



مركز الاستشارات والبحوث والتطوير
بأكاديمية السادات للعلوم الإدارية

مجلة البحوث الإدارية

Journal of Management Research

علمية - متخصصة - مُدكّمة - دورية ربع سنوية

للسنة
الثانية والأربعين

Vol. 42, No.3; Jul. 2024

عدد يوليو 2024



jso.journals.ekb.eg

رئيس مجلس الإدارة
أ.د. محمد حسن عبد العظيم
رئيس أكاديمية السادات للعلوم الإدارية

رئيس التحرير
أ.د. أنور محمود النقيب
مدير مركز الاستشارات والبحوث والتطوير

ISSN : 1110-225X

دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على صناعة القرار بالمنظمات العامة
(دراسة ميدانية على وزارة الكهرباء والطاقة المتجددة)

إعداد الباحث

محمد فاروق عبد المعز أبو سيف

مدرس الإدارة بالمعهد العالي للعلوم الإدارية بـ ٦ أكتوبر

دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على صناعة القرار بالمنظمات العامة (دراسة ميدانية على وزارة الكهرباء والطاقة المتجددة)

دكتور/ محمد فاروق عبد المعز

مدرس الإدارة بالمعهد العالي للعلوم الإدارية ٦ أكتوبر

ملخص الدراسة

تهدف الدراسة إلى تحليل دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على صناعة القرار بوزارة الكهرباء والطاقة المتجددة ، وقد تمثل مجتمع الدراسة في العاملين بالوزارة ، ومن هذا المجتمع تم اختيار عينة الدراسة، وبلغ حجم مجتمع الدراسة (١٣٥٠) مفردة وبذلك تصبح عينة البحث ممثلة لمجتمع الدراسة حجمها (٢٩٩) مفردة.

تم تحليل البيانات بواسطة البرنامج الإحصائي SPSS ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين ابعاد مواقع التواصل الاجتماعي (تحليل آراء المواطنين، سلوكيات وعادات المواطنين ، احتياجات واهتمامات المواطنين)، صناعة القرار.

وبناء على الدراسة الميدانية تم التوصل إلى مجموعة من التوصيات تمثل أهمها في الاهتمام بتحليل آراء المواطنين المتعلقة بسياسات الطاقة الكهربائية والمتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، استقصاء سلوكيات وعادات المواطنين المتعلقة باستهلاك الطاقة نتيجة آرائهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي، تحليل احتياجات واهتمامات المواطنين المتعلقة بخدمات الطاقة الكهربائية .

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي، آراء المواطنين، سلوكيات وعادات المواطنين، صناعة القرار.

Study summary

The study aims to analyze the role of social media sites in influencing the decision-making industry of the Ministry of Electricity and Renewable Energy. The study community was represented in the employees of the Ministry. From this community, the study sample was selected. The size of the study community was 1350 elements and thus the research sample became representative of the study community of 299 elements.

The data was analyzed by the statistical program SPSS. One of the most important findings of the study was a statistically significant relationship between the dimensions of social media sites (analysis of citizens' views, behaviors and customs of citizens, needs and interests of citizens), decision-making.

On the basis of the field study, a series of recommendations were reached, the most important of which was to analyse citizens' views on power policies and circulating through social media sites, and to investigate citizens' attitudes and habits related to energy consumption as a result of their views on social media sites, and to analyse citizens' needs and concerns regarding electricity services.

Keywords: social media sites, citizens' opinions, citizens' behaviors and customs, decision-making.

مقدمة.

يعيش العالم اليوم في ظروف اجتماعية وتكنولوجية سريعة التغير، فتكنولوجيا المعلومات والاتصالات وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت لها تأثير كبير على حياة الأفراد والمؤسسات، تعد مواقع التواصل الاجتماعي أداة تفاعلية تساهم في تبادل المعلومات والأفكار والآراء بشكل سريع وفعال، وازدياد استخدامها في السنوات الأخيرة، أدى إلى ظهور تحديات وفرص جديدة أمام المؤسسات العامة، وخاصة في صناعة القرار.

وتعتبر مواقع التواصل الاجتماعي أداة قوية في التأثير على صناعة القرار في المنظمات العامة، فهي تساهم في توفير معلومات وبيانات مهمة لاتخاذ القرارات الصحيحة والفعالة، كما تلعب دوراً حيوياً في توجيه الرأي العام ونشر الرسائل الإعلامية والتواصل مع الجمهور، ونتيجة لذلك تمكن المنظمات من الوصول إلى جمهورها بشكل مباشر وسريع، وتسهل عملية جمع الآراء والاستطلاعات والتفاعل معها، كما تساهم في بناء علاقات قوية مع الجمهور وتعزيز الثقة والولاء للمنظمات.

تسمح مواقع التواصل الاجتماعي للمنظمات العامة بجمع الملاحظات واستطلاع آراء الجمهور بشكل مباشر وفعال، ويمكن لتلك المنظمات استخدام هذه المنصات لتحليل المحتوى ومراقبة ما يتم مناقشته ومشاركته عبر الشبكات الاجتماعية، كما يمكنها تنظيم استطلاعات الرأي واستفتاءات لقياس آراء الجمهور ومعرفة احتياجاته وتوقعاته. هذه البيانات والملاحظات يمكن استخدامها في صناعة القرارات وتحسين الخدمات والسياسات المقدمة من المنظمات العامة.

١ - الإطار العام والمنهجي للدراسة:

١/١ الدراسات السابقة:

تناول الباحث الدراسات السابقة المتعلقة بمتغيرات الدراسة، حيث تم تحليل تلك الدراسات، وتحديد الفجوة البحثية فيما بينها وبين الدراسة الحالية وأوجه الاستفادة منها، وفقاً لما يلي:

أ- الدراسات المتعلقة بمواقع التواصل الاجتماعي .

تناولت دراسة (بخيت، ٢٠١٨) معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في ترسيخ قيم المواطنة من وجهة نظر الشباب الجامعي العماني، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن شبكات التواصل الاجتماعي ومن خلال ما تنشره عبر تطبيقاتها وبمختلف أنماطها قد عززت قيم الأخوة بين المواطنين، وأكدت على الالتحام الوطني بين أفراد المجتمع العماني، كما بينت الدراسة أيضاً أنه من أبرز شبكات

وتطبيقات التواصل الاجتماعي التي تعمل على ترسيخ قيم المواطنة من وجهة نظر الشباب الجامعي العماني هي تويتر (Twitter) ، و الفيس بوك (Face book)، يليها الوتساب (Whatsapp)، وأن شبكات وتطبيقات التواصل الاجتماعي تعمل على تعزيز وترسيخ معظم قيم المواطنة وفي مقدمتها الولاء للوطن والدفاع عنه وحق المشاركة السياسية والانتخاب.

أما دراسة (محمد ، ٢٠١٩) فقد هدفت إلى تحليل مدى اعتماد الشباب المصري على مواقع التواصل الاجتماعي محل الدراسة كمصدر للمعلومات والأخبار، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة اعتماد الشباب المصري الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي محل الدراسة كمصدر هام للمعلومات في المجالات المختلفة.

واتجهت دراسة (مبارك، ٢٠٢١) إلى تحديد الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام الاجتماعي في تشكيل الرأي العام التونسي، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن مواقع الفيسبوك وتويتر وورد برس ويوتيوب هي الأكثر استخداما لدى المبحوثين وأن مواقع الإعلام الاجتماعي ساهمت في صناعة الرأي العام التونسي وتوجيهه نحو خدمة مصالح الثورة التونسية ، لكنها لم تصنع الثورة التونسية وإنما ساهمت بشكل فعال ومباشر في إنجاحها.

وهدف دراسة (Al-Khaddam, 2022) إلى التعرف على تأثير الشبكات الاجتماعية على التواصل بين الأشخاص من طلاب جامعة إربد للفتيات، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن الفيس بوك يؤثر على سلوك الطالبات في كلية التربية للبنات بإربد لأنه قلل من رغبة التواصل بين الطالبات مع الآخرين.

ب- الدراسات المتعلقة بصنع القرارات.

هدفت دراسة (الحميضي، ٢٠٢٠) إلى التعرف على طبيعة عمل صنع القرارات بمجلس الشورى السعودي من وجهة نظر العاملين ، وكذا التعرف على مراحل عملية صنع القرار، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن عملية صناعة القرار بمجلس الشورى تتسم باللامركزية في بعض الجوانب بينما تزيد المركزية في جوانب أخرى، بالإضافة إلى أن أفراد عينة الدراسة موافقون إلى حد ما على مشاركتهم في عملية صنع القرار بمجلس الشورى.

بينما اتجهت دراسة (Wiliam and Triest, 2020) إلى الوقوف على تأثير الثقافة القومية والثقافة التنظيمية على المشاركة في اتخاذ القرار في الشركات متعددة الجنسيات، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة وجود علاقة ضعيفة ذات دلالة إحصائية بين المشاركة في صنع القرار وبين القيم

المشتركة، وكذا ارتباط المشاركة في صنع القرار في الشركات متعددة الجنسيات ببعدي (الذكورة/ الأنوثة) لدى الإدارة العليا.

