) الموارد البشرية: هي مختلف القوى والمتغيرات التي تؤثر على استخدام المورد البشري في المؤسسة وتضم على الخصوص:

- هيكل القوى العاملة.
- نظام الاختيار والتعيين.
- التدريب والتأهيل والتنمية.
- نظام الأجور والمكافآت.
- نظم تقييم الأداء.

4) العوامل البيئية المؤثرة على الأداء الوظيفي: هناك بعض العوامل خارج إطار سيطرة الفرد التي يمكن أن تؤثر على مستوى أدائه وبالرغم من أن بعض هذه العوامل قد تؤخذ كأعذار إلا أنها يجب أن تأخذ بعين الاعتبار أنها حقيقة وموجودة بالفعل والشكل التالي يوضح العوامل البيئية التي تعدل وتؤثر على الأداء الوظيفي.



الشكل رقم 02: يوضح العوامل البيئية التي تعدل وتؤثر على الأداء الوظيفي

المصدر: حسن راوية محمد، إدارة الموارد البشرية - رؤية مستقبلية، الدار الجامعية

للطبوع والنشر والتوزيع، القاهرة، 2001 ص 212

ب- العوامل الخارجية:

يقصد بالعوامل الخارجية مجموعة التغيرات والقيود التي هي بمنأى على رقابة المؤسسة، وبالتالي قد تؤثر بشكل غير مباشر في أنشطة وقرارات المؤسسة وتخرج عن نطاق سيطرتها، ومن بين العوامل التي تؤثر بشكل غير مباشر على المؤسسة والتي تشكل الكلمة المختصرة (PESTEL) ما يلي¹:

(1) العوامل السياسية: إن علاقة المؤسسة بالمتغيرات السياسية تشمل جانب القرارات السياسية كالحرب، التأمينات، الحظر على نشاط بعض المؤسسات، الانقلابات، كلها عوامل تؤثر على أداء المؤسسة.

(2) العوامل الاقتصادية: تشمل كل من معدلات الفائدة، معدلات التضخم، معدلات البطالة، اتجاهات الأجور، توفر الطاقة وتكلفتها،... الخ.

1- عمر تيمجدين، مرجع سبق ذكره، ص 52.

3) العوامل الاجتماعية: تتمثل في التركيبة السكانية، التوزيع الجغرافي، الأنماط الاستهلاكية، مستوى التعليم، ... الخ.

خلاصة:

إن الأداء الوظيفي وباعتباره كنظام يعد أهم ركائز إدارة المؤسسة لأنه يمثل الترجمة العملية والفعلية لكل مراحل التخطيط.

والمؤسسة لا تستطيع القيام بذلك إلا بضمان جودة أداء موظفيها لتحقيق النتائج المرضية.

والأداء الوظيفي للعامل هو المجهودات التي يبذلها في سبيل تحقيق أهداف المؤسسة والمساهمة في إحداث التغيير المطلوب والوصول إلى مستويات عالية.

الفصل الرابع

الجانب الميداني

تمهيد

أولاً: مجالات الدراسة

ثانياً: منهج الدراسة

ثالثاً: عينة الدراسة

رابعاً: أدوات جمع البيانات

خامساً: عرض وتحليل بيانات الدراسة

سادساً: عرض وتحليل فرضيات الدراسة

سابعاً: استنتاجات فرضيات الدراسة

ثامناً: التوصيات والإقتراحات

تمهيد:

تعد الدراسة الميدانية الركيزة الأساسية التي يعتمد عليها في البحث للوصول الى نتائج الدراسة انطلاقاً من الجانب النظري وصولاً الى النتائج المستخلصة من البحث، وتعتبر الأدوات المنهجية الوسيلة التي تمكن الباحث من تحقيق أهداف الدراسة وسنقوم في هذا الفصل الميداني بالتعريف أولاً بالتعريف بمجالات الدراسة ثم المنهج المتبع والعينة المستخدمة في البحث بالإضافة إلى أدوات جمع البيانات ختاماً بعرض وتحليل بيانات الدراسة وعرض وتحليل الجداول المركبة واستخلاص نتائج الدراسة وتقديم الاقتراحات والتوصيات النهائية للدراسة.

أولاً: مجالات الدراسة:

1- المجال البشري:

بما أننا بصدد دراسة حالة فإن المجال البشري للدراسة يشمل جميع الموظفين بمديرية الثقافة بأدرار والبالغ عددهم 40موظف.

2- المجال المكاني:

يتمثل المجال المكاني للدراسة في مديرية الثقافة لولاية أدرار.

أ- التعريف بمديرية الثقافة:

أنشئت مديرية الثقافة لولاية أدرار بموجب المرسوم التنفيذي رقم 414/94 المؤرخ في 23 نوفمبر 1994 و التي حددت مهامها على النحو التالي:

- تشجيع العمل المحلي في ميدان الإبداع و الترقية و التنشيط الثقافي و الفني.
- تنشيط أعمال الجمعيات ذات الطابع الثقافي و تنسيقها،
- تسهر على حماية التراث و المعالم التاريخية و الطبيعية و صيانتها و الحفاظ عليها.
- تتابع عمليات استرجاع التراث الثقافي و التاريخي و ترميمه.

- تتخذ أي إجراء يتصل بالأنشطة الثقافية إضافة إلى المهام التي نص عليها القانون 04/98 المتعلق بالتراث الثقافي و النصوص التطبيقية الخاصة به،
- السهر على تسيير المسار المهني للموظفين،
- تشجيع المطالعة العمومية،
- تسهر على إنجاز المشاريع التنموية المتعلقة بالتجهيز المسند تنفيذها للمديرية والإشراف الفني والتقني لباقي المشاريع التي تخص القطاع والمسند تسييرها وإنجازها لقطاعات أخرى .
- بالإضافة إلى هذه المهام، تشرف مديرية الثقافة على محافظتي (مهرجان قراءة في إحتفال ومحافظة المهرجان الثقافي المحلي للفنون و الثقافات الشعبية بالولاية)، وكذا تسيير اللجنة الولائية لتنظيم الإحتفالات والتظاهرات الثقافية و الفنية.
- ب- هياكل مديرية الثقافة:**
- بناءً على تلك المهام هيكلت المديرية في سلم هرمي بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم.. 414/94 المؤرخ في 23 نوفمبر 1994 على النحو التالي:
- مصلحة الإدارة و التخطيط و التكوين: و تضم المكاتب التالية:
 - مكتب الإدارة و الوسائل.
 - مكتب التخطيط و التكوين.
- مصلحة النشاطات الثقافية: و تضم المكاتب التالية:
 - مكتب الجمعيات و المؤسسات الثقافية.
 - مكتب النشاطات و التظاهرات الثقافية.
- مصلحة الفنون و الآداب: و تضم المكاتب التالية:
 - مكتب المطالعة العمومية و الكتاب.
 - مكتب ترقية المسرح و الفنون الإيقاعية.

- مكتب دعم الإبداع و الفنون الثقافية.
- د - مصلحة التراث الثقافي: و تضم المكاتب التالية:
- مكتب المعالم و المواقع التاريخية.
- مكتب المتاحف و الفنون التقليدية.
- مكتب ترقية التراث.¹

3- المجال الزماني:

تعد المرحلة الميدانية من اهم مراحل الدراسة حيث استغرقت هذه الدراسة الفترة ما بين 23 ديسمبر 2018 الى غاية ابريل 2019. حيث كان هناك تواصل بين الجانب النظري والجانب الميداني، وسنقوم بتوضيح هذه الدراسة حسب المراحل التالية:

المرحلة الاولى:

قمنا بزيارة استطلاعية للميدان لمعرفة مكان اجراء الدراسة والمؤسسة العمومية التي تستقبلنا زرت بعض المؤسسات واقتصرنا الدراسة على مديرية الثقافة، دخلت للمؤسسة قابلت بعض الموظفين هناك ورؤساء المصالح لم اجد وقتها المدير وكان ذلك بتاريخ: 2018/12/23.

المرحلة الثانية:

قامت بزيارة ثانية للمؤسسة قصد الحصول على الترخيص بالموافقة على اجراء البحث قابلت السيد مدير الثقافة وقدمت له نفسي وشرحت له الموضوع الزاوية المدروسة وافق لي وصادق على الترخيص وكان ذلك بتاريخ: 2019/02/10.

¹- تم اسيفاء هذه المعلومات من خلال مقابلة اجريت مع السيد رئيس مصلحة الادارة والوسائل والتخطيط والتكوين بالمديرية بتاريخ: 2019/02/21 على الساعة الثالثة زوالا.

المرحلة الثالثة:

توجهت إلى مديرية الثقافة وذلك لغرض جلب بعض المعلومات الخاصة بالمؤسسة والتعريف بها قابلت السيد رئيس مصلحة الإدارة والوسائل قدم لي مخطط الهيكل التنظيمي للمؤسسة ونبذة عن مديريتهم بتاريخ: 2019/02/21،

المرحلة الرابعة:

توجهت مرة ثانية إلى المؤسسة لغرض الملاحظة والمشاهدة فقط زرت بعض المصالح هناك وكانت زيارتي لهم مساء وأثناء فترة الدوام من الساعة الثانية والنصف إلى الساعة الرابعة مساء بتاريخ: 2019/02/24، قصدت مصلحة التراث الثقافي ومصلحة النشاطات الثقافية ومصلحة الإدارة والوسائل وبدأت ألاحظ واسجل ملاحظاتي بخصوص عمل الموظفين وماذا يفعلون اثناء فترة العمل.

المرحلة الخامسة:

زرت مرة اخرى المؤسسة بغرض استكمال الملاحظة عن بعض الموظفين هناك بمصلحة الادارة والوسائل مكتب المحاسبة وذلك بتاريخ: 2019/02/27، صباحاً على الساعة التاسعة 09:00 جلست معهم وسجلت بعض الملاحظات.

المرحلة السادسة:

تم النزول النهائي للميدان بغرض توزيع الاستمارة وزعت 05 استمارات تجريبية على المبحوثين من مجموع 40 مبحوث وكان ذلك بتاريخ: 10 مارس 2019 صباحاً واسترجعت يوم 12 مارس 2019 مساء كانت الاسئلة الاستمارة واضحة لهم.

المرحلة السابعة:

وزعت الاستمارة النهائية على المبحوثين بالمديرية الثقافية والجدول التالي يوضح ذلك.

عدد الاستثمارات الموزعة 40 استمارة ، المسترجعة 33 والضائعة 07 استثمارات.
بالتالي يكون عدد الاستثمارات المسترجعة والمقبولة للتحليل 33 استمارة.
وكان توزيعها يوم 17 مارس 2019، واسترجعت يوم 25 مارس 2019.

المرحلة الثامنة:

حضرت دليل المقابلة وفصدت الميدان لإجراء مقابلات مع الإطارات بالمديرية ورؤساء المصالح والمكاتب قصد الاجابة على تساؤلاتي واستغرقت الزيارة مدة ثلاث ايام حددتها معهم مسبقا لغرض انشغالاتهم خارج المؤسسة،
كل يوم اجري مقابلة مع مصلحة حتى لا أعطل عملهم بالمديرية وخصصت لهم الزيارة في المساء لان في الصباح يكونون مشغولون في العمل،
الزيارة الأول يوم: الخميس الموافق لـ: 04 ابريل 2019 صباحاً،
الزيارة الثانية يوم: الأحد الموافق لـ: 07/ابريل 2019 صباحاً،
الزيارة الثالثة يوم: الثلاثاء الموافق لـ: 09 ابريل 2019 صباحاً،
وانتهت الدراسة بالميدان يوم 09 ابريل 2019 بعدها جاءت مرحلة التحليل.

ثانيا: منهج الدراسة:

اعتمدت في دراستي هذه على المنهج الوصفي التحليلي الذي يعرف بأنه: " أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على معلومات كافية ودقيقة على الظاهرة المدروسة ووصفها وصفا دقيقا والتعبير عنها تعبير كميًا وكيفيًا.¹

ثالثا: طرق جمع بيانات الدراسة:

تم جمع بيانات الدراسة بطريقتين هما : طريقة المسح الشامل وطريقة العينة. وفي دراستي هذه استخدمت طريقة المسح الشامل وهو احدى طرق جمع البيانات من المجتمع الإحصائي ، اي حصر جميع أفراد مجتمع الدراسة والبالغ عددهم 40 مبحوث. يعرف أسلوب المسح الشامل بأنه جمع جميع الوحدات الإحصائية دون استثناء ويستخدم عندما يكون مجتمع الدراسة صغير الحجم ونسبيا.² فهو يخضع كل أعضاء مجتمع او جماعة اي كل مفردات المجتمع المدروس للدراسة يهدف إلى الحصول على بيانات ومعلومات شاملة عن كل وحدة.

رابعا: أدوات جمع البيانات:

باعتبار الدراسة الميدانية تقتضي النزول للميدان لغرض جمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث والإجابة على تساؤلات الدراسة وفرضياتها فلا بد من استخدام تقنيات من تقنيات البحث العلمي المناسبة لذلك وفي دراستي هذه اعتمدت على الأدوات التالية: الملاحظة، المقابلة، استمارة استبيان.

1- محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي، دار وائل للطباعة والنشر، عمان-الأردن، ط2 1999، ص46.

2- محمد منير حجاب، الاسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية ، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط3 ، 2003 ، ص30.

1- **الملاحظة:** إحدى أدوات جمع البيانات وهي وسيلة من وسائل جمع المعلومات وتعرف بانها: من الأدوات الرئيسية التي تعبر عن مصدر أساسي للحصول على البيانات والمعلومات اللازمة لموضوع الدراسة وتعتمد على حواس الباحث وقدرته على ترجمة ما ألاحظه.¹

تعرف ايضا: انها الاهتمام والانتباه الى الشيء او الظاهرة المدروسة بشكل منظم عن طريق الحواس عيث نجمع خبراتنا من خلال ما نشاهده او نسمع عنه.² واعتمدت في دراستي هذه على الملاحظة بدون مشاركة أشاهد وألاحظ المبحوثين بالمديرية أثناء فترة الدوام ماذا يفعلون واسجل كل ماأشاهده، فقامت بعدة زيارات متكررة لهم ذكرت سابقا في مجالات الدراسة

حيث توصلت من خلال ملاحظتي ان في مديرية الثقافة هناك بعض الموظفين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بنوعها الفايسبوك واليوتوب اثناء الدوام للمساعدة في العمل وجلب المعلومات والتواصل مع المتعاملين معهم لاختصار الوقت بتكلفة اقل، ولديهم صفحة على الفايسبوك يتواصلون من خلالها لاحظت هذا في بعض المصالح كمصلحة النشاطات الثقافي والتراث الثقافي،

والبعض من الموظفين بمديرية الثقافة لاحظت انهم يستعملون هذه الشبكات لغرض التسلية واللعب فقط قبل دخول المدير حينما يسمعون بقدم المدير يرجعون الى مكان عملهم كما وجدت بعض المراسلات على مكاتبهم لم يجيبوا عنها يتماطلون في الرد ، والتجمع في المكاتب خاصة بين الموظفين يتصفحون شبكات التواصل الاجتماعي وهي ظاهرة اجتماعية في المؤسسة تتكرر كل يوم تقريبا، ويتركون مكاتبهم واعمالهم وينشغلون بالفايسبوك .

¹- فضيل دليو واخرون، اسس المنهجية في العلوم الاجتماعية - سلسلة العلوم الاجتماعية، منشورات جامعة قسنطينة، دار البحث، 1999، ص189.

²- جودت عزوي عطوي، اساليب البحث العلمي: مفاهيمه، ادواته، طرق الاحصائية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص212.

2- المقابلة:

اعتمدت في دراستي هذه على اداة المقابلة تعرف بانها: "أداة من أدوات جمع البيانات وهي محادثة موجهة بين الباحث والمبحوث او مجموعة مبحوثين بهدف الوصول الى حقيقة او موقف معين يسعى الباحث للتعرف عليه من اجل تحقيق أهداف الدراسة.¹

تعتبر حوار هادف بين الباحث والمبحوث استخدمتها لعدم امكانية الاجابة عن بعض التساؤلات في الاستمارة كما ان أسئلة المقابلة تعزز لي البحث وتساعدني في التحليل، والملحق رقم 02 يوضح دليل المقابلة*.

3- الاستمارة:

تعد الاستمارة أداة من ادوات جمع البيانات تعرف بانها: " اداة تتضمن مجموعة من الأسئلة يطلب من المبحوث الإجابة عنها بطريقة يحددها الباحث حسب أغراض البحث.² تحوي الاستمارة عدد من الأسئلة مرتبة يجرى توزيعها على المبحوثين لتعبئتها، وقد تم تصميم الاستمارة بغرض جمع البيانات الميدانية المتعلقة بالمبحوثين وبشكل خاص بتساؤلات الدراسة والإجابة عنها، واعتمدت في تصميم الاستمارة من خلال الاطلاع على الجانب النظري على بعض الدراسات السابقة المتشابهة للموضوع. وتشمل الاستمارة على المحاور التالية:

القسم الاول: يشمل البيانات الشخصية ويضم خمس أسئلة.

القسم الثاني : يشمل او يتعلق بالاسئلة الخاصة بالمتغير المستقل (شبكات التواصل الاجتماعي).

من السؤال رقم 06-23

¹- ربحي مصطفى عليان، البحث العلمي، أسسه مناهجه واساليبه، بيت الافكار الدولية للتوزيع، عمان، الاردن(ب،س،ن)، ص106.

* انظر الملحق رقم 02.

²- ربحي مصطفى عليان، مرجع سبق ذكره، ص90.

القسم الثاني: يتعلق بالأسئلة الخاصة بالمتغير التابع (الأداء الوظيفي).

من السؤال رقم 24-35.

ولتحقيق من صدق الاستمارة اعتمدت على اساتذة محكمين وهم:

أد: رضا نعيجة

د. لعريبي احمد

وكانت اغلب ملاحظاتهم تصب في إعادة صياغة بعض مفردات بدقة أكثر

حذف بعض الأسئلة الإضافية والتي لا تخدم البحث.

ضبط السن بالنسبة للفئات.

وتم تعديل والأخذ بملاحظات الأساتذ

خامسا: عرض وتحليل بيانات الدراسة

جدول رقم(01): توزيع مجتمع الدراسة حسب الجنس

| الجنس | التكرار | النسبة |
|---------|---------|---------|
| ذكر | 23 | 69,70% |
| انثى | 10 | 30,30% |
| المجموع | 33 | 100,00% |

من خلال الجدول المبين أعلاه، نجد ان نسبة 69.7 % من مجموع المبحوثين بالمؤسسة هم ذكور، تليها نسبة 30.3 % إناث، وهذا يدل على إن نسبة الذكور بمديرية الثقافة أكثر من نسبة الإناث، ويرجع هذا لخصوصية وطبيعة الأعمال المنوطة بالمؤسسة وهذا ما يستدعي الاستعانة بعمال الذكور أكثر من عمال الإناث خاصة في بعض المصالح التي تحتاج الى خروج موظفيها للميدان.

جدول رقم (02): توزيع مجتمع الدراسة حسب العمر

| العمر | التكرار | النسبة |
|-----------|---------|--------|
| 20 سنة-30 | 4 | %12,1 |
| 31 سنة-40 | 19 | %57,6 |
| 41 سنة-50 | 10 | %30,3 |
| المجموع | 33 | %100,0 |

نلاحظ من خلال الجدول الموضح اعلاه، ان اكبر فئة عمرية تتراوح ما بين 31-40 سنة، وقد احتلت الصدارة بنسبة تقدر بـ: %57.6 وهي تمثل فئة الشباب الناضج، تليها الفئة العمرية التي تتراوح ما بين 41-50 سنة، وذلك بنسبة 30.3 % ، وهي تمثل فئة الكهول ثم تليها الفئة العمرية التي تتراوح ما بين 20-30 وتقدر نسبتها بـ %12.1

وهي فئة الشباب الفتي، وهذا ما قد يخلق في المؤسسة جو منافسة وحماس ودافعية للعمل اكثر واقل نسبة هي فئة الشباب الفتي وبالتالي المؤسسة لاتستقطب هؤلاء إلا بنسبة قليلة جدا، تستقطب موظفين من الشباب الناضج نظرا لطبيعة الاعمال المنوطة بالمؤسسة.

جدول رقم 03: توزيع مجتمع الدراسة حسب طبيعة المنصب

| طبيعة المنصب | التكرار | النسبة |
|--------------|---------|--------|
| ادماج مهني | 3 | 9,1% |
| منصب دائم | 30 | 90,9% |
| المجموع | 33 | 100,0% |

من خلال الجدول الموضح اعلاه، نجد ان نسبة او اغلبية الموظفين بالمديرية هم موظفين دائمين وتقدر نسبتهم بـ 90.9% وهذه النسبة تحتل الصدارة، واقل نسبة قدرت في الجدول بـ 9.1% وهي تمثل فئة الادماج المهني، وهو ما يفسر لنا ان غالبية موظفي مديرية الثقافة في مناصب دائمة.

جدول رقم (04): توزيع مجتمع الدراسة حسب المستوى التعليمي

| المستوى التعليمي | التكرار | النسبة % |
|------------------|---------|----------|
| متوسط | 2 | 6,1% |
| ثانوي | 14 | 42,4% |
| جامعي | 17 | 51,5% |
| المجموع | 33 | 100,0% |

من خلال الجدول الموضح اعلاه، نلاحظ ان نسبة 51.5% من المبحوثين بمديرية الثقافة ذو مستوى جامعي لديهم شهادات جامعية وهي نسبة تحتل الصدارة مقارنة بالنسب الاخرى التي تليها حيث نجد ان 42.4% ذو مستوى ثانوي تليها نسبة 6.1% ذو مستوى متوسط وهي الاقل نسبة، وهو ما يفسر لنا ان الواقع الحالي يفرض تشغيل

عمال لديهم شهادات لمعرفة اكثر بالتسيير الاداري، وان المؤسسة تستقطب افراد لديهم الشهادات الجامعية.

جدول رقم 05: توزيع مجتمع الدراسة حسب الخبرة

| الخبرة | التكرار | النسبة % |
|----------------|---------|----------|
| اقل من 5 سنوات | 3 | 9,1% |
| 5-10 سنوات | 4 | 12,1 |
| 10-15 سنة | 15 | 45,5% |
| أكثر من 15 سنة | 10 | 30,3% |
| المجموع | 32 | 97,0% |
| مفردة مفقودة | 1 | 3,0% |
| المجموع | 33 | 100,0% |

من خلال الجدول الموضح اعلاه، نجد ان نسبة 45.5% من المبحوثين لديهم مدة الخدمة تتراوح ما بين 10 - 15 سنة وهي النسبة التي تحتل الصدارة مقارنة بالنسب الاخرى التي تليها حيث نجد نسبة 30.3% من المبحوثين بالمؤسسة لديهم خبرة اكثر من خمسة عشر سنة، ثم تليها نسبة 1.12% من المبحوثين لديهم خبرة من 5-10 سنوات، واخر نسبة في الجدول قدرت بـ 9.1% من المبحوثين لديهم خبرة اقل من خمس سنوات بالمؤسسة، وهي النسبة الضئيلة بالمؤسسة، وهو ما يفسر لنا ان في مديرية الثقافة موظفين ذو خبرة عالية من 10 الى 15 سنة اي ان اغليبتهم قدامى في العمل، وهناك عينة مفقودة في الجدول لم تجب عن هذا السؤال قدرت بـ 3.0% .

جدول رقم (06) توفر جهاز حاسوب في المكتب

| النسبة | التكرار | توفر جهاز حاسوب في المكتب |
|--------|---------|---------------------------|
| 87,9% | 29 | نعم |
| 12,1% | 4 | لا |
| 100,0% | 33 | المجموع |

من خلال الجدول الموضح أعلاه، نجد ان نسبة 87.9% من المبحوثين بالمؤسسة صرحوا ان لديهم جهاز حاسوب في المكتب، وهي النسبة التي تحتل الصدارة مقارنة بنسبة 12.1% من المبحوثين صرحوا بأنهم لا يملكون جهاز حاسوب في مكتبهم وهي نسبة ضئيلة لاتمثل غالبية معظم اجابات المبحوثين، وهذا يفسر لنا ان اغلبية الموظفين بمديرية الثقافة يعملون بجهاز الحاسوب ويحتاجونه للعمل به ولديهم خبرة في استعماله.

جدول رقم (07): التعامل مع شبكة الانترنت في انجاز الأعمال داخل المؤسسة

| النسبة | التكرار | التعامل مع شبكة الانترنت |
|--------|---------|--------------------------|
| 78,8% | 26 | نعم |
| 18,2% | 6 | لا |
| 3,0% | 1 | عينة مفقودة |
| 100,0% | 33 | المجموع |

من خلال الجدول الموضح اعلاه، نجد ان نسبة 78.8% من المبحوثين صرحوا بانهم يتعاملون مع شبكة الانترنت في انجاز الأعمال داخل المؤسسة، وهي نسبة تمثل غالبية إجابات المبحوثين مقارنة بنسبة 18.2% المبحوثين اللذين صرحوا انهم لا يستخدمون الانترنت في انجاز الأعمال داخل المؤسسة وهي نسبة ضئيلة لاتمثل معظم إجابات المبحوثين، وهو ما يفسر لنا ان موظفي مديرية الثقافة غالبيتهم يتعاملون مع شبكة الانترنت في انجاز اعمالهم.

