

العلاقة بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي في العمل والنتائج الفردية والتنظيمية

دراسة تطبيقية لأسلوب التحليل التجميعي Meta- Analysis

إعداد

د./ نيفين عزت علي

مدرس إدارة الأعمال

كلية التجارة - جامعة القاهرة

الملخص

هدف الدراسة: سعت هذه الدراسة إلى تحديد العلاقة بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي في العمل والنتائج الفردية والتنظيمية في منظمات الأعمال .

منهجية الدراسة: أعتمدت الدراسة على أسلوب التحليل التجميعي في تجميع وتلخيص نتائج الدراسات السابقة التي تربط ما بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي في العمل والنتائج الفردية والتنظيمية .

طريقة البحث : تم القيام بالبحث الشامل في الأدبيات لقواعد البيانات الإلكترونية لتحديد الدراسات ذات الصلة من بنك المعرفة المصري مثل EBESCO و Emerald و Wiley و SAGE و ELSEVER و IEEE. وتم استخدام نموذج التأثيرات العشوائية لحساب حجم التأثير.

عينة وبيانات الدراسة: اعتمد الباحث على بيانات ٢٧ دراسة سابقة منشورة في الدوريات المتخصصة في مجال التواصل الرقمي والافتراضي، ومجال الإدارة بصفة عامة، ومجال إدارة الموارد البشرية بصفة خاصة. وكان إجمالي عدد العلاقات (الارتباط بين المتغير المستقل والمتغير التابع) يصل الي (K=33) وإجمالي عدد المشاركين في الدراسة (N=7,984) مفردة.

العلاقة بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي في العمل والنتائج الفردية والتنظيمية دراسة تطبيقية ...
د/ نيفين حمزة علي

نتائج الدراسة: توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط موجبة متوسطة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل وبين كل من : النتائج المرتبطة بسلوك العاملين (Employees Behavior)، والنتائج المرتبطة باتجاهات العاملين (Employees Attitudes). والنتائج التنظيمية (Organizational Outcomes).

أصالة الدراسة: تعتبر الدراسة من الدراسات الأولى القليلة التي تمت باللغة العربية والتي استخدمت أسلوب التحليل التجميعي لدراسة العلاقة بين المتغير المستقل والمتغيرات التابعة، كما انها تتصف بالحدائثة نظرا لأنها تواكب التطور في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ووسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالنتائج الفردية والتنظيمية، بالإضافة الى اشتمالها علي أحدث المقالات التي تناولت موضوع الدراسة حتى تاريخه.

حدود الدراسة: اقتصرت الدراسة على الفترة ٢٠١٢ - ٢٠٢٠، وعلي المقالات المنشورة في دوريات اكااديمية محكمة، والمكتوبة باللغة العربية أو الانجليزية.

الكلمات الدالة: - أساليب التواصل الاجتماعي- النتائج الفردية - النتائج التنظيمية - معامل الارتباط - التحليل التجميعي.

The Relationship between the of Social Media usage in the workplace and the Individual and Organizational Outcomes

An applied study of the meta-analysis method

Abstract

Purpose: This study aims to define the relationship between social media usage in workplace and individual and organizational outcomes in business organizations.

Research Methodology: The study is based on the meta-analysis in compiling and summarizing the previous findings linking

social media usage in workplace to individual and organizational outcomes.

Research Method: A comprehensive literature search of major electronic databases to identify relevant studies from Egyptian Knowledge Bank like EBESCO, Emerald, Wiley, SAGE, ELSEVER, and IEEE. A random effects model was used to calculate the effect size.

Study sample and data: The study relied on data from 27 previous studies published in specialized journals in the field of manage in general and in human resources management in particular. Also, in the field of digital and virtual communication, and the total number of articles was 27, and the number of the relationships (the correlation between the independent variable and the dependent variables) reached (K=33) and the total number of participants in the study (N = 7,984) participants.

Findings: The study concluded that there were moderated positive correlations between social media usage and each of the three variables; Employees Behavior, Employees Attitudes, and Organizational Outcomes.

The authenticity of the study: The study is one of the first few studies conducted in the Arabic language used in the meta-analysis method to study the relationship between the independent variable and the dependent variables, and it is characterized by modernity because it keeps pace with the

development in information and communication technology and social media, and its relationship to individual and organizational outcomes, in addition to its inclusion on the most recent articles that dealt with the subject of study to date.

Limits of the study: The study was limited to 2012-2020, and articles published in refereed academic journals, written in Arabic or in English.

Key words: organizational outcomes, social media tools, meta-analysis, employees' attitudes, employee's behavior, correlation coefficient.

المقدمة

مع تزايد انتشار استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشكل سريع خلال العقد الماضي سواء على المستوى الشخصي أو على مستوى منظمات الاعمال (Brooks, 2015) ومع تزايد الأهتمام بها بحيث أصبحت تلك الأساليب مركز اهتمام في العديد من الصناعات industries، اتجه الباحثون نحو دراسة العلاقة بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي في منظمات الاعمال والمتغيرات المرتبطة بالنتائج الفردية والتنظيمية المختلفة. ومن خلال مراجعة الأدبيات اتضح أن الأبحاث التي أجريت حول استخدام أساليب التواصل الاجتماعي في مكان العمل لازالت محدودة نسبيا، كما أن هناك تباين في نتائج تلك الدراسات . فقد أظهرت بعض الدراسات وجود علاقات معنوية بينهم (Kishokumar , 2016 ; Moqbel & Nah , 2017 ; ; Chen et al ., 2019 Mohammad et al., 2019; liang et al 2020; Garrido et al., 2020). بينما أظهرت دراسات اخرى وجود علاقات غير معنوية (Van Iddekinge et al., 2016; Ahmad et al., 2017)

كما نتج عن أختلاف وتنوع أساليب التواصل الاجتماعي - بما في ذلك المنصات الإلكترونية المختلفة *social network sites*، اختلاف نتائج الأبحاث والدراسات في هذه الأدبيات من حيث اتجاه وقوة العلاقات (Parveen, F. et al., 2015). ومن ثم فإن الأدبيات السابقة تفتقر إلى التوافق في الآراء بشأن تكافؤ تلك العلاقات ، الأمر الذي شجع الباحث على استخدام أسلوب التحليل التجميعي لتحليل نتائج تلك الدراسات من خلال التجميع الكمي لنتائج كل دراسة من الدراسات السابقة التي تناولت متغيرات البحث ، وتحديد حجم تأثير واحد لكل علاقة بين المتغير المستقل (استخدام أساليب التواصل الاجتماعي في العمل) وكل متغير من المتغيرات التابعة (النتائج الفردية والتنظيمية)، ومن ثم يمكن تحقيق فهم أكثر لتلك العلاقات من خلال التراكم المعرفي.

وبناء على ما تقدم، تسعى الدراسة الحالية إلى استخدام أسلوب التحليل التجميعي في تجميع وتلخيص نتائج الدراسات السابقة فيما يتعلق بدراسة العلاقة بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي في العمل والنتائج الفردية والتنظيمية وذلك في الدوريات العلمية المحكمة خلال الفترة ٢٠١٢ - ٢٠٢٠ .

❖ الإطار النظري للدراسة

يتضمن الإطار النظري للدراسة ثلاثة أقسام ، يتناول القسم الأول منها مناقشة أسلوب التحليل التجميعي، في حين يتناول القسم الثاني عرض للنظرية التي اعتمدت عليها الدراسة، بينما يتناول القسم الثالث استعراض الدراسات السابقة التي تناولت استخدام أساليب التواصل الاجتماعي في العمل والنتائج الفردية والتنظيمية.

أسلوب التحليل التجميعي:

التحليل التجميعي هو طريقة إحصائية تجمع الدراسات المختلفة وتدمج نتائجها في استنتاج واحد. وتأتي كلمة "ميتا" من اليونانية وتعني "بعد" *after* أو "بعد" *beyond*، ويمكن وصف التحليل التجميعي بأنه "تحليل التحليلات" ، ويعتمد التحليل التجميعي على القواعد الرياضية والإحصائية (Egger et al., 1997) ؛ لذلك ، فهو أكثر موضوعية من الأساليب الأخرى ، مثل المراجعات السردية *narrative reviews* ،

وأقل تأثيراً بآراء الباحث الشخصية. وهكذا ، أصبح استخدام التحليل التجميعي شائعاً بشكل متزايد (Seo, M. S, 2019) بحيث أصبح أداة قوية عندما يكون مصمماً جيداً ويتم تنفيذه بشكل مناسب. كما يعرف أسلوب التحليل التجميعي بأنه "تجميع نتائج عدد من الدراسات السابقة والمرتبطة بمجال معرفي معين وتوسيع حجم عينة الدراسة للتوصل الى نتائج أكثر دقة ومتوافقة وذلك باستخدام الأساليب الاحصائية (Aydin et al.,2013.P.808) ، و قد ازداد استخدام التحليل التجميعي على مدى العقود الثلاثة الماضية في العديد من التخصصات نظراً لانه يسمح لنا بتقديم تقييم حول الانتظام والمخالفات في التنظير والقياس التي قد تساعد أو تعرقل الجهود المستقبلية لفهم العلاقات المختلفة بين المتغيرات المستقلة والتابعة. وقد كان هذا النوع من التحليل مقصوراً على العلوم الطبيعية والتخصصات الطبية المختلفة ولكن تم مؤخراً الاعتماد على التحليل التجميعي في مجال العلوم الاجتماعية social sciences مثل استخدام هذا النوع من التحليل في مجال البحوث والدراسات الإدارية (الادارة المالية - ادارة الأنتاج والعمليات- ادارة التسويق - ادارة الموارد البشرية). (Card, 2015)

ويعتبر التحليل التجميعي طريقة إحصائية تجمع دراسات متعددة وتدمج نتائجها، وبالتالي يزيد التحليل التجميعي من حجم العينة ، ويزيد القدرة على دراسة الآثار ذات الأهمية من خلال الجمع بين الدراسات الأولية وتقديم تقدير دقيق للتأثيرات . وعادة ما تكون البيانات التي يتم توليفها من التحليلات التجميعية أكثر فائدة من نتائج المراجعات الفردية. ففي التحليل التجميعي ، تكون القرارات شفافة ، وينتج عن التحليل الإحصائي مقياس موضوعي للأدلة الكمية المتكاملة. كما يمكن التحليل التجميعي من الحد من تحيزات المراجعات الفردية أو التغلب عليها. ومن ثم يساعد النهج المنتظم والشفافية في التحليل التجميعي على حل النزاعات والشكوك بين الدراسات ، ويؤدي إلى التوصل الى استنتاجات علمية موضوعية .

