

□ فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال التنظيمي خلال أزمة كورونا
□ دراسة حالة كلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية
□ (1442هـ/2020م)

*The Effectiveness of Social Media in Organizational Communication
during Corona Crisis
Case Study College of Media & Communication in Imam Mohammad
Ibn Saud Islamic University (2020 / 1442)*

د. أيمن عبدالله النور

جامعة أم درمان الإسلامية (السودان)، aymanalnour39@gmail.com

تاريخ النشر: 2021 / 07 / 10

تاريخ القبول: 2021 / 06 / 30

تاريخ الاستلام: 2021 / 05 / 05

ملخص:

تمثلت مشكلة البحث في معرفة مدى فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال التنظيمي خلال أزمة كورونا، ومن أهداف البحث: معرفة أشكال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال التنظيمي وسلبياتها وإيجابياتها، وقد سعى البحث للإجابة عن عدة تساؤلات، أهمها: ما مدى فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي كبديل للاتصال التقليدي عند الأزمات؟ ماهي العقبات التي تواجه مواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال التنظيمي؟ واتباع البحث المنهج الوصفي، واستخدمت الاستبانة كأداة علمية، و من النتائج: أكثر شكل من أشكال الاتصال التنظيمي تم فيه استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بكلية الإعلام والاتصال خلال أزمة كورونا هو الاتصال الأفقي، و من التوصيات: الاهتمام بشكل أكبر بالاتصال الصاعد في الاتصال التنظيمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الكلمات المفتاحية: جائحة كورونا، الاتصال التنظيمي، مواقع التواصل الاجتماعي، أزمة

The problem addressed by the study, was to find out how effective was the social media in organizational communication during Corona Crisis, the study aimed at: Identifying the effectiveness of social media in organizational communication during Corona Crisis, identifying the advantages and disadvantages of using social media in organizational communication, and the study sought to answer several questions, the most important of which are: How effective is the social media as an alternative to traditional communication in times of crisis? What are the obstacles face social media in organizational communication? The researcher used the descriptive approach in this study, and also used the questionnaire as a scientific tool, The results: the most important of which are: The most form of organizational communication where social media platforms used in the College of Media and Communication during Corona is horizontal communication Recommendations: paying more attention to upward communication in the organizational communication through social media.

Keywords: Corona pandemic, organizational communication, social media, crisis

١. مقدمة

في ديسمبر من العام 2019م شهد العالم بداية وباء (COVID-19)، والذي لم يشهد له مثيل منذ عقود خلت، فقد انتشر الوباء ليصل مرحلة وصفها منظمة الصحة العالمية فيما بعد بالجائحة (العالمية، الموقع الرسمي لمنظمة الصحة العالمية ، 2020م)، مما تسبب في أزمة دولية لم يشهد العالم لها نظير في التاريخ القريب، لم تقتصر هذه الأزمة على القطاع الصحي فحسب بل امتدت لتشمل قطاعات أخرى كالقطاع الاقتصادي والسياسي والاجتماعي والرياضي بل حتى الحروب والاقتتال توقفت إبان هذه الجائحة، وامتدت هذه الأزمة لتلقي بظلالها على كل المجالات، وكان من بينها العمل الإداري، حيث فرضت هذه الأزمة نمطاً جديداً في ممارسة الاتصال التنظيمي، حيث حتم اللجوء لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل مكثف، والتي بدورها تصنف ضمن المرحلة الثانية من تطور وسائل الإعلام (مرحلة التفاعل)، حيث تعتبر المرحلة الأولى هي مرحلة البث (Manning, 2014)؛ ومن هنا جاء هذا البحث للوقوف على هذه التجربة الجديدة لممارسة الاتصال التنظيمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي في ظل أزمة كورونا، وذلك بالتطبيق على كلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية بالرياض، وذلك للوقوف على مدى فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال التنظيمي خلال هذه الأزمة.

ومن هذا السؤال الرئيس تفرعت الأسئلة الفرعية للبحث والتي تمثلت في: ما مدى فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي كبديل لوسائل الاتصال التقليدي عند الأزمات؟ ماهي أكثر مواقع التواصل الاجتماعي فاعلية في الاتصال التنظيمي؟ ماهي سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي كأدوات وقنوات للاتصال التنظيمي؟ ماهي أشكال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال التنظيمي أثناء أزمة كورونا؟

وأما الأهداف التي سعى البحث للإجابة عنها فهي: التعرف على مدى فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال التنظيمي خلال أزمة كورونا، معرفة سلبيات وإيجابيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال التنظيمي، معرفة أكثر مواقع التواصل الاجتماعي فاعلية في الاتصال التنظيمي خلال أزمة كورونا، الخروج بنتائج وتوصيات عن تجربة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي خلال أزمة كورونا، معززة للإيجابيات ومقترحة للحلول بشأن السلبيات. ولتحقيق هذه الأهداف قام الباحث باستخدام المنهج الوصفي الذي يُعرّف بأنه أسلوب من أساليب التحليل المركز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد، أو فترة أو فترات زمنية معينة، وذلك من أجل الحصول على نتائج علمية؛ ثم تفسيرها بطريقة موضوعية، بما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة (إبراهيم، 2017م)؛ وأما أهمية البحث فتتمثل في: أنه يعمل على تقديم نتائج علمية عن تجربة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال التنظيمي خلال أزمة كورونا؛ كما يعمل على تقديم نتائج تبرز الإيجابيات والسلبيات لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال التنظيمي خلال الأزمات يمكن الاستفادة منها مستقبلاً، يقوم ببيان أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال التنظيمي، وبيان كيفية الاستفادة منها في هذا المجال؛ يعتبر من البحوث النادرة - حسب علي البسيط- التي تناولت فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال التنظيمي خلال أزمة كورونا.

الإطار الزمني للبحث:

بدأ إجراء هذه الدراسة في يوم 11 / أكتوبر / 2020م الموافق 24 / 3 / 1442هـ، وقد تم اختيار هذه المدة لأن العمل الإداري في كلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية خلال هذه الفترة

كان يعتمد بشكل كبير على وسائل الاتصال الاجتماعي ، وهي تقع ضمن المدة الزمنية لجائحة كورونه، كما أن الدراسة الجامعية خلال هذه المادة كانت عن بُعد، حيث بدأ تعليق الدراسة الحضورية بدءاً من 15 / رجب / 1441 هـ الموافق 9 / 3 / 2021م، علماً أن الدراسة استمرت حسب القرار عن بُعد عدا الاختبارين (النصفي الثاني والنهائي) فقد كانا حضوريين للفصل الدراسي الأول للعام 1441 / 1442 هـ الموافق 2020م/2021م، واستمرت عملية توزيع الاستبانة وجمعها إلى 5 / 4 / 1442 هـ الموافق 20 / 11 / 2020م.

الإطار المكاني للبحث:

تم إجراء تطبيق البحث على كلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية بشطريها (الطلاب والطالبات) بالرياض، حيث لا حظ الباحث من خلال تواجده وعمله، اعتماد الاتصال التنظيمي في هذه المؤسسة - خلال جائحة كورونا- بشكل كبير على مواقع التواصل الاجتماعي، وتم اختيار المكان المشار إليه لأنها متواجدة في المركز بالعاصمة السعودية (الرياض)، حيث يتركز العمل الإداري والكادر البشري فيها بشكل كبير.

مجتمع البحث :

تمثل مجتمع البحث في العاملين بكلية الإعلام والاتصال من: أساتذة، أستاذات، إداريين، إداريات، موظفين و موظفات وكان العدد الكلي للمجتمع (باستثناء المبتعثين) كالتالي:

أعضاء هيئة تدريس (طلاب+ طالبات) 197، موظفين (شطر الطلاب) 19، موظفات شطر الطالبات (44)، ليكون المجموع (260).

عينة البحث:

تم اختيار عينة البحث بما يمثل نسبة 56% من المجتمع الكلي، حيث تم توزيع الاستبانة على عدد (146) مفردة من مجتمع البحث.

اختبار الثبات:

لقياس الثبات تم إعادة توزيع 15 استبانة بما يمثل نسبة 10% في يوم 16 / 4 / 1442 هـ الموافق 1 / 12 / 2020م، حيث راعى الباحث أن لا تزيد مدة إعادة توزيع الاستبانة عن التاريخ الأول لتوزيعها عن أسبوع حتى لا ينسى المبحوثون إجاباتهم.

الدراسات السابقة:

هناك العديد من الدراسات السابقة التي تناولت مواقع التواصل الاجتماعي وتناولته من زوايا مختلفة، وسوف نستعرض بعضاً من هذه الدراسات في هذه الدراسة، مع تقديم تعليق عليها يتضمن جوانب الاتفاق والاختلاف و بيان الفجوة العلمية التي تعالجها الدراسة الحالية.

أولاً: استعراض الدراسات السابقة:

- 1- دراسة صادقي فوزية ومراد ميلود(ميلود، 2020م)، بعنوان مواقع التواصل الاجتماعي والتوعية من مخاطر انتشار فيروس كورونا في الجزائر، والتي هدفت إلى: التعرف على كيفية مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في

إثارة الخوف والهلع خلال أزمة كورونا بالجزائر، معرفة أسباب استغلال هذه المواقع لنشر المعلومات الكاذبة والإشاعات أثناء الجائحة، معرفة المستفيد من حملات التوعية أثناء انتشار فيروس كورونا في الجزائر، وتمثلت عينتها في دراسة (فيس بوك، تويتر، يوتيوب، انستغرام)، واستخدمت المنهج الوصفي وكان من أبرز نتائجها:

- أ- أن مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك، تويتر والانستغرام، أصبحت مصدراً وحيداً تقريباً للمعلومات الوبائية وتداولها على نطاق واسع، سواء كانت هذه المعلومات صادقة أو مزيفة.
- ب- أن دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية من مخاطر انتشار فيروس كورونا في الجزائر كانت سلاحاً ذو حدين، جانب إيجابي تعلق بتوضيح الحقائق وجعل الفرد على اطلاع دائم بالمستجدات الظرفية حول الوباء، من مصادر رسمية، وجانب آخر سلبى تمثل في نشرها للشائعات والمعلومات الخاطئة، والتي كانت تهدف منها أطرافاً عديدة للتهويل و الحصول على أكبر عدد من المتابعين.
- ت- اضطرت الوسائل الإعلامية التقليدية لخوض التحدي للوصول إلى مصادر المعلومات الدقيقة والموثوقة، مع اعتماد الجانب الأخلاقي في نشر المعلومات وحماية الحريات والخصوصية الفردية لمحاربة الإشاعات المنتشرة حول فيروس كورونا المستجد.