وهدفت دراسة (Baker, 2021) إلى التعرف على أثر المعلومات على تفضيلات جماعات صانعي القرار، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أنه خلال المناقشات الجماعية، يشارك أفراد المجموعة بفعالية في نشر وتلقى والبحث عن المعلومات الأكثر من كونهم متلقين سلبيين للمعلومات التي يقدمها الآخرون، كما أن لمحتوى المناقشات الجماعية الفعلية تأثيراً كبيراً على القرارات النهائية التي يتخذها المشاركون عنه من القرارات التي تتخذ عن طريق المحاكاة.

وقد تناولت دراسة (بدران، ٢٠٢٢) التعرف على أثر متطلبات صنع القرار الفعال على إدارة التغيير في المؤسسات الأهلية، كما هدفت أيضاً إلى التعرف على مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين ترجع للخصائص الشخصية لأفراد عينة الدراسة، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين جميع متطلبات صنع القرار الفعال وفاعلية القرارات الإدارية في المؤسسات الأهلية. وقد شملت المجالات أسلوب المشاركة، تفويض السلطة، تمكين العاملين، تنمية وتطوير العاملين، الأنظمة والسياسات الإدارية ومجال العمل الجماعي، وأظهرت الدراسة وجود بعض الفروق في إجابات أفراد عينة الدراسة في بعض مجالات تفعيل صنع القرار تعود للمتغيرات الشخصية مثل العمر والمؤهل العلمي وعدد سنوات الخبرة.

واتجهت دراسة (الجمال، ٢٠٢٢) إلى التعرف على مدى وعى الإدارات العليا في المنظمات العامة بمفهوم التخطيط الاستراتيجي ودرجة ممارسته، وكذلك التعرف على مدى المشاركة في صنع القرارات الإدارية والعوامل التي تؤخذ بالاعتبار عند صنعها واتجاهات المديرين نحو مزايا التخطيط الاستراتيجي، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن لدى (٥٧.٣%) من مديري الإدارة العليا في المنظمات العامة فهم صحيح ووعى بمفهوم التخطيط الاستراتيجي بينما لدى (٤٢.٧%) منهم غموض وعدم إدراك للمفهوم، ويمارس التخطيط الاستراتيجي في صنع القرارات بدرجة متوسطة حيث بلغ المتوسط الحسابي لفقرات هذا المجال (٣.٣٩)، كما تبين عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين العوامل التنظيمية (حجم المنظمة، وعمرها، وطبيعة عملها) ووضوح مفهوم التخطيط الاستراتيجي، بينما هناك علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين حجم المنظمة ممثلاً بعدد الموظفين ودرجة ممارسة الاستراتيجية في صنع القرار.

ج- الدراسات التي تناولت أثر مواقع التواصل الاجتماعي على صناعة القرار بالمنظمات العامة. تناولت دراسة (عوض، ٢٠١٩) دور مواقع التواصل الاجتماعي في الضغط على عملية صنع القرار في وزارة التربية والتعليم، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة ضرورة وجود قنوات اتصال بين القائمين على عملية صنع القرار التربوي والمستفيدين منه، خاصة عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي، يعتبر الفيسبوك أكثر موقع التواصل الاجتماعي استخداما في مصر وفقا لآراء عينة الدراسة .

د- التعليق على الدراسات السابقة والفجوة البحثية وأوجه الاستفادة منها.

أوضح للباحث من خلال تحليل الدراسات السابقة ما يلي:

- اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة من حيث تناول الإطار النظري لكل من المتغير المستقل والتابع للدراسة.

- اختلفت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة التي تناولت مواقع التواصل الاجتماعي من خلال تحليل أثرها على المتغيرات التابعة والتي تمثلت في (ترسيخ قيم المواطنة - اعتماد الشباب المصري على مواقع التواصل الاجتماعي- اعتبارها كمصدر للمعلومات- تشكيل الرأي العام- التواصل بين الاشخاص)، وقد تناولت الدراسات المتعلقة بصنع القرار علاقته بأبعاد (طبيعة عمل صنع القرارات بمجلس الشورى السعودي - تأثير الثقافة القومية- الرضا الوظيفي- إدارة التغيير- التخطيط الاستراتيجي)، بينما تناولته الدراسة الحالية من خلال العلاقة بين هذا المتغير (كمتغير تابع) ومواقع التواصل الاجتماعي (كمتغير مستقل).

- اختلفت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في دراسات الحالة، حيث تناولت الدراسة الحالية دراسة حالة وزارة الكهرباء والطاقة المتجددة ، بينما تناولت الدراسات السابقة دراسة حالات (الشباب العماني- الشباب الجامعي المصري، الرأي العام التونسي، المؤسسات الأهلية، الشركات متعددة الجنسيات) .

- تم الاستفادة من الدراسات السابقة في بلورة الفكرة البحثية للدراسة وصياغة مشكلة البحث، وتحديد أهدافها وفروضها وكذا أهميتها والمنهج العلمي المتبع .

٢/١ المشكلة البحثية.

إذا كانت الاتصالات ضرورية للعملية الإدارية فهي أكثر ضرورة وأهمية لعملية اتخاذ القرارات ، لأن الاتصالات واتخاذ القرار يشكلان جانبيين هامين من جوانب العملية الإدارية ويعتمد كل واحد منهما على الآخر ويتأثر به ، والاتصالات هي التي تنقل البيانات والمعلومات والحقائق اللازمة لاتخاذ قرار معين

ونجاح عملية اتخاذ القرار تعتمد إلى حد كبير على دقة المعلومات اللازمة وإمكانية الحصول عليها في الوقت المناسب وهذا ما توفره مواقع التواصل الاجتماعي في الوقت الحاضر.

وتختلف طريقة الحصول على المعلومات من منظمة لأخرى ومن زمن لآخر وفقا لأدواته ، وفي الوقت الحالي أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي أحد مظاهر الحياة العصرية التي تأثر بها المجتمع المصري، كما انها أصبحت أحد أهم وسائل الحصول على المعلومات.

وتعتبر صناعة القرار في المؤسسات العامة عملية حساسة ومعقدة تتطلب معلومات دقيقة وشاملة لاتخاذ القرارات الصائبة، ومع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي، أصبحت المنظمات تواجه تحديات جديدة في تحليل وفهم البيانات المتدفقة من هذه المواقع واستخدامها في صنع القرارات.

ويتطلب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في صنع القرار تطوير استراتيجيات وأدوات فعالة لتحليل البيانات واستخلاص المعلومات الهامة، كما يجب أن توفر المنظمات التوجيه والتدريب للموظفين حول كيفية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل فعال ومسؤول.

وبرصد واقع الطاقة الكهربائية في مصر، فمن الملاحظ كثرة وتعدد المشكلات ذات العلاقة بهذا الشأن وبأنشطة وزارة الكهرباء والطاقة، وأن كثيرا من هذه المشكلات تثير جدلا واسعا في الإعلام وعلى مواقع التواصل الاجتماعي ، وأن هذه المشكلات لا تهتم الوزارة بحلها إلا بعد الضغط الذي تصنعه المناقشات والحوارات على مواقع التواصل الاجتماعي ويتناولها الإعلام ومستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بالنقد أحيانا وبالهجوم أحيانا أخرى، وقد قام الباحث بأجراء دراسة استطلاعية على عينة عشوائية مكونة من (٣٠) مفردة من مفردات العينة، ويتبلور ذلك من خلال الجدول التالي: *

الجدول رقم (١) قائمة الاستقصاء المتعلقة بالدراسة الاستطلاعية

م	العبارة	إجابة المستقصي منه		
		موافق (%)	محايد (%)	غير موافق (%)
١	تتابع الوزارة باستمرار مواقع التواصل الاجتماعي للوقوف على المشكلات التي تواجه المواطنين.	٣٠%	-	٧٠%
٢	يتم تصفح مواقع التواصل الاجتماعي من قبل قيادات الوزارة بصفة يومية.	١٥%	-	٨٥%

الجدول رقم (١) قائمة الاستقصاء المتعلقة بالدراسة الاستطلاعية

م	العبرة	إجابة المستقصي منه		
		موافق (%)	محايد (%)	غير موافق (%)
٣	يعتبر أحد أهم أسباب متابعة الوزارة لمواقع التواصل الاجتماعي هو الوقوف على مشكلات المواطنين المتعلقة بالطاقة الكهربائية.	٣٥%	-	٦٥%
٤	تعتمد الوزارة على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات المستخدمة في صنع القرارات في مجال الطاقة.	٢٥%	-	٧٥%
٥	تركز المعلومات المتداولة على مواقع التواصل الاجتماعي على السلبيات بصورة أكبر من الإيجابيات .	٧٥%	-	٢٥%
٦	تستجيب الوزارة للقضايا والمشكلات المطروحة على مواقع التواصل الاجتماعي في صورة قرارات إدارية لحل تلك المشكلات.	١٥%	-	٨٥%
٧	تتأثر الوزارة بالأراء والضغط على مواقع التواصل الاجتماعي في اتخاذ قراراتها الإدارية.	٢٥%	-	٧٥%

المصدر : إعداد الباحث.

وفي ضوء ما سبق تتحدد المشكلة البحثية في :
قصور عملية صناعة القرار بوزارة الكهرباء والطاقة المتجددة نتيجة ضعف الاعتماد على المعلومات المستقصة من مواقع التواصل الاجتماعي.

