

التأثيرات السلبية المحتملة من متابعة وسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر بعض موظفي جامعة جازان.

إعداد

د. أحمد صاوي خالد علي

جامعة جازان

المستخلص:

هدف البحث الحالي إلى دراسة التأثيرات السلبية المحتملة من متابعة وسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر بعض موظفي جامعة جازان، ولتحقيق أسئلة (فرضيات) البحث أعدت استبانة من (٢٠) عبارة، تم توزيعها على عدد (٢٠٠) موظف من منسوبي جامعة جازان، خلال الفصل الدراسي الثاني من العام الأكاديمي ٢٠٢٢-٢٠٢٣ م واستخدم المنهج الوصفي المسحي نظراً لملائمته أغراض البحث، وتم التأكد من صدق الأداة وثباتها، وقد استخدم الباحث برنامج (SPSS) لمعالجة البيانات، وذلك باستخدام المعالجات الإحصائية الآتية: النسب المئوية والمتوسطات الحسابية، تحليل التباين الأحادي، معامل ارتباط كرونباخ ألفا، التمثيل البياني، وتوصلت البحث إلى وجود علاقة ارتباطية إيجابية مقدارها (٠.٩١) بين الجوانب السلبية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي مع الأداء الوظيفي لدى موظفي جامعة جازان (أفراد العينة)، كما حددت النتائج أهم (٥) جوانب سلبية لاتجاهات الموظفين في جامعة جازان نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي خلال أوقات العمل، كما وضعت البحث توصيات لدعم وتعزيز الجوانب الإيجابية لاتجاهات الموظفين في الأجهزة الحكومية نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي خلال أوقات العمل، وتوصيات لمعالجة الجوانب السلبية لاتجاهات الموظفين في جامعة جازان نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي خلال أوقات العمل. وقد توصل البحث إلى النتائج التالية:

- إن لمتابعة وسائل التواصل الاجتماعي تأثيراً سلبياً على الأداء الوظيفي لموظفي جامعة جازان.
- لبعض وسائل التواصل الاجتماعي تأثيراً إيجابياً بالإضافة للتأثير السلبي.
- لبعض وسائل التواصل الاجتماعي تأثيراً سلبياً على صحة الموظف الجسمية.
- لمتابعة وسائل التواصل الاجتماعي تأثيراً سلبياً على سرعة إنجاز المهام.
-

الكلمات المفتاحية: التواصل الاجتماعي – الأداء الوظيفي – إنجاز المهام.

المقدمة:

تعد ثورة الاتصالات، سبباً رئيساً في استخدام الكثير من أفراد المجتمع وسائل التواصل الاجتماعي بمختلف أنواعها على نطاق واسع في كل دول العالم وفي جميع الأوقات، ومن هذه الوسائل؛ يوتيوب (YouTube) وتويتر (Twitter) وانستقرام (Instagram) وفيس بوك (Facebook) وسناب شات (Snapchat) وواتساب (WhatsApp)، وغيرها، ولما لهذه الوسائل من سلبيات في الاستخدام بوجه عام وفي بيئة العمل بوجه خاص وأثرها على الأداء الوظيفي لموظفي جامعة جازان، فإن استخدامها من قبل الموظفين في بيئة العمل له آثار سلبية على الأداء الوظيفي عندما يتم استخدامها في غير موضعها إضاعة للوقت والانشغال بها عن أداء المهام الوظيفية.

مشكلة البحث:

يمكن صياغة مشكلة البحث في السؤال الرئيس التالي:

هل يوجد أثر لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي سلباً على الأداء الوظيفي من وجهة نظر موظفي جامعة جازان بالمملكة العربية السعودية؟ ويتفرع عن هذا السؤال أسئلة البحث التالية:

١. هل يوجد أثر للجوانب السلبية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء الوظيفي لدى موظفي جامعة جازان؟
٢. هل يوجد أثر للجوانب السلبية والأداء والوظيفي لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي من حيث نوع برامج وسائل التواصل الاجتماعي لدى موظفي جامعة جازان؟
٣. هل يوجد أثر لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على مدى إنجاز المهام لدى موظفي جامعة جازان؟
٤. ما التصور المقترح للحد من الآثار السلبية لوسائل التواصل الاجتماعي على موظفي جامعة جازان؟

أهداف البحث:

- معرفة أهم الجوانب السلبية لاتجاهات الموظفين في جامعة جازان نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي خلال أوقات العمل.
- تقييم الأثر للجوانب السلبية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء الوظيفي لدى موظفي جامعة جازان.
- معرفة أهم برامج التواصل الاجتماعي التي يستخدمها موظفي جامعة جازان.
- التوصل إلى توصيات تدعم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مكان العمل بشكل إيجابي.
- التوصل لتصور مقترح للحد من الآثار السلبية لوسائل التواصل الاجتماعي على موظفي جامعة جازان

فرضيات البحث:

الفرضية الأولى:

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى (٠.٠٥) للجوانب السلبية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء الوظيفي لموظفي جامعة جازان بالمملكة العربية السعودية.

الفرضية الثانية:

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى (٠.٠٥) حول الجوانب السلبية والأداء الوظيفي وفقاً لنوع برامج وسائل التواصل الاجتماعي (يوتيوب-تويتر-الانستقرام-فيس بوك، سناب شات، واتساب) لموظفي جامعة جازان بالمملكة العربية السعودية.

الفرضية الثالثة:

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى (٠.٠٥) للجوانب السلبية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على إنجاز المهام لموظفي جامعة جازان بالمملكة العربية السعودية.

الفرضية الرابعة:

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى (٠.٠٥) للتصور المقترح للحد من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء الوظيفي وإنجاز المهام لموظفي جامعة جازان بالمملكة العربية السعودية.

نموذج البحث:

المتغيرات التابعة	المتغير المستقل
الأداء الوظيفي	الآثار السلبية
إنجاز المهام	

نطاق وحدود البحث:

للبحث حدود موضوعية وزمنية ومكانية وبشرية:

- الحدود الموضوعية: التأثيرات السلبية لوسائل التواصل الاجتماعي على موظفي جامعة جازان من حيث الأداء الوظيفي ونسبة إنجاز المهام
 - الحدود الزمنية (الفصل الدراسي الثاني من العام الأكاديمي (٢٠٢٢-٢٠٢٣م))
 - الحدود المكانية والبشرية (مجتمع موظفي جامعة جازان بالمملكة العربية السعودية)
- قام الباحث بتحديد التعريف الإجرائي لمتغيرات البحث المستقلة والتابعة على النحو التالي:
الآثار السلبية

هي النتائج التي تؤثر سلباً على الأداء الوظيفي بسبب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مكان العمل. وقد تم قياس هذا المتغير بالعبارات (من ١ - ١٥) في أداة البحث والتي تم تطويرها لقياس متغيرات البحث.

الأداء الوظيفي

هو تنفيذ الموظف أو مجموعة من الموظفين لأعمالهم ومسؤولياتهم وواجباتهم الوظيفية التي تم تكليفهم بها بهدف تحقيق رسالة وأهداف المنظمة التي يعملوا بها خلال ساعات العمل الرسمي وبناء على الوقت المحدد للإنجاز، وقد تم قياس هذا المتغير بالعبارات (من ١٦ - ٢٠) في أداة البحث والتي تم تطويرها لقياس متغيرات البحث

إنجاز المهام

هو تحقيق الموظف للمهام التي توكل إليه يومياً أو أسبوعياً أو شهرياً أو سنوياً على أكمل وجه دون تأجيلها أو بعضها لأي سبب كان.

وسائل التواصل الاجتماعي:

هي تطبيقات إلكترونية على شبكة الانترنت تتيح لمستخدميها المشاركة مع أفراد أو جماعات آخرين بمحتوى مقروء أو مرئي أو مسموع وإرساله من خلال تلك التطبيقات إلى الأفراد أو الجماعات والتواصل المستمر معهم، وتشمل:

يوتيوب (YouTube)

موقع إلكتروني يسمح للمستخدمين بتحميل وتنزيل مقاطع الفيديو مجاناً ومشاهدتها عبر البث الحي ومشاركتها والتعليق عليها وغير ذلك، وقد تم تأسيسه في ١٣ فبراير عام ٢٠٠٥م.

تويتر (Twitter)

يقدم خدمة التدوين المصغر والتي تسمح لمستخدميه بإرسال «تغريدات» من شأنها الحصول على إعادة تغريد أو / وإعجاب المغردين الآخرين، تم تأسيسه في شهر مارس عام ٢٠٠٦م.

انستغرام (Instagram)

تطبيق مجاني لتبادل الصور وشبكة اجتماعية أيضاً، ويتيح للمستخدمين التقاط صورة وإضافة فلتير رقمي إليها ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية وشبكة إنستغرام نفسها.

الفيسبوك (Facebook)

المستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وقام زوكربيرغ بتأسيس موقع "الفيسبوك" في ٤ يناير من عام ٢٠٠٥م.

سناپ شات (Snapchat)

هو تطبيق تواصل اجتماعي لتسجيل وبث ومشاركة الرسائل المصورة وضعها إيفان شبيغل وروبرت مورفي، وعن طريق التطبيق، يمكن للمستخدمين التقاط الصور، وتسجيل الفيديوهات، وإضافة نص ورسومات وأطلق في شهر أيلول من عام ٢٠١١م.

الواتساب (WhatsApp)

هو تطبيق تراسل فوري متعدد المنصات للهواتف الذكية، ويمكن للمستخدمين إرسال الصور والرسائل الصوتية والفيديو والوسائط. تم تأسيسه في عام ٢٠٠٩م.

أهمية البحث:

تكمن أهمية هذا البحث في إلقاء الضوء على:

- الآثار السلبية لوسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالأداء الوظيفي ومدى إنجاز المهام الوظيفية للموظفين بجامعة جازان.
- التزايد المضطرد في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي مما قد يضر بمصلحة العمل والانجاز.
- المساهمة في توضيح المشكلة والتصور المقترح للمساهمة في حلها جزئياً أو كلياً.