وهناك قيم مفقودة في الجدول بنسبة 3.0% لم تجب عن هذا السؤال.
جدول رقم(08): امتلاك حساب في إحدى شبكات التواصل الاجتماعي

| النسبة% | التكرار | امتلاك حساب في إحدى شبكات التواصل الاجتماعي |
|---------|---------|---|
| 93,9% | 31 | نعم |
| 6,1% | 2 | لا |
| 100,0% | 33 | المجموع |

من خلال الجدول الموضح اعلاه، نجد أن أعلى نسبة من إجابات المبحوثين صرحوا أنهم يمتلكون حساب في إحدى شبكات التواصل الاجتماعي قدرت بـ: 93.9% وهي نسبة كبيرة مقارنة بنسبة 6.1% والذين صرحوا أنهم لا يمتلكون حساب في إحدى شبكات التواصل الاجتماعي، وهذا يرجع ربما إلى طبيعة الأعمال بالمؤسسة، إذا ان بعض الأعمال تحتاج إلى استعمال الشبكات التواصل الاجتماعية للتواصل من قبل الموظفين وهو ما يفسر لنا أيضا ان هذا الشبكات الاجتماعية أصبح استعمالها في المؤسسة بشكل كبير.

جدول رقم 09: استخدام الفايسبوك في الفترة الصباحية

| النسبة | التكرار | استخدام الفايسبوك في الفترة الصباحية |
|--------|---------|--------------------------------------|
| 72,7% | 24 | نعم |
| 24,2% | 8 | لا |
| 3,0% | 1 | عينة مفقودة |
| 100,0% | 33 | المجموع |

من خلال الجدول المبين أعلاه، نجد ان نسبة 72.7% من مجموع المبحوثين بالمؤسسة صرحوا انهم يستخدمون الفايسبوك في الفترة الصباحية وهي نسبة تمثل غالبية إجاباتهم وتليها نسبة 24.2% من المبحوثين صرحوا انهم لا يستخدمون الفايسبوك

صباحا، وهي نسبة ضئيلة جدا، وهو ما يفسر لنا معظم المبحوثين بمديرية الثقافة يستخدمون الفايسبوك صباحا وفي أثناء فترة الدوام في التوقيت ما بين العاشرة والحادي عشر صباحا حسب تصريحاتهم في الاستمارة، وما أكدته لنا بعض الملاحظات التي لاحظتها في بعض المكاتب بمديرية الثقافة¹، حيث وجدت أن بعض الموظفين يستخدمون الفايسبوك لتعامل والعمل به مع ذوي الاختصاص ولهم صفحات خاصة يتواصلون من خلالها ، وبعض المكاتب يستخدمون الفايسبوك فقط لغرض المشاهدة او التسلية . وهناك قيم مفقودة في الجدول قدرت بنسبة 3.0% لم تجب عن هذا السؤال.

جدول رقم 10 استخدام الفايسبوك في الفترة المسائية

| النسبة | التكرار | استخدام الفايسبوك في الفترة المسائية |
|--------|---------|--------------------------------------|
| 51,5% | 17 | نعم |
| 27,3% | 9 | لا |
| 21.2% | 7 | مفردة مفقودة |
| 100,0% | 33 | المجموع |

نلاحظ من خلال الجدول الموضح اعلاه، ان نسبة 51.5% من المبحوثين صرحوا أنهم يستخدمون الفايسبوك مساء بالمؤسسة، وهي نسبة تحتل الصدارة مقارنة بنسبة 27.3% من المبحوثين اللذين صرحوا أنهم لا يستخدمون الفايسبوك مساء ، وهو ما يفسر لنا أن أغلبية الموظفين بمديرية الثقافة يستخدمون الفايسبوك مساء وفي فترات الدوام ما بين الثالثة والرابعة مساء حسب تصريحاتهم في الاستمارة، وايضا من خلال زيارتي لهم و ما أكدته لنا بعض الملاحظات التي قمت بها في بعض مصالح مديرية الثقافة.² وجدت ان بعض الموظفين يستخدمون الفايسبوك مساء . وهناك قيم مفقودة في الجدول تقدر ب 21.2% لم تجب عن هذا السؤال.

¹ - ملاحظة يوم: 2019/02/27، صباحا ، على الساعة التاسعة بمديرية القافة ادرار.
² - ملاحظة يوم 2019/02/24، على الساعة الثانية والنصف زوالاً، بمديرية الثقافة.

جدول رقم 11: متوسط ساعات استخدام الفايسبوك

| النسبة% | التكرار | متوسط ساعات استخدام الفايسبوك |
|---------|---------|-------------------------------|
| 39,4% | 13 | ساعة |
| 36,4% | 12 | ساعتين |
| 9,1% | 3 | اكثر من ساعتين |
| 15,2% | 5 | اوقات متقطعة |
| 100,0% | 33 | المجموع |

من خلال الجدول الموضح اعلاه، نجد ان نسبة 39,4% من المبحوثين صرحوا بان متوسط ساعات استخدامهم للفايسبوك هو ساعة واحدة ثم تليها نسبة 36,4% صرحوا بان متوسط ساعات استخدامهم للفايسبوك هو لمدة ساعتين وهي نسبة متقاربة جدا مع النسبة الاولى ، بالاضافة الى نسبة 15,2% اللذين صرحوا بان متوسط ساعات استخدامهم للفايسبوك يكون في اوقات متقطعة، ونسبة 9,1% من المبحوثين صرحوا بان مدة اوساعات استخدامهم للفايسبوك في اكثر من ساعتين، وهما نسبتان ضئيلتان جدا لاتمثل غالبية اجابات المبحوثين وهو ما يفسر لنا ان اغلبية المبحوثين بمديرية الثقافة يستخدمون الفايسبوك من ساعة الى ساعتين.

جدول رقم 12 التواصل في الفاسيوك مع الاصدقاء اثناء العمل

| النسبة% | التكرار | التواصل مع الاصدقاء في الفايسبوك اثناء العمل |
|---------|---------|--|
| 60,6 % | 20 | نعم |
| 39,4 % | 13 | لا |
| 100,0 % | 33 | المجموع |

من خلال الجدول المبين اعلاه، نجد ان نسبة 60,6 % من المبحوثين بالمؤسسة صرحوا انهم يتواصلون بالفايسبوك مع الأصدقاء أثناء العمل ، وهي تحتل الصدارة الأولى مقارنة بنسبة اللذين صرحوا بانهم لا يتواصلون في الفايسبوك مع الاصدقاء أثناء العمل وتقدر نسبتهم بـ 39,4 % وهي فئة ضئيلة مقارنة بالنسبة الاولى، وهو ما يفسر لنا ان غالبية المبحوثين بالمؤسسة يستعملون الفايسبوك للتواصل مع الأصدقاء أثناء العمل، وهذا قد يؤثر على أدائهم الوظيفي داخل المؤسسة بسبب عدم وجود رقابة إدارية عليهم.

جدول رقم (13) وجود وقت فراغ في العمل يتسنى فيه استخدام احدى شبكات التواصل الاجتماعي

| النسبة | التكرار | وجود وقت فراغ في العمل يتسنى فيه استخدام احدى شبكات التواصل الاجتماعي |
|---------|---------|---|
| 57,6 % | 19 | نعم |
| 42,4 % | 14 | لا |
| 100,0 % | 33 | المجموع |

من خلال الجدول الموضح اعلاه، نجد ان نسبة 57.6 % من المبحوثين صرحوا ان لديهم وقت فراغ في العمل يتسنى لهم فيه استخدام احدى شبكات التواصل الاجتماعي وهي نسبة تحتل الصدارة الاولى وتليها نسبة 42.4 % من المبحوثين صرحوا انهم لا

يجدون وقت فراغ في العمل يتسنى لهم فيه استخدام احدى شبكات التواصل الاجتماعي وهو ما يفسر لنا ان غالبية المبحوثين بديرية الثقافة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي في وقت الفراغ في العمل وان الذين صرحوا بعدم استخدام هذه الشبكات في وقت الفراغ لديهم اعمال اخرى ولا يضيعون وقتهم في استخدام احدى شبكات التواصل الاجتماعي الا عند الضرورة.

جدول رقم (14) : استخدام الفايسبوك كوسيلة اتصال لتسهيل المعاملات في مجال العمل داخل المؤسسة

| النسبة | التكرار | الفايسبوك كوسيلة اتصال لتسهيل المعاملات في مجال العمل |
|---------|---------|---|
| 57,6 % | 19 | نعم |
| 42,4 % | 14 | لا |
| 100,0 % | 33 | المجموع |

من خلال الجدول المبين أعلاه، ان نسبة 57.6 % من المبحوثين صرحوا بأنهم يستخدمون الفايسبوك كوسيلة اتصال لتسهيل المعاملات في مجال العمل داخل المؤسسة، وهي نسبة كبيرة تغطي غالبية إجابات المبحوثين مقارنة بنسبة 42.4 % من المبحوثين الذين صرحوا بان الفايسبوك لا يستخدمونه كوسيلة لتسهيل المعاملات في مجال العمل وهو ما يفسر لنا ان معظم المبحوثين بديرية الثقافة يستخدمون الفايسبوك كوسيلة لتسهيل المعاملات وليس لأغراض أخرى، وهو ما وضحته لنا إجابات المبحوثين في تحليل الاستمارة حيث صرحوا بان استخدامهم للفايسبوك هو لغرض تسهيل العمل واختصار وريح الوقت لا أكثر وللتواصل في مجال العمل.

جدول رقم (15): بإمكان للفيسبوك ان يكون كمحرك بحث مثل قوقل يعتمد عليه لايجاد بعض المعلومات تحتاجها اثناء العمل

| النسبة% | التكرار | الفيسبوك كمحرك بحث مثل قوقل |
|---------|---------|-----------------------------|
| 45,5% | 15 | نعم |
| 54,5% | 18 | لا |
| 100,0% | 33 | المجموع |

من خلال الجدول الموضح اعلاه، نجد ان نسبة 54,5% من اجابات المبحوثين صرحوا بانه لا يمكن اعتبار ان الفيسبوك كمحرك بحث يعتمد عليه لايجاد بعض المعلومات التي يحتاجونها اثناء العمل، ونسبة 45.5% من المبحوثين صرحوا بانه يمكن اعتبار الفيسبوك كمحرك بحث مثل قوقل وهما نسبتان متقاربتان نوعا ما، وهو ما يفسر لنا ان قوقل شبكة انترنت الأكبر والفيسبوك وسيلة للتواصل وكلا لهما دور مختلف الاستعمال.

جدول رقم (16): مساعدة الفيسبوك في الترويج للأنشطة الثقافية التي يقومون بها داخل المؤسسة.

| النسبة | التكرار | مساعدة الفيسبوك في الترويج للأنشطة الثقافية التي يقومون بها داخل المؤسسة. |
|--------|---------|---|
| 72,7% | 24 | نعم |
| 18,2% | 6 | لا |
| 9,1% | 3 | احيانا |
| 100,0% | 33 | المجموع |

من خلال الجدول المبين اعلاه، نجد ان نسبة 72.7% من المبحوثين صرحوا أن الفيسبوك يساعدهم في الترويج للأنشطة الثقافية التي يقومون بها داخل المؤسسة وهي نسبة تحتل الصدارة الأولى مقارنة بنسبة 18.2% من اللذين صرحوا بان الفيسبوك لا يعتبر كمساعد للترويج للأنشطة الثقافية التي يقومون بها، وهناك نسبة 9.1% من المبحوثين صرحوا بأنه احيانا يعتبر الفيسبوك كمروج للانشطة الثقافية وهي نسبة

ضئيلة جدا لا تمثل غالبية إجابات المبحوثين وهو ما يدل على ان غالبية الموظفين بمديرية الثقافة يعتمدون على الفايسبوك ويستخدمونه لترويج لأنشطتهم الثقافية التي يقومون بها.

جدول رقم (17): استخدام اليوتوب

| استخدام اليوتوب | التكرار | النسبة% |
|-----------------|---------|---------|
| نعم | 22 | 66,7% |
| لا | 11 | 33,3% |
| المجموع | 33 | 100,0% |

من خلال الجدول الموضح اعلاه، نجد ان نسبة 66,7% من المبحوثين صرحوا بانهم يستخدمون اليوتوب وهي نسبة تحتل الصدارة وتمثل غالبية إجابات المبحوثين، ونسبة 33.3% صرحوا بانهم لا يستخدمون اليوتوب وهو ما يفسر لنا ان أغلبية الموظفين بمديرية الثقافة يستخدمون اليوتوب.

جدول رقم (18): مستخدمي اليوتوب في الفترة الصباحية

| مستخدمي اليوتوب في الفترة الصباحية | التكرار | النسبة% |
|------------------------------------|---------|---------|
| نعم | 16 | 48,5% |
| لا | 17 | 51,5% |
| المجموع | 33 | 100,0% |

من خلال الجدول الموضح أعلاه، نجد ان نسبة 51.5% من المبحوثين بالمؤسسة صرحوا انهم لا يستخدمون اليوتوب صباحا، وهي نسبة تحتل الصدارة مقارنة بنسبة المبحوثين اللذين صرحوا أنهم يستخدمون اليوتوب صباحا وتقدر نسبتهم بـ 48.5% ومن نفس ذلك ان نسبة المبحوثين الذين يستخدمون اليوتوب صباحا متقاربة جدا مع نسبة المبحوثين اللذين صرحوا بأنهم لا يستخدمون اليوتوب صباحا، وهو ما تأكده لنا بعض

الملاحظات التي أجريت بمديرية الثقافة¹ من خلال زيارتي لهم شاهدة ان بعض الموظفين يستخدمون اليوتوب صباحا في حدود التاسعة حيث جلست مع البعض منهم في مكاتبهم وبقيت ألاحظ مدى اهتمامهم واستعمالهم لليوتوب يستخدمونه في حدود التاسعة والحادية عشر صباحا وهذا ايضا ما صرحوا به في إجاباتهم حول توقيت استخدامهم لليوتوب أن أغلبيتهم يستخدمونه في الفترة ما بين التاسعة والحادي عشر صباحا.