2-دراسة العايدي، أحمد سامي(العايدي، 2019م) بعنوان: مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تحقيق الوعي لدى الشباب السعودي بقضايا التنمية المستدامة، والتي هدفت إلى: التعرف على مدى استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة بالملكة، إبراز أهم قضايا التنمية المستدامة التي يحرص الشباب السعودي على متابعتها، معرفة مدى إسهام مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي لدى الشباب السعودي بقضايا التنمية، واستخدمت الاستبانة كأداة، واتبعت المنهج الوصفي، وكان من أبرز نتائجها:

- أ- جاءت درجة استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة بنسبة 46.5%، وإلحداً بنسبة 45%.
- ب- أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يحرص الشباب السعودي على استخدامها في متابعة قضايا التنمية المستدامة هي(تويتر)، حيث جاء في المرتبة الأولى بنسبة 33.4%، وفي المرتبة الثانية انستغرام بنسبة 18.9%، وفي المرتبة الثالثة اليوتيوب بنسبة 13.9%.
- ت- جاءت السرعة في النشر بنسبة 93.3%، من أهم أسباب اعتماد الشباب السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة.
- 3-دراسة رياض حمدوش و أحمد دعاس(دعاس، 2020م)، بعنوان: مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تعبئة الرأي العام العالمي وفي الحد من انتشار كورونا، والتي هدفت إلى: التعرف على الدور الذي لعبته مواقع التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام وتسييره خلال أزمة كورونا.

واستخدمت الدراسة تحليل المضمون كأداة، واتبعت المنهج الوصفي، وكان من أبرز نتائجها:

- أ- تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي اليوم أداة في يد المؤسسات والهيئات للتأثير من خلالها على الرأي العام وتشكيله.
- ب- لعبت مواقع التواصل الاجتماعي دوراً مهماً في تعبئة الرأي العام وتوجيهه في ظل أزمة كوفيد 19.

ت- جعلت مواقع التواصل الاجتماعي الأفراد في ظل جائحة (كوفيد 19) على قدر من الاهتمام بهذا الوباء، حيث عظمت من خطورته أمام الرأي العام من مختلف المناشير التخويفية من هذا الوباء، والتي تلزم الجميع بالتزام أقصى درجات الوقاية.

ثانياً: أوجه الاتفاق بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية:

اتفقت الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية على هدف مشترك وهو دراسة مواقع التواصل الاجتماعي خلال أزمة كورونا، باستثناء دراسة العايدي، أحمد سامي، والتي جاءت بعنوان: مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تحقيق الوعي لدى الشباب السعودي بقضايا التنمية المستدامة، والتي هدفت إلى دراسة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق الوعي لدى الشباب السعودي بقضايا التنمية المستدامة.

ثالثاً: أوجه الاختلاف بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية:

تختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة من عدة نواحي منها: الاختلاف من حيث المجال، حيث تدرس الدراسة الحالية استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال التنظيمي خلال جائحة كورونا، وهو ما لم تتناوله الدراسات السابقة، وتختلف أيضاً في جهة التطبيق، حيث تطبق الدراسة الحالية على منسوبي مؤسسة تعليمية هي (كلية الاعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية).

رابعاً: استفادة الدراسة الحالية من الدراسات السابقة:

استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في: تحديد مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر فاعلية لدراساتها، تحديد منهج وأدوات البحث المناسبة، العمل على عدم تكرار النتائج السابقة حتى تشكل هذه الدراسة إضافة علمية لتخصص العلاقات العامة.

أولاً: الإطار النظري للدراسة:

1. تعريف الاتصال التنظيمي:

يعد الاتصال وسيلة هادفة من الوسائل الرئيسية التي تستخدمها المنظمة في تحقيق أهدافها، إذ أن كافة الأفراد العاملين في المنظمة يتعاملون مع بعضهم من خلال وسائل الاتصال المختلفة من أجل تسيير كافة الأنشطة المراد تحقيقها، فالاتصال بمثابة الوسيلة الاجتماعية التي يحقق من خلالها الأفراد سبل التفاهم و التفاعل البناء في إطار تحقيق الأهداف المبتغى إنجازها، وقد وردت تعريفات عدة حول الاتصال التنظيمي منها على السبيل المثال لا الحصر:

الاتصال التنظيمي: هو ذلك الاتصال المتواجد في المؤسسة، وينحدر من السلطات، ويشارك في تسيير الأفراد، بمعنى على التأثير في دافعية الأفراد والتماسك الاجتماعي للمؤسسة، وتستعمل في هذه الاتصالات العديد من الوسائل كالسجلات الداخلية ولوائح الإعلانات. (النور، 2016م)

2. أهمية الاتصال التنظيمي:

يحقق الاتصال التنظيمي العديد من المزايا لكافة أطراف المنظمة، من أهمها:

- 1- البعد عن التخمين والتقدير الشخصي: حيث إن وجود نظام للاتصال يجبر المدير أو المسؤول على استخدامه في التوقيت المناسب مع العاملين المحددين، وباستخدام الأطر والنماذج والأشكال الملائمة للمنظمة.

- 2- توفير معلومات متكاملة: تسعى أنظمة الاتصال التنظيمي إلى جمع وتبويب وتصنيف وتحليل البيانات، ثم عرض المعلومات والنتائج المستخلصة في شكل مرتب يساعد على الاستفادة منها.
- 3- تحقيق الدقة في المعلومات: يساعد نظام الاتصال التنظيمي على تحقيق الدقة فيما يوفره من معلومات متكاملة، مما يؤدي إلى حسن التصرف واتخاذ القرارات الصائبة.
- 4- تخطيط العمل: حينما يسعى المدبرون إلى وضع خطط وبرامج العمل والقرارات، لا يمكن تنفيذها على أرض الواقع ما لم يتم تحديدها من خلال اجتماعات ومقابلات وقرارات مكتوبة، أي يتم تحديدها بواسطة أنظمة الاتصالات.
- 5- تحقيق مشاركة الرأي في العمل: يحقق الاتصال التنظيمي نظام الشورى وتبادل الرأي بين أطراف المنظمة، كما يوفر فرصاً للشعور بالديموقراطية في العمل، ويحقق المرونة في استخدام أساليب الاتصال المختلفة، مما يضمن نجاح الاتصالات التنظيمية، وبالتالي الارتقاء بجودة العمل داخل المنظمة.
- 6- التنفيذ الكفء للعمل: إن إدارة أمور العمل وتنفيذه يحتاج من الأفراد ومديريهم قدرات عالية على: الحديث، الاستماع، المناقشة، كتابة التقارير، وبالتالي فإن التنفيذ الكفء للعمل يعتمد على الاتصال التنظيمي.
- 7- الرقابة على العمل: فمن خلال أساليب الاتصال التنظيمي المختلفة يمكن جمع المعلومات المناسبة التي تدل على مدى إلزام العاملين والمدبرين بالخطط الموضوعة، وتوافر مثل هذه المعلومات من شأنه أن يحدد مقدار الانحراف بين ما تم تنفيذه بالفعل وبين ما هو مخطط له، وعليه فإن الاتصال التنظيمي يكشف هذه الانحرافات بقصد تصحيحها. (عبدالجليل، 2020م)

3. أهداف الاتصال التنظيمي:

- يورد صالح بن نوار جملة من الأهداف التي يسعى الاتصال التنظيمي إلى تحقيقها، وهي كالتالي:
- 1- تحقيق التنسيق بين الأفعال والتصرفات: يتم الاتصال بين تصرفات وأفعال أقسام المؤسسة المختلفة، فبدون الاتصال تصبح المؤسسة عبارة عن مجموعة من الموظفين يعملون منفصلين بعضهم عن بعض لأداء مهام مستقلة عن بعضها البعض، وبالتالي تفقد التصرفات التنسيق وتميل المؤسسة إلى تحقيق الأهداف الشخصية على حساب أهدافها العامة.
 - 2- المشاركة في المعلومات: يساعد الاتصال على تبادل المعلومات الهامة لتحقيق أهداف التنظيم وتساعد هذه المعلومات بدورها على:
 - توجيه سلوك الأفراد ناحية تحقيق الأهداف.
 - توجيه الأفراد في أداء مهامهم وتعريفهم بالواجبات المطلوبة منهم.
 - تعريف الأفراد بنتائج أداؤهم.
 - 3- إتخاذ القرارات: حيث يلعب الاتصال دوراً كبيراً في اتخاذ القرارات فاتخاذ قرار معين يحتاج الموظفون فيه إلى معلومات معينة لتحديد المشاكل وتقييم البدائل وتنفيذ القرارات وتقييم نتائجها.
 - 4- التعبير عن المشاعر الوجدانية: يساعد الاتصال الفاعلين أو العاملين على التعبير عن سعادتهم وأحزانهم ومخاوفهم وتقنمهم بالآخرين، حيث يستطيع العامل إبداء رأيه في موقف دون حرج أو خوف.

- 5- ويضيف بوعطيط جلال الدين هدفاً آخر يتمثل في التقليل من الدور السلبي الذي تلعبه الإشاعة في الوسط العمالي فعندما تنتشر الإشاعة بشكل كبير يصبح مفعولها كارثياً بالنسبة إلى المنظمة ككل.
- 6- يهدف إلى تماسك أفراد التنظيم وحل النزاعات بين الأفراد، وإعطائهم قيمة والعمل على بناء روح الجماعة.
- 7 -تحسين إنتاجية وفعالية العمل، فالحصول على المعلومات يخلق الدافعية والرضا عند العاملين الشيء الذي يدفعهم إلى تقديم مردودية جيدة تساعد على فعالية المنظمة.(الدين، 2009م)
- 4.وظائف الاتصال التنظيمي:

يرى (ثاير) (L.Thayer) أن للاتصال أربعة وظائف أساسية:

- 1- وظيفة إعلامية: وتعني تدفق المعلومات على كافة المستويات الإدارية والتنفيذية، فالمدير الناجح هو الذي يتخذ قرارات ناجحة، والقرار الناجح يعتمد على كمية هائلة من المعلومات السليمة في الوقت المناسب.
 - 2- وظيفة انضباطية: تستمد المهمة الانضباطية للاتصال أبعادها من منطلقين: تحكم الإدارة في نقل المعلومات بحكم كونها مركز سلطة، اقتصار المعلومات والرسائل والمعنى الصادر عن الإدارة على ما يتعلق بالعمل وظروفه.
 - 3- وظيفة إقناعية: العمل الإقناعي يختلف في الجودة والنوعية عن العمل الروتيني القائم على التنفيذ وتطور الفكر الإداري أكد على أهمية الإقناع في الأداء الوظيفي.
 - 4- تكاملية: تعتمد الإدارة على الاتصال لربط أهداف المنظمة وأهداف الأفراد وطموحاتهم وخلق مناخ للتعامل وتخفيف النزاعات. (مرتضى، 2016م)
- ولكن هناك وظائف أخرى مهمة تضاف لما سبق، وهي:

- 5- وظيفة إبداعية: فالإبداع هو إنشاء ووضع أفكار جديدة لتحسين السلوك التنظيمي وتطوير المنظمة، إلا أن هذه الوظيفة أقل ممارسة مقارنة مع وظائف الاتصال الأخرى، وذلك ناجم عن المقاومة الشديدة التي تبديها مختلف أطراف الاتصال التنظيمي، فالروتين والنمطية والتعقيد تعتبر من أهم العقبات التي تقف في وجه الإبداع علاوة على تصلب المواقف والاتجاهات وخاصة عندما يتطلب الإبداع بذل مجهود كبير لتبني الأفكار والأنماط السلوكية الجديدة، حيث كلما كان المجهود أكبر كلما كانت المقاومة للتغيير أقوى، ويرتبط بالإبداع بعدان مهمان يجسدان وظيفته الأساسية: يتمثل البعد الأول في عملية تقديم الأفكار والمقترحات والمشاريع والمخططات الجديدة، والبعد الثاني يتمثل في تطبيق البعد الأول. والاتصال هنا يلعب دور في وضع برنامج يهدف إلى التخفيف من عملية المقاومة وإقناع جميع الأطراف بتبني الإبداعات الجديدة في التنظيم وتهيئة جو نفسي يسمح للأفراد باتخاذ المبادرة في معالجة المشاكل.
- 6- وظيفة رقابية: يرتبط الاتصال بالهيكل التنظيمي ارتباطاً وثيقاً، حيث تحاول المنظمات السيطرة أو فرض الرقابة على نشاطات الأفراد من خلال الهيكل التنظيمي باستخدام قنوات الاتصال الرسمي.
- 7- الوظيفة الترفيهية والثقافية: يلعب الاتصال دوراً في الترويج عن منتسي المنظمة وتخفيف أعباء الحياة اليومية ومتاعبها عنهم، وذلك من خلال البرامج الترفيهية التي من شأنها الترويج عن النفوس، كما يساهم الاتصال في نقل التراث الثقافي من جيل إلى جيل داخل المنظمة. (النور، 2016م)

5. أنواع الاتصال التنظيمي:

توجد تقسيمات عديدة لأنواع الاتصال التنظيمي أهمها: التقسيم حسب الوسائل المستخدمة، والتقسيم حسب درجة الرسمية، والتقسيم حسب الاتجاه، والتقسيم حسب درجة التأثير، على النحو التالي:

أولاً: أنواع الاتصال حسب الوسائل المستخدمة :

1- الاتصال اللفظي: الذي يستخدم فيه اللفظ كوسيلة تمكن المرسل من نقل رسالته إلى المستقبل سواء كانت مكتوبة أم غير مكتوبة كالمذكرات والخطابات والتقارير والكتب والمحادثات التليفونية والمناقشة والمناظرة والندوة والمؤتمر...إلخ .

2- الاتصال غير اللفظي: وهو عبارة عن تعبيرات منظمة تشير إلى مجموعة معاني يستخدمها الإنسان أو قد يقصدها في احتكاكه بالآخرين ومن أنواعه: لغة الصمت، والتعابير الحسية الحركية، واللغة الرمزية -لغة المظهر العام- والإشارات: كإيماءات الرأس التي تعني في بعض الحضارات الموافقة وفي البعض الآخر الرفض، وكاللمس. (العبد، 1999م)

ثانياً: أنواع الاتصال من حيث درجة رسميته :

أ- الاتصال الرسمي: يعرف (معجم مصطلحات الإعلام) الاتصال الرسمي بأنه: الاتصال الذي يتم بين المستويات الإدارية المختلفة في هيئة أو مؤسسة بالطرق الرسمية المتفق عليها في نظمها وتقاليدها، ويعتمد على الخطابات أو المذكرات أو التقارير، حيث يوجد في كل منظمة إنسانية ما يعرف بشبكة الاتصالات الرسمية بأنواعها المختلفة والتي يتم تحديدها عند وضع الهيكل التنظيمي لتوضيح كيفية الربط بين الوحدات الإدارية المختلفة التي يتضمنها الهيكل .

ب- الاتصال غير الرسمي: هو الاتصال الذي يتم التفاعل فيه بطريقة غير رسمية بين العاملين بتبادل المعلومات والأفكار أو وجهات النظر في الموضوعات التي تهمهم وتتصل بعلمهم، أو تبادل المعلومات من خارج منافذ الاتصال الرسمية، أو تعبير عن خطوط تحددها وتدعمها السلطة الرسمية خلال السلم الهرمي المتدرج للتنظيم مثل: اللقاءات غير الرسمية في أية مناسبة من المناسبات التي تسمح بنقل المعلومات بين الأشخاص، مثلاً حينما يتقابل زميل في جهة مع زميل في جهة أخرى في مؤتمر ويتبادلان وجهات النظر في موضوع يهمهما .

ثالثاً: أنواع الاتصال من حيث اتجاهه:

أ- الاتصال الهابط: ويقصد به الاتصال من أعلى إلى أسفل، وهو الذي يتم بين الإدارة العليا وأعضاء الإدارة الوسطى، وبين هؤلاء ورجال الإدارة المباشرة أو المشرفين وبين الآخرين والعاملين في مستوى التنفيذ فيتم الاتصال متفقاً مع خط السلطة، ويكون الإتصال التنازلي للتوجيهات الإدارية أو المعلومات المتعلقة بالتغيرات في بيئة العمل. (Champan, 1996) ويتكون الاتصال الهابط من مجموعة من العناصر التي ترتبط بالتعليمات الوظيفية والإعلامية منها: تعليمات الوظيفة، التبدير، المذهب، المعلومات والرد.

ب- الاتصال الصاعد: هو الاتصال الذي تبدأ فيه عملية التفاعل من المرؤوسين لتتجه إلى المستويات الإدارية العليا كأن يقدم المرؤوسون إقتراحات أو بيانات أو شكاوى لرئيسهم مما يشير إلى أنه عكس النوع السابق .

ت- الاتصالات الأفقية أو الجانبية: وتعني الاتصالات المتدفقة بين الأقسام في المستويات التنظيمية المتقاربة، كتواصل قسم العلاقات العامة مع قسم التسويق مثلاً. (عبدالجليل، 2020م)

مواقع التواصل الاجتماعي:

أبرز مواقع التواصل الاجتماعية:

1- فيسبوك (Facebook): هو موقع للتواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت تم إطلاقه في فبراير 2004م، وتديره بشكل خاص شركة فيسبوك العالمية، (فيسبوك 2004م) أسسه فيسبوك مارك زوكربيرج وآخرين عندما كان طالباً في جامعة هارفارد.

2- موقع يوتيوب (Youtube): يُعد موقع يوتيوب، الذي تأسس في عام 2005م، أكثر مجتمع للفيديو عبر الإنترنت شهرةً في العالم، حيث يمكن ملايين الأشخاص من اكتشاف مقاطع الفيديو الأصلية ومشاهدتها ومشاركتها (يوتيوب 2005م) كما يتيح موقع يوتيوب منتدى للأشخاص للتواصل والإعلام. وإلهام الآخرين في جميع أنحاء العالم ويعمل كمنصة توزيع رئيسية لمنشئي المحتوى والمعلنين الأصليين، الكبار والصغار على حد سواء. يقع موقع شركة يوتيوب في سان برونو بكاليفورنيا، فينوفمبر 2006م، في غضون عام من إطلاقه، اشترت شركة جوجل العالمية موقع يوتيوب في واحدة من أكثر عمليات الاستحواذ التي تم الحديث عنها في ذلك الوقت.

3- تويتر: تأسس موقع تويتر في عام 2006م، عندما بدأ موقع فيسبوك فتح أبوابه للجميع. اكتسب تويتر شعبية كبيرة أولاً لأنه أتاح المزيد من الخيارات المختلفة مثل التدوين المصغر وثانياً لأنه كان يستخدمه بعض المشاهير. (Edosomwan, 2016م)

ثانياً: الإجراءات المنهجية لتحليل الدراسة الميدانية:

صدق الاتساق الداخلي للأداة :

بعد التأكد من الصدق الظاهري لأداة الدراسة قام الباحث بتطبيقها ميدانياً ومن ثم قام بحساب معامل الارتباط (بيرسون) لمعرفة الصدق الداخلي للاستبانة، حيث تم حساب معامل الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات الاستبانة بالدرجة الكلية للمحور الذي تنتهي إليه العبارة كما توضح ذلك الجداول التالية:

نتائج الاختبار البعدي : حجم العينة (16 وحدة)

الجدول رقم (1)

معاملات ارتباط بيرسون لعبارات المحور الاول بالدرجة الكلية للمحور

رقم العبارة	معامل الارتباط بالمحور
1	0.554**
2	0.609**
3	0.783**

**0.807	4
**0.859	5

يلاحظ ** دال عند مستوى الدلالة 0.01 فأقل

الجدول رقم (2)

معاملات ارتباط بيرسون لعبارات المحور الثاني بالدرجة الكلية للمحور

رقم العبارة	معامل الارتباط بالمحور
1	**0.882
2	**0.907
3	**0.898
4	**0.929
5	**0.920

يلاحظ ** دال عند مستوى الدلالة 0.01 فأقل

الجدول رقم (3)

معاملات ارتباط بيرسون لعبارات المحور الثالث بالدرجة الكلية للمحور

رقم العبارة	معامل الارتباط بالمحور
1	**0.581
2	**0.884
3	**0.784
4	**0.744
5	**0.722

يلاحظ ** دال عند مستوى الدلالة 0.01 فأقل

يتضح من الجداول (1-3) أن قيم معامل ارتباط كل عبارة من العبارات مع محورها موجبة ودالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.01) فأقل، مما يدل على صدق اتساق هذه العبارات وصلاحيها للتطبيق الميداني.

جدول رقم (4)

معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات أداة الدراسة

محاور الاستبانة	عدد العبارات	ثبات المحور
المحور الأول	5	.742
المحور الثاني	6	.947
المحور الثالث	5	.778
معامل الثبات العام	16	.882

يتضح من الجدول رقم (4) أن معامل الثبات العام لمحاور الدراسة عال حيث بلغ (0.822) وهذا يدل على أن الاستبانة تتمتع بدرجة عالية من الثبات يمكن الاعتماد عليها في التطبيق الميداني للدراسة.