الإطار النظري للبحث:

تُعرّف وسائل التواصل الاجتماعي بالإنجليزية (Social Media): بأنها التطبيقات والمواقع الإلكترونية التي تُستخدم للتواصل مع الآخرين، ونشر المعلومات عبر شبكة الإنترنت العالمية من خلال أجهزة الكمبيوتر أو الهواتف المحمولة، كما تُشير وسائل التواصل الاجتماعي أيضاً إلى أية أداة اتصال عبر الإنترنت تسمح للمستخدمين بمشاركة المحتوى ونشره عبر نطاق واسع، ومن الجدير بالذكر أنّ محتوى وسائل التواصل الاجتماعي يتم إنشاؤه من قبل عدد كبير من المستخدمين يصل إلى بضعة ملايين، وذلك على عكس المحتوى الذي يتوافر عبر وسائل التواصل التقليدية والذي يتم إنشاؤه من قبل بضعة أشخاص فقط.

كما تُعرّف وسائل التواصل الاجتماعي أيضاً على أنها خدمة (خدمات) ويب تسمح للأفراد بإنشاء ملف تعريف عام أو شبه عام ضمن نظام ذي حدود محددة، مع توضيح قائمة بالمشاركين الآخرين في النظام الذين يتواصلون معهم، وإمكانية عرض واستكشاف تلك القوائم (2008). (Boyd) وعرفها دليل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الجهات الحكومية لحكومة أبوظبي (٢٠١٥م) بأنها "تطبيقات شبكة الانترنت التي تشير إلى منصة متعددة للمستخدمين لإنشاء ومشاركة محتوى يمكن أن يكون على شكل نص مقروء أو مسموع أو مرئي في مجتمع افتراضي" (حكومة أبوظبي، ٢٠١٥م).

ونتيجة للتعريفات السابقة يمكن للباحث تعريف وسائل التواصل الاجتماعي لهذا البحث إجرائياً على أنها "مواقع وتطبيقات إلكترونية على شبكة الانترنت تتيح لمستخدميها مشاركة محتوى مقروء أو مرئي أو مسموع مع أفراد أو جماعات آخرين وإرساله من خلال تلك التطبيقات إليهم والتواصل المستمر معهم".

وفيما يتعلق بالآثار الإيجابية والسلبية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي أشارت دراسة (Ferreira, 2009) إلى أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مكان العمل تحفز الأفراد على التعاون وتبادل المعرفة، وأكد على أهمية توجيه استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لضمان تحقيق أقصى قدر من النتائج الإيجابية كما أن هناك بعض المخاطر التي يتعرض لها الموظفون إذا ما تركوا يستخدموا تلك الوسائل بناء على رغباتهم. ومن الأمثلة لتلك المخاطر؛ عرض النطاق الترددي واستهلاك التخزين والمسؤولية القانونية المحتملة، والتعرض للبرامج الضارة، وانخفاض الإنتاجية، والكشف عن المعلومات الشخصية وخطر تسريب أسرار الشركات والمنظمات. وأكد (Mumene & Nyarubo, 2013) على وجود علاقة إيجابية وسلبية بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ونتاجية العاملين، فيما يتعلق بالعلاقة السلبية فإن الموظفين يقضون معظم وقتهم للتواصل الشخصي، أما العلاقة الإيجابية فإن الموظفين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي للبحث والاطلاع على معلومات عامة، كما أن الموظفين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي في مكان العمل في أنشطة تخص العمل وكذلك في أنشطة لا تخص العمل. وعن أسباب استخدام الموظف وسائل التواصل الاجتماعي في مكان العمل، فإن الأسباب تتعلق بالعمل وغير العمل.

. وشملت الأسباب البقاء على اتصال مع الأصدقاء، لإنشاء شبكات شخصية للبحث عن المعلومات المتعلقة بالعمل، ومشاركة المعلومات مع الزملاء، وبناء علاقات العمل وأوضح (Siddiqui & Singh, 2016) أن الآثار الإيجابية والسلبية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على منظمات الأعمال، حيث ذكر من الآثار الإيجابية على بأنها؛ تساعد منظمات الأعمال على فهم المستفيدين من خدماتها أو منتجاتها وما الذي ومعرفة ميولهم تجاهها وعلى تسويق منتجاتها وخدماتها، وعلى استقطاب عملاء جدد من خلال تقديم خدمات ومرافق مفيدة وعلى تعزيز مكانة منظمات الأعمال في السوق بين منافسيها، وأخيراً، تساعد على التوعية بمنتجات منظمات الأعمال والوصول إليها بتكلفة منخفضة. في فيما يتعلق بالآثار السلبية، أشار إلى منها؛ قد تؤدي التعليقات السلبية على منتجات وخدمات منظمات الأعمال إلى فشل تلك المنظمات، وكذلك الاستراتيجية الخاطئة لاستخدام منظمات الأعمال لوسائل التواصل الاجتماعي تؤدي إلى آثار سلبية مدمرة للمنظمات، كما أنها مضيعة للوقت لمنظمات الأعمال، لذا يجب تحديد شخص لدعم صفحات المنظمة على وسائل التواصل الاجتماعي بمواد إيجابية عن المنظمة، كما أن المنظمات تواجه صعوبة في قياس نتائج الإعلان في وسائل التواصل الاجتماعي.

ومن خلال عدد من الدراسات، لخص (Mohamad & others, 2017) الآثار الإيجابية والسلبية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على إنتاجية الموظفين في مكان العمل وذكر أن من الآثار الإيجابية تحديث المعلومات بسهولة، تسهيل التعاون والفرص لشركاء أو عملاء جدد للعمل، الحفاظ على علاقات جيدة بين الموظفين وصاحب العمل، وتعزيز الترابط بينهم زيادة الابتكار والتحفيز وفاعلية سير العمل بين العاملين تسهيل التفاعل الاجتماعي بين الموظفين من خلال استخدام التواصل الاجتماعي، تطوير قيم المنفعة والمتعة في العمل، تبادل المعرفة وتسهيل الحصول عليها من خلال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لرفع إنتاجية العمل، تعتبر قناة اتصال فعالة لشبكة الأعمال، تعزز التسويق وعلاقات العملاء. أما فيما يتعلق بالآثار السلبية فشملت؛ عدم القدرة على السيطرة على تحديث المعلومات ممكن يؤدي إلى آثار سلبية على المنظمة، انتقال عدوى البرمجيات الضارة والفيروسات والبريد المزعج ممكن أن يؤثر على هوية المنظمة تقلل من مستوى الابتكار والتحفيز التأثير النفسي السلبي على الموظفين نتيجة الضغوط التكنولوجية، فقدان الثقة في المعلومات في المنظمة، الاستخدام السلبي للتقنية واحداث مشكلات للمسؤولين عنها الإضرار بسمعة المنظمة، وأخيراً، الخسارة في الدخل نتيجة مضيعة وقت العمل.

ويمكن سرد الآثار السلبية لوسائل التواصل الاجتماعي في التالي:
تُوضّح النقاط الآتية أهم الآثار السلبية التي تعود على المجتمع نتيجةً لسوء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

الحدّ من التواصل المباشر

تحدّ وسائل التواصل الاجتماعي من التواصل وجهاً لوجه بين أفراد المجتمع، حيث تُجرى العديد من الاتصالات عبر هذه الوسائل من خلال مُحادثات كتابية عبر لوحة مفاتيح الكمبيوتر أو الهاتف المحمول، وهذا الأمر من شأنه التأثير على مهارات التواصل الحقيقي مع الآخرين سلباً والحدّ منها.

صعوبة إيصال المشاعر

تحدّ وسائل التواصل الاجتماعي من القدرة على التواصل العاطفي بين أفراد المجتمع، حيث يقتصر الأمر خلالها بإرسال الرموز التعبيرية للتعبير عن الحزن أو السعادة، ولكن هذه الرموز التي يتم استخدامها لا تُفسّر بالضرورة حقيقة مشاعر صاحبها، ويؤثر هذا الأمر على العلاقات بين الأفراد.

التسبب بالكسل

تُعدّ وسائل التواصل الاجتماعي أحياناً سبباً في شعور أفراد المجتمع بالكسل، حيث يُعدّ الاستخدام المريح الذي تُوفّره هذه الوسائل في سبيل التواصل مع الآخرين أسهل من عناء الذهاب إليهم ومُقابلتهم بشكل شخصي على سبيل المثال، الأمر الذي يخلق نوعاً من الخمول والكسل لدى الشخص.

التأثير على العلاقات الأسرية

يظهر أثر وسائل التواصل الاجتماعي في تفكك الأسرة والمجتمع، فوسائل التواصل الاجتماعي دور في انشغال أفراد العائلة الواحدة عن بعضهم؛ وذلك لأنّ كلّ واحدٍ منهم يقضي ساعاتٍ طويلة في استخدام تلك المواقع بدلاً من التواصل مع باقي أفراد عائلته وتعزيز علاقاته معهم.

نشر الإشاعات والأخبار الكاذبة

يُمكن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من قِبَل بعض الأشخاص بهدف نشر الإشاعات بين أفراد المجتمع وتضليلهم بالأخبار الكاذبة.

انتهاك الخصوصية

تُعدّ وسائل التواصل الاجتماعي أحياناً سبباً في العديد من المشكلات التي يواجهها المستخدم نتيجة انتهاك خصوصيته عبر تلك المواقع، سواء من خلال الوصول إلى المُحتوى الشخصي الخاص به عبر تلك الوسائل، أو من خلال معرفة الموقع الجغرافي الحالي له.

التأثير سلباً على صحة أفراد المجتمع

لوسائل التواصل الاجتماعي دور كبير في التأثير سلباً على صحة مُستخدميها، وخاصةً فيما يتعلّق بعدم حصولهم على قسطٍ كافٍ من النوم.