ويتميز التحليل التجميعي بانه يوفر تقديرًا أكثر دقة لحجم التأثير ويزيد من قابلية تعميم نتائج الدراسات الفردية ، لذلك قد يمكّن من حل التعارضات بين الدراسات ، ويعطي نتائج حاسمة عندما تكون الدراسات الفردية غير حاسمة (Lee, Y. H. (2019).

النظرية التي اعتمدت عليها الدراسة :

اعتمدت هذه الدراسة علي نظرية virtuality theory ،حيث أثبتت الدراسات السابقة أن الافتراضية virtuality تمكن منظمات الاعمال ، وتسهل الحصول على المزيد من الهياكل التنظيمية المرنة نظرا لسهولة الاتصالات، وتبادل البيانات والمعلومات بين جميع العاملين داخل المنظمة ، والتغلب على بعض القيود الفعلية بما في ذلك القيود الزمنية والموقع المادي والحدود التنظيمية، الامر الذي يكون له عظيم الاثر علي كفاءة اداء جميع العاملين (Suh et al., 2011). وهذه النظرية تعتبر meta-theory نظرية ميتا، حيث تشرح كيف تتم العلاقات الاجتماعية في بيئة افتراضية يمكن تطويرها من خلال وسائط الاتصال بواسطة الكمبيوتر-computer-mediated communication (CMC) media. وتشير النظرية الافتراضية إلى أن الموظفين غالبًا ما يستخدمون أدوات CMC المتنوعة في مختلف الطرق التي يمكن أن تحدث تأثيرات مختلفة على خصائص الشبكات الاجتماعية للموظفين في مكان العمل؛ على سبيل المثال ، أولئك الذين يستخدمون وسائل الإعلام الشخصية personal media that enforce one-to-one connection

وتشير عدد من الدراسات السابقة الى ان الاعتماد علي أساليب التواصل الاجتماعي وشبكة الاتصالات في مجال العمل يعتبر محدودا نسبيا مقارنة به خارج بيئة الأعمال، وأن العلاقات الاجتماعية الخاصة بها داخل مجموعة العمل محدودة وأقل كفاءة مقارنة باستخدامها خارج نطاق العمل، في حين أن هؤلاء الذين يستخدمون أساليب التواصل الاجتماعي خارج العمل يكون لديهم ميل أكبر لعمل علاقات جماعية فعالة داخل بيئة العمل حيث يكونون أكثر قدرة على توسيع مواقعهم الاجتماعية وزيادة كفاءة علاقاتهم داخل مجموعة العمل ، وقد أثبتت الدراسات السابقة ان استخدام أساليب التواصل الاجتماعي بالاعتماد علي الوسائط الالكترونية من شأنه أن ينعكس علي كفاءة أداء العاملين داخل منظمات الأعمال، ومن ثم كفاءة الأداء التنظيمي (Ou, 2013; Davis, 2009; Chen, 2019). وتطبيق هذه النظرية علي العلاقة بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي في العمل (المتغير المستقل) والنتائج الفردية

العلاقة بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي، في العمل والنتائج الفردية والتنظيمية دراسة تطبيقية ...
د/ نيفين حمزة علي

والتنظيمية (المتغير التابع)، فإنه يمكن أن نستخلص أن استخدام أساليب التواصل الاجتماعي قد يؤثر على اتجاهات وسلوك الأفراد ، وزيادة كفاءة المنظمات وقدرتها على تحقيق أهدافها نتيجة لتعدد وتنوع واتساع العلاقات بين الأطراف المختلفة social exchange relationship ومن ثم سرعة وتنوع حجم البيانات والمعلومات التي يتم تداولها خلال هذه البيئة الافتراضية ، الأمر الذي يؤدي في النهاية الي التأثير الايجابي على نتائج العاملين والمنظمات .

العلاقة بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي والنتائج الفردية والتنظيمية

تشير أساليب التواصل الاجتماعي (يشار إليها أيضاً باسم مواقع الشبكات الاجتماعية ، أو SNS) إلى الأنظمة والمنصات الأساسية عبر الإنترنت ، مثل Facebook و Instagram و Twitter ، والتي تتيح للمستخدمين إنشاء محتوى مرئي ونصي ومشاركته مع مستخدمين آخرين (Kaplan & Haenlein, 2010). وقد أصبحت أساليب التواصل الاجتماعي تشكل جانباً مهماً في الحياة اليومية لمعظم الأفراد، فعلى سبيل المثال وصل عدد المستخدمين في يناير ٢٠١٩ الي ٣.٥ مليار مستخدماً نشطاً لأساليب التواصل الاجتماعي في جميع أنحاء العالم ، ويستمر هذا العدد في التزايد والنمو علي فترات زمنية قصيرة (Kemp, 2019). ويُعد استخدام أساليب التواصل الاجتماعي نشاطاً يومياً للكثيرين (Dubois Mai, Jacobson , Gruzd 2018) وغالباً ما يقضي المستخدمون عدة ساعات يومياً في التصفح والنشر على حساباتهم (MediaKix, 2018). وتوضح هذه الظاهرة بوضوح في الأجيال الأصغر مثل جيل Generation Y and Generation Z (Millennial Generation) وفي المجال الأكاديمي تعددت الجوانب التي تم دراستها فيما يتعلق بأساليب التواصل الاجتماعي، حيث اهتم الباحثون بدراسة الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام تلك الأساليب ، الا أن معظم هذه الدراسات تمت بشكل رئيسي في المؤسسات التعليمية لقياس الأثر علي الطلاب في مختلف المراحل (Chang, C. W., & Heo, J. (2014). ولكن -علي حد علم الباحث - ، فان الدراسات عن تأثير استخدام أساليب التواصل الاجتماعي في منظمات الأعمال تعتبر محدودة نسبياً ، بالرغم من تزايد أهمية

العلاقة بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي في العمل والنتائج الفردية والتنظيمية دراسة تطبيقية ...
د/ نيفين محمد علي

الموضوع ، نظراً لأن بعض المنظمات أصبحت قلقة بشأن استخدام معظم الموظفين لأساليب التواصل الاجتماعي والمواقع المختلفة خلال ساعات العمل.

ومن خلال مراجعة الدراسات السابقة التي تناولت العلاقة بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي والنتائج الفردية والتنظيمية، أمكن تصنيف تلك الدراسات الى ثلاث مجموعات على النحو التالي:

■ دراسات تناولت العلاقة بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي والنتائج الفردية (اتجاهات العاملين)

حيث أظهرت عدد من الدراسات وجود علاقة معنوية موجبة بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي وكل من : الرضا الوظيفي (Kim & Chung , 2014 ; Charoensukmongkol , 2014 ; Hanna et al., 2017; Mohammad et al., 2019; liang et al 2020)، والالتزام التنظيمي (Olfat, et al 2019)، والارتباط الوظيفي (Robinson et al., 2014; Naim & Lenka, 2017)

■ دراسات تناولت العلاقة بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي والنتائج الفردية (سلوك العاملين)

حيث أظهرت عدد من الدراسات وجود علاقة معنوية موجبة بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي وكل من : الأداء الوظيفي (Moqbel et al ., 2013; Kishokumar, 2016; Moqbel & Nah

(Aguado et al., 2019) ، والسلوك الابتكاري

(Ali et al., 2015; Scuotto et al., 2017) ، وكفاءة وانتاجية العاملين

(Liang et al., 2020; Mohammad et al., 2019) ، ومشاركة المعرفة

(Ahmed et al ., 2019; Vyas & Pandey, 2020). بينما أظهرت دراسة اخرى اختلاف تأثير استخدام أساليب التواصل الاجتماعي على الأداء الوظيفي مابين

العلاقة بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي في العمل والنتائج الفردية والتنظيمية دراسة تطبيقية ...
د/ نيفين محمد علي

سلبى وإيجابى حسب الغرض من الاستخدام (اجتماعى _ ترفيهى _ معرفى)
(Cao & Yu , 2019)

على حين أظهرت دراسات اخرى وجود علاقة غير معنوية بين استخدام أساليب
التواصل الاجتماعي بصفة عامة ، والفيسبوك بصفة خاصة على الأداء الوظيفي)
Van Iddekinge et al ., 2016 ; Ahmed et al ., 2017)

▪ دراسات تناولت العلاقة بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي والنتائج
التنظيمية

حيث أظهرت عدد من الدراسات وجود علاقة معنوية موجبة بين استخدام أساليب
التواصل الاجتماعي وكل من :

الأداء التنظيمي (Kim & Chae , 2018 ; Chen et al ., 2019; Garrido et al., 2020)

، والابتكار التنظيمي(de Zubielqui et al ., 2019)

يخلص الباحث الى اتفاق معظم الدراسات السابقة على وجود علاقة معنوية موجبة بين
استخدام أساليب التواصل الاجتماعي وكل من النتائج الفردية (اتجاهات وسلوك
العاملين) والنتائج التنظيمية ، على حين أظهرت نتائج عدد محدود منها وجود
علاقات غير معنوية .