٣/١ فرضيات الدراسة.

تسعى الدراسة إلى اختبار صحة الفروض التالية:

الفرض الأول: توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين تحليل آراء المواطنين على مواقع التواصل الاجتماعي حول سياسات الطاقة الكهربائية وصنع القرارات المتعلقة بالطاقة بوزارة الكهرباء والطاقة المتجددة .

الفرض الثاني: توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين استقصاء سلوكيات وعادات المواطنين المتعلقة باستهلاك الطاقة نتيجة آرائهم على مواقع التواصل الاجتماعي وصنع القرارات المتعلقة بالطاقة الكهربائية بوزارة الكهرباء والطاقة المتجددة.

الفرض الثالث: توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين تحليل احتياجات واهتمامات المواطنين من خدمات الطاقة الكهربائية نتيجة آرائهم على مواقع التواصل الاجتماعي وصنع القرارات المتعلقة بالطاقة الكهربائية بوزارة الكهرباء والطاقة المتجددة.

٤/١ أهداف الدراسة.

- تهدف الدراسة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على صناعة القرار بوزارة الكهرباء والطاقة، وذلك من خلال تحقيق الأهداف الفرعية التالية:
- لقاء الضوء على الإطار الفكري لمفهوم مواقع التواصل الاجتماعي وصناعة القرار بوزارة الكهرباء والطاقة.
 - تحليل العلاقة بين آراء المواطنين المتعلقة بسياسات الطاقة الكهربائية وصناعة القرار بوزارة الكهرباء والطاقة.
 - تحليل العلاقة بين سلوكيات وعادات المواطنين المتعلقة باستهلاك الطاقة وصناعة القرار بوزارة الكهرباء والطاقة.
 - تحليل العلاقة بين احتياجات واهتمامات المواطنين من خدمات الطاقة الكهربائية، وصناعة القرار بوزارة الكهرباء والطاقة المتجددة.
 - التوصل إلى مجموعة من التوصيات الدافعة إلى تحسين القرارات المتعلقة بالطاقة الكهربائية في ضوء آراء المواطنين بمواقع التواصل الاجتماعي.

٥/١ أهمية الدراسة.

تتبلور أهمية الدراسة طبقاً لما يلي:

- أ- الأهمية العلمية.
- الحاجة إلى البحث والمساهمة في تحليل دور مواقع التواصل الاجتماعي على صنع القرارات المتعلقة بالطاقة الكهربائية.
- محاولة الربط بين اليات مواقع التواصل الاجتماعي وبين صنع القرارات المتعلقة بالطاقة الكهربائية من خلال منهجية علمية متكاملة تضيف إلى المكتبة العربية جهداً متواضعاً في هذا المجال.

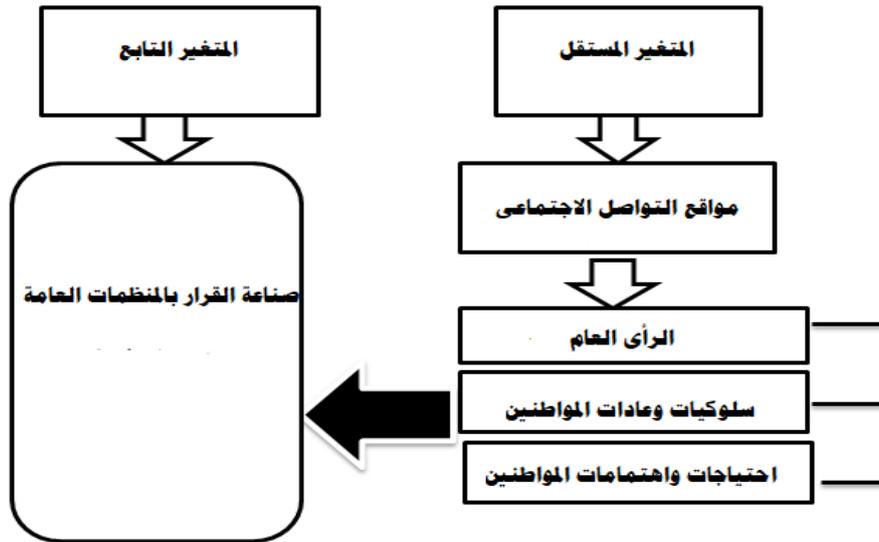
ب- الأهمية العملية.

تتبع الأهمية العملية للدراسة من أهمية جهة التطبيق - وزارة الكهرباء والطاقة المتجددة - والتي تحظى بأهمية عملية كبيرة في مصر، حيث تعمل على تأمين الطاقة الكهربائية وضمان توافرها بشكل مستدام للمواطنين والقطاعات الاقتصادية. وتتمثل أهميتها في وضع وتنفيذ الخطط الاستراتيجية للطاقة، وتحسين القطاع الكهربائي، وتحقيق التوازن بين الطاقات المتجددة والتقليدية، وتوفير فرص العمل وتعزيز النمو الاقتصادي. بالإضافة إلى ذلك، تسهم الوزارة في تعزيز الأمن الطاقوي والاستقلالية، وحماية البيئة وتحقيق التنمية المستدامة.

٦/١ متغيرات الدراسة.

تتمثل متغيرات الدراسة فيما يلي:

الشكل رقم (١) متغيرات الدراسة



المصدر: إعداد الباحث.

٧/١ منهجية الدراسة.

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي الذي يعتمد على دراسة كافة جوانب المدخل وتحليلها ويستخدم هذا المنهج بالتطبيق على الوزارة محل الدراسة، وطبقا لذلك تتحدد النقاط التالية:

أ- مجتمع وعينة الدراسة.

يتمثل مجتمع الدراسة في العاملين بديوان عام الوزارة محل الدراسة، ومن هذا المجتمع تم اختيار عينة الدراسة ويبلغ حجم مجتمع الدراسة (١٣٥٠) مفردة،* وبذلك تصبح عينة البحث ممثلة لمجتمع الدراسة وحجمها (٢٩٩) مفردة وفقا للمعادلة التالية: (حميدة، ٢٠١٦)

$$n = \frac{pq}{\left[\frac{E}{Z\alpha/2}\right]^2 + \frac{pq}{N}} =$$

حيث N مجتمع البحث (عدد العاملين بالوزارة محل الدراسة ١٣٥٠) مفردة.

n حجم العينة.

Z 1.96 عند مستوى ثقة ٩٥% (قيمة معلومة من جدول التوزيع الطبيعي).

P نسبة الصفة المتوافرة في المجتمع وقد افترضها الباحث عند نسبة ٥٠% للحصول على

q أقصى حجم للعينة.

E النسبة العكسية (عدم توافر الصفة).

0.05 الخطأ المسموح به.

$$n = \frac{.50 * .50}{\left[\frac{.05}{1.96}\right]^2 + \frac{.50 * .50}{1350}} =$$

$$n = \frac{0.25}{[.000650] + \frac{0.25}{1350}} =$$

$$n = \frac{0.25}{.000650 + .000185} =$$

$$n = \frac{0.25}{.000835} = 299$$

طبقا لمعادلة حجم العينة تم توزيع عدد (٢٩٩) استمارة، وقد تم استعادة (٢٩٠) استمارة بنسبه (٩٦.٩%) وهى نسبة صالحة للتحليل الإحصائي وكذا لتعميم نتائج الدراسة الميدانية.

ب- أدوات جمع البيانات:

- بالنسبة للدراسة النظرية:

يتم تكوين الإطار النظري من خلال تجميع المادة العلمية المتعلقة بالموضوع محل الدراسة من المصادر التالية:

تم الحصول على البيانات المتعلقة بمجتمع الدراسة بمقابلة الموظفين المختصين بإدارة الموارد البشرية.*

- الكتب والمراجع العربية والأجنبية.
 - الدوريات والأبحاث المنشورة باللغة العربية والإنجليزية والتي تم الحصول عليها من شبكة المعلومات الدولية (Internet)
 - التقارير الصادرة عن المؤتمرات المتعلقة بالموضوع محل الدراسة.
 - الرسائل العلمية المنشورة وغير المنشورة.
 - الدوريات والمؤتمرات العلمية.
- بالنسبة للدراسة الميدانية.
- تم جمع البيانات عن طريق استمارات استقصاء تم إعدادها بناء على الدراسة النظرية وتم توجيه تلك الاستمارات إلى عينة البحث من العاملين بالوزارة محل الدراسة بالإضافة إلى الاستعانة بالمقابلات الشخصية مع بعض العاملين بها.
- ج- طرق معالجة البيانات.
- تم معالجة البيانات باستخدام مجموعة من البرامج الإحصائية الخاصة بالعلوم الاجتماعية وبعض الأساليب الإحصائية وفقا لأهداف الدراسة، وتتمثل تلك الأساليب فيما يلي:
- اختبار الفا- كرونباخ لمعرفة مدى ثبات أداة الاستقصاء.
 - معامل صدق الاستقصاء.
 - المتوسطات الحسابية لتحديد الأهمية النسبية لاستجابة عينة الدراسة تجاه أبعاد الدراسة
 - الانحراف المعياري للتعرف على مدى انحراف استجابات أفراد الدراسة لكل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة ولكل محور من المحاور الرئيسية عن متوسطها الحسابي.
 - معامل الاختلاف بين اجابات المستقصي منهم.
 - اختبار **Simple Regression**، وذلك لقياس معامل الاقتران بين متغيرات الدراسة للاستدلال على مدى قوة العلاقة فيما بينهم.