نتائج الاختبار البعدي :

الجدول رقم (5) معاملات ارتباط بيرسون لعبارات المحور الاول بالدرجة الكلية للمحور

رقم العبارة	معامل الارتباط بالمحور
1	**0.523
2	**0.333
3	**0.541
4	**0.696
5	**0.762

يلاحظ ** دال عند مستوى الدلالة 0.01 فأقل

الجدول رقم (6)

معاملات ارتباط بيرسون لعبارات المحور الثاني بالدرجة الكلية للمحور

رقم العبارة	معامل الارتباط بالمحور
1	**0.820
2	**0.794
3	**0.814
4	**0.861
5	**0.917

يلاحظ ** دال عند مستوى الدلالة 0.01 فأقل

الجدول رقم (7)

معاملات ارتباط بيرسون لعبارات المحور الثالث بالدرجة الكلية للمحور

رقم العبارة	معامل الارتباط بالمحور
1	**0.630
2	**0.835
3	**0.800
4	**0.766
5	**0.530

يلاحظ ** دال عند مستوى الدلالة 0.01 فأقل

يتضح من الجداول (5-7) أن قيم معامل ارتباط كل عبارة من العبارات مع محورها موجبة ودالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.01) فأقل، مما يدل على صدق اتساق هذه العبارات وصلاحيتها للتطبيق الميداني.

جدول رقم (8) معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات أداة الدراسة

محاوِر الإستبانة	عدد العبارات	ثبات المحوِر
المحوِر الأوّل	5	.681
المحوِر الثاني	6	.899
المحوِر الثالث	5	.747
معامل الثبات العام	16	.775

يتضح من الجدول رقم (8) أن معامل الثبات العام لمحاوِر الدراسة عال حيث بلغ (0.822) وهذا يدل على أن الاستبانة تتمتع بدرجة عالية من الثبات يمكن الاعتماد عليها في التطبيق الميداني للدراسة.

3-ثبات أداة الدراسة :

لقياس مدى ثبات أداة الدراسة (الاستبانة) استخدم الباحث (معادلة ألفا كرونباخ) (Cronbach's Alpha (α)) للتأكد من ثبات أداة الدراسة، حيث طبقت المعادلة على العينة التي سحبت في السابق لقياس الصدق البنائي قام الباحث بإجراء الثبات للاستثمار باستخدام Test Re Test فتم تطبيق الاختبار القبلي على عينة بلغت عددها (16) استمارة من العينة في مؤسسات التعليم العالي بالمملكة ، ثم أعيد تطبيق الاختبار على نفس العينة بعد اسبوعين من تطبيق الاختبار القبلي وتم حساب معامل الارتباط بين التطبيق الأول والثاني ، حيث بلغ معامل الثبات (0.991) مما يدل على ثبات عالي في أسئلة الاستمارة من قبل المبحوثين (تم حساب معامل الثبات بطريقة التباين باستخدام معادلة الفا كرونباخ وهي تعتمد على بيانات أسئلة الاستبانة (معادلة الثبات من خلال:

$$\text{معامل الثبات} = \frac{N(1 - \text{مجموع تباينات الأسئلة})}{N - 1}$$

تباين الدرجات الكلية

حيث إن:

N: عدد أسئلة الاختبار.

وبتطبيق تصحيح معامل الارتباط باستخدام معادلة سبيرمان نجد ان معامل الثبات يساوي :

$$\frac{.991 \times 2}{.991 + 1} = .995$$

هذه النتيجة تفسران معامل الثبات لأسئلة الاستبانة عالٍ جداً ودال إحصائياً عند مستوى معنوي 0.01) قيمة معامل الثبات أكبر من 0.7. مما يؤكد أن أسئلة الاستبانة تتمتع بدرجة مرتفعة يمكن الاعتماد عليها في التطبيق الميداني.

أساليب المعالجة الإحصائية:

لتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات التي تم تجميعها، تم استخدام العديد من الأساليب الإحصائية المناسبة باستخدام الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical Package for Social Sciences والتي يرمز لها اختصاراً بالرمز (SPSS).

وذلك بعد أن تم ترميز وإدخال البيانات إلى الحاسب الآلي، ولتحديد طول خلايا المقياس الخماسي (الحدود الدنيا والعليا) المستخدم في محاور الدراسة، تم حساب المدى (5-1=4)، ثم تقسيمه على عدد خلايا المقياس للحصول على طول الخلية الصحيح أي (0.80 = 5/4) بعد ذلك تم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس (أو بداية المقياس وهي الواحد الصحيح) وذلك لتحديد الحد الأعلى لهذه الخلية، وهكذا أصبح طول الخلايا كما يأتي :

من 1.00 وحتى 1.80 يمثل (غير موافق بشدة) نحو كل عبارة باختلاف المحور المراد قياسه.

من 1.80 وحتى 2.60 يمثل (غير موافق) نحو كل عبارة باختلاف المحور المراد قياسه.

من 2.61 وحتى 3.40 يمثل (محايد) نحو كل عبارة باختلاف المحور المراد قياسه.

من 3.41 وحتى 4.20 يمثل (موافق) نحو كل عبارة باختلاف المحور المراد قياسه.

من 4.21 وحتى 5.00 يمثل (موافق بشدة) نحو كل عبارة باختلاف المحور المراد قياسه.

تم حساب التكرارات والنسب المئوية للتعرف على الخصائص الشخصية والوظيفية لأفراد الدراسة وتحديد استجابات أفرادها تجاه عبارات المحاور الرئيسة التي تضمنتها أداة الدراسة.

كما تم حساب معامل ارتباط بيرسون " ر " (Pearson Correlation Coefficient) بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه، وذلك لتقدير الاتساق الداخلي لأداة الدراسة (الصدق البنائي). ومعامل ألفا كرونباخ " Alpha Cronbach " ؛ لقياس ثبات أداة الدراسة. وبعد ذلك تم حساب المقاييس الإحصائية التالية :

المتوسط الحسابي الموزون (المرجح) " Weighted Mean " وذلك لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض استجابات أفراد عينة الدراسة على كل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة الأساسية، مع العلم بأنه يفيد في ترتيب العبارات حسب أعلى متوسط حسابي موزون.

المتوسط الحسابي " Mean " وذلك لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض استجابات أفراد عينة الدراسة عن المحاور الرئيسة (متوسط متوسطات العبارات)، مع العلم بأنه يفيد في ترتيب المحاور حسب أعلى متوسط حسابي.

تم استخدام الانحراف المعياري " Standard Deviation " للتعرف على مدى انحراف استجابات أفراد الدراسة لكل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة، ولكل محور من المحاور الرئيسة عن متوسطها الحسابي.

تم استخدام اختبار مربع كاي Chi square لمعرفة الفروقات ذات الدلالة الإحصائية لاتجاهات أفراد عينة الدراسة حول كل عبارة من عبارات محاور الدراسة .

تم استخدام تحليل التباين Anova لمعرفة الفروقات ذات الدلالة الإحصائية بين المتغيرات الديموغرافية ومحاور الدراسة.

تم حساب معامل ارتباط بيرسون " ر " (Pearson Correlation Coefficient) لمعرفة العلاقة والتحقق من فرضيات الدراسة.

الجزء الاول: النتائج المتعلقة بوصف أفراد عينة الدراسة:

جدول (1) المعلومات الشخصية لأفراد العينة

الرقم	المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	النوع	ذكر	89	%61	1.39	.490
		أنثى	57	%39		
المجموع			146	%100		
2	الوظيفة	عضو هيئة تدريس	120	%82	1.26	.599
		إداري	14	%10		
		موظف	12	%8		
المجموع			146	%100		
3	القسم أو الإدارة	العلاقات العامة	71	%49	2.40	1.783
		الصحافة والنشر	24	%16		
		الجرافيكس والوسائط المتعددة	15	%10		
		الإذاعة والتلفزيون والفيلم	7	%5		
		الإعلان والاتصال التسويقي	21	%14.5		
		الإعلام المتخصص	2	%1.5		
		أخرى	6	%4		
المجموع			146	%100		
4	طبيعة الانتساب لجامعة الإمام	عضو هيئة تدريس	100	%68	1.45	.725
		تعاقد	26	%18		
		متعاون	20	%14		

		%100	146	المجموع		
1.338	3.90	%7.5	11	أستاذ	الدرجة	5
		%9	13	أستاذ مشارك		
		%16	23	أستاذ مساعد		
		%28.5	42	محاضر		
		%32	47	معيد		
		%7	10	إداري		
		%100	146	المجموع		
1.840	5.70	%3	4	وكيل كلية	المنصب الإداري	6
		%4	6	رئيس قسم		
		%7	10	وكيل قسم		
		%5	7	رئيس لجنة		
		%29.5	43	عضو لجنة		
		%13	19	إداري		
		%18.5	27	موظف		
		%20	30	عضو هيئة تدريس		
		%100	146	المجموع		

المصدر: المؤلف، 2021م، الصفحة

كانت غالبية أفراد العينة المبحوثة من الذكور، حيث بلغت نسبتهم 61% من أفراد العينة بينما بلغت نسبة الإناث 39%، بلغ أعضاء هيئة التدريس 82% من أفراد العينة المبحوثة، مقابل 10% من الوظائف الإدارية و8% موظفين، كانت غالبية أفراد العينة من المنسوبين لقسم العلاقات العامة حيث بلغت نسبتهم 49% بقسم العلاقات العامة، يليهم المنسوبون لقسم الصحافة والنشر الإلكتروني بنسبة 16%، يليهم المنسوبون لقسم الإعلان والاتصال التسويقي بنسبة 14.5%، كما أن غالبية أفراد العينة المبحوثة من أعضاء هيئة التدريس كانوا من المتعاقدين حيث كانت نسبتهم 68%، طبيعة الانتساب لجامعة الإمام في شكل عضو هيئة تدريس 18%، والمتعاونون بنسبة 14% متعاون، كان غالبية أفراد العينة المبحوثة من المعيدين حيث بلغت نسبتهم 32% درجتهم، يليهم من هو بدرجة (محاضر) حيث بلغت نسبتهم 28.5%، ثم الذين بدرجة

أستاذ مساعد بنسبة 16%، ثم الذين بدرجة (أستاذ مشارك) بنسبة 9%، ثم الذين بدرجة (أستاذ) بنسبة 7.5%، وأما الذين يشغلون منصباً إداري فنسبة 7%.