بناء على ما تقدم أمكن صياغة مشكلة الدراسة على النحو التالي:

هل توجد علاقة معنوية موجبة بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي في العمل
والنتائج الفردية والتنظيمية ؟

ويتفرع من هذه المشكلة التساؤلات الآتية:

▪ هل توجد علاقة معنوية موجبة بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي في
العمل والنتائج المتعلقة باتجاهات العاملين في منظمات الأعمال؟

- هل توجد علاقة معنوية موجبة بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي في العمل والنتائج السلوكية في منظمات الأعمال ؟
- هل توجد علاقة معنوية موجبة بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي في العمل والنتائج التنظيمية في منظمات الأعمال ؟

أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة الى:

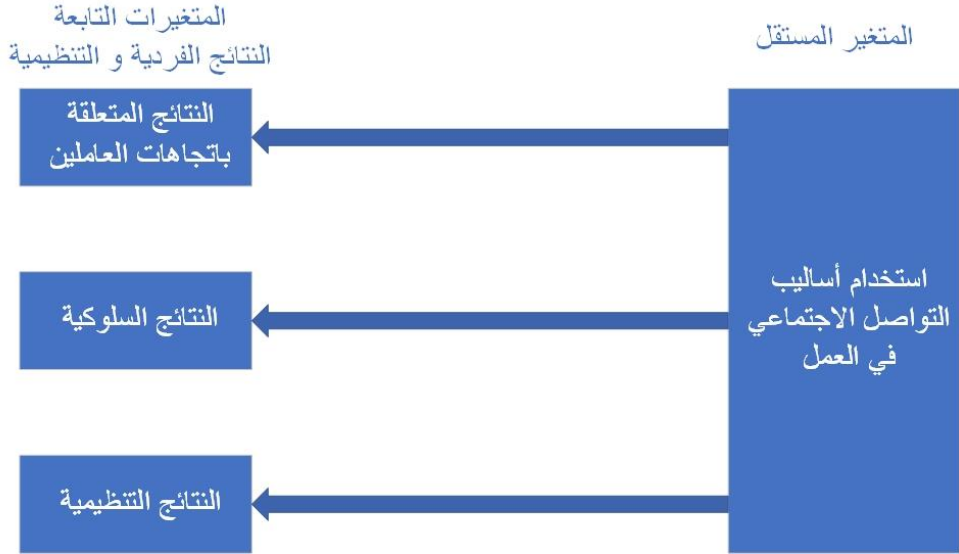
- تحديد مدى وجود علاقة معنوية موجبة بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي في العمل والنتائج المتعلقة باتجاهات العاملين في منظمات الأعمال
- تحديد مدى وجود علاقة معنوية موجبة بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي في العمل والنتائج السلوكية في منظمات الأعمال
- تحديد مدى وجود علاقة معنوية موجبة بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي في العمل والنتائج التنظيمية في منظمات الأعمال

أهمية الدراسة: تنبع أهمية الدراسة من خلال الأتي :

- ١- عدم وجود دراسات أجنبية أو عربية _على حد علم الباحث_ اعتمدت على أسلوب التحليل التجميعي في تجميع وتلخيص نتائج الدراسات السابقة التي تربط ما بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي، والنتائج الفردية والتنظيمية في منظمات الأعمال، ومن ثم تساهم هذه الدراسة في سد الفجوة العلمية في هذا المجال.
- ٢- من الناحية العملية، تساهم نتائج الدراسة في توجيه اهتمام المسؤولين بمنظمات الأعمال نحو استخدام أساليب التواصل الاجتماعي لتحسين النتائج الفردية والتنظيمية ، مما يؤدي الى خلق قوة عمل منتجة وفعالة وعلى درجة عالية من الولاء والانتماء، وزيادة قدرة المنظمات على تحقيق أهدافها ، وتحقيق الميزة التنافسية المستدامة.

العلاقة بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي في العمل والنتائج الفردية والتنظيمية دراسة تطبيقية ...
د/ نيفين عزت حلي

نموذج الدراسة:



شكل رقم (١) - نموذج الدراسة

*المصدر: من إعداد الباحث

فروض الدراسة:

- ف ١ : من المتوقع وجود علاقة معنوية موجبة بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي في العمل، والنتائج المتعلقة باتجاهات العاملين في منظمات الأعمال
- ف ٢ : من المتوقع وجود علاقة معنوية موجبة بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي في العمل، والنتائج السلوكية في منظمات الأعمال
- ف ٣ : من المتوقع وجود علاقة معنوية موجبة بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي في العمل، والنتائج التنظيمية في منظمات الأعمال

منهجية الدراسة:

يوفر إرشادات بروتوكول (PRISMA) إطارًا للإبلاغ عن بروتوكولات التحليل التجميعي. حيث توصي هذه الإرشادات بأن تشمل البروتوكولات تفاصيل مثل : الأساس المنطقي للدراسة ومعايير الأهلية للدراسة واستراتيجية البحث ومتغيرات الوسيط وخطر التحيز والنهج الإحصائي. (Dwan et al. ، 2011). وهذه الدراسة تعتمد على المنهج الاستقرائي التحليلي، وتتضمن منهجية الدراسة كلا من المجتمع وعينة الدراسة، ومتغيرات الدراسة واستراتيجية البحث في الدراسات السابقة، على النحو التالي:

مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في جميع المشاركين في الدراسات الكمية التي تناولت العلاقة بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي وبين النتائج الفردية والتنظيمية، والتي تمثلت في المقالات المنشورة في الدوريات العلمية المحكمة. وقد أتمدت الباحثة على قواعد البيانات المتوفرة في بنك المعرفة المصري وهي كالتالي:

- Web of Science, EBESCO, ELSEVIER, Emerald, IEEE, JSTOR, ProQuest, SAGE, Taylor & Francis, Wiley, ودار المنظومة واثراء

العلاقة بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي في العمل والنتائج الفردية والتنظيمية دراسة تطبيقية ...
د/ نيفين محمد علي

واستخدمت الباحثة الكلمات والمصطلحات التالية للبحث عن الدوريات العلمية التي تتضمن الدراسات الميدانية محل الدراسة:

- Social Media, Meta- Analysis, Social Network Sites, e-HRM, Online HRM, Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube, Interactive Platform, Instagram, Job satisfaction, Job commitment, Job engagement, Organizational empowerment, Job performance, Organizational citizenship behavior, Employee innovation behavior, Employee productivity, Employee efficiency, Organizational effectiveness, Organizational efficiency, Organizational performance.

➤ والعلاقة بين استخدام اساليب التواصل الاجتماعي في العمل وبين اتجاهات العاملين في المنظمة، العلاقة بين استخدام اساليب التواصل الاجتماعي في العمل وبين النتائج السلوكية في منظمات الأعمال ، العلاقة بين استخدام اساليب التواصل الاجتماعي في العمل وبين النتائج التنظيمية في منظمات الاعمال.

وتمثلت عينة الدراسة في جميع المشاركين في الدراسات الكمية التي تناولت العلاقة بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي وبين النتائج الفردية والتنظيمية ، والمنشورة في الدوريات العلمية الدولية، والتي تتوافر فيها المعايير.

متغيرات الدراسة: تمثلت متغيرات الدراسة في :

أ. المتغير المستقل وهو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي المتعارف عليها في العمل مثل (Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube, Twitter, WhatsApp, and Pinterest) وكذلك متضمنة المنصات الالكترونية

العلاقة بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي في العمل والنتائج الفردية والتنظيمية دراسة تطبيقية ...
د/ نيفين محمد علي

التفاعلية Interactive Platforms وشبكات الاتصالات (Social Network Sites-SNS) سواء كانت مملوكة او غير مملوكة للمنظمة.

ب- المتغيرات التابعة:

- النتائج المرتبطة باتجاهات العاملين (Employees ' Attitudes = EA)
- النتائج السلوكية (Employees' Behavior = EB)
- النتائج التنظيمية (Organizational Outcomes = OO)

استراتيجية البحث في الدراسات السابقة

تم الاعتماد علي أسلوب PRISMA كما هو واضح في الشكل رقم (٣) ، حيث تم الاعتماد علي بنك المعرفة المصري بجميع قواعد البيانات التي يتضمنها.و قد كانت نتائج البحث الأولية كما يلي:

All Sources 2,091,653

- 1) EBSCO host: Academic Search Complete 1,889,359
- 2) ProQuest Dissertations and Theses Global 159,532
- 3) SpringerLink 13,604
- 4) Elsevier: Science Direct 6,557
- 5) National Repository-Journals Collection 5,528
- 6) Emerald Insight 4,819
- 7) Wiley Online Library: Journals 4,657
- 8) SAGE: Journals 1,865
- 9) SAGE: Knowledge 1,782
- 10) Elsevier: Clinical Key 679
- 11) Incision Academy 467
- 12) Wiley Online Library: Books 400

13) IOP Books 378

14) SpringerLink: Reference Work Entry 276

15) Nature 272

16) Wiley: The Cochrane Library 206

17) Wiley Cochrane Library: Cochrane Database of
Systematic Reviews 176

18) East View: Cambridge Archive Editions Online eBooks 76

19) Royal Society of Chemistry (RSC): Journals 42

20) IET: Digital Library 24

21) Royal Society of Chemistry (RSC): Books 7

22) Springer Protocols 3

وقد تم الاعتماد علي عدد من المعايير لتقليص العدد والوصول الي المقالات التي
يمكن فقط ان تتضمنها الدراسة والتي يتوفر فيها كافة معايير الإنتقاء والإقصاء
معايير الإنتقاء والإقصاء

لتضيق نطاق البحث تم تطبيق ضوابط للبحث وهي:

١. إلغاء التكرارات

٢. الالتزام بسنوات النشر خلال الفترة الزمنية من ٢٠١٢ حتى ٢٠٢٠

٣. المقالات فقط المنشورة والمحكمة في دوريات اكااديمية.