٨/١ حدود الدراسة:

تمثلت حدود الدراسة في الآتي:

أ- الحدود المكانية للدراسة :

تقتصر هذه الدراسة على ديوان عام وزارة الكهرباء والطاقة المتجددة .

ب- الحدود الزمنية للدراسة :

تقتصر هذه الدراسة على الفترات من ٢٠٢٣ / ٢ / ١٥ إلى ٢٠٢٣ / ١٢ / ١٢ وهي فترة إعداد الدراسة.

ج- الحدود الموضوعية:

تبحث هذه الدراسة في تحليل دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على صناعة القرار بوزارة الكهرباء والطاقة المتجددة، وذلك في البيئة الداخلية لها وهي مقومات داخلية من حيث الأنظمة الإدارية وأساليب العمل والتكنولوجيا المستخدمة والثقافة التنظيمية السائدة واتجاهات المديرين والقيادات وذلك دون التعرض لمدى توافر بعض المقومات في البيئة الخارجية (البيئة السياسية-القانونية-الاقتصادية)، على الرغم من أهميتها وتأثيراتها التي يصعب إغفالها.

٢- الإطار النظري للدراسة.

١/٢ مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي.

إن شبكات التواصل الاجتماعي **Social Networking**، وهي عادة ما يطلق عليها بوسائل الاعلام الاجتماعي **Social Media** والتي تمثل نمطا جديدا ومؤثرا من وسائل الإعلام والاتصال، ويشار إليها عادة من منطلق علوم الإدارة بأنها وسائل الإعلام المنتجة أو المولدة من قبل المستهلك ، وتعد وسائل الإعلام الاجتماعي وسائل للتفاعل الاجتماعي وهي تمثل تطورا عن تطبيقات واستخدامات وسيلة الانترنت في الاتصال اليومي في المجتمع (الساري والأوسى، ٢٠١٨، ص ١٣٠) وتعرف كذلك بأنها مواقع ويب لها ميزات اجتماعية تفاعلية، وهذه الميزات تتوفر من خلال أدوات وأساليب تواصل اجتماعي، والتي بدورها تسهل الاتصال والتواصل المستمر وتبادل الآراء والتعبير الحر، وأيضا تسهل مشاركة المصادر والأفكار والخطط والتصميمات ونماذج العمل، ويتم ذلك بين أفراد الفريق الواحد فيما بينهم وبين فريق العمل وأستاذ المقرر، وبين فريق العمل الواحد والفرق الأخرى (عمر ٢٠١٩، ص ٦).

٢/٢ خصائص مواقع التواصل الاجتماعي.

تتمثل تلك الخصائص فيما يلي: (عبد المنعم، ٢٠٢٠، ص ص ٢٩٥ : ٢٩٧)

أ- المشاركة (**participation**): وسائل المواقع الاجتماعية تشجع المساهمات وردود الفعل من الأشخاص المهتمين حيث انها تمس الخط الفاصل بين وسائل الاعلام والجمهور.

ب- **الانفتاح (openness):** معظم وسائل الاعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة أو الانشاء والتعديل على الصفحات حيث إنها تشجع التصويت أو التعليقات وتبادل المعلومات، بل نادرا ما توجد أية حواجز أمام الوصول والاستفادة من محتوى المحادثة حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي عن الوسائل التقليدية من خلال اتاحتها للمحادثة في اتجاهين، أي المشاركة والتفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروضة.

ج- **انشاء العلاقات (friends/connections):** وهو بمثابة الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين حيث تطلق المواقع عليها مسمى صديق على الشخص المضاف لقائمة الاصدقاء بينما تطلق بعض المواقع الاجتماعية الخاصة بالمحترفين مسمى اتصال أو علاقة (connect) على الشخص المضاف للقائمة.

د- **الترابط (connection):** تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة بعضها مع بعض، وذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع والتي تربطك بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي مما يسهل ويسرع من عملية انتقال المعلومات.

٣/٢ مميزات مواقع التواصل الاجتماعي.

تتمثل مميزات مواقع التواصل الاجتماعي فيما يلي: (القطان، ٢٠١٨، ص ص ٦٦ : ٦٧)

أ- المرونة وانهايار فكرة الجماعة المرجعية بمعناها التقليدي، فالمجتمع الافتراضي لا يتحدد بالجغرافيا أو القبيلة بل بالاهتمام والمصلحة، ويستطيع المرء أن يتواصل مع غيره عبر مواقع التواصل الاجتماعي والمنديات ومجموعات الأخبار وغيرها من وسائط وبيئات إلكترونية في أي وقت.

ب- لا تقوم على الإلزام، بل تقوم في مجملها على الاختيار، فليس هناك ما يرغم أحدا على قبول صداقة غيره، ولا على الرد على رسالة الكترونية أو التعليق على مداخلة أو تدوينه.

ج- سهولة الاستخدام فهي مطورة بحيث تكون سهلة الاستخدام فهي تحتاج للقليل من المعرفة في أسس التكنولوجيا من أجل النشر وتحقيق التواصل، فمن خلال تدريب بسيط على الانترنت وتكنولوجيا المعلومات تصبح قادر على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

د- التواصل والتعبير عن الذات فهي قنوات جذابة تتيح للجميع إبداء الرأي دون قيد.

هـ- تشكيل المجتمع بطرق جديدة: فقد وفرت السبل لانضمام أصحاب هوايات وميول مشتركة من كتاب وقرء وغيرهم.

و- تخريج البيانات: فعالية الشبكات أتاحت لأعضائها باستعراض شبكات أصدقائهم ومشاركة عامة الناس والأصدقاء.

ز- نشاطات من القاعدة إلى القمة حيث إنها توفر منصات مثالية يستطيع من خلالها المستخدمون والمشاركون في القيم نفسها والاهتمامات أن يتعاونوا بشكل فعال وبتكاليف أقل.

٤/٢ سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي.

هناك بعض السلبيات لمواقع التواصل الاجتماعي اوردها (الزهراني، ٢٠١٩، ص ١٦) على النحو التالي:

- أ- بث الأفكار الهدامة والدعوات المنحرفة والتجمعات الفاسدة.
- ب- عرض المواد الإباحية والفاضحة والخادشة للحياء.
- ج- الابتزاز بأشكاله المختلفة سواء كانت أخلاقية أو مادية.
- د- التزوير من أكثر جرائم نظم المعلومات انتشارا على الإطلاق.
- هـ- انتهاك الحقوق الخاصة والعامة.

٥/٢ مفهوم صناعة القرار الإداري.

عرف (عبد الجواد، ٢٠١٩، ص ٦٣) صناعة القرار الإداري باعتبارها العملية الإدارية التي تقوم على خطوات وإجراءات منهجية مركبة لحل المشكلات وتحليلها بهدف اصدار قرارات فيها مع وضع المعايير والضوابط التي تكفل تنفيذ تلك القرارات، واتجه (شحاتة، ٢٠٢٠، ص ١٥٠) إلى أن صناعة القرار هي مجموعة الإجراءات التي تتخذ، وكذلك طرق التفكير والمعالجة للاختيار بين بدائل أو ايجاد حل لمشكلة للخروج من أزمة أو موقف أو حالة، بينما اتجه (Stevem , 2022, p. 21) إلى أن عملية صنع القرار مرادفه للعملية الإدارية برمتها فهي تبدأ بنشاط استخباري يهدف الى تحسين الحاجة للقرار يتبع ذلك نشاط تصميمي للبدائل المتاحة، ثم نشاط يهدف إلى الوصول لاختيار سليم من بين تلك البدائل.

وفي ضوء تلك المفاهيم يعرف الباحث عملية صناعة القرار الإداري باعتبارها العملية الشاملة للتفكير والتحليل والاستعداد لاتخاذ القرار، فهي تمثل المراحل المرتبطة بمدى توافر المعلومات والبيانات التي تساعد على اتخاذ القرارات.

٦/٢ مراحل صناعة القرار:

- تتمثل مراحل صناعة القرار فيما يلي: (العايشي، ٢٠٢٠، ص ٤٦)
- أ- **التحليل وجمع المعلومات:** في هذه المرحلة، يتم جمع المعلومات اللازمة لاتخاذ القرار الإداري، يتضمن ذلك جمع البيانات والمعلومات الكمية والنوعية ذات الصلة بالمشكلة التي تحتاج إلى قرار.
- ب- **تحديد المشكلة:** بعد جمع المعلومات، يتم تحديد المشكلة التي تحتاج إلى قرار، ويتم تحديد أهداف القرار وتحديد العوامل المؤثرة التي يجب مراعاتها أثناء اتخاذ القرار.
- ج- **تحليل البدائل:** في هذه المرحلة، يتم تحليل البدائل الممكنة لحل المشكلة أو تحقيق الهدف المطلوب، ويتم تقييم كل بديل من حيث المزايا والعيوب والتأثيرات المتوقعة.
- د- **اتخاذ القرار:** بعد تحليل البدائل، يتم اتخاذ القرار النهائي. يتم اختيار البديل الأفضل والأكثر توافقاً مع الأهداف والمتطلبات المحددة.
- هـ- **تنفيذ القرار:** بعد اتخاذ القرار، يتم تنفيذه عن طريق وضع خطة عمل محددة وتنفيذها، ويتم تخصيص الموارد اللازمة وتنفيذ الإجراءات المطلوبة لتنفيذ القرار.
- و- **مراقبة وتقييم القرار:** في هذه المرحلة، يتم مراقبة تنفيذ القرار وتقييم نتائجه، ويتم التحقق من مدى تحقيق الأهداف المحددة وتقييم فعالية القرار، يمكن إجراء تعديلات أو تعديل القرار بناء على التقييم الناتج.

