

البحث الثالث :

أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء الوظيفي
في الأجهزة الحكومية بالمملكة العربية السعودية

المصادر :

د. فهد بن معيقل العلي
أستاذ الإدارة المشارك كلية إدارة الأعمال
جامعة تبوك بالمملكة العربية السعودية

أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء الوظيفي في الأجهزة الحكومية بالمملكة العربية السعودية

د. فهد بن معيقل العلي

أستاذ الإدارة المشارك كلية إدارة الأعمال
جامعة تبوك بالمملكة العربية السعودية

• المستخلص :

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء الوظيفي من وجهة نظر الموظفين في الأجهزة الحكومية بالمملكة، وقد بلغ عدد أفراد العينة (٤١٦) موظفاً من مختلف الأجهزة الحكومية، وقد قام الباحث بتصميم استبانة لجمع المعلومات وشملت (٤٦) عبارة، تم توزيعها على عينة الدراسة من الموظفين الذين حضروا برامج تدريبية في معهد الإدارة العامة بالرياض خلال أسبوعين من شهر مايو ٢٠١٨م. وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية إيجابية مقدارها (٠.٨٢) بين الجوانب الإيجابية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي والأداء الوظيفي لدى الموظفين في الأجهزة الحكومية بالمملكة، وعلاقة ارتباطية إيجابية مقدارها (٠.٩١) بين الجوانب السلبية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي مع الأداء الوظيفي لدى الموظفين في الأجهزة الحكومية بالمملكة. كما حددت النتائج أهم (٥) جوانب إيجابية لاتجاهات الموظفين في الأجهزة الحكومية نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي خلال أوقات العمل، وأهم (٥) جوانب سلبية لاتجاهات الموظفين في الأجهزة الحكومية نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي خلال أوقات العمل، كما وضعت الدراسة 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 الأجهزة الحكومية نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي خلال أوقات العمل. الكلمات المفتاحية: وسائل التواصل الاجتماعي - الأداء الوظيفي - الإنتاجية.

The Impact of Using Social Media on Job Performance in Governmental Agencies in Saudi Arabia

Dr. Fahd bin Moaqil Al-Ali

Abstract

The purpose of this study is to evaluate the impact of using social media on the job performance in the governmental agencies in Saudi Arabia. By identifying the extent of the impact caused by the positive and negative side of using the social media on the job performance; the most important aspects of the trends of employees towards the use of social media during working hours; the most negative aspects of the attitudes of employees towards the use of social media during times; and to explore the most important reasons for the using social media by employees at the workplace. The study sample consisted of (416) governmental employs from different agencies . To collect the data, the researcher developed a questionnaire consisting of (46) items distributed on governmental employees who attended training programs at the Institute of Public Adminstration in Rayadh during two weeks prior (May, 2018). The study find a positive correlation between (0.82) positive aspects of the use of social media with the performance of employees in government agencies, and a positive relation (0.91) between the negative aspects of the use of social media with the performance of employees. The results identified the most important (5) positive aspects of the attitudes of employees in government agencies towards the use of social media during working hours, and the most important (5) negative aspects of the attitudes of employees in government agencies towards the use of social media during working hours.

The study also presents recommendations to support and enhance positive aspects of the attitudes of employees in government agencies towards the use of social media during working hours; the recommendations also address negative aspects of the attitudes of employees towards the use of social media during working hours.

Key words: Social Media, performance, productivity.

• المقدمة:

نتيجة لثورة الاتصالات الحديثة، يستخدم الكثير من أفراد المجتمع وسائل التواصل الاجتماعي بمختلف أنواعها على نطاق واسع في كل الدول وفي كل الأوقات، ومن هذه الوسائل واتس اب (WhatsApp) وتويتر (Twitter) فيسبوك (Facebook) وانستقرام (Instagram) وسناب شات (Snapchat) ويوتيوب (Youtube) وغيرها، ولما لهذه الوسائل من إيجابيات وسلبيات في استخدامها بشكل عام وفي مكان العمل بشكل خاص وأثرها على الأداء الوظيفي للعاملين في منظمات الأعمال، فإن استخدامها من قبل الموظفين في مكان العمل له آثار إيجابية عندما يتم توظيفها لخدمة العمل؛ مثل تبادل المعلومات أو البيانات عن كل ما يتعلق بالعمل، وكذلك فإن لهذا الاستخدام آثارا سلبية على الأداء الوظيفي عندما يتم استخدامها في إضاعة الوقت والانشغال عن أداء العمل.