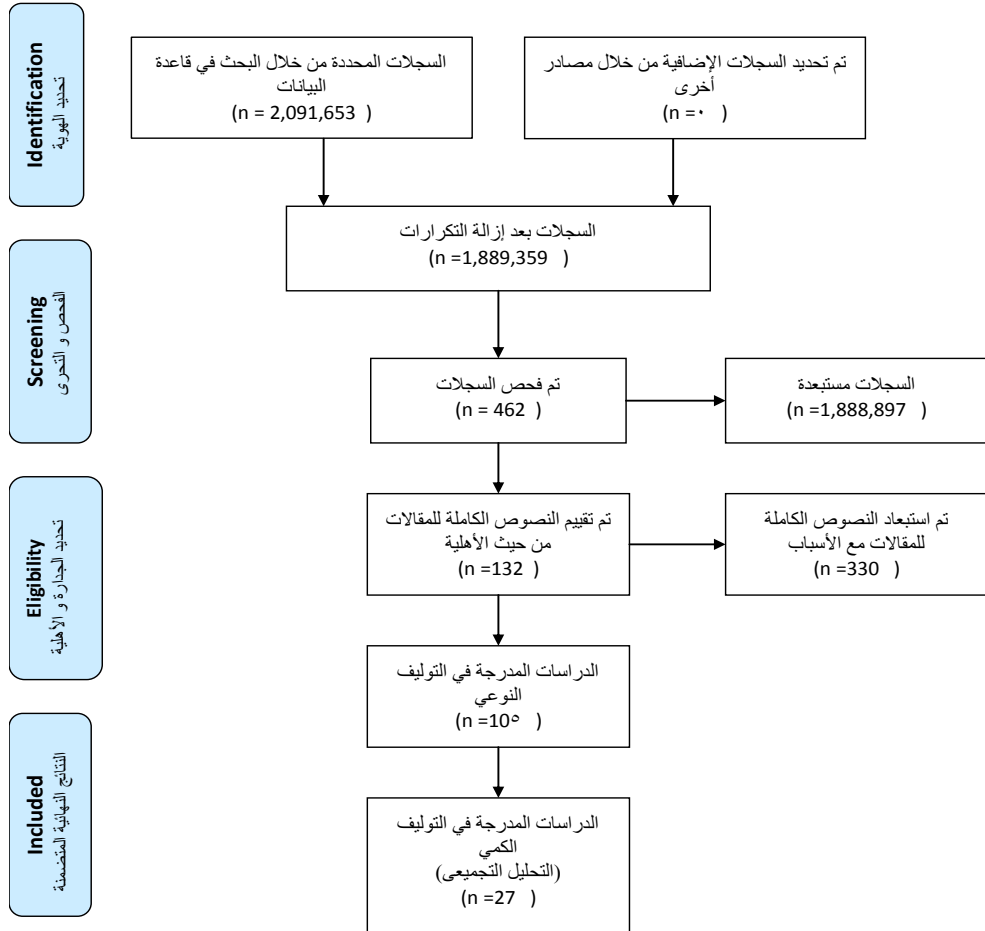
٤. متاحة كاملة للباحث مكتوبة باللغة العربية أو الأنجليزية.

وقد نتج عن ذلك ان عدد المقالات وصل الي ٤٦٢ وقد تم بعد ذلك فحص كل مقالة من
حيث العنوان والملخص Abstract للتأكد من اتساق المقالات مع متغيرات الدراسة.
ونتج عن هذه الخطوة استبعاد ٣٣٠ مقالة ليصل عدد المقالات الي 132 تم قراءتهم
بشكل تفصيلي لاستبعاد الدراسات الوصفية والابقاء فقط علي الدراسات الكمية التي
ذكر فيها صراحة قيمة معامل الارتباط بين المتغير المستقل والمتغيرات التابعة لهذه
الدراسة ، وكانت نتيجة هذه الخطوة الوصول ال ٢٧ مقالة مستوفاه كافة المعايير

العلاقة بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي في العمل والنتائج الفردية والتنظيمية دراسة تطبيقية ...
د/ نيفين عزت علي

والشروط وهذه المقالات هي التي تم القيام بعمل التحليل التجميعي لها meta-analysis. وتم استرجاع وفحص النسخ الإلكترونية من النصوص الكاملة للمقالات النهائية واتضح انها تحتوى علي 33 دراسة (R=33) ولتحديد ما إذا كانت كل دراسة تفي بمعايير الاختيار، قامت الباحثة بمراجعة ثانية لكل مقالة ذات نص كامل وكل دراسة داخلها بشكل مستقل للتأكد من تطبيق معايير تضمين الدراسة أو استبعادها.

العلاقة بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي في العمل والنتائج الفردية والتنظيمية دراسة تطبيقية ...
د/ نيفين عزت علي



شكل رقم (٢) خطوات البحث في الدراسات السابقة
PRISMA⁽¹⁾

(1) PRISMA= Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analysis

العلاقة بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي في العمل والنتائج الفردية والتنظيمية دراسة تطبيقية ...
د/ نيفين محمد علي

وقد تم بعد ذلك في هذه المرحلة قراءة النص الكامل للمقالات التي تم حصرها في المرحلة السابقة بعناية فائقة بغرض تطبيق معايير التشفير واستخراج المعلومات منها بطريقة منهجية. حيث تم أولاً أعداد دليل الشفرات codebook بناء علي الأدبيات السابقة عن موضوع البحث وكذلك في ضوء طبيعة الدراسة التجميعية (Cheng et al.2019) ، وقد تم أستخلاص النقاط التفصيلية التالية من كل مقال من مقالات العينة:

١. أسماء المؤلفين متضمنة الأسم الاخير(family name) وسنة النشر.
 ٢. قيمة معامل الارتباط
 ٣. حجم العينة
 ٤. المتغير المستقل(نوع أو أنواع أساليب التواصل الاجتماعي المستخدمة)
 ٥. تحديد المتغير (المتغيرات) التابعة التي تضمنتها الدراسة
- كما هو واضح في الجدول رقم (١)

العلاقة بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي في العمل والنتائج الفردية والتنظيمية دراسة تطبيقية ...
د/ نيفين عزت خلي

جدول رقم (١) معامل الارتباط واحجام العينات في مقالات الدراسة

Short Citation المؤلف وسنة النشر	N	R	المتغيرات المستقلة	نوع المتغيرات التابعة
1. Frasca, K. J., & Edwards, M. R. (2017).	342	0.11	Facebook	OO
2. Aguado, D., Andrés, J. C., García Izquierdo, A. L., & Rodríguez, J. (2019).	615	0.13 0.18 0.18 0.15 0.17	Facebook	EB
3. Chen, X., Wei, S., Davison, R. M., & Rice, R. E. (2019).	251	0.46 0.28 0.20 0.34	SNS	OO
4. Robinson, S. D., Sinar, E., & Winter, J. (2014).	222	-0.14 -0.23	LinkedIn	EA
5. Garrido-Moreno, A., García-Morales, V., King, S., & Lockett, N. (2020).	212	0.23	SM*	OO
6. Korzynski, P. (2013).	115	0.764 0.641 0.41 0.425 0.324	SM	EB

* SM = use different types of social media at the same time (collections) يفصد بها استخدام أكثر من وسيلة من وسائل التواصل الاجتماعي ولكنها غير محددة.

العلاقة بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي في العمل والنتائج الفردية والتنظيمية دراسة تطبيقية ...
د/ نيفين عزت علي

7.	Liang, M., Xin, Z., Yan, D. X., & Jianxiang, F. (2020).	453	0.431 0.375 0.302 0.451 0.263 0.177 0.191 0.276	SM	EA EB
8.	de Zubielqui, G. C., Fryges, H., & Jones, J. (2019).	1204	0.227 0.284 0.267 0.236	SM	OO
9.	, Quoquab, Mohammad, J. F., Halimah, S. and Thurasamy, R. (2019),	282	0.439 0.601	SM	EA EB
10.	Moqbel, M., Nevo, S., & Kock, N. (2013).	193	0.833	SNS	EB
11.	Muduli, A., & Trivedi, J. J. (2020, May).	240	.675	SM	EA
12.	Naim, M. F., & Lenka, U. (2017).	209	0.694 0.571 0.563	SM	EB EB EA
13.	Olfat, M., Tabarsa, G. A., Ahmadi, S., & Shokouhyar, S. (2019).	240	0.590 0.691 0.401 0.690	SM	EA
14.	Muduli, A., & Trivedi, J. J. (2020).	400	0.236 0.184	SM	EB
15.	Vyas, P. G., & Pandey, S. (2020).	509	0.389	SM	EB

العلاقة بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي في العمل والنتائج الفردية والتنظيمية دراسة تطبيقية ...
د/ نيفين عزت علي

16. Aqeel, S., & Siddiqui, D. A. (2019).	80	.405	SM	EA
		.257		EB
		.228		OO
17. Kim, W. H., & Chae, B. K. (2018).	129	0.497	Twitter	OO
18. Saha, K., Reddy, M. D., Mattingly, S., Moskal, E., Sirigiri, A., & De Choudhury, M. (2019).	257	.54	LinkedIn	EB
		.49		EB
19. Kishokumar, R. (2016).	260	.46	SM	EB
20. Cetinkaya, A. S., & Rashid, M. (2018).	205	.224 .13	SNS	EB
21. Ali-Hassan, H., Nevo, D., & Wade, M. (2015).	240	0.304 0.206	SNS	EB
22. Moqbel, M., & Nah, F. F. H. (2017).	276	0.73	SNS	EB
23. Lee, S. Y., & Lee, S. W. (2018).	282	.343	SM	EB
24. Bharati, P., Zhang, W., & Chaudhury, A. (2015).	283	0.617	SM	OO
25. Charoensukmongkol, P. (2014).	170	0.56	SM	EA
26. Hanna, B., Kee, K. F., & Robertson, B. W. (2017).	55	0.32	SM	EA
27. Kim, H., & Chung, Y. W. (2014).	1452	0.12	SM	EA