التنمر الإلكتروني

تُعدّ وسائل التواصل الاجتماعي أحياناً أداة يُساء استخدامها ضد أطفال المُجتمع حيث تُعرّضهم للتنمر الإلكتروني، ومن شأن هذا الأمر التأثير على الأطفال وصحتهم النفسية؛ حيث يُمكن أن يتسبب بإصابتهم بالاكتئاب والقلق.

تنمية بعض العادات السيئة

تتسبب وسائل التواصل الاجتماعي أحياناً بخلق عادات سيئة لأفراد المُجتمع؛ كإهمال بعضهم البعض أثناء التحدث، أو التشتت أثناء القيادة، فضلاً عن أنّ الاستخدام المُستمر لتلك المواقع قد يدفع الأفراد إلى تأجيل مهامهم.

قد تؤدي إلى زيادة الرهاب الاجتماعي

يؤدي الاستخدام المفرط لوسائل التواصل الاجتماعي إلى زيادة الشعور بالوحدة والعزلة وبالتالي الإصابة بالرهاب الاجتماعي، فمن المُمكن أن تُفقد الإنسان ثقته في نفسه، ومظهره، وما يملك، وتمنعه من المشاركة في المناسبات الاجتماعية، والتعامل مع الأشخاص من حوله بشكل مباشر، الأمر الذي يسبب له العديد من المشاكل النفسية والصحية عند تعرضه لمثل تلك المواقف.

وسائل التواصل الاجتماعي والإنتاجية في العمل.

قامت مجله التنمية الإدارية التابعة لمعهد الإدارة العامة بتحقيق أجرته مع عدد من المسؤولين والأكاديميين عن علاقته ووسائل التواصل الاجتماعي بإنتاجية العمل وخلصت الى أن شبكات التواصل الاجتماعي هي تقنيات تقدم خدمات جليلة شريطة أن تستخدم بحكمة وألا تصل الى مرحلة ادمان استخدام تلك التقنيات، حيث تعمل هذه الشبكات على تسهيل التعرف على أدق التفاصيل عن أي مجتمع وبالمقابل نجد سلبيات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي أثناء وقت الدوام الرسمي في هدر الوقت الذي يقضيه الموظف في استخدام تويتر ويوتيوب وغيرها من وسائل التواصل مما يخل بالخدمات المقدمة للعملاء أو المراجعين. كما يؤدي الى انخفاض مستوى الرضا عنه لدى رؤسائه في العمل إضافة الى الاثار السلبية على صحة الموظفين والتي تتمثل في الأرق وقله النوم والعزلة؛ لذا فإننا نحتاج الى مزيد من التوعية والتنقيف لكافة أطراف المجتمع بدءاً من المدرسة والبيت والجامعة و مقر العمل لإيضاح الاخطاء المحتملة في حالة التجاوز في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي عن الحد المقبول الذي يؤثر على أداء الموظف والطالب و متلقي الخدمة وقد يكون لتحديد حجم العمل الذي يجب أن يقوم الموظف بإنجازه يوميا قبل نهاية الدوام تأثيرا ايجابيا بعدم استخدامه لوسائل التواصل الاجتماعي على أدائه لمهام وظيفته.

الدراسات السابقة:

أكدت دراسة سيد الحربي (٢٠٢٢) أن لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي أثناء الدوام الرسمي أثر كبير على إنتاجية العمل من وجهة نظر الموظفين بقطاع الأعمال بشركة الاتصالات السعودية في البحث التي بعنوان أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي أثناء الدوام الرسمي على إنتاجية العمل من وجهة نظر الموظفين دراسة ميدانية على موظفي قطاع الأعمال بشركة الاتصالات السعودية.

وأشارت دراسة عامر الشهري (٢٠٢١) إلى أثر وسائل التواصل الاجتماعي على التفاعل الاجتماعي بين أفراد المجتمع، وذلك في البحث الميدانية التي طبقت على مجموعة من الشباب السعودي تحت عنوان " وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على التفاعل الاجتماعي بين أفراد المجتمع دراسة ميدانية مطبقة على مجموعة من الشباب الجامعي" والتي خلصت أهم نتائجها في أن أكثر من نصف عينة البحث يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي يومياً لأقل من ساعة.

وإضافة إلى ذلك، أشارت دراسة عادل العريفي (٢٠٢١) التي هدفت إلى بحث واستكشاف تأثير الاستخدام المكثف لوسائل التواصل الاجتماعي على مستوى الاكتئاب والإحباط لدى أفراد المجتمع السعودي وقد اعتمدت تلك البحث منهجية البحوث الكمية من خلال استخدام نتائج استبانة تم جمعها من خلال ٦٢٦ مستخدماً من أجل معرفة الكيفية التي يؤثر من خلالها سلوك الاستخدام المكثف لوسائل التواصل الاجتماعي على مستوى الاكتئاب والإحباط لدى أفراد المجتمع السعودي.

كما جاءت نتائج دراسة محمد الحربي (٢٠١٩) مؤكدة على وجود تأثير لوسائل التواصل الاجتماعي على تشكيل الاتجاهات الفكرية لدى طلاب الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة من وجهة نظرهم وظهر ذلك من خلال النسبة التي وصلت إلى (٣١,٥%) من عينة طلاب الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة يوافقون على وجود تأثير لوسائل التواصل الاجتماعي على تشكيل اتجاهاتهم الفكرية.

وهدفت دراسة (Arora, 2017) بعنوان "مواقع وسائل التواصل الاجتماعي مقابل أداء الموظف" إلى معرفة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على أداء الموظف. وشملت عينة البحث (١٢٥) من العاملين، وأشارت البحث إلى تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مكان العمل، حيث أن نصف أفراد العينة لم يتفق مع معظم الآثار السلبية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على معايير أداء الموظف المهارات، والمعرفة، والإنتاجية)، وظهرت النتائج بأن أفراد العينة متفقين على الآثار الإيجابية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي أثناء العمل، حيث جاءت النتائج على سبيل المثال، تحسن في مهارات العمل (٤٧)، ومعرفة الموظف عن لواجباته ومهامه (٤٧)، وكذلك الإنتاجية (٤٨).

وفي مقالة (الناصر، ٢٠١٧) حول التواصل الاجتماعي في العمل والآثار المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مكان العمل في المملكة العربية السعودية، ذكر أن من القضايا الشائعة عن استخدام وسائل التواصل في مكان العمل والتي تشمل الفحص عبر الإنترنت عن المتقدمين للعمل والتعرف على شخصياتهم من خلال ما ينشرونه في مواقعهم، وكذلك مراقبة نشاط الموظفين على مواقع التواصل الاجتماعي وذلك من خلال حضور استخدام الأنترنت في مكان العمل أو مراقبة النشاط على وسائل التواصل الاجتماعي، والمنشورات غير المناسبة عن العمل أو قيادات العمل أو المؤسسة وانشطتها. وتشمل أيضاً الحياة الشخصية مقابل الحياة المهنية وهي الفصل في مواقع التواصل الاجتماعي بين الحسابات المهنية والتي تخص العمل وبين الحسابات الشخصية والتي تخص الفرد ذاته، وأخيراً قضية التعليق بعد انتهاء الخدمة من قبل صاحب العمل للموظف الذي انتهت خدمته على أن تكون تلك التعليقات غير محددة وتعتبر إشارات محايدة.

وفي دراسة (2017 Hanna) حول التأثير الإيجابي لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل، الرضا الوظيفي، الاتصال الوظيفي واستخدام الفيسبوك بين زملاء العمل، هدفت البحث إلى بحث ما إذا كان التواصل الإيجابي موجود بين زملاء العمل الذين يستخدمون الفيسبوك للتواصل فيما بينهم. وشملت العينة (٧٠) موظفا في شركتين للتقنية ألفتة في شمال كاليفورنيا في أمريكا، حيث أظهرت النتائج أن الرضا الوظيفي له ارتباط إيجابي باستخدام الفيسبوك بين زملاء العمل، وأن الشعور بالإحساس بالانتماء لدى الموظفين الذين امضوا معظم الوقت في التفاعل مع الفيسبوك مع زملائهم في العمل أكثر من المجموعة التي قضت أقل وقت في ذلك. كما أن التواصل بين الموظفين أنفسهم من خلال الفيسبوك جعل بينهم أشياء مشتركة غير العمل. وبناء على ذلك فإن البحث أشارت إلى أن الشركات يمكن أن تبدأ في استكشاف الفوائد الإيجابية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مكان العمل.

وجاءت دراسة (٢٠١٧ Dodokh) عن أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء المنظمي: دراسة ميدانية على شركات منتجات البحر الميت في الأردن" والتي هدفت إلى التعرف على تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء المنظمي، وشملت عينة البحث (١٦٩) من المدراء والمشرفين الموظفين في عشرين شركة لمنتجات البحر الميت في الأردن وأظهرت نتائج البحث بأنه يوجد أثر إيجابي ومباشر وقوي ذو دلالة إحصائية في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء المنظمي في تلك الشركات، كما أشارت النتائج إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتكيف السريع مع منتجات الشركات وكذلك مع نوع الشركة.

وفي دراسة ٢٠١٦، Haddad، عن استكشاف تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على عمل "الموظف" وهدفت البحث إلى معرفة العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وعمل الموظفين في شركات متعددة الجنسيات في أمريكا الشمالية. وشملت عينة البحث (١٦٩٤) موظفا، وأشارت النتائج إلى وجود اختلافات في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وعمل الموظفين من قبل قسم الأعمال والنطاقات المهنية. وأظهرت النتائج أنه كلما زاد الاستخدام الذاتي لوسائل التواصل الاجتماعي، زادت مستويات المشاركة الذاتية للموظفين. كما أشارت نتائج البحث إلى أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يرتبط بمستوى عمل الموظفين. كما يرتبط استخدام وسائل التواصل الاجتماعي مع مستوى الكفاءات، والتواصل والاستعداد للتغيير.