٧/٢ أثر مواقع التواصل الاجتماعي على صناعة القرارات الإدارية في المنظمات العامة.

- تواجد مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن يؤثر بشكل كبير على صناعة القرار في المنظمات العامة، وفقاً لما يلي: (عبد الرحمن، ٢٠٢١، ص ٤٥ : ٤٦)
- أ- **توفر المعلومات الواسعة:** تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً غنياً للمعلومات والأخبار. يمكن للمنظمات العامة استخدام هذه المعلومات للحصول على فهم أعمق للمشكلات والتحديات المحتملة التي تواجهها، وذلك من خلال مراقبة المناقشات والتعليقات والمشاركات على وسائل التواصل الاجتماعي.
- ب- **تعزيز التواصل والمشاركة:** يمكن للمنظمات العامة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لتعزيز التواصل والمشاركة مع الجمهور والمواطنين. يمكن للمنظمات أن تستخدم هذه المنصات للتفاعل المباشر مع الجمهور، والاستماع لآرائهم وملاحظاتهم، وطرح الاستفتاءات واستطلاعات الرأي، مما يمكنها من جمع آراء متنوعة وتحليلها لاتخاذ قرارات أفضل.

ج- التسويق والترويج: يمكن للمنظمات العامة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كأداة للتسويق والترويج لخدماتها ومبادراتها. يمكنها الوصول إلى جمهور أوسع وتعزيز الوعي ببرامجها ومشاريعها من خلال نشر المحتوى الذي يستهدف فئات معينة من الجمهور.

هـ- رصد الاتجاهات والمشاكل: يمكن للمنظمات العامة أن تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي لرصد الاتجاهات والمشاكل الناشئة في المجتمع. من خلال مراقبة المحتوى والمناقشات على هذه المنصات، يمكن للمنظمات أن تكتشف المشاكل المحتملة وتتخذ إجراءات وقائية أو تعديلات في سياساتها وبرامجها للتعامل معها.

و- توفير قناة للشكاوى والملاحظات: يمكن للجمهور أن يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي للتواصل مع المنظمات العامة وتقديم الشكاوى أو الملاحظات. يعتبر هذا الاتصال المباشر مهماً للمنظمات لفهم احتياجات ومطالب الجمهور وتعزيز الشفافية والثقة بين المنظمة والجمهور.

٣- الإطار الميداني للدراسة:

١/٣ الإجراءات المنهجية وتوصيف عينة الدراسة:

تبعاً لمنهجية الدراسة وأهدافها فقد تم الاعتماد على أسلوب الاستقصاء كأداة رئيسية للدراسة الميدانية بهدف التوصل إلى البيانات التي تساعد على اختبار فروض الدراسة والتعرف على المتغيرات المراد قياسها وذلك بتبني مفهوم إجرائي لكل من مواقع التواصل الاجتماعي وصناعة القرار طبقاً لمشكلة الدراسة وأهدافها، في ضوء الأدبيات المرتبطة بذات الموضوع مع تطوير تلك الأداة لتناسب مع المفاهيم الإجرائية لمتغيرات الدراسة، واشتمل الاستقصاء على محورين رئيسيين يتمثلان في:

المحور الأول: مواقع التواصل الاجتماعي.

نظراً لأن الهدف من الدراسة هو التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي بالوزارة محل الدراسة على صناعة القرار الإداري، لذا فقد تم التركيز على العناصر التالية لقياس هذا المحور والموضحة بالجدول التالي:

الجدول رقم (٢) عناصر قياس مواقع التواصل الاجتماعي

العناصر	عبارات استمارة الاستقصاء التي تقيس كل بعد
تحليل آراء المواطنين	العبارات من ١ إلى ٥
سلوكيات وعادات المواطنين	العبارات من ٦ إلى ٩
احتياجات واهتمامات المواطنين	العبارات من ١٠ إلى ١٣

المصدر: إعداد الباحث.

المحور الثاني: صناعة القرار

تتعدد المؤشرات والابعاد التي يمكن من خلالها تناول مفهوم صناعة القرار، واستناداً إلى الأدبيات السابقة والمفهوم الإجرائي لصناعة القرار الإداري، فقد تم قياسه بالوزارة محل الدراسة وفقاً لما هو موضح بالجدول التالي:

الجدول رقم (٣) عناصر قياس صناعة القرار

العنصر	عبارات استمارة الاستقصاء التي تقيس كل بعد
الأداء صناعة القرار	العبارات من ١٤ إلى ١٩

المصدر: إعداد الباحث.

بعد أن أصبح الاستقصاء في صورته النهائية تم تطبيقه على عينة الدراسة حيث تبين ارتفاع معدلات الصدق لكل من مقياس مواقع التواصل الاجتماعي، ومقياس صناعة القرار وهو ما يشير إلى صدق أداة الدراسة، وفقاً للجدول التالي:

الجدول رقم (٤) معاملات صدق أداة الدراسة

معامل الصدق	عدد العبارات	عدد الاستمارات	معايير الاستقصاء
.٩٧٦	١٣	٢٩٠	المحور الأول (مواقع التواصل الاجتماعي)
.٩٥٨	٦	٢٩٠	المحور الثاني (صناعة القرار)
.٩٨١	١٩	٢٩٠	المحور العام للاستقصاء

المصدر: إعداد الباحث.

وقد اتضح من التحليل الإحصائي ارتفاع معاملات الثبات لكل من مقياس مواقع التواصل الاجتماعي، وصناعة القرار، وهو ما يعني بأنها ذات دلالة جيدة لأغراض البحث بحيث يمكن الاعتماد عليها لقياس ما أعدت لأجله، كما يمكن من خلالها تعميم نتائج الدراسة الميدانية، وفقاً للجدول التالي:

الجدول رقم (٥) معاملات ثبات أداة الدراسة

معامل الثبات	عدد العبارات	عدد الاستمارات	معايير الاستقصاء
.٩٥٢	١٣	٢٩٠	المحور الأول (مواقع التواصل الاجتماعي)
.٩١٨	٦	٢٩٠	المحور الثاني (صناعة القرار)
.٩٦٣	١٩	٢٩٠	المحور العام للاستقصاء

المصدر: إعداد الباحث.

٢/٣ تحليل وتفسير نتائج الدراسة الميدانية واختبارات الفروض:

سعت الدراسة إلى عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية واختبارات الفروض في ضوء البيانات التي تم الوصول إليها وفقاً لاستجابات عينة الدراسة، والتي تم من خلالها تحديد العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي وصناعة القرار وفقاً لما يلي:

أ- تحليل وتفسير نتائج المحور الأول المتعلق بمواقع التواصل الاجتماعي.

اعتمدت الدراسة في قياس أبعاد مواقع التواصل الاجتماعي على العبارات من (١ - ١٣)، ويوضح الجدول التالي استجابات عينة الدراسة نحو العبارات الدالة على هذه الأبعاد وفقاً لما يلي:

الجدول رقم (٦) استجابات مفردات عينة الدراسة للعبارات الدالة على مواقع التواصل الاجتماعي

مسلسل	بيان العبارة	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف
١	تهتم الوزارة بأراء المواطنين على مواقع التواصل الاجتماعي بوجود مشكلات في توفير الكهرباء بالمناطق سكنهم.	1.98	1.07805	27%
٢	يعتقد كثير من المواطنين من خلال آرائهم على مواقع التواصل الاجتماعي بتحسن جودة الخدمة الكهربائية على مدار السنوات المقبلة.	1.99	1.13453	28%

الجدول رقم (٦) استجابات مفردات عينة الدراسة للعبارات الدالة على مواقع التواصل الاجتماعي

مسلسل	بيان العبارة	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف
٣	تبين من خلال اراء المواطنين عدم وجود حاجة ماسة لزيادة الاستثمارات في قطاع الكهرباء .	1.83	0.83201	20%
٤	اعتقد بان التواصل بين الوزارة والمواطنين مفيد لحل مشكلات الكهرباء .	1.87	0.97064	24%
٥	تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي مؤثره الى حد كبير في تشكيل الرأي العام في قضايا الكهرباء والطاقة.	1.86	0.86693	21%
	تحليل آراء المواطنين	1.91	0.695	17%
٦	تبين من اراء المواطنين على مواقع التواصل الاجتماعي بان لديهم وعى كامل بأهمية توفير الطاقة واستخدامها بشكل فعال.	1.69	0.93762	22%
٧	يعتمد المواطن على استخدام الطاقة المتجددة في المنزل اكثر من الطاقة التقليدية.	2.00	0.95577	24%
٨	يشارك المواطنين في عديد من المبادرات المهمة بتوفير الطاقة والحفاظ على البيئة.	1.82	0.88563	21%