العلاقة بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي في العمل والنتائج الفردية والتنظيمية دراسة تطبيقية ...
د/ نيفين حمزة علي

واتضح أن هناك العديد من المقالات التي درست أكثر من علاقة ارتباط في المقالة الواحدة، اما لتعدد (المتغير المستقل) للمقارنة بين أكثر من وسيلة من وسائل التواصل الاجتماعي لنفس النتائج الفردية والتنظيمية، أو لتعدد (المتغير التابع) أكثر من نتيجة من النتائج الفردية أو التنظيمية ، أولتعدد(المتغير المستقل والتابع معاً) أي كلا من وسائل التواصل الاجتماعي والنتائج . وقد استقر الباحث بعد مراجعة المتخصصين في هذا المجال علي اعتبار أن كل علاقة (قيمة معامل الارتباط R) يتم التعامل معها علي أساس أنها دراسة منفصلة. وقد تم تجميع الدراسات علي أساس فروض الدراسة، حيث تم عمل تحليل تجميعي لثلاثة جداول ، بحيث يتضمن الجدول الأول كافة علاقات الأرتباط بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي والنتائج المتعلقة باتجاهات العاملين في منظمات الأعمال. ويتضمن الجدول الثاني كافة علاقات الارتباط بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي والنتائج السلوكية في منظمات الأعمال. اما الجدول الثالث فيحتوي علي جميع علاقات الارتباط بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي والنتائج التنظيمية في منظمات الأعمال.

❖ نتائج التحليل التجميعي Meta-Analysis Results

التحقق من فروض الدراسة :-

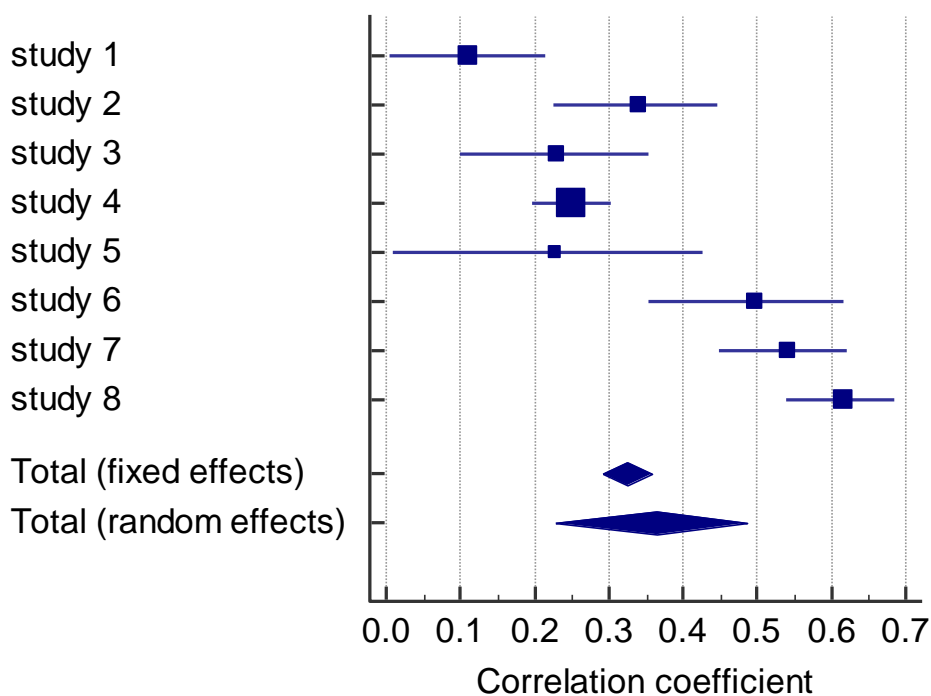
(١) الفرض الأول

الذي ينص على أنه " هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي (social media usage) والنتائج التنظيمية (Organizational Outcomes) "

للتحقق من الفرض سيتم استخدام أسلوب تحليل ميتا (Meta-Analysis) على عينة إجمالية ٢٧٥٨ موزعة على ٨ دراسات تناولت العلاقة بين كلا المتغيرين. سيتم استخدام أسلوب تحليل ميتا على ثلاث مراحل

• المرحلة الأولى : تحديد النموذج المناسب باستخدام شكل (forest plot)

حيث يتم تحديد حجم التأثير المناسب للدراسة اعتمادا على اتساع (Diamond) الموجودة بالشكل المرفق فحجم التأثير الأفضل هو الذي يكون لديه اتساع أكبر.



شكل رقم (٢) معاملات الارتباط الخاصة بالفرض الأول

من الشكل السابق مباشرة يمكننا ملاحظة أن حجم التأثير المناسب للدراسة هو حجم التأثير العشوائي حيث كانت ال (Diamond) أكثر اتساعا

• المرحلة الثانية: تحديد حجم التأثير المناسب باستخدام

Homogeneity test

حيث يتم الاعتماد على اختبار Quochran في تحديد حجم التأثير المناسب للدراسة. الفرض العدمي ينص أن حجم التأثير الثابت هو الأفضل للتحليل بينما الفرض البديل ينص على أن حجم التأثير العشوائي هو الأفضل للتحليل.

جدول رقم (٢) Homogeneity Test

Q	93.1540
DF	7
Significance level	P < 0.0001
I ² (inconsistency)	92.49%
95% CI for I ²	87.55 to 95.47

من الجدول السابق مباشرة يمكننا ملاحظة أن قيمة معنوية الاختبار (significance level < 0.0001) وهو أقل من قيمة ($\alpha = 0.05$) و من ثم يمكننا رفض الفرض العدمي وقبول الفرض البديل. أي أنه حجم التأثير العشوائي هو المناسب للتحليل

• الخطوة الثالثة: تقدير حجم التأثير المناسب للدراسة

اعتمادا على نتائج المرحلتين السابقتين، تقرر استخدام حجم التأثير العشوائي في التحليل وذلك اعتمادا على اختبار Z ، والذي ينص الفرض العدمي فيه على عدم وجود علاقة ارتباطية بين المتغيرين ،بينما الفرض البديل وجود علاقة بين المتغيرين.

العلاقة بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي في العمل والنتائج الفردية والتنظيمية دراسة تطبيقية ...
د/ نيفين محمد علي

جدول رقم (٣) نتائج التحليل التجميعي للفرض الأول

Study	Sample size	Correlation coefficient	95% CI	z	P	Weight (%)	
						Fixed	Random
study 1	342	0.110	0.00399 to 0.214			12.40	13.04
study 2	251	0.340	0.226 to 0.445			9.07	12.73
study 3	212	0.230	0.0983 to 0.354			7.64	12.53
study 4	1204	0.250	0.196 to 0.302			43.93	13.69
study 5	80	0.228	0.00872 to 0.426			2.82	10.65
study 6	129	0.496	0.353 to 0.616			4.61	11.73
study 7	257	0.540	0.447 to 0.621			9.29	12.76
study 8	283	0.617	0.539 to 0.684			10.24	12.86
Total (fixed effects)	2758	0.325	0.291 to 0.358	17.642	<0.001	100.00	100.00
Total (random effects)	2758	0.364	0.228 to 0.487	5.006	<0.001	100.00	100.00

من الجدول السابق مباشرة يمكننا ملاحظة الأتي:

- هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والمخرجات التنظيمية حيث كانت قيمة المعنوية لاختبار z ($p < 0.001$) وهي أقل من ($\alpha = 0.05$)، ومن ثم سنرفض الفرض العدمي الذي ينص على أنه "لا توجد علاقة بين المتغيرين".
- هناك ارتباط طردي متوسط بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والمخرجات التنظيمية حيث كانت قيمة معامل الارتباط = 0.364 وهي تتراوح بين (0.35، 0.7)

العلاقة بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي في العمل والنتائج الفردية والتنظيمية دراسة تطبيقية ...
د/ نيفين محمد علي

النتيجة: قبول الفرض الأول الذي ينص على أنه " هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين وسائل التواصل الاجتماعي (social media means) والمخرجات التنظيمية (organizational outcomes) ".