جدول رقم (19) استخدام اليوتوب في الفترة المسائية

| النسبة | التكرار | استخدام اليوتوب في الفترة المسائية |
|---------|---------|------------------------------------|
| 60,6 % | 20 | نعم |
| 33,3 % | 11 | لا |
| 3,0 % | 1 | مفردة مفقودة |
| 3,0 % | 1 | مفردة مفقودة |
| 100,0 % | 33 | المجموع |

من خلال الجدول المبين أعلاه، نجد ان نسبة 60.6% من المبحوثين صرحوا أنهم يستخدمون اليوتوب مساء وهي نسبة كبيرة مقارنة بنسبة 33.3% من المبحوثين اللذين صرحوا أنهم لا يستخدمون اليوتوب مساء وهي نسبة ضئيلة مقارنة بنسبة الاولى، ونفس ذلك ان نسبة كبيرة من موظفين مديرية الثقافة يستخدمون اليوتوب مساء لعدة أغرض وفي التوقيت ما بين الثالثة والرابعة مساء وهذا حسب ما صرحوا به المبحوثين في إجاباتهم في الاستمارة ، ايضا من خلال ملاحظاتي التي قمت بها أثناء زيارتي لمديرية الثقافة² توجهت لبعض المصالح هناك ولاحظت أنهم يستخدمون اليوتوب مساء خاصة في حدود الثالثة إلى غاية توقيت خروجهم من العمل.

¹ ملاحظة يوم 27 فيفري 2019، بمديرية الثقافة بادرار ، الساعة التاسعة صباحا.
² - ملاحظة يوم 24 فيفري 2019 على الساعة الثانية والنصف زوالاً، بمديرية الثقافة.

وهناك عينتين مفقودتين في الجدول لم تجب عن هذا السؤال قدرت نسبتيهما بـ 3.0% والنسبة الثانية 3.0% .

جدول رقم (20): متوسط ساعات استخدام اليوتوب.

| متوسط ساعات استخدام اليوتوب | التكرار | النسبة |
|-----------------------------|---------|---------|
| ساعة | 4 | 12,1 % |
| ساعتين | 10 | 30,3 % |
| أكثر من ساعتين | 6 | 18,2 % |
| أوقات متقطعة | 13 | 39,4 % |
| المجموع | 33 | 100,0 % |

من خلال الجدول المبين أعلاه، نجد إن نسبة 39.4% من المبحوثين بالمؤسسة صرحوا أن متوسط ساعات استخدامهم لليوتوب يكون في أوقات متقطعة هي نسبة تحتل الصدارة مقارنة بالنسب الباقية حيث نجد إن نسبة 30.3% صرحوا ان متوسط ساعات استخدامهم لليوتوب هو لمدة ساعتين ثم تليها نسبة 18.2% من المبحوثين صرحوا ان متوسط ساعات استخدامهم لليوتوب أكثر من ساعتين، ونسبة 12.1% صرحوا ان متوسط ساعات استخدامهم لليوتوب ساعة واحدة، وهي نسبة ضئيلة لا تمثل معظم إجابات المبحوثين، وهو ما يفسر لنا ان موظفي مديرية الثقافة متوسط ساعات استخدامهم لليوتوب يكون في أوقات متقطعة وهذا راجع ربما الى ظروف الشبكة أي شبكة الريزو أحيانا تكون وأحيانا لا تكون في نفس اليوم وتكون ضعيفة يصعب استخدام اليوتوب فيها.

جدول رقم (21) مساعدة اليوتوب على تسهيل العمل داخل المؤسسة

| النسبة% | التكرار | مساعدة اليوتوب العمل على تسهيل العمل داخل المؤسسة |
|---------|---------|---|
| 30,3% | 10 | نعم |
| 66,7% | 22 | لا |
| 3,0% | 1 | عينة |
| 100,0% | 33 | المجموع |

من خلال الجدول الموضح اعلاه، نجد ان نسبة 66.7 % من المبحوثين صرحوا ان اليوتوب لايساعد على تسهيل العمل داخل المؤسسة و نسبة30.3% صرحوا أن اليوتوب يساعدهم على تسهيل العمل داخل المؤسسة، وهو ما يفسر لنا ان معظم موظفي مديرية الثقافة يعتبرون اليوتوب غير مساعد في العمل، وهناك قيم مفقودة في الجدول لم تجب عن هذا السؤال تقدر بنسبة 3.0%.

جدول رقم (22): استخدام اليوتوب لإطلاع على الأخبار اليومية داخل المؤسسة

| النسبة% | التكرار | استخدام اليوتوب للإطلاع على الاخبار اليومية داخل المؤسسة |
|---------|---------|--|
| 57,6% | 19 | نعم |
| 42,4% | 14 | لا |
| 100,0% | 33 | المجموع |

من خلال الجدول المبين اعلاه، نجد ان نسبة 57.6% من المبحوثين صرحوا انهم يستخدمون اليوتوب للإطلاع على الإخبار اليومية داخل المؤسسة، وهي نسبة تحتل الصدارة الأولى مقارنة بنسبة 42.4% من المبحوثين الذين صرحوا إن اليوتوب لا يستخدمونه للإطلاع على الاخبار اليومية داخل المؤسسة، وهو ما يفسر لنا اغلبية الموظفين بالمديرية يستخدمون اليوتوب للإطلاع على الأخبار.

جدول رقم (23): اعتبار اليوتوب محرك بحث يدعم به مجال العمل داخل المؤسسة.

| النسبة% | التكرار | اعتبار اليوتوب محرك بحث يدعم به مجال العمل داخل المؤسسة. |
|---------|---------|--|
| 45,5% | 15 | نعم |
| 54,5% | 18 | لا |
| 100,0% | 33 | المجموع |

من خلال الجدول الموضح أعلاه، نجد ان نسبة 54,5% من المبحوثين صرحوا ان اليوتوب لا يعتبر كمحرك بحث يدعمون به مجال العمل داخل المؤسسة، ونسبة 45,5% صرحوا ان اليوتوب يعتبر كمحرك بحث يدعم به مجال العمل داخل المؤسسة، وهي نسبة تقارب النسبة الأولى فالبعض يستعمل اليوتوب كمساعد لهم في العمل والبعض الآخر يعنبرها وسيلة للتسلية ولا للعمل.

جدول رقم (24): العمل في اطار فردي

| النسبة% | التكرار | العمل في اطار فردي |
|---------|---------|--------------------|
| 51,5% | 17 | نعم |
| 45,5% | 15 | لا |
| 3,0% | 1 | عينة مفقودة |
| 100,0% | 33 | المجموع |

من خلال الجدول الموضح أعلاه، نجد ان نسبة 51.5% من المبحوثين صرحوا أنهم يعملون في إطار فردي داخل المؤسسة، وهي نسبة كبيرة مقارنة بنسبة 45.5% صرحوا أنهم لا يعملون في إطار فردي، وهذا ما يفسر لنا ان هذا راجع ربما إلى طبيعة العمل ببعض المصالح التابعة لمديرية الثقافة بعض المكاتب تعمل بشكل فردي وبعض المصالح تعمل بشكل غير فردي وحسب نوع العمل الموكل للموظف عندما يكون العمل عبارة عن مشروع مثلا التحضير للمهرجانات أو الاحتفالات الوطنية يكون العمل بكل

جماعي وعندما يكون الإجابة عن مراسلة إدارية يكون العمل بشكل فردي، وهناك قيم مفقودة في الجدول لم تجب عن هذا السؤال تقدر ب3.0% .

جدول رقم (25): العمل في اطار جماعة عمل

| النسبة% | التكرار | العمل في اطار جماعة عمل |
|---------|---------|-------------------------|
| 54,5% | 18 | نعم |
| 45,5% | 15 | لا |
| 100,0% | 33 | المجموع |

من خلال الجدول الموضح اعلاه، نجد ان نسبة54.5% من المبحوثين بالمؤسسة صرحوا انهم يعملون في اطار جماعة عمل وهي كبيرة مقارنة بنسبة 45.5% من المبحوثين اللذين صرحوا انهم لايعملون في اطار جماعة عمل ، وهذا راجع ربما الى طبيعة ونوع الاعمال المنوطة بالمؤسسة.

جدول رقم (26): كيفية القيام بالانجاز الاعمال الموكلة داخل المؤسسة

| النسبة% | التكرار | كيفية القيام بالانجاز الاعمال الموكلة داخل المؤسسة |
|---------|---------|--|
| 27,3% | 9 | فردى |
| 42,4% | 14 | جماعى |
| 30,3% | 10 | الاختصاص |
| 100,0% | 33 | المجموع |

من خلال الجدول المبين اعلاه، نجد ان نسبة42.4% من المبحوثين صرحوا أنهم يقومون بانجاز الأعمال الموكلة إليهم داخل المؤسسة بشكل جماعي وهي نسبة تحتل الصدارة مقارنة بالنسب الأخرى التي تليها حيث نجد ان نسبة 30.3% من المبحوثين صرحوا أنهم ينجزون أعمالهم حسب الاختصاص، ونسبة 27.3% من المبحوثين صرحوا ان كيفية القيام بانجاز أعمالهم الموكلة إليهم داخل المؤسسة تكون بشكل فردي، وهو ما يفسر لنا ان أغلبية الموظفين بمديرية الثقافة ينجزون الأعمال الموكلة لهم في

إطار جماعي وهذا يوجد ربما عند التحضير للمشاريع الكبيرة والتي تحتاج للعمل بشكل جماعي لتنتهي بسرعة مثلا عند التحضير لشهر التراث و الاحتفالات الوطنية.
جدول رقم (27): شدة ضغط العمل في مجال العمل

| شدة ضغط العمل | التكرار | النسبة% |
|---------------|---------|---------|
| موسمية | 16 | 48,5% |
| يومية | 3 | 9,1% |
| عادية | 14 | 42,4% |
| المجموع | 33 | 100,0% |

من خلال الجدول المبين أعلاه، نجد ان نسبة 48.5% من المبحوثين صرحوا ان شدة ضغط العمل عندهم في مجال عملهم موسمية، وهي نسبة عالية تحتل الصدارة ثم تليها نسبة 42.4% من المبحوثين اللذين صرحوا ان شدة ضغط العمل تكون عادية في مجال العمل، ونسبة ضئيلة من المبحوثين اللذين صرحوا أن شدة ضغط العمل تكون يومية قدرت نسبتهم بـ: 9.1%، وهو ما يفسر لنا ان في مديرية الثقافة شدة ضغط العمل لديهم في مجال العمل موسمية أكثر منها عادية ويومية، وهذا راجع إلى ان الأعمال تكثر عندهم في المواسم فقط يكون العمل عندهم مكثف ولا يجدون وقت لراحة.

جدول رقم (28): فترات يضطر فيها العمل خارج اوقات الدوام

| فترات يضطر فيها العمل خارج اوقات الدوام | التكرار | النسبة% |
|---|---------|---------|
| نعم | 14 | 42,4% |
| لا | 19 | 57,6% |
| المجموع | 33 | 100,0% |

من خلال الجدول الموضح أعلاه، نجد ان نسبة 57.6% من المبحوثين صرحوا أنهم لا تأتيهم فترات يضطرون فيها للعمل خارج أوقات الدوام، ونسبة 42,4% من المبحوثين صرحوا أنهم تأتيهم فترات يضطرون فيها للعمل خارج أوقات الدوام، وهو ما

بين لنا ان بعض الموظفين في مديرية الثقافة يضطرون أحيانا للعمل خارج أوقات الدوام وهذا ربما يكون في الأيام التحضيرية للاحتفالات التي تقوم بها المؤسسة كالتحضير لمهرجان أهليل وشهر التراث معروفين بكثرة في المنطقة.

جدول رقم (29) : الخضوع للإشراف والمتابعة داخل المؤسسة

| النسبة% | التكرار | الخضوع للإشراف والمتابعة |
|---------|---------|--------------------------|
| 81,8% | 27 | نعم |
| 15,2% | 5 | لا |
| 3,0% | 1 | عينة مفقودة |
| 100,0% | 33 | المجموع |

من خلال الجدول الموضح أعلاه، نجد إن نسبة 81.8% من المبحوثين صرحوا أنهم يخضعون للإشراف والمتابعة داخل المؤسسة وهي نسبة تحتل الصدارة مقارنة بنسبة المبحوثين اللذين صرحوا أنهم لا يخضعون للإشراف والمتابعة قدرت نسبتهم بـ 15.2% وهي ضئيلة لا تمثل غالبية إجاباتهم.

وهناك قيم مفقودة في الجدول لم تجب عن هذا السؤال بنسبة 3.0% .

وهذا ما يفسر لنا أن موظفي مديرية الثقافة يخضعون للإشراف من المدير أو مسؤولهم المباشر ويقيمون على أساس ذلك.