ثانياً: محاور الدراسة:

المحور الأول: مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة في الاتصال التنظيمي خلال أزمة كورونا
جدول (1): مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة في الاتصال التنظيمي أثناء أزمة كورونا بكلية الإعلام والاتصال
بجامعة الإمام محمد بن سعود

وسيلة التواصل الاجتماعي	التكرارات	النسبة من اجمالي التكرارات	النسبة من عدد مفردات العينة (146)
الزوم	116	28.2%	79.5%
الواتس اب	116	28.2%	79.5%
توتير	29	7%	19.9%
انستجرام	10	2.4%	6.8%
سناپ شات	4	1%	2.7%
البريد الالكتروني	91	22.1%	62.3%
موقع الجامعة	29	7%	19.9%
يوتيوب	5	1.2%	3.4%
خدمات قوقل (كلاس روم)	9	2.2%	6.1%
المذكرات الصوتية	1	0.2%	0.7%
Neolms like blackboard	2	0.5%	1.4%
المجموع	412	100%	

المصدر: المؤلف، 2021م، الصفحة

تشير نتائج الجدول أعلاه أن أفراد عينة الدراسة استخدموا أكثر من وسيلة تواصل اجتماعي في الاتصال التنظيمي أثناء أزمة كورونا، ويظهر ذلك من خلال التكرارات حيث جاءت وسيلة الزوم وكذلك الواتس اب بالدرجة الاولى بنسبة 28.2% من إجمالي التكرارات وبنسبة 79.5% من إجمالي عينة الدراسة، مما يفسر أن هذه الوسائل تعتبر من اكثر الوسائل استخداماً ويمكن ان يعزي ذلك الي سهولة استخدام الواتس اب واحتوائه علي مفهوم المجموعات التي تساعد في تبادل المعلومات بين اعضاء هيئة التدريس او الاداريين او

الموظفين، كما ان وسيلة الزووم تساعد في المشاركة الجماعية في حلقات النقاش او الاجتماعات بين اعضاء اللجان وغيرهم.

كما كشفت النتائج عن استخدام البريد الالكتروني كان بدرجة كبيرة حيث بلغت نسبة 22.1% من جملة التكرارات ونسبة 62.3% من اجمالي عينة الدراسة، بينما بلغت نسب تكرارات استخدام موقع الجامعة وتطبيق توتير 7% من اجمالي التكرارات ونسبة 20% من اجمالي افراد عينة الدراسة ، بينما نجد بقية الوسائل الاخرى لم يتجاوز تكرارها 5% مما يفسر عدم التركيز على استخدام هذه الوسائل بدرجة كبيرة.

جدول (2) ترتيب مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة في الاتصال التنظيمي بكلية الإعلام والاتصال خلال أزمة كورونا

وسيلة التواصل الاجتماعي	المرتبة الاولى	المرتبة الثانية	المرتبة الثالثة	المرتبة الرابعة	المرتبة الخامسة
الزووم	47%	42.5%	12%	18%	20%
الواتس اب	51%	37%	21%	16%	15%
توتير	2%	7.5%	31%	20%	8%
انستجرام	-	10%	7%	21%	21%
سكاي بي	-	-	2%	7%	7.5%
سناب شات	-	2.1%	-	9%	12%
ماسنجر	-	7%	5.5%	7%	7.5%
فاير	-	7%	1.4%	3%	8%

المصدر: المؤلف، 2021م، الصفحة

تشير نتائج الدراسة إلى أن ترتيب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال التنظيمي بكلية الإعلام والاتصال جاءت كالتالي :

- 1- المرتبة الاولى: (الواتس اب) جاء بنسبة بلغت 51% وهي أعلى نسبة بين بقية مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة في الاتصال التنظيمي بكلية الإعلام والاتصال أثناء أزمة كورونا، ويمكن أن يُعزى ذلك إلى استخدام أغلبية منسوبي الكلية، وسهولة نقل البيانات عبره، وإمكانية تشغيله كذلك في جهاز الحاسوب، مما يتيح طباعة المستندات، وتحريرها وإعادة إرسالها عبره مرة أخرى، وغيرها من المزايا التي يتمتع بها هذا التطبيق.
- 2- في المرتبة الثانية: من حيث الاستخدام جاءت وسيلة (الزووم) بنسبة بلغت 42.5%، ويُعزى الباحث ذلك لاعتماد أفراد العينة المبحوثة عليه في الاجتماعات، وسهولته.

3- وفي المرتبة الثالثة: جاء تطبيق (توتير) بنسبة بلغت 31%، ويرجع الباحث ذلك ذلك إلى كثرة استخدامه خلال الجائحة من قبل المدراء والمسؤولين في القرارات والسياسات الجديدة، مما يعني كثرة استخدامه من هذه الفئة خاصة في الاتصالات التنظيمية الهابطة.

4- وفي المرتبة الرابعة والخامسة: جاء تطبيق إنستجرام بنسبة بلغت 21%.
جدول (3) يوضح استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال التنظيمي بكلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية خلال أزمة كورونا

النسبة من عدد مفردات العينة (146)	النسبة من اجمالي التكرارات	التكرارات	الاستخدام
66.4%	14.8%	97	التشاور بين الزملاء في ما يخص العمل
65.8%	14.7%	96	الدعوة للاجتماعات
58.9%	13.1%	86	عقد الاجتماعات
57.5%	12.8%	84	انجاز التكاليف الادارية
50.7%	11.3%	74	الاستفسار عن العمل وتفصيله
43.2%	9.6%	63	ارسال الخطابات الادارية
40.4%	9.0%	59	رفع التقارير
37.7%	8.4%	55	شرح سياسة العمل
27.4%	6.1%	40	إصدار القرارات والتوجيهات
0.7%	0.2%	1	أخرى

المصدر: المؤلف، 2021م، الصفحة

تشير نتائج الجدول أعلاه إلى استخدامات أفراد عينة الدراسة لوسائل الاتصال الاجتماعي في الاتصال التنظيمي، حيث تم استخدامها في:

- (التشاور بينالزملاء في ما يخص العمل) بنسبة 14.8% من إجمالي التكرارات ونسبة 66.4% من إجمالي عينة الدراسة.
- وفي المرتبة الثانية جاء استخدامها في الدعوة للاجتماعات بنسبة 14.7% من اجمالي التكرارات ونسبة 65.8% من اجمالي عينة الدراسة، وفي المرتبة الثالثة جاء استخدامها في عقد الاجتماعات بنسبة 13.1% من اجمالي التكرارات ونسبة 58.9% من إجمالي عينة الدراسة، وفي المرتبة الرابعة جاء استخدامها في إنجازالتكاليف الإدارية بنسبة 12.8% من إجمالي التكرارات ونسبة 57.5% من إجمالي عينة الدراسة، في المرتبة الخامسة جاء استخدامها في الاستفسار عن العمل وتفصيله بنسبة بلغت 11.3% من إجمالي التكرارات ونسبة 50.7% من

اجمالي عينة الدراسة، بينما نجد بقية الاستخدامات لم تتجاوز نسبة تكرارها 10% واهم استخداماتها في ارسال الخطابات الادارية ، رفع التقارير، شرح سياسة العمل، إصدار القرارات الإدارية. كل هذه النتائج تعكس تعدد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في عدد من المجالات ويرجع ذلك الى تعدد انواع مواقع التواصل الاجتماعي وتوفرها وتميزها بالسرعة والدقة في إنجاز العمل.

جدول (4) يوضح أشكال الاتصال التنظيمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي خلال جائحة كورونا في كلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

النسبة	التكرارات	الشكل
25%	37	اتصال هابط (من الرؤساء للمرؤوسين)
10%	15	اتصال صاعد (من المرؤوسين للرؤساء)
32%	47	اتصال افقي (بين الإدارات أو بين الزملاء فيما بينهم)
3%	5	اتصال هابط + اتصال صاعد
10%	14	اتصال هابط + اتصال افقي
3%	4	اتصال صاعد + اتصال افقي
16%	24	اتصال هابط + اتصال صاعد + اتصال افقي
100%	146	المجموع

المصدر: المؤلف، 2021م، الصفحة

أظهرت نتائج الجدول أعلاه ان أكثر أشكال الاتصال التنظيمي استخداماً عبر وسائل الاتصال الاجتماعي كانت الاتصال الافقي (بين الإدارات أو بين الزملاء فيما بينهم) حيث جاء بنسبة 32%، يليه الاتصال الهابط (من الرؤساء للمرؤوسين) بنسبة 25%، بينما الذين يستخدمون كافة أشكال الاتصال التنظيمي جاءت نسبته 16%، أما الاتصال الصاعد (من المرؤوسين للرؤساء) بنسبة 10%، ومعهم الذين يستخدمون الاتصال (الهابط والأفقي) بنسبة 10%، وأما الذين يستخدمون الاتصال (الصاعد والأفقي) بنسبة 3%.

المحور الثاني : إيجابيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال التنظيمي أثناء جائحة كورونا بكلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

للتعرف على مواقع التواصل الاجتماعي التي تم التواصل بها تنظيمياً أثناء أزمة كورونا، تم حساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتب، وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول التالي:

جدول (5) استجابات أفراد عينة الدراسة علي إيجابيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال التنظيمي بكلية الإعلام والاتصال أثناء أزمة كورونا (مرتبة تنازلياً حسب متوسطات مدى الموافقة والاستجابة)

العبارة	التكرار	درجة الموافقة					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة كا2	الاستنتاج	الرتبة
		أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة					
أثبتت مواقع التواصل الاجتماعي فاعليتها كبديل للاتصال الإداري التقليدي أثناء كورونا	ك	82	35	22	2	5	4.28	1.002	**143.7	أوافق بشدة	3
	%	56%	24%	15%	1.5%	3.5%					
سهلت مواقع التواصل الاجتماعي العمل الإداري وأدت إلى سرعة إنجازه أثناء جائحة كورونا	ك	76	47	18	1	4	4.30	.913	**139.1	أوافق بشدة	2
	%	52%	32%	12.6%	0.7%	2.7%					
حلت مواقع التواصل الاجتماعي محل قنوات الاتصال الإداري التقليدية أثناء الأزمة	ك	78	48	16	4	-	4.37	.788	**91.2	أوافق بشدة	1
	%	53.3%	33%	11%	2.7%	-					
ساعدت مواقع التواصل الاجتماعي على الإبداع في العمل الإداري في فترة الجائحة	ك	51	52	35	8	-	4.00	.902	**34.6	أوافق	6
	%	35%	36%	24%	5%	-					
ساعدت مواقع التواصل الاجتماعي على التنسيق الإداري المحكم خلال الجائحة	ك	54	57	26	9	-	4.07	.892	**43.6	أوافق	5
	%	37%	39%	18%	6%	-					
أدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي إلى توفير المعلومات المتعلقة بالعمل للرؤساء والمرؤسين خلال الجائحة	ك	63	58	20	5	-	4.23	.812	**65.5	أوافق بشدة	4
	%	43%	40%	14%	3%	-					
المتوسط العام											
4.23											
.812											

** فروق دالة عند مستوى 0.01 فأقل

من خلال النتائج الموضحة في الجدول السابق يتضح أن أفراد عينة الدراسة موافقون بدرجة موافق بشدة على إيجابيات وسائل التواصل أثناء أزمة كورونا بمتوسط (4.23 من 5) وهو متوسط يقع في الفئة الخامسة من فئات المقياس الخماسي من (من 4.21 وحتى 00.5) وهي الفئة التي تشير إلى خيار (موافق بشدة) على أداة الدراسة.