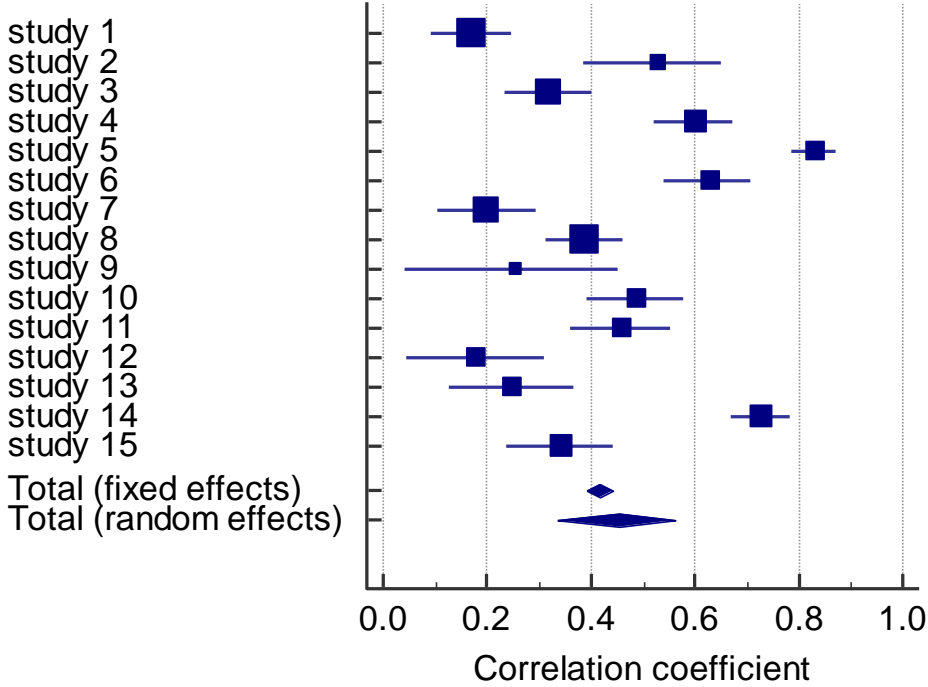
٢) الفرض الثاني

الذي ينص على أنه " هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي (social media usage) وسلوك العاملين (Employees Behavior) "

للتحقق من الفرض سيتم استخدام أسلوب تحليل ميتا (Meta-Analysis) على عينة إجمالية ٤٣٧٦ موزعة على ١٥ دراسة تناولت العلاقة بين كلا المتغيرين. سيتم استخدام أسلوب تحليل ميتا على ثلاث مراحل

• المرحلة الأولى : تحديد النموذج المناسب باستخدام شكل (forest plot)

حيث يتم تحديد حجم التأثير المناسب للدراسة اعتمادا على اتساع (Diamond) الموجودة بالشكل المرفق فحجم التأثير الأفضل هو الذي يكون لديه اتساع أكبر.



شكل رقم (٣) معاملات الارتباط الخاصة بالفرض الثاني

من الشكل السابق يمكننا ملاحظة أن حجم التأثير المناسب للدراسة هو حجم التأثير العشوائي حيث كانت ال (Diamond) أكثر اتساعا

• المرحلة الثانية: تحديد حجم التأثير المناسب باستخدام

Homogeneity test

حيث يتم الاعتماد على اختبار Quochran في تحديد حجم التأثير المناسب للدراسة. الفرض العدمي ينص أن حجم التأثير الثابت هو الأفضل للتحليل بينما الفرض البديل ينص على أن حجم التأثير العشوائي هو الأفضل للتحليل.

العلاقة بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي في العمل والنتائج الفردية والتنظيمية دراسة تطبيقية ...
د/ نيفين عزت علي

جدول رقم (4) Homogeneity Test

Q	314.8023
DF	14
Significance level	P < 0.0001
I ² (inconsistency)	95.55%
95% CI for I ²	93.96 to 96.73

من الجدول السابق يمكننا ملاحظة أن

قيمة معنوية الاختبار ($\text{significance level} < 0.0001$) وهو أقل من قيمة $(\alpha = 0.05)$ و من ثم يمكننا رفض الفرض العدمي وقبول الفرض البديل. أي أنه حجم التأثير العشوائي هو المناسب للتحليل

• الخطوة الثالثة: تقدير حجم التأثير المناسب للدراسة

اعتمادا على نتائج المرحلتين السابقتين، تقرر استخدام حجم التأثير العشوائي في التحليل وذلك اعتمادا على اختبار Z ، والذي ينص الفرض العدمي فيه على عدم وجود علاقة ارتباطية بين المتغيرين ، بينما الفرض البديل وجود علاقة بين المتغيرين.

العلاقة بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي في العمل والنتائج الفردية والتنظيمية دراسة تطبيقية ...
د/ نيفين محمد علي

جدول رقم (٥) نتائج التحليل التجميعي للفرض الثاني

Study	Sample size	Correlation coefficient	95% CI	z	P	Weight (%)	
						Fixed	Random
study 1	615	0.170	0.0922 to 0.246			14.13	6.91
study 2	115	0.530	0.384 to 0.650			2.59	6.31
study 3	453	0.320	0.235 to 0.400			10.39	6.86
study 4	282	0.601	0.521 to 0.671			6.44	6.74
study 5	193	0.833	0.784 to 0.872			4.39	6.60
study 6	209	0.630	0.540 to 0.705			4.76	6.63
study 7	400	0.200	0.104 to 0.292			9.17	6.83
study 8	509	0.389	0.313 to 0.460			11.68	6.88
study 9	80	0.257	0.0395 to 0.451			1.78	6.03
study 10	257	0.490	0.391 to 0.578			5.86	6.71
study 11	260	0.460	0.358 to 0.551			5.93	6.71
study 12	205	0.180	0.0440 to 0.309			4.66	6.63
study 13	240	0.250	0.127 to 0.365			5.47	6.69
study 14	276	0.730	0.670 to 0.781			6.30	6.73
study 15	282	0.343	0.236 to 0.442			6.44	6.74
Total (fixed effects)	4376	0.416	0.391 to 0.440	29.1	<0.001	100.0	100.00
Total (random effects)	4376	0.454	0.333 to 0.560	6.70	<0.001	100.0	100.00

من الجدول السابق مباشرة يمكننا ملاحظة الأتي:

- هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وسلوك الموظفين حيث كانت قيمة المعنوية لاختبار z ($p < 0.001$) وهي أقل من $(\alpha = 0.05)$ ، ومن ثم سنرفض الفرض العدمي الذي ينص على أنه "لا توجد علاقة بين المتغيرين".

العلاقة بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي في العمل والنتائج الفردية والتنظيمية دراسة تطبيقية ...
د/ نيفين محمد علي

- هناك ارتباط طردي متوسط بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وسلوك الموظفين حيث كانت قيمة معامل الارتباط = ٠.٤٥٤ وهي تتراوح بين (٠.٣٥، ٠.٧٠)

النتيجة : قبول الفرض الثاني والذي ينص على أنه " هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين وسائل التواصل الاجتماعي (social media means) وسلوك العاملين (Employees behavior).

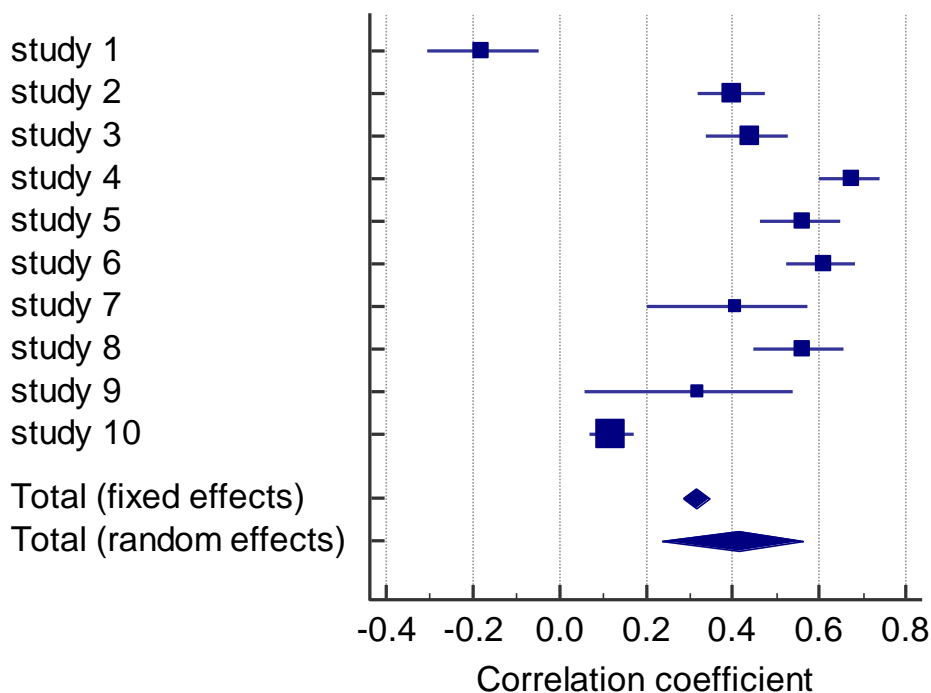
٣) الفرض الثالث

الذي ينص على أنه " هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي (social media usage) واتجاهات العاملين (Employees Attitudes) "

للتحقق من الفرض سيتم استخدام أسلوب تحليل ميتا (Meta-Analysis) على عينة إجمالية ٣٤٠٣ موزعة على ١٠ دراسات تناولت العلاقة بين كلا المتغيرين. سيتم استخدام أسلوب تحليل ميتا على ثلاث مراحل

• **المرحلة الأولى :** تحديد النموذج المناسب باستخدام شكل (forest plot)

حيث يتم تحديد حجم التأثير المناسب للدراسة اعتمادا على اتساع (Diamond) الموجودة بالشكل المرفق فحجم التأثير الأفضل هو الذي يكون لديه اتساع أكبر.



شكل رقم (٤) معاملات الارتباط الخاصة بالفرض الثالث

من الشكل السابق مباشرة يمكننا ملاحظة أن حجم التأثير المناسب للدراسة هو حجم التأثير العشوائي حيث كانت ال (Diamond) أكثر اتساعاً

• المرحلة الثانية: تحديد حجم التأثير المناسب باستخدام

Homogeneity test

حيث يتم الاعتماد على اختبار Quochran في تحديد حجم التأثير المناسب للدراسة. الفرض العدمي ينص أن حجم التأثير الثابت هو الأفضل للتحليل بينما الفرض البديل ينص على أن حجم التأثير العشوائي هو الأفضل للتحليل.