جدول رقم (30): الخضوع لتدريب ورسكلة تمد بمهارات تزيد من سرعة الانجاز العمل

| النسبة% | التكرار | الخضوع لتدريب ورسكلة تمد بمهارات تزيد من سرعة الانجاز العمل |
|---------|---------|---|
| 39,4% | 13 | نعم |
| 60,6% | 20 | لا |
| 100,0% | 33 | المجموع |

من خلال الجدول الموضح اعلاه، نجد ان نسبة 60.6% من المبحوثين صرحوا أنهم لا يخضعون لتدريب ورسكلة تمدهم بمهارات تزيد من سرعة انجازهم للعمل وهي نسبة تحتل الصدارة مقارنة بنسبة 39.4% من المبحوثين صرحوا انهم يخضعون لتدريب

ورسكلة، وهذا يفسر لنا ان المديرية الثقافة تخضع بعض الموظفين الذين هم بحاجة لذلك حتي يتحسن مستواهم في العمل خاصة الجدد لان اغلبية الموظفين يأتون ذو خبرة ومحولين من مناطق ومؤسسات بعيدة كانوا يعملون سابقا في مؤسسات أخرى. وبالتالي المدير لا يضطر لإعادة تدريبهم من جديد، فقط تعرفهم بمكان العمل اي مكاتبهم ونوعية العمل المكلفين به.

جدول رقم (31): مدة انجاز الخدمة او العمل المكلف به من طرف المسؤول المباشر

| النسبة % | التكرار | مدة انجاز الخدمة او العمل المكلف به من طرف المسؤول المباشر. |
|----------|---------|---|
| 81,8% | 27 | من يوم الى يومين |
| 18,2% | 6 | اكثر من يومين |
| 100,0% | 33 | المجموع |

من خلال الجدول الموضح أعلاه، نجد ان نسبة 81.8% من المبحوثين صرحوا أن مدة انجازهم للعمل او الخدمة المكلفين بها من طرف مسؤولهم المباشر من يوم الى يومين فقط لا تزيد عن يومين، وهي نسبة كبيرة مقارنة بنسبة 18.2% من المبحوثين اللذين صرحوا انهم ينجزون أعمالهم في أكثر من يومين اي تزيد عن يومين، وهي نسبة ضئيلة جدا، وهو ما يفسر لنا ان موظفي مديرية الثقافة يحرصون على انجاز أعمالهم في وقتها المحدد.

جدول رقم(32): اعادة انجاز العمل من جديد

| النسبة% | التكرار | اعادة انجاز العمل من جديد |
|---------|---------|---------------------------|
| 33,3% | 11 | نعم |
| 66,7% | 22 | لا |
| 100,0% | 33 | المجموع |

من خلال الجدول الموضح أعلاه، نجد ان نسبة 66.7% من المبحوثين صرحوا أنهم لا يطلب منهم إعادة انجاز العمل من جديد وهي نسبة تحتل الصدارة مقارنة بنسبة إجابات المبحوثين اللذين صرحوا أنهم يطلب منهم إعادة انجاز العمل من جديد قدرت نسبة إجاباتهم بـ 33.3% زهي نسبة قليلة.

جدول رقم (33): التناقش مع المسؤول المباشر عن العمل

| النسبة% | التكرار | التناقش مع المسؤول المباشر عن العمل |
|---------|---------|-------------------------------------|
| 81,8% | 27 | نعم |
| 18,2% | 6 | لا |
| 100,0% | 33 | المجموع |

من خلال الجدول الموضح أعلاه، نجد ان نسبة 81.8% من المبحوثين صرحوا أنهم يتناقشون ومسؤولهم المباشر عن العمل الذي قاموا وهي نسبة عالية تغطي معظم إجابات المبحوثين مقارنة بنسبة المبحوثين اللذين صرحوا أنهم لا يتناقشون ومسؤولهم المباشر عن العمل الذي قاموا به وهي نسبة ضئيلة منهم. وهو ما يفسر لنا أن غالبيتهم يتمتع بالحوار وأسلوب النقاش في انجاز العمل وهو السبيل الأنجح للوصول إلى عمل جيد وتحقيق أداء سليم.

جدول رقم(34): التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي مع مختلف الفاعلين في المجال الثقافي

| النسبة% | التكرار | التواصل مع مختلف الفاعلين عبر شبكات التواصل الاجتماعي |
|---------|---------|---|
| 54,5% | 18 | نعم |
| 30,3% | 10 | لا |
| 15,2% | 5 | أحيانا |
| 100,0% | 33 | المجموع |

من خلال الجدول الموضح أعلاه، نجد ان نسبة 54.5% من المبحوثين صرحوا انهم يتواصلون عبر شبكات التواصل الاجتماعي مع مختلف الفاعلين في مجال الثقافي وهي نسبة كبيرة مقارنة بنسبة المبحوثين الذين صرحوا انهم لا يتواصلون عبر شبكات التواصل الاجتماعي قدرت نسبتهم بـ30.3% ثم تليها نسبة 15.2% صرحوا انهم أحيانا يتواصلون عبر شبكات التواصل الاجتماعي مع مختلف الفاعلين في المجال الثقافي، وهو ما يفسر لنا ان غالبية المبحوثين بمديرية الثقافة يتواصلون بشبكات التواصل الاجتماعي مع مختلف الفاعلين في المجال الثقافي اي الاشخاص المتعاملين معهم كاصحاب الجمعيات الثقافية والمعالم الاثرية والمؤسسات الداعمة لمشاريعهم وذوي الاتفاقيات لتقريب المسافات بينهم يتواصلون بالفايسبوك واليوتوب وهذا ما اكدته لنا بعض اجابات المبحوثين بمديرية الثقافة من خلال مقابلة اجريتها هناك¹، حيث صرحوا انهم يتواصلون بهذه الوسائل مع مختلف الفاعلين لان هناك بعض الجمعيات الثقافية توجد في مناطق بعيدة كمنطقة سالي وبودة وتيميمون اصحاب هذه الجمعيات لا يستطيعون الحضور كل يوم للمؤسسة في السابق كانوا ياتون للمديرية ولكن الان وبفضل التطور التكنولوجي ظهور شبكات التواصل اصبح العمل سهل سهلت لنا الكثير من الامور

¹ مقابلة اجريت مع السيد: حنيني احمد، موظف بمكتب الجمعيات الثقافية بمديرية الثقافة: يوم:9ابريل2019، على الساعة التاسعة صباحا.

وأصبحوا أصحاب الجمعيات الثقافية والمتفاعلين معهم في المجال الثقافي واصحاب المعالم الاثرية يتواصلون باحدى شبكات التواصل الاجتماعي للعمل فيما بينهم دون الحاجة لذهاب لهم، لديهم صفحة على الفايسبوك خاصة بمديرية الثقافة فقط وبموظفيها يتواصلون من خلالها ويتراسلون البريد وهذا يعتبر

شيء اجابي لهم وكمبادرة شخصية من موظفي مديرية الثقافة، شبكات التواصل الاجتماعي حققت لهم علاقات اجتماعية تواصلية مع مختلف الفاعلين معهم اي ذوي الاعمال المتعاملين معهم في المجال الثقافي.

جدول رقم (35): التواصل مع الزملاء في العمل ونستعين بهم لتلبية احتياجات العمل

| النسبة% | التكرار | التواصل مع الزملاء في العمل |
|---------|---------|-----------------------------|
| 93,9% | 31 | نعم |
| 6,1% | 2 | لا |
| 100,0% | 33 | المجموع |

من خلال الجدول الموضح اعلاه، نجد ان نسبة 93.9% من المبحوثين صرحوا أنهم يتواصلون مع زملائهم في العمل ويستعينون بهم لتلبية احتياجات العمل، وهي نسبة تمثل غالبية إجابات المبحوثين مقارنة بنسبة 6.1% اللذين صرحوا أنهم لا يتواصلون مع زملائهم في العمل وهي نسبة قليلة لا تغطي معظم إجاباتهم، وهو ما يفسر لنا ان أغلبية الموظفين بمديرية الثقافة يتواصلون مع زملائهم في العمل ويستعينون بهم وحسب تحليل إجاباتهم في الاستمارة صرحوا أنهم يتواصلون بالفايسبوك واليوتوب وأحيانا الهاتف عندما لا يكون هناك انترنت للتواصل يكون منقطع.

سادساً: عرض وتحليل فرضيات الدراسة

جدول رقم (36): العلاقة بين مستخدمي فايسبوك في الفترة الصباحية ومدة الانجاز الخدمة أو العمل المكلف به من طرف المسؤول المباشر

| المجموع | مدة انجاز الخدمة او العمل المكلف به من طرف المسؤول المباشر | | التكرار | نعم | فايسبوك الفترة الصباحية |
|---------|--|---------------|---------|-------------|-------------------------|
| | من يوم الى يومين | اكثر من يومين | | | |
| 24 | 4 | 16 | التكرار | | |
| 72.7% | 18,2% | 81.8,3% | النسبة | | |
| 8 | 1 | 7 | التكرار | لا | |
| 24,2% | 16,7% | 25.9% | النسبة | | |
| 1 | 1 | 0 | التكرار | عينة مفقودة | |
| 100,0% | 100,0% | 0,0% | النسبة | | |
| 33 | 6 | 27 | التكرار | | المجموع |
| 100,0% | 18,2% | 81,8% | النسبة | | |

من خلال الجدول الموضح أعلاه، والذي يبين لنا استخدام الموظف للفايسبوك صباحا مقارنة بمدة انجاز الخدمة أو العمل المكلف به من طرف المسؤول المباشر، حيث نجد ان نسبة 72.2% من المبحوثين أجابوا أنهم يستخدمون الفايسبوك صباحا وان مدة انجازهم للعمل تقدر بـ 81.8% وان مدة الانجاز تكون من يوم الى يومين لا تزيد عن ذلك، وهي نسبة تحتل الصدارة مقارنة بنسبة المبحوثين اللذين صرحوا انهم لا يستخدمون الفايسبوك صباحا وتقدر نسبة إجاباتهم بـ 24.2% وان مدة انجازهم للعمل تقدر بنسبة 18.2% ومدة الانجاز الأعمال تكون في أكثر من يومين، وهو ما يفسر لنا أن مستخدمي الفايسبوك صباحا ينجزون أعمالهم في وقتها لا تتعدى يومين وان اللذين لا يستخدمون الفايسبوك ينجزون أعمالهم في أكثر من يومين، لان الفايسبوك يعتبر للبعض كمساعد لهم في انجاز عملهم وهو ما أكدته لنا بعض المقابلات التي أجريت مع إحدى الموظفين

بمديرية الثقافة،¹ حيث صرحوا لنا ان مدة انجازهم للعمل المكلفين به قبل وبعد استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي تختلف اختلافا كبيرا حيث كانوا في السابق يستغرقون وقتا لانجاز اي عمل يصل إلى حوالي شهر تقريبا او أسابيع ، ولكن الآن وبفضل توسع شبكات الانترنت وظهور ما يعرف بالفيسبوك أصبحوا ينجزون أعمالهم في اقل من يومين من خلال الإشهار والإعلام خاصة أصحاب الجمعيات والمعالم الأثرية التي يتعاملون معها أصبح يصلها كل شيء بفضل هذه الشبكات، والتواصل أصبح ايضا سهلا كما أنهم قاموا بإنشاء صفحة على الفيسبوك للتواصل فيما بينهم، وصرح لنا احد الموظفين بالمديرية الثقافة من خلال مقابلة أجريت مع إحدى الكوادر² ان المدير ترك لهم حرية الاختيار في التواصل حسب الأداء الذي يقدمونه، لأنه لم يصرح لهم باستخدام هذه الشبكات كوسيلة ضرورية في العمل، لان بعض الموظفين يستعملونها لأغراض أخرى وهو لا يجب ذلك أتاح لهم الانترنت فقط في العمل، لكن بمبادرة منهم استطاعوا ان يجعلوا من شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة لتسهيل العمل والتواصل فيما بينهم، لان المدير يقيم الموظفون حسب الأداء الذي يقدمونه ففي بعض الحالات يقولون ان المدير يشدد الرقابة عليهم خاصة اللذين يتهاونون في انجاز أعمالهم المكلفين بها ويستغرقون وقت طويل في انجازها بدون سبب فقد يحرمهم من العطل الاستثنائية ويقدم لهم استفسارات وغير ذلك من العقوبات الإدارية، والبعض من الموظفين صرحوا أنهم لا يتعاملون مع الفيسبوك في انجاز العمل ينجزون أعمالهم بدون استخدام هذه الوسيلة لهذا يستغرقون وقت طويل في انجاز أعمالهم بالمؤسسة،

¹ مقابلة اجريت مع السيدة: بلشيرامينة، رئيس مصلحة التراثالثقافي، بمديرية الثقافة، يوم 4 ابريل 2019، التاسعة صباحا.

² مقابلة اجريت مع السيد: عكرمي احمد، رئيس مصلحة النشاطات الثقافية، بمديرية الثقافة، يوم 7 ابريل 2019، على الساعة التاسعة صباحا.