أما دراسة (٢٠١٦، Kishokumar) عن "تأثير" وسائل التواصل الاجتماعي في مكان العمل على الأداء الوظيفي الفردي: بالتطبيق على القطاع المالي في مقاطعة باتيكالوا"، حيث هدفت البحث إلى معرفة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على أداء الموظفين في مكان العمل. كما هدفت إلى تقييم العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي وأداء الموظفين، وما إذا كان وسائل التواصل الاجتماعي قادرة على زيادة مستويات إنتاجية الموظف ورضاه. وشملت عينة البحث (٢٦٠) موظف. وأظهرت النتائج أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مكان العمل ساعد الموظفين على تحسين أدائهم. كما أشارت البحث إلى وجود علاقة إيجابية معتدلة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والأداء الوظيفي للقطاع المالي في مقاطعة باتيكالوا. وتوصلت البحث إلى أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية لتأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي عند مستوى دلالة (٠.٠٠١) على الأداء الوظيفي.

أما دراسة (٢٠١٦، Carlson) حول كيفية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مكان العمل: دراسة التأثير المزدوج، حيث هدفت إلى التعرف على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مكان العمل، وكذلك معرفة تأثيرها بشكل متزامن على كل من السلوكيات الإيجابية والسلوكيات غير المنتجة في العمل، وشملت العينة (٢٢٠) فردا، وأظهرت النتائج أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ساهم في السلوكيات الموجه نحو المهام وكذلك لبناء العلاقات، كما

أظهرت النتائج أيضا عن وجود سلوكيات غير منتجة، واختتمت البحث بأن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت جزء من الحياة التنظيمية وأنها في تزايد مستمر، ولا بد من ان نفهم كيف تستخدم هذه المنظمات وسائل التواصل الاجتماعي لتكون مفيدة لاستخدام الأفراد والمجموعات و فرق العمل وكذلك الانتاجية في مكان العمل.

وفي دراسة (Yeshambel، ٢٠١٦) عن تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على انتاجية الموظفين في مكان العمل في جامعة قنذار / اثيوبيا: حالة دراسية، حيث هدفت البحث إلى معرفة مدى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من قبل الموظفين وتأثيرها على انتاجيتهم، وتم اختبار عينة عشوائية من الذين لديهم شبكة انترنت في مكان العمل، وأوضحت النتائج أن هناك علاقة سلبية وإيجابية بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وانتاجية الموظف، وأوضحت البحث أن العلاقة السلبية أقوى من العلاقة الإيجابية، وأن (٦٧.٠٤%) من الموظفين يقضون معظم الوقت على وسائل التواصل الاجتماعي في الشبكات الشخصية، وأن (٨٦) من الموظفين يستخدمون ساعات العمل لزيارة وسائل التواصل الاجتماعي على الانترنت، كما أن العلاقة الإيجابية هو استخدام تلك الوسائل لطلب وعرض المعلومات المتعلقة بالعمل، وان الموظفين يستخدموا وسائل التواصل الاجتماعي للعمل وغير العمل

وجاءت دراسة (Giannakos، ٢٠١٤) حول "استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل مضيعة لوقتك أم تحسين لإدائك؟" وهدفت البحث إلى التعرف على ما إذا كان الموظفون يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي لأغراض العمل، وما هي القيم التي تزيد من هذا الاستخدام، وما إذا كان هذا الاستخدام مرتبطا بأدائهم، وما تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على العمل. حيث شملت عينة البحث (١٧٩٩) موظف في شركات التأمين، وأظهرت النتائج أنه في حالة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للعمل، فإن الموظفين يستخدمونها على نطاق واسع بغض النظر عن العمر. كما اظهرت النتائج أن كل من القيم النفعية والترفيهية تؤثر على الموظفين لاستخدام المزيد من وسائل التواصل الاجتماعي لعملهم، وأكدت البحث على أن هناك علاقة مهمة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وأداء الموظفين. وبعبارة أخرى فإن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ليس فقط مضيعة للوقت بل أيضا له تأثير إيجابي على أداء الموظفين في شركات التأمين.

وفي دراسة (Ashraf، ٢٠١٤) حيث هدفت إلى معرفة تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على أداء الموظفين في البنوك الباكستانية، حيث أوضحت البحث أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت جزء لا يتجزأ من حياة كل فرد وأن لها تأثير قوى على أداء موظفي تلك البنوك، كما أشارت النتائج إلى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي تساهم في تعلم المهارات والحصول على المعارف كما يساهم في زيادة الانتاجية ورفع مستوى التحفيز للعاملين في تلك البنوك، وأن الأبعاد الأربعة تعلم المهارات، والحصول على المعارف، والانتاجية والتحفيز) تتأثر باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، ويساهم هذا التأثير في أداء الموظفين بشكل إيجابي. وأوصت البحث بتدريب الموظفين بناء على سلوكيات الموظفين في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل كاستخدام صفحة عن التدريب في الفيس بوك، وكذلك استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للتواصل مع الموظفين وطرح الفرص التطويرية والمعارف التي تهم العمل في تلك البنوك.

وفي دراسة أجراها عطية (٢٠١٢) عن "أثر استخدام تقنية المعلومات على الأداء الوظيفي للعاملين في الأجهزة الحكومية المحلية: دراسة ميدانية على جامعة ورقلة بالجزائر" والتي هدفت إلى التعرف على مدى هذا التأثير على الأداء، حيث شملت البحث (٦١) موظف وموظفة في جامعة ورقلة، وأشارت النتائج إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام تقنية المعلومات والأداء الوظيفي للعاملين، كما أظهرت النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام تقنية

المعلومات و (حجم الأداء نوعية الأداء، كفاءة الأداء، تبسيط العمل)، إلا أن النتائج أظهرت عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام تقنية المعلومات وسرعة الإنجاز وكذلك عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية نحو أثر استخدام تقنية المعلومات على الأداء الوظيفي تعزي للمتغيرات الجنس المستوى التعليمي)، إلا أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية نحو أثر استخدام تقنية المعلومات على الأداء الوظيفي تعزي للمتغيرات السن الأقدمية المهنية الفئة الوظيفية .

في دراسة قام بها (Benjamen، ٢٠١٢) بعنوان "تحليل المفاهيم لوسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على إنتاجية الموظف"، وشملت أهداف البحث على؛ بحث في أهمية التقنية مثل وسائل التواصل الاجتماعي وإنتاجية الموظف في مكان العمل ؛ ومعرفة الإيجابيات والسلبيات لمواقع التواصل الاجتماعي، وتقييم العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي وإنتاجية الموظفين. ومن نتائج البحث أن وسائل التواصل الاجتماعي تحفز على التعاون وتبادل المعارف بين الأفراد، والتي يمكن أن تؤدي إلى زيادة أو انخفاض الإنتاجية. وعليه يجب أن توجه تلك الوسائل بطريقة فعالة للحصول على أقصى قدر من النتائج من الموظفين، كما حذرت البحث من الاستخدام السلبي لوسائل التواصل الاجتماعي من قبل الموظف، إذا تركت دون معالجة، وتشمل المخاطر انتهاكات أمن الشبكة وتكاليف عرض النطاق الترددي، وقضايا أداء الشبكة، والمسؤولية القانونية، وتسرب المعلومات التجارية، إذا أخذ هذا بالاعتبار، فإن مواقع التواصل الاجتماعي لها آثار إيجابية على الأداء. ويهدف تحقيق أكبر قدر من الفائدة لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي داخل المنظمة، فإن على إدارة المنظمة العمل على تنفيذ السياسات والاستراتيجيات والتي تؤدي إلى زيادة فوائد استخدام هذه الوسائل بين موظفيها.

دراسة حلمي ساري (٢٠٠٥) دراسة بعنوان "ثقافة الإنترنت ودورها في التواصل الاجتماعي"، تتسم هذه البحث بتوسعها وشموليتها في المجال المعرفي فيما يخص تكنولوجيا المعلومات نظريا وتطبيقيا، فقد تناولت البحث الآثار السلبية والإيجابية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وأجريت البحث على مجموعة من الشباب القطريين بمدينة الدوحة، بلغة عينة البحث (٥٣٩) شاب وفتاة. وكانت نتائج تلك البحث أن الإقبال الشديد على مواقع التواصل الاجتماعي هو السبب الأكثر شيوعاً للعزلة النفسية والاجتماعية والذي يعد القلق والإحباط والتوتر المستمرين من أحد أهم الأعراض الخاصة بها. كما وجد الباحث أن هناك غضب وتذمر من قبل أسر الشباب والفتيات نتيجة لانعكاسهم على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتركهم للممارسة الحياة الاجتماعية الحقيقية مع ذويهم، كما توصل إلى أن هناك تزعزع في العلاقة الأسرية بين الشباب وعائلاتهم وتقصير في زيارة الأقارب والأهل من قبل الشباب.

دراسة محمد الخليفي (٢٠٠٢) حول موضوع "تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمع"، وقد قامت البحث على استعراض التأثيرات التي تحدث نتيجة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وشبكات الإنترنت على المجتمع، ومدى الاستفادة من تلك المواقع والآثار السلبية والإيجابية الواقعة على مستخدميها، وقام الباحث بالتطبيق على عينة من (٤١٢) طالبا وطالبة من كلية الهندسة، وقد توصل الباحث إلى أن هناك العديد من السلبيات الناتجة عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لفترات طويلة أنها قد تصل إلى الإدمان وهو ما يجعل تلك المواقع مسيطرة بشكل كامل على حياة الفرد بينما رصد الباحث أن هناك جانب إيجابي لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وهو تقريب المسافة بين الأفراد وخاصة من فئة الشباب والطلاب الدارسين بالجامعة ومساعدتهم في القيام بمهامهم العلمية ومحاولة التقريب بين الأفكار ووجهات النظر فيما يتعلق بالبحث.