العلاقة بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي في العمل والنتائج الفردية والتنظيمية دراسة تطبيقية ...
د/ نيفين محمد علي

جدول رقم (6) Homogeneity Test

Q	256.8579
DF	9
Significance level	P < 0.0001
I ² (inconsistency)	96.50%
95% CI for I ²	95.01 to 97.54

من الجدول السابق مباشرة يمكننا ملاحظة أن قيمة معنوية الاختبار (significance level < 0.0001) وهو أقل من قيمة ($\alpha = 0.05$) و من ثم يمكننا رفض الفرض العدمي وقبول الفرض البديل. أي أنه حجم التأثير العشوائي هو المناسب للتحليل

• الخطوة الثالثة: تقدير حجم التأثير المناسب للدراسة

اعتمادا على نتائج المرحلتين السابقتين، تقرر استخدام حجم التأثير العشوائي في التحليل وذلك اعتمادا على اختبار Z ، والذي ينص الفرض العدمي فيه على عدم وجود علاقة ارتباطية بين المتغيرين ،بينما الفرض البديل وجود علاقة بين المتغيرين.

جدول رقم (٧) نتائج التحليل التجميعي للفرض الثالث

Study	Sample size	Correlation coefficient	95% CI	z	P	Weight (%)	
						Fixed	Random
study 1	222	-0.180	-0.304 to -0.0495			6.49	10.14
study 2	453	0.400	0.320 to 0.475			13.34	10.39
study 3	282	0.439	0.340 to 0.529			8.27	10.24
study 4	240	0.675	0.600 to 0.739			7.03	10.18
study 5	209	0.563	0.463 to 0.649			6.11	10.11
study 6	240	0.610	0.524 to 0.684			7.03	10.18
study 7	80	0.405	0.203 to 0.574			2.28	9.36
study 8	170	0.560	0.447 to 0.655			4.95	10.00
study 9	55	0.320	0.0598 to 0.540			1.54	8.85
study 10	1452	0.120	0.0690 to 0.170			42.96	10.55
Total (fixed effects)	3403	0.317	0.286 to 0.347	19.052	<0.001	100.00	100.00
Total (random effects)	3403	0.413	0.237 to 0.563	4.362	<0.001	100.00	100.00

العلاقة بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي في العمل والنتائج الفردية والتنظيمية دراسة تطبيقية ...
د/ نيفين محمد علي

من الجدول السابق مباشرة يمكننا ملاحظة الأتي:

- هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي واتجاهات الموظفين حيث كانت قيمة المعنوية لاختبار z ($p < 0.001$) وهي أقل من $(\alpha = 0.05)$ ، ومن ثم سنرفض الفرض العدمي الذي ينص على أنه "لا توجد علاقة بين المتغيرين".
- هناك ارتباط طردي متوسط بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي واتجاهات الموظفين حيث كانت قيمة معامل الارتباط $= 0.413$ وهي تتراوح بين $(0.35, 0.7)$

النتيجة: قبول الفرض الثالث والذي ينص على أنه " هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين وسائل التواصل الاجتماعي (social media means) واتجاهات الموظفين (Employees attitudes).

مناقشة نتائج الدراسة

توصلت هذه الدراسة الى النتائج التالية :

أولاً ان هناك علاقة ارتباط متوسطة موجبة بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي في بيئة العمل ، والنتائج المتعلقة باتجاهات العاملين في منظمات الأعمال ، وتتفق هذه النتيجة مع Zhang (2017) ; Yang & Kim (2017) ; Robertson & Kee (2016) ; (et al. (2019)

ثانياً أن هناك علاقة ارتباط متوسطة موجبة بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي في العمل ، وبين النتائج السلوكية في منظمات الأعمال، وتتفق هذه النتيجة مع كلاً من Moqbel et al. (2013)

Zhang & Venkatesh (2013); Louie, et al; (2016)

ثالثاً أن هناك علاقة ارتباط متوسطة موجبة بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي في بيئة العمل ، وبين النتائج التنظيمية في منظمات الأعمال ، وتتفق هذه النتائج مع كلاً من Palacios-Marques et al. (2015); Tajvidi & Karami (2017); García-Morales et al. (2018)

ومن ثم تفسير نتائج الدراسة في نفس الاتجاه مع نتائج الدراسات السابقة .

ونظراً لأنه من الصعب الفصل بين النتائج السابقة حيث توجد علاقات تأثير متبادلة بينهم ، لذلك تم التعليق على تلك النتائج بشكل أجمالي، ويؤكد ما سبق نظرية Cognitive Interference Theory حيث توضح نظرية التداخل المعرفي وتقدم تفسيراً لسبب احتمال وجود مثل هذه العلاقات. وبالتالي فإن هناك أسباب عملية ونظرية للتركيز على متغيرات النتائج وعرضها بهذه الكيفية (Sarason, I. G. (1984).

وتشير نتائج الدراسة الى أنه كلما زاد الاعتماد على أساليب التواصل الاجتماعي كلما أدى ذلك الى التأثير ايجابيا على اتجاهات وسلوك العاملين وكفاءة اداء المنظمة ككل. ويرجع ذلك الي ان الاعتماد على اساليب التواصل الاجتماعي في العمل يعزز الروابط الاجتماعية والانسانية بين الموظفين ورؤسائهم وبين الموظفين زملائهم داخل المنظمة ومن ثم تكوين موقف ايجابي positive attitude تجاه الرؤساء والزملاء وتجاه المنظمة ، الأمر الذي ينعكس على درجة المشاركة وتعزيز المواطنة. ومن أهم مزايا الاعتماد على تلك الوسائل هو سهولة وسرعة الاتصالات بين جميع الأفراد network وتخطى المعوقات الزمانية والمكانية ومن ثم سهولة تقديم الدعم وسرعة حل المشاكل وقت حدوثها ، أو تلافي حدوث العديد من المشاكل نظراً لسهولة وسرعة مشاركة المعلومات والبيانات والخبرات والمعرفة بين الأطراف كلها في نفس الوقت. الأمر الذي ينعكس في النهاية على كفاءة اتخاذ القرارات مما يؤدي الي احتمالات تحسين كفاءة اداء المنظمة ككل. ومن الجدير بالذكر ان استخدام اساليب التواصل الاجتماعي في العمل يقلل من الاحساس بالتوتر stress الذي يؤثر على قدراتنا المنطقية وعمليات استرجاع الذاكرة وهما عاملان في غاية الأهمية لما لهما من انعكاس على مستوى اداء المهام الوظيفية

العلاقة بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي في العمل والنتائج الفردية والتنظيمية دراسة تطبيقية ...
د/ نيفين محمد علي

(Bucher, E.et al. 2013) ، بما ينعكس بشكل مباشر علي تحقيق المهمة الأساسية للمنظمة والاهداف التي تسعى الي تحقيقها من خلال تلك الأنشطة.

حدود الدراسة والدراسات المستقبلية Limitations and Future Research

١- ركزت الدراسة على النتائج الفردية والتنظيمية الايجابية لاستخدام أساليب التواصل الاجتماعي في العمل، وأهملت دراسة النتائج السلبية لاستخدامها، لذلك يقترح الباحث دراسة أثر استخدام أساليب التواصل الاجتماعي في العمل على السلوك السلبي للعاملين مثل: اخفاء المعرفة، معدل دوران العمل، معدلات الغيابالخ.

٢- اقتصرت الدراسة على العلاقة بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي في العمل كمتغير مستقل ، والنتائج الفردية والتنظيمية كمتغير تابع، وأهملت المتغيرات الوسيطة ، لذلك يوصى الباحث باعادة القيام بنفس البحث مع ادخال متغيرات وسيطة في العلاقة ، تساعد في تفسير كيفية تأثير المتغير المستقل على المتغيرات التابعة. ويمكن أن تتمثل تلك المتغيرات الوسيطة في : صراع الدور ، التوازن بين العمل والأسرة ، ضغوط العمل.

٣- تناولت الدراسة قياس العلاقة بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي ككل في العمل ، والنتائج الفردية والتنظيمية ، ويقترح الباحث دراسة أثر كل وسيلة من وسائل التواصل الاجتماعي على حدة على النتائج الفردية والتنظيمية، وتحديد أكثر وسائل التواصل الاجتماعي تأثيرا على كل من اتجاهات وسلوك العاملين والنتائج التنظيمية .

٤- اقتصرت الدراسة على الدراسات السابقة التي تناولت العلاقة بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي ، والنتائج الفردية والتنظيمية بالبيئة الأجنبية ، ومن ثم يقترح الباحث تطبيق نموذج الدراسة على البيئة العربية المصرية ، لتحديد مدى اتفاق أو اختلاف النتائج وفقا للبيئة.

٥- اقتصرت الدراسة على تحديد طبيعة العلاقة بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي كمتغير مستقل ، وعدد من المتغيرات التابعة ، ويقترح الباحث

العلاقة بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي في العمل والنتائج الفردية والتنظيمية دراسة تطبيقية ...
د/ نيفين محمد علي

دراسة أثر نفس المتغير المستقل ، على متغيرات تابعة اخرى ، مثل :
تحديد أثر استخدام أساليب التواصل الاجتماعي كمتغير مستقل على كفاءة
أداء وظائف ادارة الموارد البشرية مثل الاستقطاب، والاختيار،
والتدريب.... الخ بالإضافة الى تحديد أى الوسائل أكثر تأثيرا .