20%	0.85774	1.75	يستخدم المواطنون تقنيات التحكم الذاتي في منازلهم لتحسين كفاءة استهلاك الطاقة.	٩
11%	0.42189	1.82	سلوكيات وعادات المواطنين	
28%	1.11139	2.01	من خلال آراء المواطنين على مواقع التواصل الاجتماعي تبين وجود قصور لدى الوزارة في مواكبة التقنيات الحديثة في مجالات إنتاج وتوزيع الكهرباء.	١٠
23%	0.94923	1.80	يوجد ضعف في قيام الوزارة بالصيانة الدورية للتقنيات المستخدمة في محطات توليد الطاقة الكهربائية.	١١
28%	1.111	1.97	يوجد نقص في الكوادر البشرية المؤهلة في إصلاح أعطال الكهرباء فور حدوثها.	١٢
29%	1.16254	2.04	ساعد تبني الوزارة للتقنيات الحديثة في مجالات العمل المختلفة على كفاءة توليد الطاقة.	١٣
21%	0.84004	1.93	احتياجات واهتمامات المواطنين	
16%	0.65342	1.87	مواقع التواصل الاجتماعي	

المصدر: إعداد الباحث، نتائج برنامج Spss

يوضح الجدول رقم (٦) المقاييس الإحصائية الوصفية لفقرات محور أبعاد مواقع التواصل الاجتماعي ، ومن خلال قيم المتوسطات الحسابية تبين أن آراء أفراد العينة اتجهت نحو الضعيف جدا والضعيف ، كما أن قيم معاملات الاختلاف تتراوح ما بين (٢١٪ - ٢٩٪) حيث تجاوزت النسبة (٢٠٪)، مما أشار إلى التشتت الواضح بين آراء أفراد العينة وعدم الإجماع على رأى واحد بالنسبة لتلك الفقرات.

أما على مستوى المحور الكلى (تحليل آراء المواطنين) فقد تبين أن متوسط آراء أفراد العينة بلغ (١.٩١) بانحراف معياري يساوى (٠.٦٩٥) كما أن معامل الاختلاف قد بلغت قيمته (١٧٪) وهي درجة اختلاف جيدة وتشير إلى اختلاف محدود في الموافقة على هذا المحور.

وبتحليل عبارات المحور تبين أنها ذات تقديرات ضعيفة وقد نالت تلك العبارات متوسطات حسابية تتراوح ما بين (١.٨٣ - ١.٩٩)، بتوصيف ضعيف وقد بلغ المتوسط العام لتلك العبارات (١.٩١) طبقا لتقدير عينة الدراسة وتقع بمنطقة الضعيف، مما يدل على اتجاه أفراد العينة إلى وجود قصور في تحليل آراء المواطنين كأحد أبعاد مواقع التواصل الاجتماعي في الوزارة محل الدراسة.

وعلى مستوى المحور الكلى (سلوكيات وعادات المواطنين) فقد تبين أن متوسط آراء أفراد العينة بلغ (١.٨٢) بانحراف معياري يساوى (٠.٤٢١٨٩) كما أن معامل الاختلاف قد بلغت قيمته (١١٪) وهي درجة اختلاف جيدة وتشير إلى اختلاف محدود لأفراد العينة في الموافقة على هذا المحور.

وبتحليل عبارات المحور تبين أنها ذات تقديرات ضعيفة وضعيفة جدا وقد نالت تلك العبارات متوسطات حسابيه تتراوح ما بين (١.٦٩ - ٢.٠٠)، بتوصيف ضعيف وضعيف جدا وقد بلغ المتوسط العام لتلك العبارات (١.٨٢) طبقا لتقدير عينة الدراسة وتقع بمنطقة الضعف، مما يدل على وجود قصور في سلوكيات وعادات المواطنين كأحد أبعاد مواقع التواصل الاجتماعي في الوزارة محل الدراسة.

أما على مستوى المحور الكلى (احتياجات واهتمامات المواطنين) فقد تبين أن متوسط آراء أفراد العينة بلغ (١.٩٣) بانحراف معياري يساوى (٠.٨٤٠٠٤) كما أن معامل الاختلاف قد بلغت قيمته (٢١٪) وهي درجة اختلاف أشارت إلى تشتت واضح بين آراء اتجاه أفراد العينة في الموافقة على هذا المحور.

وبتحليل عبارات المحور تبين أنها ذات تقديرات ضعيفة وقد نالت تلك العبارات متوسطات حسابيه تتراوح ما بين (١.٨٠ - ٢.٠٤)، وقد بلغ المتوسط العام لتلك العبارات (١.٩٣) طبقا لتقدير عينة الدراسة وتقع بمنطقة الضعف، مما يدل على اتجاه أفراد العينة إلى وجود قصور في احتياجات واهتمامات المواطنين كأحد أبعاد مواقع التواصل الاجتماعي في الوزارة محل الدراسة.

ب- تحليل وتفسير نتائج المحور الثاني المتعلق بصناعة القرار.

اعتمدت الدراسة في قياس أبعاد صناعة القرار على العبارات من (١٤ - ١٩)، ويوضح الجدول التالي استجابات عينة الدراسة نحو العبارات الدالة على هذه الأبعاد وفقاً لما يلي:

الجدول رقم (٧) استجابات مفردات عينة الدراسة للعبارات الدالة على صناعة القرار

مسلل	بيان العبارة	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف
١٤	تسهم آراء المواطنين على مواقع التواصل الاجتماعي في صناعة قرارات وزارة الكهرباء في مجال الطاقة.	1.73	0.8872	21%
١٥	تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي على اصحاب القرار في الوزارة.	2.11	1.09615	28%
١٦	تسهم القضايا المطروحة على مواقع التواصل الاجتماعي في اتجاهات الوزارة تجاه تلك القضايا لاتخاذ القرار المناسب.	2.00	1.10519	28%
١٧	ارى ان آراء المواطنين على مواقع التواصل الاجتماعي تساعد على تحديد مشكلات الوزارة في مجال الطاقة مما يساعد على اتخاذ القرارات الملائمة لحلها.	1.93	1.09832	27%

١٨	تتسم آراء المواطنين على مواقع التواصل الاجتماعي بأنها تتضمن عديد من بدائل حل المشكلات التي تتناولها تلك المواقع.	2.17	0.99952	26%
١٩	تتضمن آراء المواطنين على مواقع التواصل الاجتماعي معلومات كافية تسهم في صناعة القرار .	2.06	1.13014	29%
صناعة القرار				
		1.97	0.82285	20%

المصدر: إعداد الباحث، نتائج برنامج Spss

يوضح الجدول رقم (٧) المقاييس الإحصائية الوصفية لفقرات صناعة القرار ومن خلال قيم المتوسطات الحسابية تبين أن آراء أفراد العينة اتجهت نحو الضعف في معظم الفقرات والضعيف جدا في البعض الآخر كما أن قيم معاملات الاختلاف تتراوح ما بين (٢١٪ - ٢٩٪) ، حيث تجاوزت النسبة (٢٠٪) مما أشار إلى التشتت الواضح بين آراء أفراد العينة وعدم الإجماع على رأى واحد بالنسبة لتلك الفقرات.

وقد تبين أن متوسط آراء أفراد العينة بلغ (١.٩٧) بانحراف معياري يساوى (٠.٨٢٢٨٥) كما أن معامل الاختلاف قد بلغ قيمته (٢٠٪) وهى درجة اختلاف تشير إلى وجود تشتت واضح بين أفراد العينة في الموافقة على هذا المحور ، ووجود قصور في صناعة القرارات بالوزارة محل الدراسة .

ج- اختبارات فروض الدراسة.

تستخدم اختبارات الفروض الإحصائية لاتخاذ قرار ما بقبول أو رفض تلك الفروض، وللتحقق من صحة أي فرض يتم سحب عينه عشوائية من مجتمع الدراسة ويجرى التحليل اللازم لتقدير قيمة المؤشر الذى يتناوله الفرض محل البحث ثم يتم مقارنة تلك القيمة التقديرية مع القيمة المفترضة لاتخاذ القرار الملائم، وفى ضوء ذلك تسعى الدراسة لاختبار الفروض التالية:

الفرض الأول: توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين تحليل آراء المواطنين على مواقع التواصل الاجتماعي حول سياسات الطاقة الكهربائية وصناعة القرارات المتعلقة بالطاقة بوزارة الكهرباء والطاقة المتجددة .

للتأكد من صحة هذا الفرض يوضح الجدول التالي نموذج العلاقة بين تحليل آراء المواطنين على مواقع التواصل الاجتماعي حول سياسات الطاقة الكهربائية وبين صناعة القرارات المتعلقة بالطاقة بوزارة الكهرباء والطاقة المتجددة .