التعقيب على الدراسات السابقة:

أشارت الدراسات السابقة إلى أهمية وسائل التواصل الاجتماعي، وكذلك التعرف على الآثار الإيجابية والسلبية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء الوظيفي. وتتفق هذه

البحث مع بعض الدراسات السابقة من حيث الهدف الرئيسي وهو التعرف على الآثار الإيجابية والسلبية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء الوظيفي، مثل دراسة Arora (٢٠١٧) ومقالة الناصر (٢٠١٧)، ودراسة Haddad، ودراسة عطية (٢٠١٢)، كما أن أغلب الدراسات السابقة استخدمت الاستبانة كما في البحث الحالية. وقد استفادت البحث الحالية من الدراسات السابقة في بناء الإطار النظري وكذلك أداة البحث. وما يميز هذه البحث عن الدراسات السابقة، أنها تختلف عنها في العينة، حيث إن عينة البحث الحالية شملت الموظفين الحكوميين الذين حضروا البرامج التدريبية في معهد الإدارة العامة بالرياض، في حين اقتصرت عينة دراسة Haddud (٢٠١٧)، على شركات منتجات البحر الميت في الأردن، وفي دراسة Ashraf كانت العينة على الموظفين في البنوك الباكستانية، ودراسة عطية (٢٠١٢)، كانت العينة على موظفين وموظفات جامعة ورقلة بالجزائر، وتختلف أسئلة البحث الحالية عن الدراسات السابقة وكذلك فرضياتها، كما تختلف هذه البحث عن الدراسات السابقة في وقت إجرائها خلال الفصل الدراسي الأول من العام ١٤٣٨ / ١٤٣٩ هـ، وكذلك مكان إجراء البحث على المتدربين في معهد الإدارة العامة في الرياض، وجاءت نتائج هذه البحث لتساعد القيادات الإدارية على التعرف على مدى الاستخدام لوسائل التواصل الاجتماعي وكيفية توظيف هذا الاستخدام لمصلحة العمل. منهجية البحث:

تبنى البحث منهج البحث الوصفي، والميداني، والتحليلي من خلال إجراء المسح المكتبي والاطلاع على الدراسات والبحوث النظرية والميدانية ومنها العربية والأجنبية التي تعرضت لموضوعات تأثيرات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء الوظيفي. ولتحقيق أهداف وتساؤلات وفرضيات البحث، نعرض في هذا الجزء؛ مجتمع وعينة البحث، وأداة البحث وقياس صدقها وثباتها، والمعالجة الإحصائية على النحو التالي: مجتمع البحث:

يتكون مجتمع البحث من بعض موظفي جامعة جازان بالمملكة العربية السعودية والبالغ عددهم (٩٠٠) موظف وموظفة، حيث مثل هؤلاء الموظفون مختلف المستويات الإدارية. عينة البحث:

كان الحد الأدنى لحجم العينة هو (٤٠٠) موظف من موظفي جامعة جازان بالمملكة العربية السعودية لتحقيق أهداف البحث، وعليه فقد تم توزيع أداة البحث (الاستبانة) بأسلوب العينة العشوائية الطبقية على جميع الموظفين والموظفات باختلاف مستوياتهم الإدارية والوظيفية والتعليمية وقد تم استرداد (٤١٦) استبانة من هذه الفئة صالحة للتحليل وهو ما يشكل ما نسبته (٨٠%) من إجمالي الاستبيانات الموزعة، وهي تمثل نسبة استجابة عالية لأغراض البحث العلمي.



أداة البحث:

تم تصميم استبانة لجمع معلومات البحث بعناية، وهي مستمدة من الإطار النظري والدراسات السابقة المشابهة، وكذلك خبرات الباحث، وتكونت الاستبانة من جزأين رئيسيين، وهما كما يلي:

الجزء الأول:

يشتمل على المعلومات الديمغرافية اللازمة وهي العمر، الجنس، عدد سنوات الخبرة ويتكون من (٣) عبارات.

الجزء الثاني:

يشمل الأسئلة المتعلقة بالجوانب السلبية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة ويتكون من (١٥) عبارة، وعدد (٥) عبارات عن الأداء الوظيفي وإنجاز المهام ليصبح العدد الإجمالي لعبارات الاستبانة (٢٣) عبارة.

صدق أداة البحث:

للتأكد من وضوح الاستبانة وملاءمتها لقياس فرضيات البحث قام الباحث بعرضها على عدد من المحكمين من أعضاء هيئة التدريس في تخصصات تقنيات التعليم والحاسبات وعلم النفس وخبراء الإحصاء، للتحقق من صدق الأداة وقدرتها على قياس أبعادها وملاءمتها لإجراء التحليل الإحصائي وتم الأخذ بعين الاعتبار كافة الملاحظات والآراء التي أبدتها المحكمون، ومن ثم إعداد وتصميم وتطوير الصيغة النهائية للاستبانة

ثبات أداة البحث:

تم استخراج معامل الثبات للأداة بصيغتها النهائية الكلية، ولكل بعد من أبعاد البحث. ويوضح الجدول أدناه أن معامل الثبات للأداة ككل قد بلغ (٠.٩١٤)، كما يوضح معامل كرونباخ ألفا نسبة ثبات عالية ومقبولة لأغراض إجراء البحث، كما هو موضح بالجدول التالي:

جدول (١) معامل الثبات (كرونباخ ألفا)

م	المحور	عدد العبارات	معامل الثبات (كرونباخ ألفا)
١	محور البيانات الأولية	٣	0.951
٢	محور الجوانب السلبية	١٥	0.899
٣	محور الأداء الوظيفي	٥	0.808
٤	كل محاور الدراسة بالاستبانة	٢٣	0.914

المعالجة الإحصائية:

تم اختيار الأساليب الإحصائية بما يتناسب مع طبيعة أسئلة البحث، وذلك باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS) الإصدار (٢٢) في تحليل البيانات التي تم جمعها لأغراض البحث، وتم استخدام أدوات التحليل الإحصائي التالية:

- إحصائيات ثبات الأداة المستخدمة وتشمل معامل كرونباخ ألفا. (١) أدوات الإحصاء الوصفي مثل المتوسطات الحسابية والتكرارات والانحرافات المعيارية لمتغيرات البحث.
 - استخراج النسبة المئوية وفقاً للمعادلات الخاصة بذلك.
 - اختبار فروق المتوسطات (ت) لاختبار الفروق بين الجوانب السلبية والأداء الوظيفي وفق أنواع برامج التواصل الاجتماعي المشتركين بها أفراد عينة البحث.
 - تحليل الانحدار البسيط لدراسة الجوانب السلبية في الأداء الوظيفي لتقدير وتفسير الانحدار.
- التحليل الإحصائي للخصائص الشخصية والوظيفية:

يوضح الجدول (٢) خصائص أفراد عينة البحث وكانت الفئات العمرية الأكثر، هي الفئة العمرية من (٣١ - ٤٠) عام بنسبة (٥٠.٥%)، تليها الفئة العمرية (أقل من ٣٠ عام) بنسبة (٢٢.٦%)، ثم الفئة العمرية من (٤١-٥٠) عام بنسبة (٢١.٦%)، وكانت أقل الفئات العمرية من (٥١ عام فأكثر) بنسبة (٥.٣%)، كما جاء توزيع المؤهل الجامعي بنسبة (٦٠.١%)، والمؤهلات فوق الجامعية (ماجستير ودكتوراه) بنسبة (٨.٦%)، والثانوي وأقل من الثانوي بنسبة (٢٣.٨%)، ومؤهل الدبلوم (١.٤%)، وبينت نتائج الجدول أن نسبة المرتبة الوظيفية السابعة فأكثر قد بلغت (٨.٦%)، والثانوي وأقل من الثانوي بنسبة (٢٣.٨%)، ومؤهل الدبلوم (١.٤%)

وأوضحت نتائج الجدول أن نسبة المرتبة الوظيفية، السابعة فأكثر قد بلغت (٥٨.٢%)، تليها المرتبة الوظيفية من الخامسة إلى السادسة بنسبة (٣٣.٧%)، ثم المرتبة الوظيفية من الثالثة إلى الرابعة بنسبة (٥.٣%)، أما المرتبة الوظيفية من الأولى إلى الثانية والسلم الصحي بنفس النسبة (١.٢%)، وأخيراً، المستوى الرابع الدرجة الأولى بنسبة (٠.٥%). كما أوضحت نتائج الجدول أن الحالة الاجتماعية للمتزوجين جاءت بنسبة (٨٣.٤%) وهي الحالة الاجتماعية السائدة وسط أفراد عينة الدراسة والعزاب بنسبة (١٤.٩%) والمطلق بنسبة (١.٧%).

يوضح الجدول (٣) استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وسط أفراد عينة الدراسة والبرامج المستخدمة، حيث إن الاستخدام بصورة دائمة بنسبة (٥٠.٥%)، والاستخدام غالباً بنسبة (٣٢.٣%)، والذين يستخدمونها أحياناً بنسبة (١٥.٤%)،



جدول (٢) خصائص عينة الدراسة

النسبة	العدد أو التكرار	خصائص عينة الدراسة
العمر		
22.6	94	أقل من ٣٠ سنة
50.5	210	من ٣٦ إلى ٤٠ سنة
21.6	90	من ٤١ إلى ٥٠ سنة
5.3	22	من ٥١ فأكثر
100	416	المجموع
المؤهل الأكاديمي		
2.2	9	أقل من الثانوية
21.6	90	الثانوي
60.1	250	جامعي
7.2	30	ماجستير
1.4	6	دكتوراه
7.5	31	دبلوم
100.0	416	المجموع
المرتبة الوظيفية		
1.2	5	من الأولى الى الثانية
5.3	22	من الثالثة الى الرابعة
33.7	140	من الخامسة الى السادسة
58.2	242	السابعة فأكثر
1.2	5	سلم صحي
.5	2	المستوى ٤ الدرجة ١
100.0	416	المجموع
الحالة الاجتماعية		
83.4	347	متزوج
14.9	62	أعزب
1.7	7	مطلق
100.0	416	المجموع

ونادرا بنسبة (١.٤%)، والذين لا يستخدمونها بنسبة (٠.٥%). كما أوضح الجدول أن برنامج الواتس اب هو الأول والأكثر شيوعا واستخداما وسط أفراد العينة بنسبة (٩٠.١%)، يليه في ذلك برنامج تويتر بنسبة (٨٠.٨%)، ثم يوتيوب بنسبة (٧٧.٦%)، وجاء سناب شات بنسبة (٦٨%)، وفي المرتبة السادسة استقرام بنسبة (٦٣.٢%)، اما الفيس بوك جاء بنسبة (٥٩.٦%) وأخيرا برامج التواصل الأخرى بنسبة (٤.٦%).