ويتضح من النتائج أن قيم مربع كاي لجميع العبارات كانت دالة إحصائياً عند مستوى 0.01 فأقل مما يبين تبين وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول هذه العبارات.

كما يتضح أيضاً أن هناك تفاوت في موافقة أفراد عينة الدراسة على إيجابيات وسائل التواصل أثناء أزمة كورونا ،حيث تراوحت متوسطات موافقتهم ما بين (4.00 إلى 4.37)، وهي متوسطات تقع في الفئتين الرابعة و الخامسة من فئات المقياس الخماسي واللذان تشيران إلى (أوافق / أوافق بشدة) على التوالي مما يوضح التفاوت في موافقة أفراد عينة الدراسة على إيجابيات وسائل التواصل أثناء أزمة كورونا ،حيث يتضح من النتائج أن أفراد عينة الدراسة موافقون بشدة على عبارة أربعة من العبارات تتمثل في العبارات:

جاءت العبارة رقم (3) وهي " حلت مواقع التواصل الاجتماعي محل قنوات الاتصال التنظيمي التقليدية أثناء الأزمة " بالمرتبة الأولى من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بشدة بمتوسط (4.37 من 5.00).

جاءت العبارة رقم (2) وهي " سهلت مواقع التواصل الاجتماعي عملية الاتصال التنظيمي وأدت إلى سرعة إنجازه أثناء جائحة كورونا " بالمرتبة الثانية من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بشدة بمتوسط (4.30 من 5.00).

جاءت العبارة رقم (1) وهي " أثبتت مواقع التواصل الاجتماعي فاعليتها كبديل للاتصال الإداري التقليدي أثناء كورونا " بالمرتبة الثالثة من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بشدة بمتوسط (4.28 من 5.00).

جاءت العبارة رقم (6) وهي " أدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي إلى توفير المعلومات المتعلقة بالعمل للرؤساء والمؤوسين خلال الجائحة " بالمرتبة الرابعة من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بشدة بمتوسط (4.23 من 5.00).

بينما نجد اثنين من العبارات تم الموافقة عليها حول ايجابيات وسائل التواصل أثناء أزمة كورونا بدرجة موافق وعليه يمكن استنتاج ان هنالك دور وایجابي لمواقع التواصل الاجتماعي في العمل الإداري خلال أزمة كورونا مما يمكن من استخدامها بديل للوسائل الإدارية التقليدية

المحور الثالث : سلبيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال التنظيمي أثناء أزمة كورونا في كلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

للتعرف على سلبيات وسائل التواصل التي تم التواصل بها إدارياً أثناء أزمة كورونا ، تم حساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتب ، وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول التالي:

جدول (6) استجابات أفراد عينة الدراسة علي سلبيات استخدام وسائل التواصل في الاتصال التنظيمي أثناء أزمة كورونا مرتبة تنازلياً حسب متوسطات مدى الموافقة والاستجابة

العبارة	التكرار النسبة %	درجة الموافقة					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة كا	الاستنتاج	الرتبة
		أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة					
من سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي في العمل الإداري أنها معقدة وتحتاج لترتيبات كثيرة	ك	27	23	25	47	24	2.88	1.369	**13.86	محايد	5
	%	18.5	16	17	32	16.5					
من سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي قلة الاعتمادية والموثوقية مقارنة بالتقليدية	ك	21	42	23	45	15	3.06	1.261	**24.68	محايد	3
	%	14	29	16	31	10					
من عقبات مواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال الإداري عدم فهم الرسالة بالشكل المطلوب من المرسل	ك	21	48	29	32	16	3.18	1.241	**20.62	محايد	2
	%	14	33	20	22	11					
من سلبيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي خلال الجائحة ضعف الرقابة الإدارية	ك	22	31	32	40	21	2.95	1.294	8.45	محايد	4
	%	15	21	22	27	14					
من سلبيات استخدام مواقع	ك	41	38	19	26	22	3.34	1.436	*13.1	محايد	1

التواصل الاجتماعي في الاتصال الإداري خلال الجائحة عدم التقيد بساعات العمل الرسمي	%	%28	%26	%13	%18	%15				
المتوسط العام							3.08	1.320		

** فروق دالة عند مستوى 0.01 فأقل

من خلال النتائج الموضحة في الجدول السابق يتضح أن أفراد عينة الدراسة حياديون بدرجة محايدة على وجود سلبيات لدي وسائل التواصل أثناء أزمة كورونا بمتوسط (3.08 من 5) وهو متوسط يقع في الفئة الثالثة من فئات المقياس الخماسي من (من 2.61 وحتى 3.40) وهي الفئة التي تشير إلى خيار (محايد) على أداة الدراسة.

ويتضح من النتائج أن قيم مربع كاي في اربعة من العبارات كانت دالة إحصائياً عند مستوى 0.01 فأقل مما يبين تباين وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول هذه العبارات.

كما يتضح أيضاً أن هناك تجانس في حيادية أفراد عينة الدراسة على سلبيات وسائل التواصل أثناء أزمة كورونا ، حيث تراوحت متوسطات موافقتهم ما بين (2.88 إلى 3.34)، وهي متوسطات تقع في الفئة الثالثة من فئات المقياس الخماسي والتي تشير إلى (محايد) مما يوضح التجانس في حيادية أفراد عينة الدراسة على سلبيات وسائل التواصل أثناء أزمة كورونا ، حيث نجد ترتيب السلبيات تتمثل في:

1. جاءت العبارة رقم (5) وهي " من سلبيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال الإداري خلال الجائحة عدم التقيد بساعات العمل الرسمي " بالمرتبة الأولى من حيث حيادية أفراد عينة الدراسة عليها بمتوسط (3.34 من 5.00).
2. جاءت العبارة رقم (2) وهي " من عقبات مواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال الإداري عدم فهم الرسالة بالشكل المطلوب من المرسل " بالمرتبة الثانية من حيث حيادية أفراد عينة الدراسة عليها بمتوسط (3.18 من 5.00).
3. جاءت العبارة رقم (3) وهي " من سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي قلة الاعتمادية والموثوقية مقارنة بالتقليدية " بالمرتبة الثالثة من حيث حيادية أفراد عينة الدراسة عليها بمتوسط (3.06 من 5.00).
4. جاءت العبارة رقم (4) وهي " من سلبيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي خلال الجائحة ضعف الرقابة الإدارية " بالمرتبة الرابعة من حيث حيادية أفراد عينة الدراسة عليها بمتوسط (2.95 من 5.00).
5. جاءت العبارة رقم (1) وهي " من سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي في العمل الإداري أنها معقدة وتحتاج لترتيبات كثيرة " بالمرتبة الخامسة من حيث حيادية أفراد عينة الدراسة عليها بمتوسط (2.88 من 5.00).

ثالثاً: ما مدى تباين آراء المبحوثين حول محاور الدراسة وفقاً لمتغيراتهم الشخصية والوظيفية ؟

أولاً : الفروق باختلاف متغير النوع:

للتعرف على ما إذا كانت هنالك فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد الدراسة طبقاً إلى اختلاف متغير النوع استخدم الباحث " تحليل التباين الأحادي " (One Way ANOVA) لتوضيح دلالة الفروق في إجابات أفراد الدراسة وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول التالي:

جدول (7) نتائج " تحليل التباين الأحادي " (One Way ANOVA) للفروق في متوسطات

إجابات أفراد الدراسة طبقاً إلى اختلاف متغير النوع

المحور	مصدر التباين	مجموع مربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة الإحصائية
--------	--------------	--------------	--------------	----------------	--------	-------------------

.383	1.027	.211	3	.634	بين المجموعات	مدي استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
		.206	146	30.051	داخل المجموعات	
			149	30.685	المجموع	
.154	2.053	38.688	1	38.688	بين المجموعات	ايجابيات وسائل التواصل أثناء أزمة كورونا
		18.847	144	2713.922	داخل المجموعات	
			145	35.003	المجموع	
**.000	15.168	300.512	1	300.512	بين المجموعات	سلبية وسائل التواصل أثناء أزمة كورونا
		19.813	144	2853.002	داخل المجموعات	
			145	3153.514	المجموع	

** فروق دالة عند مستوى 0.01 فأقل

1. يتضح من خلال النتائج الموضحة أعلاه عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 فأقل في اتجاهات أفراد الدراسة حول (مدي استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، ايجابيات وسائل التواصل أثناء أزمة كورونا) باختلاف متغير النوع
2. هذه النتيجة تعكس ان كل من الذكور والاناث في عينة الدراسة لها نفس التوجهات نحو ابعاد الدراسة مما يعكس ان هذه الابعاد واضحة من حيث المعرفة والتطبيق
3. ويتضح من خلال النتائج الموضحة أعلاه وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.01 فأقل في اتجاهات أفراد الدراسة حول (سلبية وسائل التواصل أثناء أزمة كورونا) باختلاف متغير النوع تعزي لصالح الاناث ، هم اكثر معرفة بالسلبية ولديهم اتجاهات حيادية نحو سلبية مواقع التواصل الاجتماعي في اثناء أزمة كورونا

ثانياً : الفروق باختلاف متغير الوظيفة:

جدول (8) نتائج " تحليل التباين الأحادي " (One Way ANOVA) للفروق في متوسطات

إجابات أفراد الدراسة طبقاً إلى اختلاف متغير الوظيفة

المحور	مصدر التباين	مجموع مربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدالة الإحصائية
مدي استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	بين المجموعات	1.584	2	.792	.177	.838
	داخل المجموعات	638.937	143	4.468		
	المجموع	640.521	145			
ايجابيات وسائل التواصل أثناء أزمة كورونا	بين المجموعات	38.688	1	38.688	2.053	.154
	داخل المجموعات	2713.922	144	18.847		
	المجموع	35.003	145			
سلبية وسائل التواصل أثناء أزمة كورونا	بين المجموعات	300.512	1	300.512	15.168	**.000
	داخل المجموعات	2853.002	144	19.813		
	المجموع	3153.514	145			

يتضح من خلال النتائج الموضحة أعلاه عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 فأقل في اتجاهات أفراد الدراسة حول (مدي استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، إيجابيات وسائل التواصل أثناء أزمة كورونا، سلبيات وسائل التواصل أثناء أزمة كورونا) باختلاف متغير الوظيفة

ثالثاً : الفروق باختلاف متغير القسم أو الإدارة:

جدول (9) نتائج " تحليل التباين الأحادي " (One Way ANOVA) للفروق في متوسطات

إجابات أفراد الدراسة طبقاً إلى اختلاف متغير القسم أو الإدارة

المحور	مصدر التباين	مجموع مربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة الإحصائية
مدي استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	بين المجموعات	77.196	6	12.866	3.175	**.006
	داخل المجموعات	563.324	139	4.053		
	المجموع	640.521	145			
إيجابيات وسائل التواصل أثناء أزمة كورونا	بين المجموعات	83.512	6	13.919	.725	.630
	داخل المجموعات	2669.098	139	19.202		
	المجموع	2752.610	145			
سلبيات وسائل التواصل أثناء أزمة كورونا	بين المجموعات	154.078	6	25.680	1.190	.315
	داخل المجموعات	2999.436	139	21.579		
	المجموع	3153.514	145			

** فروق دالة عند مستوى 0.01 فأقل

يتضح من خلال النتائج الموضحة أعلاه عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 فأقل في اتجاهات أفراد الدراسة حول (إيجابيات وسائل التواصل أثناء أزمة كورونا، سلبيات وسائل التواصل أثناء أزمة كورونا) باختلاف متغير القسم أو الإدارة

ويتضح من خلال النتائج الموضحة أعلاه وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.01 فأقل في اتجاهات أفراد الدراسة حول (مدي استخدام مواقع التواصل الاجتماعي) باختلاف متغير القسم أو الإدارة تعزي لصالح الجرافيكس والوسائط المتعددة، هم أكثر معرفة بمدي استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في اثناء أزمة كورونا

رابعاً: الفروق باختلاف متغير طبيعة الانتساب للجامعة:

جدول (10) نتائج " تحليل التباين الأحادي " (One Way ANOVA) للفروق في متوسطات

إجابات أفراد الدراسة طبقاً إلى اختلاف متغير طبيعة الانتساب للجامعة طبيعة الانتساب للجامعة

المحور	مصدر التباين	مجموع مربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة الإحصائية
مدي استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	بين المجموعات	29.965	2	14.983	3.509	*.033
	داخل المجموعات	610.555	143	4.270		

			145	640.521	المجموع	
.935	.068	1.299	2	2.598	بين المجموعات	ايجابيات وسائل التواصل أثناء أزمة كورونا
		19.231	143	2750.012	داخل المجموعات	
			145	2752.610	المجموع	
.178	1.746	37.593	2	75.185	بين المجموعات	سلبيات وسائل التواصل أثناء أزمة كورونا
		21.527	143	3078.328	داخل المجموعات	
			145	3153.514	المجموع	

* فروق دالة عند مستوى 0.05 فأقل

يتضح من خلال النتائج الموضحة أعلاه عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 فأقل في اتجاهات أفراد الدراسة حول (ايجابيات وسائل التواصل أثناء أزمة كورونا، سلبيات وسائل التواصل أثناء أزمة كورونا) باختلاف متغير طبيعة الانتساب للجامعة

ويتضح من خلال النتائج الموضحة أعلاه وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.01 فأقل في اتجاهات أفراد الدراسة حول (مدي استخدام مواقع التواصل الاجتماعي) باختلاف متغير طبيعة الانتساب للجامعة تعزي الذين انتسابهم تعاقداً، هم أكثر معرفة بمدي استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في أثناء أزمة كورونا

خامساً : الفروق باختلاف متغير الدرجة:

جدول (11) نتائج " تحليل التباين الأحادي " (One Way ANOVA) للفروق في متوسطات

إجابات أفراد الدراسة طبقاً إلى اختلاف متغير الدرجة

المحور	مصدر التباين	مجموع مربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدالة الإحصائية
مدي استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	بين المجموعات	26.962	6	4.494	1.018	.416
	داخل المجموعات	613.559	139	4.414		
	المجموع	640.521	145			
ايجابيات وسائل التواصل أثناء أزمة كورونا	بين المجموعات	361.370	6	60.228	3.501	**.003
	داخل المجموعات	2391.240	139	17.203		
	المجموع	2752.610	145			
سلبيات وسائل التواصل أثناء أزمة كورونا	بين المجموعات	140.911	6	23.485	1.084	.375
	داخل المجموعات	3012.603	139	21.673		
	المجموع	3153.514	145			

** فروق دالة عند مستوى 0.01 فأقل

يتضح من خلال النتائج الموضحة أعلاه عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 فأقل في اتجاهات أفراد الدراسة حول (مدي استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ايجابيات سلبيات وسائل التواصل أثناء أزمة كورونا) باختلاف متغير الدرجة

ويتضح من خلال النتائج الموضحة أعلاه وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.01 فأقل في اتجاهات أفراد الدراسة حول (ايجابيات وسائل التواصل أثناء أزمة كورونا) باختلاف متغير الدرجة تعزي لصالح الذين درجتهم استاذ مشارك ، هم اكثر معرفة بالايجابيات ولديهم اتجاهات حيادية نحو ايجابية مواقع التواصل الاجتماعي في اثناء أزمة كورونا

أولاً: الفروق باختلاف متغير المنصب الإداري:

جدول (12) نتائج " تحليل التباين الأحادي " (One Way ANOVA) للفروق في متوسطات

إجابات أفراد الدراسة طبقاً إلى اختلاف متغير المنصب الاداري

المحور	مصدر التباين	مجموع مربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة الإحصائية
مدي استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	بين المجموعات	33.654	7	4.808	1.093	.371
	داخل المجموعات	606.867	138	4.398		
	المجموع	640.521	145			
ايجابيات وسائل التواصل أثناء أزمة كورونا	بين المجموعات	465.585	7	66.512	4.013	**.000
	داخل المجموعات	2287.024	138	16.573		
	المجموع	2752.610	145			
سلبيات وسائل التواصل أثناء أزمة كورونا	بين المجموعات	435.144	7	62.163	3.156	**.004
	داخل المجموعات	2718.370	138	19.698		
	المجموع	3153.514	145			

** فروق دالة عند مستوى 0.01 فأقل

يتضح من خلال النتائج الموضحة أعلاه عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 فأقل في اتجاهات أفراد الدراسة حول (مدي استخدام مواقع التواصل الاجتماعي) باختلاف متغير المنصب الاداري

ويتضح من خلال النتائج الموضحة أعلاه وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.01 فأقل في اتجاهات أفراد الدراسة حول (ايجابيات وسائل التواصل أثناء أزمة كورونا) باختلاف متغير المنصب الاداري تعزي لصالح الذين منصبتهم عضو لجنة وكذلك الذين منصبتهم موظف ، هم اكثر معرفة بالايجابيات ولديهم اتجاهات نحو ايجابيات نحو مواقع التواصل الاجتماعي في اثناء أزمة كورونا.

ويتضح من خلال النتائج الموضحة أعلاه وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.01 فأقل في اتجاهات أفراد الدراسة حول (سلبيات وسائل التواصل أثناء أزمة كورونا) باختلاف متغير المنصب الاداري تعزي لصالح الذين منصبتهم عضو هيئة تدريس، هم اكثر معرفة بالسلبيات ولديهم اتجاهات حيادية نحو سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي في اثناء أزمة كورونا

نتائج فروض الدراسة:

1- توجد فروق ذات دلالة احصائية بين مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة وايجابيات مواقع**التواصل الاجتماعي المستخدمة اثناء ازمة كورونا**

جدول (13) : يوضح نسب درجة الموافقة بشدة علي ايجابيات مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة اثناء ازمة كورونا

الوسيلة	الايجابيات						قيمة مربع كاي
	اثبتت فاعليتها كبديل	سهولة وسرعة الانجاز	حلت محل قنوات الاتصال التقليدية	ساعدت على الابداع	ساعدت على التنسيق	توفير المعلومات	
الزوم	31%	26%	30%	26%	25%	28%	**74.85
الواتس اب	23%	20%	21%	21%	17%	21%	
توتير	22%	19%	17%	10%	9%	8%	
انستجرام	8%	6%	9%	4%	5%	5%	
البريد الالكتروني	12%	11%	12%	9%	8%	10%	

المصدر: المؤلف، 2021م، الصفحة

تشير نتائج الجدول اعلاه وجود فروق ذات دلالة احصائية بين مواقع التواصل الاجتماعي والايجابيات التي يحققها استخدام تلك الوسائل في ظل ازمة كورونا حيث نجد قيمة مربع = 74.85 وهي قيمة ذات دلالة احصائية مما يوضح وجود فروقات تعزي لصالح ان وسيلة الزوم اثبتت فعاليتها كبديل للوسائل التقليدية بنسبة 31% وهي اعلي نسبة من العبارات التي تحقق الايجابيات وبالتالي تؤكد صحة الفرضية توجد فروق ذات دلالة احصائية بين مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة وايجابيات مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة اثناء ازمة كورونا

2- توجد فروق ذات دلالة احصائية بين مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة والسلبيات مواقع**التواصل الاجتماعي المستخدمة اثناء ازمة كورونا**

جدول (14) : يوضح نسب درجة الموافقة بشدة علي سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة اثناء ازمة كورونا

الوسيلة	السلبيات	قيمة مربع كاي
---------	----------	---------------

	عدم التقيد بساعات العمل الرسمي	ضعف الرقابة الادارية	عدم فهم الرسالة	قلة الاعتمادية والموثوقية	معقدة وتحتاج ترتيبات كبيرة	
	7%	5%	10%	11%	15%	الزووم
	20%	7%	3%	1%	3%	الواتس اب
38.68**	0.7%	1%	1%	1%	3%	تويتر
	1%	0.7%	4%	5%	5%	انستجرام
	2%	2%	2%	4%	1%	البريد الالكتروني

تشير نتائج الجدول اعلاه وجود فروق ذات دلالة احصائية بين مواقع التواصل الاجتماعي والسلبيات التي يحققها استخدام تلك الوسائل في ظل ازمة كورونا حيث نجد قيمة مربع = 38.68 وهي قيمة ذات دلالة احصائية مما يوضح وجود فروقات تعزي لصالح ان الذين يستخدمون وسيلة الزووم يرون انها معقدة وتحتاج ترتيبات كبيرة بنسبة 15% - بينما الذين يستخدمون الواتس اب يرون من سلبياتها عدم التقيد بساعات العمل الرسمي بنسبة بلغت 20%. ام الذين يستخدمون باقي الوسائل يرون ان السلبيات قليلة جدا ويظهر ذلك من خلال النسب فهي لا تتجاوز 5% مما يفسر عدم وجود سلبيات من استخدام تلك الوسائل هذا ما اكدته نتائج المحور الثالث التي اشارت الي ان السلبيات تم الموافقة عليها بدرجة محايد وعليه يمكن استنتاج ان السلبيات يمكن ترجع الي استخدام بعض الوسائل مثل الزووم (معقدة وتحتاج الي ترتيبات كبيرة) ، الواتس اب من سلبياته (عدم التقيد بساعات العمل الرسمي) وبالتالي تؤكد صحة الفرضية توجد فروق ذات دلالة احصائية بين مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة وبعض السلبيات في مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة اثناء ازمة كورونا.