الجدول رقم (٨) تقديرات نموذج الانحدار البسيط لأثر تحليل آراء المواطنين على مواقع التواصل الاجتماعي حول سياسات الطاقة الكهربائية على وصناعة القرارات المتعلقة بالطاقة بوزارة الكهرباء والطاقة المتجددة

المتغير المستقل	المتغير التابع	معامل الارتباط (R)	معامل التحديد (R ²)	F	المعنوية
تحليل آراء المواطنين على مواقع التواصل الاجتماعي حول سياسات الطاقة الكهربائية	صناعة القرارات	.877	.769	269.786	.000 ^b

المصدر: بمعرفة الباحث، البرنامج الإحصائي، Spss

*ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05

يتضح من الجدول رقم (٨) وجود علاقة ارتباط طردية بين تحليل آراء المواطنين على مواقع التواصل الاجتماعي حول سياسات الطاقة الكهربائية وصناعة القرارات المتعلقة بالطاقة بوزارة الكهرباء والطاقة المتجددة، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.877)، وقد تبين من معطيات الجدول ثبات صلاحية النموذج لاختبار هذا الفرض استنادا إلى قيمة (F) والبالغة، (269.786)، وهي داله إحصائيا عند مستوى دلالة (0.05)، ويتضح من نفس الجدول أن تحليل آراء المواطنين على مواقع التواصل الاجتماعي حول سياسات الطاقة الكهربائية في هذا النموذج يفسر ما مقداره (76.9%)، من صناعة القرار بالوزارة محل الدراسة، وبملاحظة أن قيمة الاحتمال ($p=0.000 < a=0.05$) يتبين وجود أثرا هاما ذا دلالة إحصائية للمتغير المستقل على التابع، وقبول الفرض القائل بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تحليل آراء المواطنين على مواقع التواصل الاجتماعي حول سياسات الطاقة الكهربائية وصناعة القرارات المتعلقة بالطاقة بوزارة الكهرباء والطاقة المتجددة .

الفرض الثاني: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استقصاء سلوكيات وعادات المواطنين المتعلقة باستهلاك الطاقة نتيجة آرائهم على مواقع التواصل الاجتماعي وصناعة القرارات المتعلقة بالطاقة الكهربائية بوزارة الكهرباء والطاقة المتجددة.

للتأكد من صحة هذا الفرض يوضح الجدول التالي نموذج العلاقة بين استقصاء سلوكيات وعادات المواطنين المتعلقة باستهلاك الطاقة وبين صناعة القرارات المتعلقة بالطاقة بوزارة الكهرباء والطاقة المتجددة .

الجدول رقم (٩) تقديرات نموذج الانحدار البسيط لأثر استقصاء سلوكيات وعادات المواطنين المتعلقة باستهلاك الطاقة على صناعة القرارات المتعلقة بالطاقة بوزارة الكهرباء والطاقة المتجددة

المتغير المستقل	المتغير التابع	معامل الارتباط (R)	معامل التحديد (R ²)	F	المعنوية
استقصاء سلوكيات وعادات المواطنين المتعلقة باستهلاك الطاقة	صناعة القرارات	.801	.642	686.608	.000 ^b

المصدر: بمعرفة الباحث، البرنامج الإحصائي، Spss
*ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05

يتضح من الجدول رقم (٩) وجود علاقة ارتباط طردية بين استقصاء سلوكيات وعادات المواطنين المتعلقة باستهلاك الطاقة وصناعة القرارات المتعلقة بالطاقة بوزارة الكهرباء والطاقة المتجددة، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (٠.٨٠١)، وقد تبين من معطيات الجدول ثبات صلاحية النموذج لاختبار هذا الفرض استنادا إلى قيمة (F) والبالغة، (٦٨٦.٦٠٨)، وهي دالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠.٠٥)، ويتضح من نفس الجدول أن استقصاء سلوكيات وعادات المواطنين المتعلقة باستهلاك الطاقة في هذا النموذج يفسر ما مقداره (٦٤.٢٪)، من صناعة القرار بالوزارة محل الدراسة، وبملاحظة أن قيمة الاحتمال ($p=0.000 < a=0.05$) يتبين وجود أثرا هاما ذا دلالة إحصائية للمتغير المستقل على التابع، وقبول الفرض القائل بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استقصاء سلوكيات وعادات المواطنين المتعلقة باستهلاك الطاقة وصناعة القرارات المتعلقة بالطاقة بوزارة الكهرباء والطاقة المتجددة .

الفرض الثالث: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تحليل احتياجات واهتمامات المواطنين من خدمات الطاقة الكهربائية نتيجة آرائهم على مواقع التواصل الاجتماعي وصناعة القرارات المتعلقة بالطاقة الكهربائية بوزارة الكهرباء والطاقة المتجددة.

للتأكد من صحة هذا الفرض يوضح الجدول التالي نموذج العلاقة بين تحليل احتياجات واهتمامات المواطنين من خدمات الطاقة الكهربائية نتيجة آرائهم على مواقع التواصل الاجتماعي وبين صناعة القرارات المتعلقة بالطاقة بوزارة الكهرباء والطاقة المتجددة .

الجدول رقم (١٠) تقديرات نموذج الانحدار البسيط لأثر تحليل احتياجات واهتمامات المواطنين من خدمات الطاقة الكهربائية نتيجة آرائهم على مواقع التواصل الاجتماعي على صناعة القرارات المتعلقة بالطاقة بوزارة الكهرباء والطاقة المتجددة

المتغير المستقل	المتغير التابع	معامل الارتباط (R)	معامل التحديد (R ²)	F	المعنوية
تحليل احتياجات واهتمامات المواطنين من خدمات الطاقة الكهربائية نتيجة آرائهم على مواقع التواصل الاجتماعي	صناعة القرارات	.842	.709	551.830	.000 ^b

المصدر: بمعرفة الباحث، البرنامج الإحصائي، Spss
* ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05

يتضح من الجدول رقم (١٠) وجود علاقة ارتباط طردية بين تحليل احتياجات واهتمامات المواطنين من خدمات الطاقة الكهربائية نتيجة آرائهم على مواقع التواصل الاجتماعي وصناعة القرارات المتعلقة بالطاقة بوزارة الكهرباء والطاقة المتجددة، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (٠.٨٤٢)، وقد تبين من معطيات الجدول ثبات صلاحية النموذج لاختبار هذا الفرض استنادا إلى قيمة (F) والبالغة، (٥٥١.٨٣٠)، وهي داله إحصائيا عند مستوى دلالة (٠.٠٥)، ويتضح من نفس الجدول أن تحليل احتياجات واهتمامات المواطنين من خدمات الطاقة الكهربائية نتيجة آرائهم على مواقع التواصل الاجتماعي في هذا النموذج يفسر ما مقداره (٧٠.٩٪)، من صناعة القرار بالوزارة محل الدراسة، وبملاحظة أن قيمة الاحتمال ($p=0.000 < a=0.05$) يتبين وجود أثرا هاما ذا دلالة إحصائية للمتغير المستقل على التابع، وقبول الفرض القائل بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تحليل احتياجات واهتمامات المواطنين من خدمات الطاقة الكهربائية نتيجة آرائهم على مواقع التواصل الاجتماعي وصناعة القرارات المتعلقة بالطاقة بوزارة الكهرباء والطاقة المتجددة .

الخاتمة:

أ- النتائج:

من خلال الدراسة الميدانية تم التوصل إلى النتائج التالية:

أولاً: النتائج المتعلقة بفروض الدراسة.

- وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين تحليل آراء المواطنين على مواقع التواصل الاجتماعي حول سياسات الطاقة الكهربائية وصناعة القرارات المتعلقة بالطاقة بوزارة الكهرباء والطاقة المتجددة

- وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين استقصاء سلوكيات وعادات المواطنين المتعلقة باستهلاك الطاقة نتيجة آرائهم على مواقع التواصل الاجتماعي وصناعة القرارات المتعلقة بالطاقة الكهربائية بوزارة الكهرباء والطاقة المتجددة.

- وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين تحليل احتياجات واهتمامات المواطنين من خدمات الطاقة الكهربائية نتيجة آرائهم على مواقع التواصل الاجتماعي وصناعة القرارات المتعلقة بالطاقة الكهربائية بوزارة الكهرباء والطاقة المتجددة.

ثانياً: النتائج المتعلقة بالدراسة الميدانية.

من خلال الدراسة الميدانية تبين :

أ- قصور أبعاد مواقع التواصل الاجتماعي في الوزارة محل الدراسة، نتيجة إلى:

١- ضعف توجه الوزارة محل الدراسة نحو تحليل آراء المواطنين على مواقع التواصل الاجتماعي حول سياسات الطاقة الكهربائية ، ويرجع ذلك إلى :

قصور اهتمام الوزارة محل الدراسة بآراء المواطنين على مواقع التواصل الاجتماعي بوجود مشكلات في توفير الكهرباء بالمناطق سكنهم، وفي ضوء ذلك يسود الاعتقاد فيما بينهم بأن التواصل بين الوزارة والمواطنين غير مفيد لحل مشكلات الكهرباء، وأن مواقع التواصل الاجتماعي غير مؤثره الى حد كبير في تشكيل الراي العام في قضايا الكهرباء والطاقة، وعدم تحسن جودة الخدمة الكهربائية على مدار السنوات المقبلة، وقد اتجهت آراء عينة الدراسة بوجود حاجة ماسة لزيادة الاستثمارات في قطاع الكهرباء.