محور الجوانب السلبية:

جدول (٣) محور الجوانب السلبية

الرقم	البند	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة	درجة الموافقة
1	أستخدم وسائل التواصل الاجتماعي في مقر العمل	416	3.78	1.105	69.5%	موافق
2	يؤثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي خلال العمل على تقييمي في نهاية العام	416	3.65	1.154	66.3%	موافق
3	أشعر بعدم رضا رئيسي بالعمل بسبب استخدامي لوسائل التواصل الاجتماعي خلال العمل	416	3.62	1.145	65.5%	موافق
4	يؤدي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي خلال العمل إلى تقليل رغبتني في العمل	416	3.58	1.153	64.5%	موافق
5	يؤدي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل إلى إثارة الخلافات والصراعات	416	3.54	1.073	63.5%	موافق
6	يؤدي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي إلى تقليل العلاقات الاجتماعية مع زملاء العمل	416	3.51	1.115	62.8%	موافق
7	هناك علاقة عكسية بين استخدامي وسائل التواصل الاجتماعي وأدائي	413	3.49	1.186	62.3%	موافق



الوظيفي						
8	يؤدي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل إلى تعطيل العمل	416	3.43	1.132	60.8%	موافق
9	أشعر بالملل في العمل مما يدفعني لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي	416	3.40	.984	60.0%	موافق
10	تؤثر وسائل التواصل الاجتماعي سلبيا على الأداء الوظيفي	416	3.36	1.175	59.0%	موافقة متوسطة
11	تعودت على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بهدف الترفيه	416	3.31	1.129	57.8%	موافقة متوسطة
12	يؤدي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل إلى ضعف التفكير الإبداعي.	416	3.24	1.200	56.0%	موافقة متوسطة
13	يؤدي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي إلى عدم التركيز في العمل	416	3.20	1.194	55.0%	موافقة متوسطة
14	يؤدي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي إلى ضياع الوقت	416	3.19	1.194	54.8%	موافقة متوسطة
15	يؤدي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل إلى قلة الاهتمام بالمراجعين	416	3.12	1.178	53.0%	موافقة متوسطة
16	أبذل جهودا مضاعفة في أداء	416	3.31	1.129	57.8%	موافقة متوسطة



عَمَلِي						
17	مستوى أدائي أفضل من المستوى المطلوب بشكل دائم	416	3.24	1.200	56.0%	موافقة متوسطة
18	عادة ما يكون مستوى أدائي أفضل مما هو مطلوب مني	416	3.20	1.194	55.0%	موافقة متوسطة
19	طبيعة عملي لا تسمح لي باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مكان العمل	416	3.19	1.194	54.8%	موافقة متوسطة
20	أحرص على تنفيذ التعليمات بشأن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل	416	3.12	1.178	53.0%	موافقة متوسطة
21	الجوانب السلبية عموما	416	3.31	1.129	57.8%	موافقة متوسطة

يوضح الجدول (٣) الجوانب السلبية لوسائل التواصل الاجتماعي مرتبة تنازليا من أعلى نسبة إلى أقل نسبة؛ حيث جاءت العبارة " يؤدي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل إلى قلة الاهتمام بالمراجعين"، في المرتبة الأولى بنسبة (٦٩.٥%)، تليها العبارة " يؤدي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في ضياع الوقت " في المرتبة الثانية بنسبة (٦٦.٣%)، ثم العبارة " يؤدي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي إلى عدم التركيز في العمل " في المرتبة الثالثة بنسبة (٦٥.٥%)،

بعد ذلك جاءت العبارة " يؤدي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل إلى عدم التفكير الإبداعي "، في المرتبة الرابعة بنسبة (٦٤.٥%)، ثم العبارة " تعودت على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يهدف الترفيه" بنسبة (٦٣.٥%). ويوضح الجدول بقية الجوانب السلبية لوسائل التواصل الاجتماعي حسب الأهمية النسبية التنازلية، وشكل محور الجوانب السلبية لوسائل التواصل الاجتماعي بشكل عام ما نسبته (٦٠.٨%). وبناء على ذلك فإن نسبة عبارات من هذا المحور (٦٠%) ثم الموافقة عليها، بينما نسبة (٤٠%) تمت الموافقة عليها بشكل متوسط.



محور الأداء الوظيفي:

جدول (٤) محور الأداء الوظيفي

الرقم	البند	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة	درجة الموافقة
1	أحاول أن ابذل قصارى جهدي قدر الإمكان.	416	4.12	.873	78.0%	موافق
2	أركز على عملي خلال ساعات العمل الرسمية.	416	4.03	.880	75.8%	موافق
3	أبذل جهوداً مضاعفة في أداء عملي	416	3.97	.876	74.3%	موافق
4	عادة ما يكون مستوى أدائي أفضل مما هو مطلوب مني	416	3.74	.920	68.5%	موافق
5	أحرص على تنفيذ التعليمات بشأن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل.	416	3.73	1.028	68.3%	موافق
6	مستوى أدائي أفضل من المستوى المطلوب بشكل دائم	416	3.69	.944	67.3%	موافق
7	استخدام وسائل التواصل الاجتماعي خلال ساعات العمل يؤثر سلباً على أدائي	416	3.54	1.192	63.5%	موافق
8	طبيعة عملي لا تسمح لي باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مكان العمل	416	3.18	1.182	54.5%	موافقة متوسطة
	كيف تقيم أداءك الوظيفي عموماً	416	3.75	.65	68.8%	موافق

يوضح الجدول (٤) تقييم الموظف لأدائه مرتبة ترتيبياً تنازلياً من أعلى نسبة إلى أقل نسبة؛ حيث جاءت العبارة "أحاول أن أبذل قصارى جهدي قدر الإمكان" في المرتبة الأولى بنسبة

(٧٨%)، تليها العبارة "أركز على عملي خلال ساعات العمل الرسمية" في المرتبة الثانية بنسبة (٧٥.٨%)، ثم العبارة "أبذل جهود مضاعفة في أداء عملي" في المرتبة الثالثة بنسبة (٧٤.٣%)، والعبارة "عادة ما يكون مستوى أدائي أفضل مما هو مطلوب مني" في المرتبة الرابعة بنسبة (٦٨.٥%)، أما عبارة "أحرص على تنفيذ التعليمات بشأن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل" بنسبة (٦٨.٣%)، ويوضح الجدول بقية تقييم الموظف لأدائه حسب الأهمية النسبية التنافسية، وشكل محور الأداء الوظيفي بشكل عام ما نسبته (٦٨.٨%)، وبناء على ذلك فإن نسبة عبارات هذا المحور (٨٧.٥%) تمت الموافقة عليها، بينما ما نسبته (١٢.٥%) تمت الموافقة عليها بشكل متوسط.

اختبار فرضيات الدراسة:

- أولاً الفرضية الأولى: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى (٠.٠٥) للجوانب السلبية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء الوظيفي لموظفي جامعة جازان بالمملكة العربية السعودية.

يوضح الجدول (٣) وجود علاقة خطية قوية بين الأداء الوظيفي والجوانب السلبية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، حيث كان معامل الارتباط (٠.٩١) بين الجوانب السلبية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي والأداء الوظيفي عند مستوى دلالة (٠.٠٠٠) وعليه يرفض الباحث الفرض الصفري بأنه لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى (٠.٠٥) للجوانب السلبية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء الوظيفي لموظفي جامعة جازان بالمملكة العربية السعودية، ويقبل الفرض البديل، حيث أن القيمة الحرجة لاختبار (F) كانت ($a \leq 0.01$) كما يفسر معامل التحديد أن (٨٢%) من التباين في الأداء الوظيفي ناتج عن الجوانب السلبية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي؛ أي يوجد أثر دال إحصائياً للجوانب السلبية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الأداء الوظيفي يمثلته معامل التحديد بنسبة (٨٢%) وسط أفراد عينة الدراسة، ويتضح من ذلك بأن الجوانب السلبية لها الأثر الأكبر (٨٢%) على الأداء الوظيفي.

جدول (٥) تحليل التباين لقياس أثر الجوانب السلبية في الأداء الوظيفي

المتغير التابع	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة	معامل الارتباط	معامل التحديد R^2
الأداء الوظيفي	الانحدار	٣١.٨	١	٣١.٨	٩١.٣٧	٠.٠٠٠	0.91	٠.٨٢
	الخطأ	١٤٣.٢	٤١١	٠.٣				

كما يوضح الجدول (٦) أن معاملات تحليل الانحدار البسيط B0 و B1 دالة إحصائياً ($a \leq 0.01$) أي أنها تختلف عن الصفر وعليه تصبح معادلة الانحدار كما يلي:
الأداء الوظيفي - ٢٠٤٥٤ + (٠.٣٧٨) الجوانب السلبية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

جدول (٦) نتائج تحليل الانحدار البسيط لقياس تأثير الآثار السلبية على الأداء الوظيفي

البعد المستقل	B	الخطأ المعياري	Beta	قيمة T المحسوبة	مستوى الدلالة
الثابت	$B_0=2.454$	١٣٨.	-	١٧.٧٢٥	٠.٠٠٠
السالبة	$B_1=.378$	٠.٤٠.	٤٢٦.	٩.٥٥٩	٠.٠٠٠

- ثانياً اختبار الفرضية الثانية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى (٠.٠٥) حول الجوانب السلبية والأداء والوظيفي وفقاً لنوع برامج وسائل التواصل الاجتماعي (يوتيوب-تويتر-الانستقرام-الفييس بوك، سناب شات، الواتساب لموظفي جامعة جازان بالمملكة العربية السعودية).