جدول رقم (37) العلاقة بين استخدام الفايسبوك في الفترة الصباحية وإعادة انجاز العمل من جديد

| المجموع | إعادة انجاز العمل من جديد | | التكرار | نعم | فايسبوك الفترة الصباحية |
|-----------------|---------------------------|-------|---------|-------------|-------------------------|
| | لا | نعم | | | |
| 24 | 16 | 8 | التكرار | نعم | فايسبوك الفترة الصباحية |
| 100,0% 72.7% | 66,7% | 33,3% | النسبة | | |
| 8 | 5 | 3 | التكرار | لا | |
| 100,0% 24.2% | 62,5% | 37,5% | النسبة | | |
| 1 | 1 | 0 | التكرار | عينة مفقودة | |
| 100,0% | 100,0% | 0,0% | النسبة | | |
| 33 | 22 | 11 | التكرار | المجموع | |
| 100,0% | 66,7% | 33,3% | النسبة | | |

من خلال الجدول الموضح أعلاه، والذي بين العلاقة بين مستخدمي الفايسبوك صباحا مقارنة بإعادة انجازهم للعمل من جديد، نجد ان نسبة 72.7 % من المبحوثين الذين أجابوا أنهم يستخدمون الفايسبوك صباحا وهي نسبة عالية كم نجد اكبر نسبة في الجدول قدرت بـ 66.7% وهم المبحوثين الذين صرحوا انهم لا يطلب منهم إعادة انجاز العمل من جديد وهم نسبتان احتلت الصدارة مقارنة بنسبة المبحوثين الذين صرحوا أنهم لا يستخدمون الفايسبوك صباحا ونسبة المبحوثين الذين صرحوا أيضا انهم يطلب منهم إعادة انجاز العمل من جديد و قدرت نسبة الإجابة بـ 24.2% و 33.3% وهما نسبتان ضئيلتان وهو ما يفسر لنا ان مستخدمي الفايسبوك صباحا داخل المؤسسة لا يطلب منهم إعادة انجاز العمل من جديد، بينما الموظفين الذين لا يستخدمون الفايسبوك صباحا داخل المؤسسة يطلب منهم إعادة انجاز العمل من جديد وهذا راجع ربما إلى أنهم لا يتواصلون بالفايسبوك ولا يستخدمونه في مجال العمل ولا لتسهيل عملهم داخل المؤسسة، وانما لا

يستخدمونه لغرض التسلية فقط.

جدول رقم (38) العلاقة بين استخدام الفايسبوك في الفترة الصباحية والتواصل مع الزملاء في العمل والاستعانة بهم لتلبية احتياجات العمل.

| المجموع | التواصل مع الزملاء في العمل | | | | |
|-----------------|-----------------------------|--------|---------|---------|-------------------------------|
| | لا | نعم | | | |
| 24 | 1 | 23 | التكرار | نعم | فايسبوك الفترة الصباحية |
| 100,0% %72.7 | 4,2% | 95,8% | النسبة | | |
| 8 | 1 | 7 | التكرار | لا | |
| 100,0% %24.2 | 12,5% | 87,5% | النسبة | | |
| 1 | 0 | 1 | التكرار | عينة | |
| 100,0% | 0,0% | 100,0% | النسبة | مفقودة | |
| 33 | 2 | 31 | التكرار | المجموع | |
| 100,0% | 6,1% | %93.9 | النسبة | | |

من خلال الجدول الموضح اعلاه، والذي يبين العلاقة بين مستخدمي الفايسبوك صباحا والتواصل مع الزملاء في العمل من اجل تلبية احتياجات العمل، نجد ان أعلى نسبة احتلت الصدارة في الجدول، هي نسبة المبحوثين الذين صرحوا انهم يستخدمون الفايسبوك صباحا داخل المؤسسة، ونسبة المبحوثين الذين صرحوا انهم يتواصلون مع زملائهم في العمل من اجل تلبية احتياجات العمل، حيث قدرت نسبتهما بـ: 72.7% و 93.9% على الترتيب، و اقل نسبة في الجدول هي نسبة المبحوثين الذين صرحوا انهم لا يستخدمون الفايسبوك صباحا داخل المؤسسة ونسبة المبحوثين الذين صرحوا انهم لا يتواصلون مع زملائهم في العمل داخل المؤسسة، قدرت نسبة اجابتهما بـ: 24.2% و 6.1% وهما نسبتان ضئلتان، وهو ما يفسر لنا وجود علاقة ترابطية بين مستخدمي

الفايسبوك صباحا والتواصل مع الزملاء في العمل فموظفي مديرية الثقافة يستخدمون الفايسبوك ويتواصلون به مع زملائهم في العمل من اجل لتلبية احتياجات العمل لا أكثر. وهو شيء إيجابي لهم لان باستخدامهم للفايسبوك داخل العمل يجعلهم يتواصلون به ولا ينعزلون عن بعضهم البعض. بل يكونون علاقة اجتماعية تواصلية من خلال العمل فيما بينهم.

جدول رقم (39) العلاقة بين مستخدمي اليوتوب في الفترة المسائية ومدة الانجاز الخدمة أو العمل المكلف به من طرف المسؤول المباشر

| المجموع | مدة انجاز الخدمة او العمل المكلف به من طرف المسؤول المباشر | | | | |
|---------|--|---------------|---------|-----------------|------------------------------|
| | من يوم الى يومين | اكثر من يومين | | | |
| 33 | 27 | 06 | التكرار | نعم | يوتيوب الفترة المسائية |
| 100,0% | 81,8% | 18,2% | النسبة | | |
| 11 | 9 | 2 | التكرار | لا | |
| 100,0% | 81,8% | 18,2% | النسبة | | |
| 1 | 1 | 0 | التكرار | مفردة مفقودة | |
| 100,0% | 100,0% | 0,0% | النسبة | | |
| 1 | 1 | 0 | التكرار | 14,00 | |
| 100,0% | 100,0% | 0,0% | النسبة | | |
| 33 | 27 | 6 | التكرار | المجموع | |
| 100,0% | 81,8% | 18,2% | النسبة | | |

من خلال الجدول الموضح اعلاه، والذي يبين العلاقة بين مستخدمي اليوتوب مساء ومدة انجاز العمل المكلفين به من طرف المسؤول المباشر، نجد ان أعلى نسبة احتلت الصدارة في الجدول هي نسبة المبحوثين الذين صرحوا انهم يستخدمون اليوتوب مساء داخل المؤسسة قدرت بـ: 60.6% ونسبة المبحوثين الذين صرحوا ان مدة انجازهم للعمل او الخدمة المكلفين بها من طرف مسؤولهم المباشر تكون من يوم الى يومين فقط لا تزيد عن ذلك قدرت بـ: 81.8% ، و اقل نسبة قدرت في الجدول هي نسبة المبحوثين الذين

صرحوا أنهم لا يستخدمون اليوتوب مساء داخل المؤسسة ، ومدة انجاز العمل او الخدمة تكون في أكثر من يومين تزيد عن يومين، وهما نسبتان ضئيلتان مقارنة بالنسبتين الأولىين، وهو ما يفسر لنا وجود علاقة ترابطية بين مستخدمي اليوتوب مساء ومدة انجاز العمل او الخدمة المكلفين بها من طرف المسؤول المباشر في العمل، وحسب قرائنتنا للجدول نجد ان مستخدمي اليوتوب ينجزون أعمالهم في اقل من يومين و ان الموظفين الذين لا يستخدمون اليوتوب ينجزون أعمالهم في أكثر من يومين .

جدول رقم (40) العلاقة بين استخدام اليوتيوب الفترة المسائية وإعادة إنجاز العمل من جديد.

| المجموع | إعادة إنجاز العمل من جديد | | | | |
|-----------------|---------------------------|--------|---------|----------------|------------------------------|
| | لا | نعم | | | |
| 20 | 14 | 6 | التكرار | نعم | يوتيوب الفترة المسائية |
| 100,0% %60.6 | 70,0% | 30,0% | النسبة | | |
| 11 | 7 | 4 | التكرار | لا | |
| 100,0% 33.3% | 63,6% | 36,4% | النسبة | | |
| 1 | 0 | 1 | التكرار | عينة مفقودة | |
| 100,0% 3.0% | 0,0% | 100,0% | النسبة | | |
| 1 | 1 | 0 | التكرار | عينة مفقودة | |
| 100,0% 3.0% | 100,0% | 0,0% | النسبة | | |
| 33 | 22 | 11 | التكرار | المجموع | |
| 100,0% | 66,7% | 33,3% | النسبة | | |

من خلال الجدول الموضح أعلاه، والذي يبين العلاقة بين مستخدمي اليوتيوب مساء وإعادة إنجاز العمل من جديد، نجد أن أعلى نسبة احتلت الصدارة في الجدول هي نسبة المبحوثين الذين صرحوا أنهم يستخدمون الفايسبوك مساء داخل المؤسسة قدرت نسبة إجاباتهم بـ 60.6% ونسبة المبحوثين الذين صرحوا أنهم لا يطلب منهم إعادة إنجاز العمل من جديد، قدرت نسبة إجاباتهم بـ: 66.7% وهما نسبتان كبيرتان مقارنة بنسبة المبحوثين الذين صرحوا أنهم لا يستخدمون اليوتيوب مساء قدرت نسبتهم بـ 33.3% ونسبة المبحوثين الذين صرحوا أنهم يطلب منهم إعادة إنجاز العمل من جديد، وهما نسبتان ضئيلتان، وهو ما يفسر لنا وجود علاقة ترابطية طردية بينهما حيث كلما استخدم الموظفون اليوتيوب داخل المؤسسة لا يطلب منهم إعادة إنجاز العمل من جديد وهذا يدل على أنهم يعملون عملاً متقن ويعتبر اليوتيوب مساعد لهم في ذلك.

جدول رقم (41) العلاقة بين استخدام اليوتوب في الفترة المسائية والتواصل مع زملاء في العمل من اجل تلبية احتياجات العمل

| المجموع | التواصل مع الزملاء في العمل | | | | |
|-----------------|-----------------------------|--------|---------|-------------|------------|
| | لا | نعم | | | |
| 20 | 1 | 19 | التكرار | نعم | يوتوب مساء |
| 100,0% 60.6% | 5,0% | 95,0% | النسبة | | |
| 11 | 1 | 10 | التكرار | لا | |
| 100,0% 33.3% | 9,1% | 90,9% | النسبة | | |
| 1 | 0 | 1 | التكرار | عينة مفقودة | |
| 100,0% 3.0% | 0,0% | 100,0% | النسبة | | |
| 1 | 0 | 1 | التكرار | عينة مفقودة | |
| 100,0% 3.0% | 0,0% | 100,0% | النسبة | | |
| 33 | 2 | 31 | التكرار | المجموع | |
| 100,0% | 6,1% | 93,9% | النسبة | | |

من خلال الجدول الموضح أعلاه، والذي يبين العلاقة بين مستخدمي اليوتوب مساء والتواصل مع الزملاء في العمل من اجل تلبية احتياجات العمل، نجد ان أعلى نسبة قدرت في الجدول هي نسبة المبحوثين الذين صرحوا أنهم يستخدمون اليوتوب مساء داخل المؤسسة قدرت نسبة الإجابة بـ: 60.6% ، وأعلى نسبة كذلك هي نسبة المبحوثين الذين صرحوا أنهم يتواصلون مع زملائهم في العمل من اجل تلبية احتياجات العمل قدرت نسبة الإجابة بـ 93.9% وهما نسبتان احتلتا الصدارة مقارنة بنسبة المبحوثين الذين صرحوا انهم لا يستخدمون اليوتوب مساء ونسبة المبحوثين الذين صرحوا انهم لا يتواصلون مع زملائهم في العمل، قدرت نسبة الإجابة بـ: 33.3% و 6.1% على التوالي، وهو ما يفسر لنا وجود علاقة ترابطية طردية بين استخدام اليوتوب مساء داخل المؤسسة

والتواصل مع الزملاء في العمل ، حيث ان أغلبية موظفي مديرية الثقافة يستخدمون شبكة اليوتوب من اجل العمل فقط وللتواصل مع الزملاء في مجال العمل فيعتبرونه وسيلة تواصلية ومساعد لهم في العمل ، ويكون لهم علاقة اجتماعية عملية فيما بينهم، ولا يجعلهم منعزلين عن بعضهم البعض.

سابعاً: استنتاج فرضيات الدراسة

بالرجوع الى الجداول المركبة رقم 01, 02, 03، و من خلال التحليل الذي استخلصناه من هذه الجداول ، نقول ان الفرضية التي نصها: يؤثر استخدام الموظف للفيسبوك على أدائه الوظيفي داخل المؤسسة ايجابيا، تحققت نسبياً، حيث انه يؤثر استخدام الموظف للفيسبوك على ادائه الوظيفي داخل المؤسسة، ويقودنا هذا إلى القول ان شبكة التواصل الاجتماعي المتمثلة في الفيسبوك نعمة ونقمة للموظف ، نعمة اذا استخدمها بشكل سليم وحقق منها فائدة في مجال العمل تزيد من مستوى أدائه الوظيفي وتعزز قدرته اكثر للعمل، ونقمة واذا استخدمها بشكل سلبي تنعكس على ادائه الوظيفي داخل المؤسسة.