٢- قصور استقصاء سلوكيات وعادات المواطنين المتعلقة باستهلاك الطاقة نتيجة آرائهم على مواقع التواصل الاجتماعي ، ويرجع ذلك نتيجة إلى :

ضعف وجود وعي كامل لدى المواطنين بأهمية توفير الطاقة واستخدامها بشكل فعال، وقصور اعتمادهم على استخدام الطاقة المتجددة في المنازل أكثر من الطاقة التقليدية، بالإضافة إلى عدم اهتمامهم بالمشاركة في المبادرات المهمة بتوفير الطاقة والحفاظ على البيئة، وضعف باستخدامهم لتقنيات التحكم الذاتي في منازلهم لتحسين كفاءة استهلاك الطاقة.

٣- ضعف تحليل احتياجات واهتمامات المواطنين من خدمات الطاقة الكهربائية نتيجة آراءهم على مواقع التواصل الاجتماعي ، والتي تتمثل في :

وجود قصور لدى الوزارة في مواكبة التقنيات الحديثة في مجالات انتاج وتوزيع الكهرباء، أو قيامها بالصيانة الدورية للتقنيات المستخدمة في محطات توليد الطاقة الكهربائية، ووجود نقص في الكوادر البشرية المؤهلة في اصلاح اعطال الكهرباء فور حدوثها، وقد أشارت آراء عينة الدراسة إلى أن تبني الوزارة للتقنيات الحديثة في مجالات العمل المختلفة لم يساعد على كفاءة توليد الطاقة.

ب- قصور صناعة القرار في الوزارة محل الدراسة، وذلك نتيجة إلى:

عدم اسهام آراء المواطنين على مواقع التواصل الاجتماعي في صناعة قرارات وزارة الكهرباء في مجال الطاقة، حيث لم تؤثر تلك المواقع على اصحاب القرار في الوزارة، أو اتجاهاتها لاتخاذ القرار المناسب، بالإضافة إلى أن آراء المواطنين على مواقع التواصل الاجتماعي لم تقم بتحديد مشكلات الوزارة في مجال الطاقة أو اقتراح بدائل أو معلومات كافية عنها مما يساعد على اتخاذ القرارات الملائمة لحلها.

ب- التوصيات

جدول رقم (١١) التوصيات

مدة التنفيذ	اليات التنفيذ	التوصية
لمدة عام	<p>- تحديد المواقع الاجتماعية المهمة التي يستخدمها المواطنون بشكل رئيسي للتعبير عن آرائهم بشأن سياسات الطاقة الكهربائية.</p> <p>- تحليل البيانات والاستنتاجات التي تم جمعها للوصول إلى استنتاجات مفيدة وملائمة حول القضايا المطروحة.</p> <p>- اتخاذ الإجراءات الملائمة استنادًا إلى النتائج والاستنتاجات التي تم الوصول إليها، حيث يمكن تطبيق سياسات وإجراءات مناسبة للتعامل مع آراء المواطنين والاستفادة منها في صنع القرارات المتعلقة بسياسات الطاقة الكهربائية.</p>	<p>١- الاهتمام بتحليل آراء المواطنين المتعلقة بسياسات الطاقة الكهربائية والمتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.</p>
لمدة ستة أشهر	<p>- دراسة سلوكيات المواطنين المتعلقة بسياسات الطاقة الكهربائية عن طريق استخدام الاستبيانات أو المقابلات أو البيانات المتاحة لفهم كيفية تفاعل المواطنين مع هذه السياسات ومدى تأثيرها على حياتهم اليومية.</p> <p>- تحليل العادات الموجودة لدى المواطنين وكيفية تأثيرها على سلوكهم وآرائهم بشأن سياسات الطاقة الكهربائية، عن طريق مراقبة أنماط استخدام الطاقة الكهربائية ومعرفة العوامل التي تؤثر في تغيير العادات القائمة.</p>	<p>٢- استقصاء سلوكيات وعادات المواطنين المتعلقة باستهلاك الطاقة نتيجة آرائهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي.</p>

جدول رقم (١١) التوصيات

مدة التنفيذ	اليات التنفيذ	التوصية
لمدة عام	<p>- جمع البيانات المتعلقة بالاحتياجات والاهتمامات المتعلقة بخدمات الطاقة الكهربائية من مصادر مختلفة عن طريق إجراء استبيانات ومقابلات مع المواطنين.</p> <p>- تحليل البيانات المجمعة لفهم الاحتياجات والاهتمامات الرئيسية للمواطنين المتعلقة بخدمات الطاقة الكهربائية.</p> <p>- تصميم الحلول: استنادًا إلى الاحتياجات والاهتمامات المحددة، ويمكن أن تتضمن هذه الحلول تحسين خدمات الطاقة الكهربائية المتاحة، وتوسيع خيارات الطاقة المتجددة، وتعزيز الوعي بأفضل الممارسات لتوفير الطاقة.</p> <p>- تنفيذ الحلول المصممة وفقًا للخطة المحددة.</p> <p>- التحسين المستمر: استنادًا إلى النتائج وتقييم الأداء.</p>	<p>٣- تحليل احتياجات واهتمامات المواطنين المتعلقة بخدمات الطاقة الكهربائية .</p>

المصدر: إعداد الباحث.

المراجع

المراجع المكتوبة باللغة العربية.

أ- الكتب.

- ١- السارى، عبد الكريم. (٢٠١٨). الاعلام والتسويق السياسي والانتخابي ، عمان: دار أسامة للنشر.
- ٢- حميدة، صفوت. (٢٠١٦). التحليل الاستدلالي، القاهرة: الزعيم للخدمات المكتبية.
- ٣- شحاتة، حسن. (٢٠٢٠). مداخل إلى تعليم المستقبل في الوطن العربي ، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية .
- ٤- عبد الجواد، بكر. (٢٠١٩). السياسات التعليمية وصنع القرار، الاسكندرية: دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر.

ب- الدوريات والمجلات العلمية.

- ١- عبد الرحمن، محمد. (٢٠٢١). "العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي وصناعة القرار الإداري"، مجلة الدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد ٥.
- ٢- عبد المنعم، محمد. (٢٠٢٠). " أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على مهارات التواصل والشعور بالوحدة النفسية لدى طلبة جامعة الملك فيصل"، مجلة البحث في التربية وعلم النفس، جامعة المنيا، ٢٩(١).

ج- الرسائل العلمية.

- ١- الجمل، محمد حسين . (٢٠٢٢). دور التخطيط الاستراتيجي في صنع القرارات الإدارية بالمنظمات العامة، رسالة ميدانية من وجهة نظر الإدارة العليا، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة حلوان.
- ٢- الحميضي، عبدالعزيز محمد. (٢٠٢٠). عملية صنع القرارات وعلاقتها بالرضا الوظيفي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض.
- ٣- الزهراني، نورة حسن. (٢٠١٩). شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالمسؤولية الاجتماعية لدى عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الملك عبد العزيز.
- ٤- العياشي، عبدوني. (٢٠٢٠). دور نظم المعلومات في اتخاذ القرارات ضمن متطلبات التنمية المستدامة ، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة سطيف ، الجزائر.
- ٥- القطان، منى سعود. (٢٠١٨). شبكات التواصل الاجتماعي وتنمية البيئة الاجتماعية لدى طلاب المرحلة الثانوية بدولة الكويت، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدراسات العليا للتربية، جامعة القاهرة.
- ٦- بخيت، عبدالله محمد. (٢٠١٨). دور شبكات التواصل الاجتماعي في ترسيخ قيم المواطنة من وجهة نظر الشباب الجامع العماني ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة الشرق الأوسط ، عمان .

- ٧- بدران، هدى (٢٠٢٢). متطلبات صنع القرار الفعال وأثره على فعالية القرارات الإدارية في المؤسسات الأهلية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية، غزة.
- ٨- عمر، أمل نصر الدين (٢٠١٩). تصور مقترح لتوظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التعلم القائم على المشروعات واثرة في زيادة دافعية الانجاز نحو التعلم عبر الويب، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة سطيف، الجزائر.
- ٩- عوض، زينب محمود (٢٠١٩). دور مواقع التواصل الاجتماعي في الضغط على عملية صنع القرار في وزارة التربية والتعليم، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة دمياط.
- ١٠- مبارك ، زوده (٢٠٢١). دور الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام : الثورة التونسية نموذجا ،رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة الحاج لخضر ، باتنة ، الجزائر .
- ١١- محمد، منيه ابراهيم (٢٠١٩). اعتماد الشباب الجامعي المصري على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار: دراسة تطبيقية على موقعي فيس بوك وتويتر ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة .

المراجع المكتوبة باللغة الإنجليزية.

A-Books:

- 1- Steve, W. (2022). Understanding and Improving Critical Thinking and Problem-Solving Skills, New Delhi: **Sage Publications**, Inc.

B-Periodicals and Scientific Journals:

- 1- Baker,Enhancing (2021). Group Decision Making An Exercise To reduce Shared information Bias", **Journal of Management Education**, Thousand Oaks, Vol. 34, iss.2.
- 2- Williams, Christopher and Van Triest. (2020). "The Impact of Corporate and National Culture and Decentralization in Multinational Corporation", **Journal of International Business Reviewed**, vol. 18.

c) Dissertations Studies:

- 1- Al-Khaddam, Hamza Khalil. (2022). **Impact of Social Networks on Interpersonal Communication of the Student Facebook as a Model**, PHD thesis, University College Irbid Girls, Jordan.