- الواتساب:

يوضح الجدول (٧) أن هناك اختلاف في آراء أفراد عينة الدراسة حول الجوانب السلبية لمستخدمي برنامج الواتساب حيث كانت القيمة الحرجة (٠.٠٠٨) أقل من القيمة المعنوية (٠.٠٥)؛ لذا يرفض الباحث الفرض الصفري لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية ويقبل الفرض البديل بأنه توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية وسط أفراد العينة حول الجوانب السلبية لوسائل التواصل الاجتماعي وتأثيره على الأداء الوظيفي لأفراد عينة الدراسة لمستخدمي الواتساب،

جدول (٧) اختلافات محور الدراسة تبعاً لمستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي

محور الأداء الوظيفي			محور السلبيات			وسائل التواصل الاجتماعي
القيمة الحرجة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	القيمة الحرجة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	
٦٠٧.	٠.٦٢	٣.٧٤	٠.٠٨.	٠.٧٢	٣.٣٩	الواتساب
	٠.٩٠	٣.٨٠		٠.٧٩	٣.٧٦	
٤٢٢.	٠.٦٣	٣.٧٤	٠.٠١.	٠.٧٤	٣.٣٧	تويتر
	٠.٧٢	٣.٨٠		٠.٦٧	٣.٦٧	
١٢٧.	٠.٦٤	٣.٧١	٠.٠٢.	٠.٧٣	٣.٣٣	فيسبوك
	٠.٦٧	٣.٨١		٠.٧٢	٣.٥٦	
٣١٤.	٠.٦٢	٣.٧٣	٠.٠١.	٠.٧٥	٣.٣٥	سنابشات
	٠.٧٠	٣.٨٠		٠.٦٨	٣.٥٩	
٢١٠.	٠.٦٢	٣.٧٢	٠.٠١.	٠.٧٥	٣.٣٣	انستقرام
	٠.٦٩	٣.٨٠		٠.٦٩	٣.٩٥	
٣٣٠.	٠.٦٢	٣.٧٣	٠.٠٢.	٠.٧٢	٣.٣٧	يوتيوب
	٠.٧٤	٣.٨١		٠.٧٤	٣.٦٤	
٨٩٢.	٠.٦٧	٣.٧٣	٥٤٧.	٠.٨٠	٣.٣٣	أخرى
	٠.٦٥	٣.٧٥		٠.٧٣	٣.٤٣	

- تويتر:

يوضح الجدول (٨) أن هناك اختلاف في آراء أفراد عينة الدراسة حول الجوانب السلبية لمستخدمي برنامج تويتر؛ حيث كانت القيمة الحرجة (٠.٠٠١) أقل من القيمة المعنوية (٠.٠٥)، لذا يرفض الباحث الفرض الصفري لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية ويقبل الفرض البديل أن هناك اختلافات معنوية ذات دلالة إحصائية وسط أفراد العينة حول الجوانب السلبية لوسائل التواصل الاجتماعي وتأثيره على الأداء الوظيفي لأفراد عينة الدراسة لمستخدمي تويتر.

- فيس بوك:

يوضح الجدول (٨) أن هناك اختلاف في آراء أفراد عينة الدراسة حول الجوانب السلبية لمستخدمي برنامج فيسبوك؛ حيث كانت القيمة الحرجة (٠.٠١٨) أقل من القيمة المعنوية (٠.٠٥)، لذا يرفض الباحث الفرض الصفري لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية ويقبل الفرض البديل أن هناك اختلافات معنوية ذات دلالة إحصائية وسط أفراد العينة حول الجوانب السلبية لوسائل التواصل الاجتماعي وتأثيره على الأداء الوظيفي لأفراد عينة الدراسة لمستخدمي فيسبوك.

- سناب شات:

يوضح الجدول (٨) أن هناك اختلاف في آراء أفراد عينة الدراسة حول الجوانب السلبية لمستخدمي برنامج سناب شات؛ حيث كانت القيمة الحرجة (٠.٠٠٩) أقل من القيمة المعنوية (٠.٠٥)، لذا يرفض الباحث الفرض الصفري لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية ويقبل الفرض البديل أن هناك اختلافات معنوية ذات دلالة إحصائية وسط أفراد العينة حول الجوانب السلبية

لوسائل التواصل الاجتماعي وتأثيره على الأداء الوظيفي لأفراد عينة الدراسة لمستخدمي سناب شات.

- الانستقرام:

يوضح الجدول (٨) أن هناك اختلاف في آراء أفراد عينة الدراسة حول الجوانب السلبية لمستخدمي برنامج الانستقرام؛ حيث كانت القيمة الحرجة (٠.٠٠٩) أقل من القيمة المعنوية (٠.٠٥)، لذا يرفض الباحث الفرض الصفري لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية ويقبل الفرض البديل أن هناك اختلافات معنوية ذات دلالة إحصائية وسط أفراد العينة حول الجوانب السلبية لوسائل التواصل الاجتماعي وتأثيره على الأداء الوظيفي لأفراد عينة الدراسة لمستخدمي الانستقرام.

- اليوتيوب:

يوضح الجدول (٨) أن هناك اختلاف في آراء أفراد عينة الدراسة حول الجوانب السلبية لمستخدمي برنامج يوتيوب؛ حيث كانت القيمة الحرجة (٠.٠٠٩) أقل من القيمة المعنوية (٠.٠٥)، لذا يرفض الباحث الفرض الصفري لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية ويقبل الفرض البديل أن هناك اختلافات معنوية ذات دلالة إحصائية وسط أفراد العينة حول الجوانب السلبية لوسائل التواصل الاجتماعي وتأثيره على الأداء الوظيفي لأفراد عينة الدراسة لمستخدمي يوتيوب.

- البرامج الأخرى:

يوضح الجدول (٨) أنه لا يوجد تأثير بين استخدام وسائل تواصل اجتماعي أخرى للجوانب السلبية أو الأداء الوظيفي حيث كانت القيم الحرجة لكل المحاور في الجدول أعلى من القيمة المعنوية (٠.٠٥)، لذا يقبل الباحث الفرض الصفري لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية ويقبل الفرض البديل أن هناك اختلافات معنوية ذات دلالة إحصائية وسط أفراد العينة حول الجوانب السلبية والأداء الوظيفي لوسائل التواصل الاجتماعي وتأثيره على الأداء الوظيفي لأفراد عينة الدراسة لمستخدمي برامج أخرى.

- ثالثاً اختبار الفرضية الثالثة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى (٠.٠٥) للجوانب السلبية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على إنجاز المهام لموظفي جامعة جازان بالمملكة العربية السعودية.

توضح النتائج أن هناك اختلاف في آراء أفراد عينة الدراسة حول سرعة إنجاز المهام لمستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي؛ حيث كانت القيمة الحرجة (٠.٠٠٩) أقل من القيمة المعنوية (٠.٠٥)، لذا يرفض الباحث الفرض الصفري لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية ويقبل الفرض البديل أن هناك اختلافات معنوية ذات دلالة إحصائية وسط أفراد العينة حول سرعة إنجاز المهام لمستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيره على أفراد عينة الدراسة.

- رابعاً اختبار الفرضية الرابعة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى (٠.٠٥) للتصور المقترح للحد من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء الوظيفي وإنجاز المهام لموظفي جامعة جازان بالمملكة العربية السعودية.

توضح النتائج أن هناك اختلاف في آراء أفراد عينة الدراسة حول التصور المقترح للحد من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء الوظيفي وإنجاز المهام؛ حيث كانت القيمة الحرجة (٠.٠٠٩) أقل من القيمة المعنوية (٠.٠٥)، لذا يرفض الباحث الفرض الصفري لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية ويقبل الفرض البديل أن هناك اختلافات معنوية ذات دلالة إحصائية وسط أفراد العينة حول التصور المقترح للحد من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء الوظيفي وإنجاز المهام.

مناقشة نتائج الدراسة:

← أظهرت نتائج تحليل خصائص أفراد عينة الدراسة أن الفئات العمرية الأكثر هي الفئة العمرية (من ٣١ إلى ٤٠ سنة) بنسبة (٥٠.٥%)، تليها الفئة العمرية (أقل من ٣٠ سنة) بنسبة (٢٢.٦%)، ثم الفئة العمرية (من ٤١ إلى ٥٠ سنة) بنسبة (٢١.٦%)، وأقل الفئات العمرية كانت (من ٥١ سنة فأكثر) بنسبة (٥.٣%)، كما أظهرت النتائج أيضاً أن المؤهل الجامعي كان الأكثر بنسبة (٦٠.١%) بين أفراد عينة الدراسة وكانت نسبة فوق الجامعي (ماجستير ودكتوراه) بنسبة (٨.٦%)، والثانوي وأقل من الثانوي بنسبة (٢٣.٨%).

← أظهرت نتائج التحليل أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وسط أفراد عينة الدراسة بصورة دائمة بنسبة (٥٠.٥%)، وغالباً بنسبة (٣٢.٣%)، وأحياناً بنسبة (١٥.٤%)، ونادراً بنسبة (١.٤%)، ولا استخدمها بنسبة (٠.٥%)، وجاء تطبيق الواتساب في المرتبة الأولى من بين بقية برامج وتطبيقات التواصل الاجتماعي بنسبة (٩١.١%)، ويليه تويتر بنسبة (٨٠.٨%)، ثم اليوتيوب بنسبة (٧٧.٦%)، وبعده سناب شات بنسبة (٦٨%)، ثم الانستغرام بنسبة (٦٣.٢%)، ثم الفيس بوك بنسبة (٥٩.٦%)، و أخيراً برامج وتطبيقات التواصل الاجتماعي الأخرى بنسبة (٤.٦%)، ويظهر جلياً من النتائج أن أكثر من (٨٠%) من أفراد عينة الدراسة يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي أثناء أوقات الدوام الرسمية مما يؤثر ذلك بشكل سلبي على الأداء الوظيفي وسرعة إنجاز المهام الوظيفية، وتتوافق هذه النتائج مع ما أشارت إليه مجلة الرجل في تقريرها السنوي عن تزايد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي كل عام عن الذي قبله ، وكذلك دراسة (Ashraf,2014) التي أشارت إلى أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي أصبح جزء لا يتجزأ من حياة الأفراد.