بالرجوع الى الجداول المركبة رقم 04, 05, 06، و من خلال التحليل الذي استخلصناه من هذه الجداول ، نقول ان الفرضية التي نصها: يؤثر استخدام الموظف لليوتوب على أدائه الوظيفي داخل المؤسسة ايجابيا، تحققت نسبياً، حيث انه يؤثر استخدام الموظف لليوتوب على أدائه الوظيفي داخل المؤسسة وهذا التأثير هو نعمة ونقمة في نفس الوقت، نعمة اذا استخدم الموظف اليوتوب لغرض العمل فقط، فالليوتوب يعتبر مساعد في انجاز الاعمال داخل المؤسسة بشكل سريع وهو ما توصلنا إليه من خلال تحليل إجابات المبحوثين، لان معظم إجابات المبحوثين تقودنا إلى القول ان شبكة التواصل الاجتماعي إلا وهي اليوتوب شبكة عمل ايجابية للموظف إذا استخدمها بشكل سليم وحقق منها فائدة في مجال العمل.تزيد من قدرته العملية في العمل أكثر ، ونقمة اذا استخدم الموظف اليوتوب لغرض التسلية فقط وهو ماينعكس على أدائه الوظيفي.

ثامنا: الاقتراحات والتوصيات

من خلال ما توصلنا إليه من استنتاجات الفرضيات، نجد ان شبكة التواصل الاجتماعي شبكة عالمية استأثرت عقول مستعمليها وأصبح لها شعبية حتى وصل استعمالها في المؤسسات بشكل كبير، وعليه يمكن تقديم الاقتراحات والتوصيات المتمثلة في:

- 1_ لابد من إعادة النظر في كيفية الاهتمام باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المؤسسات في مجال العمل فقط ووضع خطط إستراتيجية لذلك،
- 2_ جعل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المؤسسات تكون بطرق رسمية للعمل بها ومرخصة قانونياً.
- 3_ فتح مواقع الكترونية خاصة بكل مؤسسة لتعامل بها مع الأطراف المعنية.

خاتمة

خاتمة

من خلال دراستنا لهذا الموضوع ألا وهو " اثر استخدام الموظف لشبكات التواصل الاجتماعي على أدائه الوظيفي داخل المؤسسة"، ومن خلال التساؤل الرئيسي المطروح والذي مؤداه: هل هنالك اثر لاستخدام الموظف لشبكات التواصل الاجتماعي على أدائه الوظيفي داخل المؤسسة ؟ ومن خلال التساؤلات الدراسة الفرعية المتمثلة في التساؤل الاول: هل لاستخدام الموظف للفايسبوك اثر على أدائه الوظيفي داخل المؤسسة ايجابيا؟

نستنتج ونختم بالقول نعم لاستخدام الموظف للفايسبوك أثر على أدائه الوظيفي داخل المؤسسة، وهذا التأثير ايجابي، فاستخدام الموظف للفايسبوك داخل المؤسسة له اثر ايجابي اكثر منه سلبي وهو مااستنتجناه من خلال تحليل الجداول البسيطة والمركبة، فمعظم الموظفين بالمؤسسة يستخدمون الفاييسبوك لغرض العمل فقط.

بالنسبة لتساؤل الثاني: هل لاستخدام الموظف لليوتوب أثر على أدائه الوظيفي داخل المؤسسة ايجابيا؟

نعم لاستخدام الموظف لليوتوب أثر على أدائه الوظيفي داخل المؤسسة ايجابيا، وهو مااستخلصناه ايضاً من خلال تحليل وتفسير الجداول البسيطة والمركبة، كما نلمح بروز الاثر الايجابي اكثر من الاثر السلبي فمعظم الموظفين بالمؤسسة يستخدمون اليوتوب لغرض العمل فقط.

وعليه نقول نعم هنالك اثر لاستخدام الموظف لشبكات التواصل الاجتماعي على أدائه الوظيفي داخل المؤسسة، وهذا الاثر ايجابي ،

فالموظف الكفوء يهدف من وراء استخدام شبكات التواصل الاجتماعي (الفاييسبوك - اليوتوب) إلى تحقيق أداء جيد والحصول على نتائج مرضية ترفع من أدائه في العمل

وترفع أداء المؤسسة لا غير، فلن يكون لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المؤسسات هدفاً مرضياً من طرف مستخدميها إلا إذا حصلوا بها على مردودية أكبر وحققوا أداء وظيفي جيد في العمل وتكون المحرك الأساسي لدفعهم للعمل أكثر.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

أولاً. القواميس والمعاجم

| القواميس والمعاجم | |
|-------------------|---|
| 1 | أبو الحسين أحمد بن فارس بن زكرياء، المقاييس في اللغة، بيروت- دار الفكر، (ب، ت). |
| 2 | أحمد بن محمد بن علي الفيومي، المصباح المنير، - مكتبة لبنان - بيروت، 1987. |
| 3 | أحمد بن زكي بدوي، محمد كامل مصطفى، معجم مصطلحات القوى العاملة، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر، 1984. |
| 4 | كريم سيد محمد محمود، الطلاب الوسيط، دار الكتب العلمية، بيروت- لبنان، ط1، 2006. |
| 5 | لويس معوف، المنجد في اللغة العربية، ط2، بيروت - لبنان، دار المشرق 2001. |
| 6 | مختار ابن أبي بكر الرازي، مختار الصحاح، دار المعرفة، بيروت، لبنان، 2005. |

| ثانياً. الكتب | |
|---------------|--|
| 1 | أحمد السيد مصطفى، إدارة الموارد البشرية، دار الهندسة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008 م، ط3. |
| 3 | أحمد صقر عاشور، إدارة القوة العاملة، دار النهضة العربية، بيروت، 1983 م. |
| 2 | أحمد صقر عاشور، السلوك الإنساني في المنظمات، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2005 م. |
| 4 | جمال سند السويدي، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية من القبيلة إلى الفايبروك، (ب م ن)، ط1، 2013 م. |
| 5 | حجازي إبراهيم، التكامل بين الإعلام التقليدي والجديد، دار معتر للطباعة والنشر، الأردن، (ب س ن)، ط1. |

| | |
|----|---|
| 6 | حسن إبراهيم بلوط، إدارة الموارد البشرية من الإستراتيجي، ط1، دار النهضة العربية، بيروت، 2002م. |
| 7 | حسن محمد حراشة، إدارة الجودة الشاملة والأداء الوظيفي، دار حليس الرمان للنشر والتوزيع، عمان الأردن، ط1، 2011 |
| 8 | خالد غسان المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2014م. |
| 9 | راوية حسن محمد، إدارة الموارد البشرية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، 1999 م، ب ط. |
| 10 | ربابعة علي، إدارة الموارد البشرية، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2003م. |
| 11 | صالح العلي:مهارات التواصل الاجتماعي: الاسس- المفاهيم والقيم، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان- الاردن ط ،2015. |
| 12 | صلاح الدين عبد الباقي، ادارة الموارد البشرية من الناحية العلمية والعملية، الدار الجامعية ، مصر،2005. |
| 13 | عبد البار إبراهيم درة، تكنولوجيا الأداء البشري في المنظمات، القاهرة، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة -مصر، 2003 |
| 14 | عبد الحكيم أحمد الخزامي، تكنولوجيا الأداء من التقييم إلى التحسين، مكتبة ابن سينا للنشر والتوزيع، مصر، بدون سنة نشر، (ب.س.ن). |
| 15 | عطا الله بن فهد السرحاني، توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في مكافحة الإرهاب، الدورة التدريبية، 2013م. |
| 16 | علاء الدين محمد عفيفي، الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية، دار الكتب والوثائق القومية، الإسكندرية، 2015م. |
| 17 | علي خليل شفرة، الإعلام الجديد" شبكات التواصل الاجتماعي"، دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2014م. |
| 18 | علي سليمان، بعض الاتجاهات الحديثة في إدارة الأفراد، مركز البحوث، المعهد القومي للإدارة العليا، القاهرة، مصر، 1985م. |
| 19 | فيصل عبد الرؤوف الدخلة، تكنولوجيا الأداء البشري (المفهوم وأساليب القياس والنماذج)، المكتبة الوطنية، عمان-الأردن، 2011م. |

قائمة المصادر والمراجع

| | |
|---|----|
| محمد سعيد أنور السلطان، السلوك الإنساني في المنظمات، كلية التجارة، جامعة الإسكندرية، ط 2002م، . | 21 |
| محمد سعيد أنور السلطان، السلوك التنظيمي، الإسكندرية، الدار الجامعية الجديدة، 2003م. | 20 |
| محمد فرج عبد السميع، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التسويق، دراسة منشورة من وزارة السياحة، مصر، 2012م. | 22 |
| مصطفى احمد سيد ، إدارة السلوك التنظيمي - رؤية معاصرة، (ب.ب.ن)، (ب.د.ن)، 2000م، . | 23 |
| هلال محمد حسن، مهارات إدارة الأداء، مركز تطوير الأداء والتنمية، القاهرة ، 1996، | 24 |
| وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفيس بوك على المجتمع، ط1، اليونان، 2011م، | 25 |

| ثالثاً. الرسائل الجامعية | |
|--------------------------|--|
| 1 | الشريف طلال عبد الملك، الأنماط القيادية وعلاقتها بالأداء الوظيفي من وجهة نظر العاملين بإمارة مكة المكرمة، رسالة ماجستير في العلوم الإدارية، جامعة نايف للعلوم الأمنية، كلية الدراسات العليا، السعودية، 2004م، |
| 2 | خديجة عبد العزيز علي إبراهيم، واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي - العملية التعليمية - دراسة ميدانية، جامعة صعيد مصر، يوليو 2014م. |
| 3 | زيد صالح حسن سميع، مرجع سبق ذكره، ص 91-97- [1]..صليحة شامي، المناخ التنظيمي وتأثيره على الأداء الوظيفي للعاملين، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة امحمد بوقرة، بومرداس، 2009-2010م. |
| 4 | سارة ناصر أبو شعبان، اتجاهات العاملين في العلاقات العامة نحو استخدام الشبكات الاجتماعية، مذكرة ماجستير، دراسة منشورة، دراسة ميدانية على المؤسسات المحلية، كلية الآداب، قسم الصحافة، ط2، 2010-2011م. |
| 5 | عبد الله ممدوح مبارك، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي، تونس ومصر، مذكرة ماجستير، دراسة منشورة، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2012م. |
| 6 | عصام بن يحي الفيلات، المعرفة وشبكات التواصل الاجتماعي، مركز الدراسات الإستراتيجية، جامعة الملك بن عبد العزيز، الإصدار 39، 2012م. |
| 7 | عمر تيمجدين، دور إستراتيجية التنوع في تحسين أداء المؤسسة الصناعية - دراسة حالة مؤسسة كندور برج بو عريريج، رسالة ماجستير، تخصص اقتصاد صناعي، العلوم الاقتصادية، جامعة محمد خيضر، الجلفة، الجزائر، 2013م. |
| 8 | نادر حامد عبد الرزاق أبو شيخة، تقييم اثر الحوافز عن مستوى الأداء الوظيفي في شركة الاتصالات الفلسطينية من وجهة نظر العاملين، رسالة ماجستير منشورة، قسم إدارة الأعمال، كلية العلوم لاقتصادية والعلوم الإدارية، جامعة الأزهر بغزة، 1431 هـ - 2010م. |

| رابعاً. المقالات المنشورة | |
|---------------------------|--|
| 1 | إبراهيم أحمد الدوي، التواصل الاجتماعي، مقال منشور، رئيس مركز المعلومات والبحوث، المنظمة العربية للهلال الأحمر والصليب الأحمر. |
| 2 | جمال عبد الرزاق، ملخص دراسة التجارة الإلكترونية والشبكات الاتصالية، منشورة في اتجاهات قوقل، 2009م. |
| 3 | سليمة راجي، الحملات الانتخابية وشبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر بين وسائل الاتصال الجديدة، ملتقى دولي، حول شبكات التواصل الاجتماعي، جامعة بسكرة، العدد 9، سبتمبر 2012م. |

| خامساً. المجلات العلمية | |
|-------------------------|---|
| 1 | المير عبد الرحيم، العلاقة بين ضغوط العمل وبين الولاء التنظيمي والرضا الوظيفي، مجلة الادارة العامة، العدد2، 1995،. |
| 2 | المير عبد الرحيم، العلاقة بين ضغوط العمل وبين الولاء التنظيمي والرضا الوظيفي، مجلة الإدارة العامة، مجلد 35، العدد 2، الرياض، 1993م، . |
| 3 | حلمي خضر ساري، تأثير الاتصال عبر الانترنت في العلاقات لاجتماعية، مجلة الجامعة، دمشق، المجلد 24، العدد 1 و2، 2008م. |
| 4 | زاهر رضي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، العدد 15، جامعة عمان - الأردن، ط2003م. |
| 5 | زهير عابد، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام، مجلة الجامعة النجاح لأبحاث العلوم الإنسانية، مجلد 26، 2012م. |
| 6 | مشري مرسى، شبكات التواصل الاجتماعية الرقمية، نظرة في الوظائف، مجلة المستقبل العربي، لبنان، العدد 395، سنة 2012م،. |