ا. الطرق والأدوات

- ا. أما من حيث الأدوات العلمية المستخدمة في البحث فقد استخدم الباحث الاستبانة كأداة علمية لقياس آراء المبحوثين للإجابة عن تساؤلات البحث وتحقيق أهدافه، والاستبانة عبارة عن مجموعة من الأسئلة المطروحة حول الظاهرة المطروحة، وهي تستخدم في البحوث المسحية

ا. نتائج الدراسة

- 1- غالبية أفراد العينة كانوا من الذكور من أعضاء هيئة التدريس بقسم العلاقات العامة.
- 2- مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة في الاتصال التنظيمي بكلية الإعلام والاتصال خلال جائحة كورونا تمثلت في: واتس اب (What's App)، زووم (Zoom)، البريد الإلكتروني (E-mail)، موقع الجامعة، تويتر (Twitter)، انستجرام (Instagram)، خدمات قوقل.
- 3- مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً في الاتصال التنظيمي أثناء أزمة كورونا في كلية الإعلام والاتصال من حيث الترتيب كانت: الواتس اب، الزووم، تويتر، إنستجرام.
- 4- تمثل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بكلية الإعلام والاتصال خلال أزمة كورونا بالترتيب- حسب الاستخدام- في الآتي: التشاور بين الزملاء في ما يخص العمل، الدعوة للاجتماعات، استخدامها في عقد الاجتماعات، استخدامها في إنجاز التكاليف الإدارية، استخدامها في الاستفسار عن العمل وتفاصيله،

- إرسال الخطابات الادارية، رفع التقارير، شرح سياسة العمل، إصدار القرارات الإدارية.
- 5- تم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال التنظيمي بكلية الإعلام والاتصال أثناء أزمة كورونا بجميع الأشكال (اتصال هابط، اتصال صاعد، اتصال أفقي).
- 6- أكثر شكل من أشكال الاتصال التنظيمي تم فيه استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بكلية الإعلام والاتصال هو الاتصال الأفقي (بين الإدارات أو بين الزملاء فيما بينهم) حيث جاء بنسبة 32% .
- 7- أن أفراد عينة الدراسة موافقون بدرجة موافق بشدة على إيجابيات وسائل التواصل أثناء أزمة كورونا بمتوسط (4.23 من 5)، ومن أهم الإيجابيات تمثل في :
- حلت مواقع التواصل الاجتماعي محل قنوات الاتصال الإداري التقليدية أثناء الأزمة
 - سهلت مواقع التواصل الاجتماعي العمل الإداري وأدت إلى سرعة إنجازه أثناء جائحة كورونا
 - أثبتت مواقع التواصل الاجتماعي فاعليتها كبديل للاتصال الإداري التقليدي أثناء كورونا
 - أدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي إلى توفير المعلومات المتعلقة بالعمل للرؤساء والمرؤوسين خلال الجائحة
- 8- أن أفراد عينة الدراسة حياديون بدرجة محايدة على وجود سلبيات لدى وسائل التواصل أثناء أزمة كورونا بمتوسط (3.08 من 5) ومن أكثر السلبيات حيادية:
- من سلبيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال الإداري خلال الجائحة عدم التقيد بساعات العمل الرسمي
 - من عقبات مواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال الإداري عدم فهم الرسالة بالشكل المطلوب من المرسل
- 9- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 فأقل في اتجاهات أفراد الدراسة حول (مدي استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، إيجابيات وسائل التواصل أثناء أزمة كورونا) باختلاف متغير النوع.
- 10- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.01 فأقل في اتجاهات أفراد الدراسة حول (سلبيات وسائل التواصل أثناء أزمة كورونا) باختلاف متغير النوع تعزي لصالح الاناث
- 11- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 فأقل في اتجاهات أفراد الدراسة حول (مدي استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، ايجابيات وسائل التواصل أثناء أزمة كورونا ، سلبيات وسائل التواصل أثناء أزمة كورونا) باختلاف متغير الوظيفة
- 12- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 فأقل في اتجاهات أفراد الدراسة حول (ايجابيات وسائل التواصل أثناء أزمة كورونا، سلبيات وسائل التواصل أثناء أزمة كورونا) باختلاف متغير القسم أو الإدارة
- 13- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.01 فأقل في اتجاهات أفراد الدراسة حول (مدي استخدام مواقع التواصل الاجتماعي) باختلاف متغير القسم أو الإدارة تعزي لصالح الجرافيكس والوسائط المتعددة
- 14- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 فأقل في اتجاهات أفراد الدراسة حول (ايجابيات وسائل التواصل أثناء أزمة كورونا، سلبيات وسائل التواصل أثناء أزمة كورونا) باختلاف متغير طبيعة الانتساب للجامعة
- 15- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.01 فأقل في اتجاهات أفراد الدراسة حول (مدي استخدام مواقع التواصل الاجتماعي) باختلاف متغير طبيعة الانتساب للجامعة تعزي الذين انتسابهم تعاقد
- 16- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 فأقل في اتجاهات أفراد

- 17- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 فأقل في اتجاهات أفراد الدراسة حول (مدي استخدام مواقع التواصل الاجتماعي) (باختلاف متغير المنصب الاداري
- 18- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.01 فأقل في اتجاهات أفراد الدراسة حول (ايجابيات وسائل التواصل أثناء أزمة كورونا) باختلاف متغير المنصب الاداري تعزي لصالح الذين منصهم عضو لجنة وكذلك الذين منصهم موظف
- 19- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.01 فأقل في اتجاهات أفراد الدراسة حول (سلبيات وسائل التواصل أثناء أزمة كورونا) باختلاف متغير المنصب الاداري تعزي لصالح الذين منصهم عضو هيئة تدريس
- 20- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مواقع التواصل الاجتماعي والايجابيات التي يحققها استخدام تلك الوسائل في ظل أزمة كورونا
- 21- صحة الفرضية توجد فروق ذات دلالة احصائية بين مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة وايجابيات مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة أثناء أزمة كورونا
- 22- وجود فروق ذات دلالة احصائية بين مواقع التواصل الاجتماعي والسلبيات التي يحققها استخدام تلك الوسائل في ظل أزمة كورونا
- 23- صحة الفرضية توجد فروق ذات دلالة احصائية بين مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة وبعض السلبيات في مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة اثناء أزمة كورونا

IV. خاتمة:

كما سبق توصل البحث لجملة نتائج علمية، من خلالها تبين مدى فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال التنظيمي خلال أزمة كورونا، وأشكال ممارسة هذه المواقع في الاتصال التنظيمي خلال جائحة كورونا، وسلبيات وإيجابيات ذلك، وبناء على ما سبق يقترح الباحث جملة من التوصيات؛ العمل على تلافي استخدام بعض مواقع التواصل الاجتماعي التي توجد بها بعض المهددات الأمنية، تفعيل الاتصال الصاعد والأفقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي في عملية الاتصال التنظيمي، تشجيع العاملين وتدريبهم على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لتأدية الاتصال التنظيمي عن بُعد خلال جائحة كورونا، استخدام الاتصال الرسمي للاتصال التنظيمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي بشكل أكبر خلال أزمة كورونا، لتجنب تعطيل العمل بقدر المستطاع، الاهتمام بمعرفة عقبات الاتصال التنظيمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والعمل على حلها، إجراء بحوث علمية أكثر عمقاً في شتى التخصصات لقياس اتجاهات العاملين عن استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في العمل الإداري، تشجيع الاتصال التنظيمي عبر الوسائط الحديثة خلال الأزمات المشابهة لضمان استمرار العمل وعدم انقطاعه.

الإحالات والمراجع:

- Champan, K. W. (1996). *Organizational Communication*. NEW JERSEY: Simon and Schuster Custom Publishing.
- Edosomwan, S. O. (2016م, 6 6). The history of social media and its impact on business. *The Journal of Applied Management & Entrepreneurship* , pp. 4, 5, 7.
- Manning, J. (2014). *Social media, definition and classes of*. In K. Harvey (Ed.), *Encyclopedia of social media and politics*. Thousand Oaks: CA: Sage.
- إبراهيم, (2017). م. (مناهج البحوث الإعلامية (1 ed.). القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- أحمد سامي العايدي. (6 6، 2019م). مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تحقيق الوعي لدى الشباب السعودي بقضايا التنمية المستدامة. *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان* (16)، صفحة 147، 156، 157.
- p. *الاتصال التنظيمي وعلاقته بالأداء الوظيفي*. In *الاتصال التنظيمي وعلاقته بالأداء الوظيفي*. ج. ب. الدين، جامعة منتوري محمود قسنطينة، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية: الجزائر. (57، 56).
- الموقع الرسمي Retrieved 5 14, 1442, from الموقع الرسمي لمنظمة الصحة العالمية (14 5, 1442). [https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/technical-guidance/naming-the-coronavirus-disease-\(covid-2019\)-and-the-virus-that-causes-it](https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/technical-guidance/naming-the-coronavirus-disease-(covid-2019)-and-the-virus-that-causes-it)
- الموقع Retrieved 11 25, 2020م, from الموقع الرسمي لمنظمة الصحة العالمية (2020م, 11 25). <https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses>
- دار الفكر: القاهرة. (3 ed.). *الأسس النظرية والإسهامات العربية: مدخل إلى الاتصال والرأي العام*. ع. ع. العبد العربي.
- باسقات للطباعة والنشر: الخرطوم. *الاتصال التنظيمي*. (م2016). ع. أ. النور
- حسن السوداني ومحمد المنصور. (2016م). *شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على جمهور المتلقين* (الإصدار 1). عمان: مركز الكتاب الأكاديمي.
- مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تعبئة الرأي العام العالمي وفي الحد من انتشار (6 6، 2020م). ج. ر. دعاس. *المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام*. كورونا. p. 163، 171.
- مكتبة المتنبي: الرياض. (1 ed.). *الاتصال التنظيمي*. (م2020). ج. ح. عبد الجليل
- أمواج للنشر والتوزيع: عمان. *الاتصال التنظيمي*. (م2016). أ. م.
- محمد بن محمد بن عبد الرزاق الحسيني، أبو الفيض، الملقب بمرتضى، الزبيدي (المتوفى: 1205هـ)، عبدالستار احمد فراج (محقق)، مصطفى حجازي (محقق مشارك). (ب ت). *تاج العروس من جواهر القاموس* (الإصدار 6). الكويت: دار الهداية للطباعة والنشر والتوزيع.
- المجلة. مواقع التواصل الاجتماعي والتوعية من مخاطر انتشار فيروس كورونا في الجزائر. (4 6، 2020م). ف. ص. ميلود. *المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام* (1)، p. 148، 156.