التوصيات:

- التوعية بالآثار السلبية للاستخدام المفرط لوسائل التواصل الاجتماعي أثناء العمل ومدى تأثير ذلك على أداء المهام الوظيفية وسرعة إنجازها.
- العمل على التوظيف الأمثل لوسائل التواصل الاجتماعي لخدمة ومصصلحة العمل.
- وضع سياسات وإجراءات تحفيزية بشأن التقليل من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي أثناء ساعات العمل الرسمية.
- وضع سياسات وإجراءات ردعية بشأن التقليل من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي أثناء ساعات العمل الرسمية.
- وضع أسس وقواعد ومؤشرات أداء يومية لكل موظف بهدف قياس مدى إنتاجيته خلال أوقات الدوام الرسمية.
- إصدار مجموعة من التعليمات الرسمية لجميع الأجهزة الحكومية بشأن الاستخدام الأمثل لوسائل التواصل الاجتماعي.
- التعامل مع هذه الظاهرة بما يخدم الجهة بشكل إيجابي.

- المراجع العربية
- القرني، علي بن شويل (٢٠١١) الإعلام الجديد من الصحافة التقليدية إلى الإعلام الاجتماعي وصحافة المواطن. الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية.
 - أبو راجوح، علا محمد (٢٠٢١) شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في العملية التعليمية. المجلة العربية للنشر العلمي، العدد ٣٥.
 - الحريبي، سند خليف (٢٠٢٢) أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي أثناء الدوام الرسمي على إنتاجية العمل من وجهة نظر الموظفين. دراسة ميدانية على موظفي قطاع الأعمال بشركة الاتصالات السعودية. مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية، المجلد ٤ العدد ١.
 - الشهري، عامر بن سعيد (٢٠٢١) وسائل التواصل الاجتماعي وأثارها على التفاعل الاجتماعي بين أفراد المجتمع: دراسة ميدانية مطبقة على مجموعة من الشباب الجامعي. مجلة العلوم الاجتماعية، المجلد ١٣ العدد ٢.
 - العريفي، عادل (٢٠٢١) وسائل التواصل الاجتماعي والاكتئاب: المجتمع السعودي. المجلة العلمية لجامعة الملك فيصل. المجلد ٢٢ العدد ٢.
 - الحربي، محمد بن جزاء (٢٠١٩) تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على تشكيل الاتجاهات الفكرية لدى طلاب الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة من وجهة نظرهم. المجلة التربوية، العدد ٦٦.
 - الخليفي، محمد بن صالح (٢٠٠٢) تأثير الإنترنت في المجتمع: دراسة ميدانية، عالم الكتب، المجلد ٢٢، العددان ٥ و٦، ص ٤٦٩-٥٠٢.
 - ساري، حلمي (٢٠٠٥) ثقافة الإنترنت دراسة في التواصل الاجتماعي، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص ١٩.
 - الشهري، فايز بن عبد الله، (٢٠٠٨). "الشبكات الاجتماعية لم تعد للمراهقين" جريدة الرياض، الأحد ٩ ذي الحجة ١٤٢٩ هـ - ٧ ديسمبر ٢٠٠٨م - العدد ١٤٧٧٦ صفحة تقنية المعلومات.
 - حكومة أبوظبي (٢٠١٥) دليل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الجهات والشركات الحكومية" <https://www.ecouncil.ae/Publications>
 - عبد الرشيد، عزيز أحمد (٥١٤٣٦) وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على الفرد والمجتمع" ، جامعة الامام ، الرياض (https://www.academia.edu./٢٩٦١٦١٣٣).
 - عطية، العربي (٢٠١٢م) ، " أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على الأداء الوظيفي للعاملين في الأجهزة الحكومية المحلية: دراسة ميدانية على جامعة ورقلة بالجزائر" ، مجلة الباحث ، عدد ١٠
 - مجلة الرجل (٢٠١٨م) ، "تقرير حديث يكشف أعداد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي". السبت ١٧ / ٢ / ٢٠١٨ م <http://www.arrajol.com>
 - ويكيبيديا الموسوعة الحرة / شبكات التواصل الاجتماعي). <https://ar.wikipedia.org/wiki>
 - [/https://www.zawya.com/mena/ar/story-ZAWYA20170809124029](https://www.zawya.com/mena/ar/story-ZAWYA20170809124029)
 - الناصر، فيصل (٢٠١٧) التواصل الاجتماعي في العمل الآثار المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مكان العمل في المملكة العربية السعودية" زاوية ، الموقع الإلكتروني ٩/٨/٢٠١٧م.

المراجع الأجنبية

- Ashraf, Naheed and Tasawar Gaved. (2014), "Impact of Social Networking on Employee Performance", Business Management and Strategy, ISSN 2157-6068, Vol. 5, No. 2.
- Benjamin B. Aguenza and Ahmad Puad Mat Som, (2012) "A Conceptual Analysis of Social Networking and its Impact on Employee Productivity" IOSR Journal of Business and Management Volume 1, Issue 2 (May-June 2012), PP 48-52 www.iosrjournals.org
- Boyd, Danah M. and Nicole B. Ellison. (2008), "social Network Sites: Definition, History, and Scholarship", Journal of ComputerMediated Communication , 13 pp. 210-230.
- Carlson, John, and others, (2016) "Social Media Use in the Workplace: A Study of Dual Effects", Journal of Organizational and End User Computing, Vol. 28- Issue 1- Jan-Mar.
- Ferreira, A. (2009) , Effect of online social networking on employee productivity" , Peer Reviewed Article, Vol. 11 (1) March.
- Giannakos, Michail, (2014), "Using social media for work: Losing your time or Improving your work?", Computer in Human Behavior, 31, pp.134-142.
- Hanna, Brittany, and others, (2017) "Positive Impacts of Social Media at Work: Job Calling, and Facebook Use among CoWorkers", SHS Web of Conferences , 33, 00012.
- LXue Bai a & Olver Yao, 2010"Facebook on campus: the use and friend formation in online social networks, College of Business and Economics, Lehigh University, [online] <http://ssrn.com/abstract=1535141>
- Mogamed, Shahrulanuar & Others, 2017, "Social Media Impact on Employee Productivity at the Workplace: A Review", Asian Journal of Information Technology, 16-1 pp. 32-37.
- Munene, Assa Gakui, and Yeliffe Misuko Nyaribo, (2013), "Effect of Social Media Participation in the Workplace on Employee Productivity", International Journal of Advances in Management and Economics , Vol.2, Issue 2 , pp.141-150.
- Siddiqui, Shabnoor & Tajinder Singh, 2016, "Social Media its Impact with Positive and Negative Aspects", International Journal of Computer Application Technology and Research, Vol. 5 –Issue 2, pp.71-75.



- TriNet, (2012), Opportunities & Challenges of Social Media in the Workplace"https://www.trinet.com/documents/white_papers/trinet_wp_opportunities_challenges_social-media_workplace.pdf
- Yeshambel, Tilahun and others (2016)," Impact of Online Social Networking on Employees Productivity at Work Place in University of Gondar - A Case Study", International Journal of Computer Applications (0975 – 8887) Volume 135 – No.3, February .
- MATTHEW HUDSON (23-6-2020), "What Is Social Media?" ، www.thebalancesmb.com، Retrieved 9-12-2020. Edited.
- Computer Hope (8-2-2020), "Social network" ، www.computerhope.com, Retrieved 9-12-2020. Edited.
- Marilyn Price-Mitchell، "Disadvantages of Social Networking: Surprising Insights from Teens" ،www.rootsofaction.com,6-9-2019، Retrieved 8-12-2020. Edited.
- Elise Moreau (10-4-2020), "The Pros and Cons of Social Networking" ،www.lifewire.com, Retrieved 8-12-2020. Edited.
- "Social Media and Mental Health", help guide, Retrieved
- "Social media", dictionary.cambridge.org, Retrieved 9-12-2020. Edited.



Possible negative effects of following social media from the point of view of some Jazan University employees

By

Dr. Ahmed Sawy Khaled Ali

Gazan University

Abstract:

The current research aimed to study the possible negative effects of following social media from the point of view of some Jazan University employees, and to investigate the research questions (hypotheses), a questionnaire of (20) phrases was prepared, which was distributed to (200) employees of Jazan University employees, during the semester The second academic year of the academic year 2022-2023 AD, the descriptive survey method was used due to its suitability for the purposes of the research, and the validity and reliability of the tool was confirmed. Cronbach's alpha correlation coefficient, graphic representation, and the research concluded that there is a positive correlation of (0.91) between the negative aspects of the use of social media with the job performance of Jazan University employees (sample members), and the results identified the most important (5) negative aspects of attitudes Employees at Jazan University towards the use of social media during working hours. The research also developed recommendations to support and enhance the positive aspects of the attitudes of employees in government agencies towards the use of social media during or work time, and recommendations to address the negative aspects of employee attitudes at Jazan University towards the use of social media during working hours.

The research reached the following results:

- The follow-up to social media has a negative impact on the job performance of Jazan University employees.
- Some social media have a positive effect in addition to the negative one.
- Some social media have a negative impact on the employee's physical health.
- Follow-up on social media has a negative impact on the speed of completing tasks.

Keywords: social communication - job performance - task completion.