الملاحق

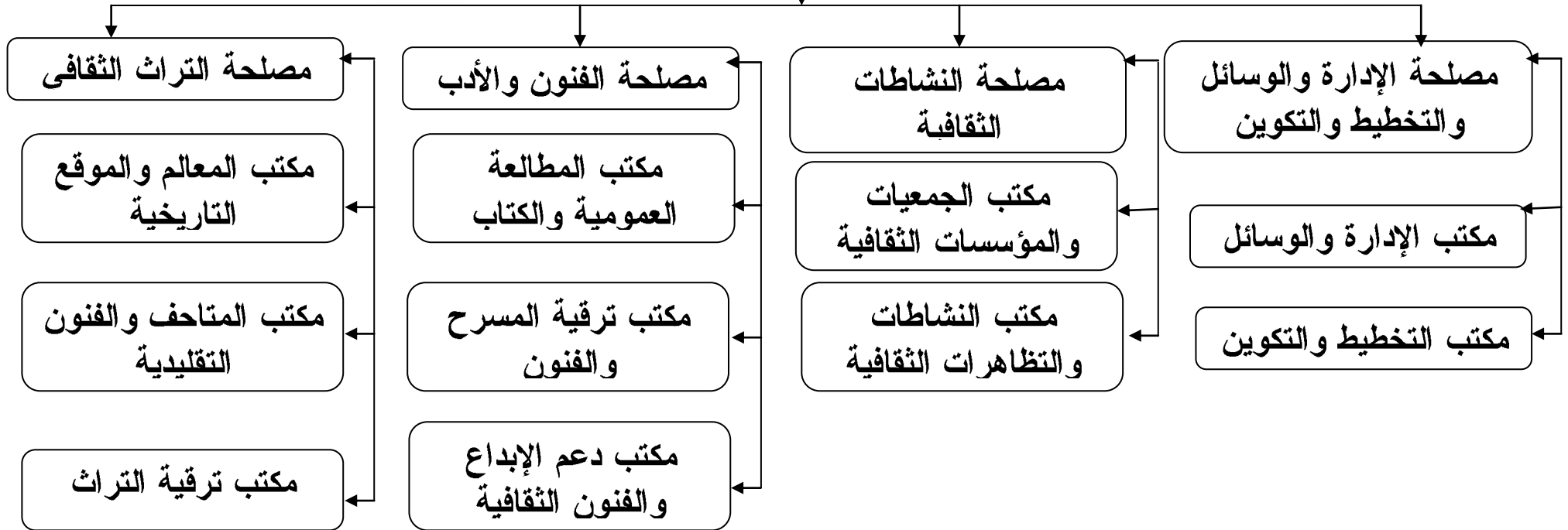
الملحق رقم (01) مخطط الهيكل التنظيمي لمديرية الثقافة

الملحق رقم (02): يوضح إستمارة البحث

الملحق رقم (03): يوضح دليل المقابلة

مخطط مديرية الثقافة لولاية أدرار

مديرية الثقافة



(المصدر: مصلحة الإدارة والوسائل والتخطيط والتكوين بمديرية الثقافة - أدرار)

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة أدرار
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية والعلوم الإسلامية
قسم العلوم الاجتماعية
تخصص: علم الاجتماع تنظيم وعمل
استمارة بحث

بعد التحية و السلام ،

سيدي العامل ، سيديتي العاملة .

نحن طلبة علم الاجتماع تنظيم وعمل ، في إطار انجاز مذكرة التخرج في الماستر علم

الاجتماع تنظيم وعمل التي تحمل عنوان :

" اثر استخدام الموظف لشبكات التواصل الاجتماعي على أدائه الوظيفي داخل

المؤسسة.".

نلتمس من سيادتكم الموقرة أن تجيبوا لنا على هذه الأسئلة الماثلة أمامكم ، بكل موضوعية ، وذلك بوضع علامة (X) في المكان المناسب والتعليق على الأسئلة المفتوحة ، ونعلمكم بان إجاباتكم ستحظى بالسرية ولاستخدم إلا لإغراض علمية، وفي الختام نقبلوا منا خالص الشكر والتقدير.

إشراف الدكتور:

رضا نعيجة

من اعداد الطالبة:

* نوارى حليلة

المحور الاول: البيانات الشخصية:

1. الجنس : ذكر ، أنثى
2. السن: 20-30 سنة 31-40 سنة 41-50 سنة أكثر من 51
3. طبيعة المنصب: ادماج مهني منصب دائم
4. المستوى التعليمي: ابتدائي متوسط ثانوي جامعي
5. الخبرة المهنية:

- أقل من 5 سنوات
 من 05 إلى 10 سنوات
 من 10 إلى 15 سنة
 من 15 فما فوق

المحور الثاني: شبكات التواصل الاجتماعي

* الفاييس بوك

6. هل يتوفر لك جهاز حاسوب في مكتبك؟
 نعم لا
7. هل تتعامل مع شبكة الانترنت في انجاز الأعمال داخل المؤسسة؟
 نعم لا
8. هل تملك حساب في إحدى شبكات التواصل الاجتماعي؟
 نعم لا
9. اذا كنت تستخدم الفاييسبوك هل تستخدمه في الفترة الصباحية؟
 نعم لا

اذا كانت الاجابة بـ نعم : اذكر توقيت استخدامك له؟

10. هل تستخدم الفاييسبوك في الفترة المسائية؟
 نعم لا

إذا كانت الإجابة بـ نعم : اذكر توقيت استخدامك له؟.....

11. ما متوسط ساعات استخدامك للفايسبوك ؟
 ساعة ساعتين أكثر من ساعتين في أوقات متقطعة

12. هل تتواصل في الفاييسبوك مع أصدقائك أثناء العمل ؟

نعم لا

13. هل تجد وقت فراغ في العمل يتسنى لك فيه استخدام إحدى شبكات التواصل الاجتماعي؟

نعم لا

14. هل تستخدم الفاييسبوك كوسيلة اتصال لتسهيل معاملاتك في مجال العمل داخل المؤسسة؟

نعم لا

15. هل يمكن للفايسبوك أن يكون محرك بحث مثل قوقل تعتمد عليه لاجاد بعض المعلومات التي تحتاجها أثناء عملك؟

نعم لا

إذا كانت الإجابة بـ نعم كيف

ذلك؟.....

.....

.....

16. هل يساعدك الفاييسبوك في الترويج للأنشطة الثقافية التي تقومون بها داخل المؤسسة؟

نعم لا أحيانا

* اليوتوب

17. هل تستخدم اليوتوب؟

نعم لا

18. إذا كانت الإجابة بـ نعم: هل تستخدم اليوتوب في الفترة الصباحية ؟

نعم لا

إذا كانت الإجابة بـ نعم : اذكر توقيت استخدامك له؟.....

.....

19. هل تستخدم اليوتوب في الفترة المسائية ؟

نعم لا

اذا كانت الاجابة بـنعم : اذكر توقيت استخدامك

له؟.....

.....

20. ما متوسط ساعات استخدامك لليوتوب ؟

ساعة ساعتين اكثر من ساعتين في اوقات متقطعة

21. هل يساعدك اليوتوب على تسهيل عملك داخل المؤسسة؟

نعم لا

اذا كانت الاجابة بـنعم كيف

ذلك:.....

.....

.....

.....

22. هل تستخدم اليوتوب للاطلاع الأخبار اليومية داخل المؤسسة ؟

نعم لا

23. هل يمكن اعتبار اليوتوب محرك بحث تدعم به مجال عملك داخل المؤسسة؟

نعم لا

كيف ذلك:.....

.....

المحور الثالث: الأداء الوظيفي

24. هل تعمل في إطار فردي؟

نعم لا

25..هل تعمل في إطار جماعة عمل؟

نعم لا

26. كيف تقوم بانجاز الأعمال الموكلة إليك داخل المؤسسة؟

في إطار فردي في إطار جماعي حسب الاختصاص

27. ماهي شدة ضغط العمل لديك في مجال عملك؟

موسمية يومية عادية

28. هل تأتريك فترات تضطر فيها للعمل خارج أوقات الدوام؟

نعم لا

إذا كانت الاجابة بـنعم

وضح ذلك:.....

.....

.....

29. هل تخضع للإشراف والمتابعة داخل المؤسسة؟

نعم لا

30. هل تخضع لتدريب ورسكلة تمدك بمهارات ومؤهلات تزيد من سرعة انجازك للعمل؟

نعم لا

31. ماهي مدة انجازك للخدمة او العمل الذي كلفت به من طرف مسؤولك المباشر؟

.....

.....

32. هل يطلب منك اعادة انجاز العمل من جديد؟

نعم لا

33. هل تتناقش ومسؤولك المباشر عن العمل الذي قمت به ؟

نعم لا

وضح ذلك:.....

.....

.....

34. هل تتواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي مع مختلف الفاعلين في مجال عملك مثلا الجمعيات الثقافية،

المؤسسات، الأشخاص المهتمين بالثقافة.....الخ.

نعم لا احيانا

وضح

ذلك:.....

.....

.....

35. هل تتواصل مع زملائك في العمل و تستعين بهم لتلبية احتياجات العمل ؟

نعم لا

كيف يتم هذا التواصل:

الفابيسوك الاميل الهاتف وجها لوجه

(ملحق رقم 03)

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة أدرار

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية والعلوم الإسلامية

قسم العلوم الاجتماعية

تخصص: علم الاجتماع تنظيم وعمل

دليل المقابلة

بعد التحية و السلام ،

سيدي المحترم،،

في إطار انجاز مذكرة التخرج في الماستر علم الاجتماع تنظيم وعمل،

والتي تحمل عنوان :

" اثر استخدام الموظف لشبكات التواصل الاجتماعي على أدائه الوظيفي داخل المؤسسة."

نلتمس من سيادتكم الموقرة الموافقة على إجراء مقابلة معكم والاجابة على

تساؤلاتي بكل موضوعية مع العلم أن إجاباتكم ستحظى بالسرية ولاستخدم إلا

لإغراض علمية،

ولكم منا خالص الشكر والتقدير.

إشراف الدكتور:

رضا نعيبة

الباحثة:

* نوارى حليلة

الموسم الجامعي: 2018/2019

الاسئلة:

1-البيانات الشخصية

1. الجنس : ذكر ، أنثى
2. السن : 30-20 سنة 40-31 سنة 50-41 سنة
3. طبيعة المنصب: ادماج مهني أكثر من 51 سنة منصب دائم
4. اسم المنصب:
5. اسم المصلحة التي تعمل بها؟
6. المستوى التعليمي: ابتدائي متوسط ثانوي جامعي دراسات عليا
7. الخبرة المهنية:
- | |
|--------------------|
| أقل من 5 سنوات |
| من 05 إلى 10 سنوات |
| من 10 إلى 15 سنة |
| من 15 فما فوق |

2- الاسئلة العامة:

1. ماهي الصفحات التي تتعامل معها في مجال عملك عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟ اذكرها
2. هل حققت لك هذه الشبكات التي تتعامل معها علاقات اجتماعية مع الأشخاص ذوي الاختصاص في مجال عملك؟
3. باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي- ماهي مدة انجازك للعمل المكلف به مقارنة بعدم استخدام هذه الشبكات في الماضي؟
- وهل سهلت لك عملك؟

ملخص الدراسة:

أصبح استخدام الموظف لشبكات التواصل الاجتماعي داخل المؤسسة ذو أهمية بالغة لما تحقّقه من فعالية تواصلية بين الموظفين، مما ينعكس على أدائهم الوظيفي، وصولاً إلى تقديم الخدمة بشكل أسرع، ولقد توصلنا في دراستنا هذه إلى أن أثر استخدام الموظف لشبكات التواصل الاجتماعي داخل المؤسسة أثر إيجابي باعتبار شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة تواصلية لها غايات من استخدامها في الإدارات بصفة عامة.

الكلمات المفتاحية:

شبكات التواصل الاجتماعي

الأداء الوظيفي

Résumé de l'étude :

Nous voulons par cette étude éclaircir comment les l'utilisation des réseaux sociaux par les fonctionnaires durant leurs travail influence sur leur rentabilité, et cela dans la direction de la culture de la wilaya d'Adrar.

Et pour cela nous avons choisis deux axes d'étude ;

- 1- Le premier : mesuré l'impact de l'utilisation du « face book » sur la performance des fonctionnaires
 - 2- Le deuxième : mesuré l'impact de l'utilisation du « you tube » sur la performance des fonctionnaires
- Nous avons utilisé la méthode descriptive avec un questionnaire de 35 questions et un dialogue avec les responsables.
 - Concernons l'analyse des donnés nous avons utilisé le programme « spss ver 25 » pour interpréter les pourcentages et les tableaux
 - Les résultats de l'étude sont relatif mais qui ouvrent le chemins ver d'autres chercheurs
 - **Les mots clé :**

-les réseaux sociaux

- fonctionnaires