اثار البحث Research Implementations

تتمثل الاثار العلمية والعملية المترتبة على البحث في:

- ١- من الناحية النظرية حسمت الدراسة الجدل السائد حول مدى وجود علاقة
معنوية بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي ، والنتائج الفردية والتنظيمية
، حيث أظهرت النتائج وجود علاقة معنوية موجبة بين استخدام أساليب
التواصل الاجتماعي ، واتجاهات وسلوك العاملين والنتائج التنظيمية.
- ٢- ساعدت الدراسة على وضع رؤية متكاملة وأكثر دقة لنتائج الدراسات السابقة
التي تناولت العلاقة بين استخدام أساليب التواصل الاجتماعي ، والنتائج
الفردية والتنظيمية وذلك من خلال استخدام اسلوب التحليل التجميعي .
- ٣- توجه نتائج الدراسة اهتمام المسؤولين عن الادارة واتخاذ القرارات في
المنظمات ، الى أهمية توفير شبكات الانترنت وتحسينها وتسهيل الوصول
ليها من جانب العاملين ، لما لذلك من أثر ايجابي على اتجاهات وسلوك
العاملين والنتائج التنظيمية .
- ٤- تقترح الدراسة على المسؤولين بالمنظمات ، بتوجيه رؤوسهم بتخصيص
نسبة من وقت العمل اليومي لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في
الأغراض الشخصية والترفيهية ، لما قد يكون لذلك من أثر على تقليل ضغوط
العمل ، ونشر المرح في بيئة العمل ، ومن ثم انعكس ايجابيا على النتائج
الفردية والتنظيمية.

قائمة المراجع

1. Adeosun, O. T. and A. S. Ohiani (2020). Attracting and recruiting quality talent: firm perspectives, *Rajagiri Management Journal*, 1-14.
2. Ahmad, S.Z., Abu Bakar, A.R., and Ahmad, N. (2019) "Social Media adoption and its impact on firm performance: The case of the UAE", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 25 No. 1, pp. 84–111
3. Alalwan, A. A., Rana, N. P., Dwivedi, Y. K., & Algharabat, R. (2017). Social media in marketing: A review and analysis of the existing literature. *Telematics and Informatics*, 34(7), 1177-1190.
4. Allington, D., Duffy, B., Wessely, S., Dhavan, N., & Rubin, J. (2020). Health-protective behaviour, social media usage and conspiracy belief during the COVID-19 public health emergency. *Psychological medicine*, 1-7.
5. Bucher, E., Fieseler, C., & Suphan, A. (2013). The stress potential of social media in the workplace. *Information, Communication & Society*, 16(10), 1639-1667.
6. Card, N. A. (2015). *Applied meta-analysis for social science research*. Guilford Publications.
7. Chang, C. W., & Heo, J. (2014). Visiting theories that predict college students' self-disclosure on Facebook. *Computers in Human Behavior*, 30, 79-86.
8. Charoensukmongkol, P. (2014). Effects of support and job demands on social media use and work outcomes. *Computers in Human Behavior*, 36, 340-349.
9. Chen, X., Wei, S., Davison, R.M. and Rice, R.E. (2019a), "How do enterprise social media affordances affect social network ties and job performance?", *Information Technology & People*, Vol. 33 No. 1.

10. Daniels, S. R., G. Wang, D. Lawong and G. R. Ferris (2017). Collective assessment of the human resources management field: Meta-analytic needs and theory development prospects for the future, *Human Resource Management Review*, 27: 8-25.
11. Davis, A., Khazanchi, D., Murphy, J., Zigurs, I. and Owens, D. (2009), "Avatars, people, and virtual worlds: foundations for research in metaverses", *Journal of the Association for Information Systems*, Vol. 10 No. 2, pp. 90-117.
12. Egger, M., Smith, G. D., & Phillips, A. N. (1997). Meta-analysis: principles and procedures. *Bmj*, 315(7121), 1533-1537.
13. García-Morales, V.J., Martín-Rojas, R., and Lardón-López, M.E. (2018), "Influence of Social Media technologies on Organizational Performance through knowledge and innovation", *Baltic Journal of Management*, Vol. 13 No. 3, pp. 345–367.
14. Glass, G. V. (1976). Primary, secondary, and meta-analysis research. *Educational Researcher*, 5, 3–8.
15. Iyer, K., & Krsek, C. M. (2019). *U.S. Patent No. 10,467,630*. Washington, DC: U.S. Patent and Trademark Office.
16. Kaplan, A.M. and Haenlein, M. (2010), Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media, *Business Horizons*, Vol. 53 No. 1, pp. 59-68.
17. Kim, C. M. (2020). *Social media campaigns: Strategies for public relations and marketing*. Routledge.
18. Kühnel, J., Vahle-Hinz, T., de Bloom, J., & Syrek, C. J. (2020). Staying in touch while at work: Relationships between personal social media use at work and work-nonwork balance and creativity. *The International Journal of Human Resource Management*, 31(10), 1235-1261.
19. Lee, Y. H. (2019). Strengths and Limitations of Meta-Analysis. *The Korean Journal of Medicine*, 94(5), 391-395.

20. Li, H., Luo, X. R., Zhang, J., & Sarathy, R. (2018). Self-control, organizational context, and rational choice in Internet abuses at work. *Information & Management*, 55(3), 358-367.
21. Louie H. M. Wong, Carol X. J. Ou, Davison, R. M., Hui Zhu, & Zhang, C. (2016). Web 2.0 and Communication Processes at Work: Evidence From China. *IEEE Transactions On Professional Communication*, 59(3), 230-244.
22. McKinney Jr, R., Shao, L., Shao, D., & McInerney, M. (2018). Advancing Research on the Influences of Social Media on Human Resources in Mergers and Acquisitions'. *Advances in Mergers and Acquisitions (Advances in Mergers & Acquisitions, Volume 17)*. Emerald Publishing Limited, 145-164.
23. Murphy, K. R. (2017). What inferences can and cannot be made on the basis of meta-analysis? *Human Resource Management Review*, 27(1), 193-200.
24. Nduhura, D., & Prieler, M. (2017). When I chat online, I feel relaxed and work better: Exploring the use of social media in the public sector workplace in Rwanda. *Telecommunications Policy*, 41(7-8), 708-716.
25. Nisar, T. M., Prabhakar, G., & Strakova, L. (2019). Social media information benefits, knowledge management and smart organizations. *Journal of Business Research*, 94, 264-272.
26. Olanrewaju, A. S. T., Hossain, M. A., Whiteside, N., & Mercieca, P. (2020). Social media and entrepreneurship research: A literature review. *International Journal of Information Management*, 50, 90-110.
27. Ou, C.X., Sia, C.L. and Hui, C.K. (2013), "Computer-mediated communication and social networking tools at work", *Information Technology & People*, Vol. 26 No. 2, pp. 172-190.
28. Palacios-Marques, D., Merigó, J.M., and Soto-Acosta, P. (2015), "Online social networks as an enabler of innovation in organizations", *Management Decision*, Vol. 53 No. 9, pp. 1906-1920.

29. Parveen, F., Jaafar, N. I., & Ainin, S. (2015). Social media usage and organizational performance: Reflections of Malaysian social media managers. *Telematics and informatics*, 32(1), 67-78.
30. Parveen, F., Jaafar, N. I., & Ainin, S. (2015). Social media usage and organizational performance: Reflections of Malaysian social media managers. *Telematics and informatics*, 32(1), 67-78.
31. Peter, M. and J. P. Renju (2019). An Evaluation on the Impact of Social Media in Human Resource Management, *International Journal of Recent Technology and Engineering*, 8 (2s8): 776-789.
32. Pindek, S., S. R. Kessler, P. E. Spector (2017). A quantitative and qualitative review of what meta-analyses have contributed to our understanding of human resource management, *Human Resource Management Review*, 27: 26-38.
33. Quintana, D. S. (2015). From pre-registration to publication: a non-technical primer for conducting a meta-analysis to synthesize correlational data. *Frontiers in psychology*, 6, 1549.
34. Robertson, B.W. and Kee, K.F. (2016), "Social media at work: the roles of job satisfaction, employment status, and Facebook use with Co-workers", *Computers in Human Behavior*, Vol. 70 No. 1, pp. 191-196
35. Rosenthal, R., & DiMatteo, M. R. (2001). Meta-analysis: Recent developments in quantitative methods for literature reviews. *Annual Review of Psychology*, 52, 59-82.
36. Schmidt, F. L., & Hunter, J. E. (1977). Development of a general solution to the problem of validity generalization. *Journal of Applied Psychology*, 62(5), 529-540.
37. Seo, M. S., Yeo, J., Hwang, I. C., & Shim, J. Y. (2019). Risk of pancreatic cancer in patients with systemic lupus erythematosus: a meta-analysis. *Clinical rheumatology*, 38(11), 3109-3116.

38. Stone, D. L and P. J. Rosopa (2017). The Advantages and Limitations of Using Meta-analysis in Human Resource Management Research, *Human Resource Management Review*, 27: 1-7.
39. Suh, A., Shin, K.S., Ahuja, M. and Kim, M.S. (2011), "The influence of virtuality on social networks within and across work groups: a multilevel approach", *Journal of Management Information Systems*, Vol. 28 No. 1, pp. 351-386.
40. Tajvidi, R., and Karami, A. (2017). "The effect of Social Media on firm performance," *Computers in Human Behavior*, in press, DOI
41. Yang, W.C. and Kim, T. (2017), "Impact of using social network services on workplace ostracism, job satisfaction, and innovative behaviour", *Behaviour and Information Technology*, Vol. 36 No. 12, pp. 1235-1243.
42. Yu, M., Li, Z., Yu, Z., He, J., & Zhou, J. (2020). Communication related health crisis on social media: a case of COVID-19 outbreak. *Current Issues in Tourism*, 1-7.
43. Yuvaraj, M. (2016). Adoption of Technology in recruitment of Library Professionals and Faculty Members: Case study of social media in India, *The Bottom Line*, 29 (4): 241- 250.
44. Zhang, & Venkatesh, V. (2013). Explaining Employee Job Performance: The Role of Online and Offline Workplace Communication Networks. *MIS Quarterly*, 37(3), 695-722.
45. Zhang, X., Ma, L., Xu, B. and Xu, F. (2019), "How social media usage affects employees' job satisfaction and turnover intention: an empirical study in China", *Information and Management*, Vol. 56 No. 6, p. 103136.