• مشكلة الدراسة:

يمكن صياغة مشكلة الدراسة في السؤال الرئيسي التالي:
هل يوجد أثر لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي ببعديه الإيجابي والسلبي على الأداء الوظيفي من وجهة نظر موظفي الأجهزة الحكومية في المملكة العربية السعودية؟ ويتفرع عن هذا السؤال أسئلة الدراسة التالية:

- ◀ هل يوجد أثر للجوانب الإيجابية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء الوظيفي لدى الموظفين في الأجهزة الحكومية؟
- ◀ هل يوجد أثر للجوانب السلبية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء الوظيفي لدى الموظفين في الأجهزة الحكومية؟
- ◀ هل يوجد أثر للجوانب الإيجابية والسلبية والأداء الوظيفي لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي من حيث نوع برامج وسائل التواصل الاجتماعي لدى الموظفين في الأجهزة الحكومية.

• أهداف الدراسة:

- ◀ معرفة أهم الجوانب الإيجابية لاتجاهات الموظفين في الأجهزة الحكومية نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي خلال أوقات العمل.
- ◀ معرفة أهم الجوانب السلبية لاتجاهات الموظفين في الأجهزة الحكومية نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي خلال أوقات العمل.
- ◀ تقييم الأثر للجوانب الإيجابية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء الوظيفي لدى الموظفين في الأجهزة الحكومية بالمملكة.
- ◀ تقييم الأثر للجوانب السلبية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء الوظيفي لدى الموظفين في الأجهزة الحكومية بالمملكة.

« معرفة أهم برامج التواصل الاجتماعي التي يستخدمها موظفي الأجهزة الحكومية بالمملكة.

« التوصل إلى توصيات تدعم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مكان العمل بشكل إيجابي ينعكس على الأداء الوظيفي.

• فرضيات الدراسة:

• الفرضية الأولى:

لا يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠.٠٥) للجوانب الإيجابية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء الوظيفي لموظفي الأجهزة الحكومية بالمملكة العربية السعودية.

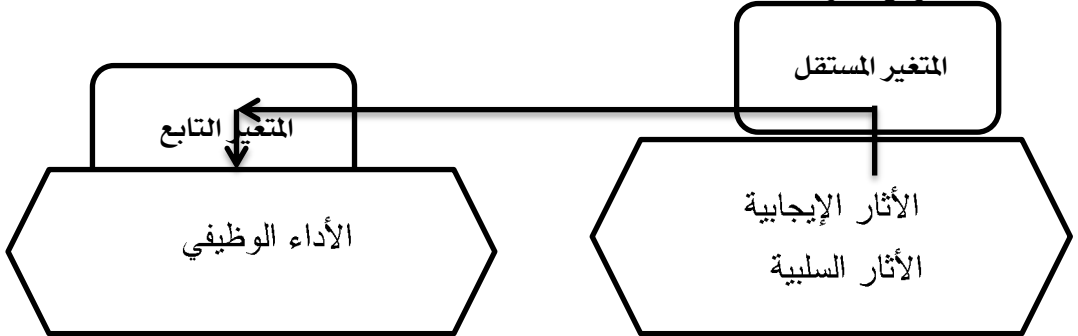
• الفرضية الثانية:

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

• الفرضية الثالثة:

لا يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠.٠٥) حول الجوانب الإيجابية والسلبية والأداء والوظيفي وفقا لنوع برامج وسائل التواصل الاجتماعي (الواتس اب، تويتر، الفيس بوك، سناب شات، الانستقرام، اليوتيوب، برامج أخرى) المشتركين بها موظفين الأجهزة الحكومية بالمملكة العربية السعودية.

• نموذج الدراسة :



قام الباحث بتحديد التعريف الإجرائي لمتغيرات الدراسة المستقلة والتابعة على النحو التالي :

• الآثار الإيجابية:

هي النتائج الإيجابية التي تعود بالفائدة من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مكان العمل على الأداء الوظيفي. وقد تم قياس هذا المتغير بالعبارات (من ١ - ٢٣) في أداة الدراسة والتي تم تطويرها لقياس متغيرات الدراسة.

• 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 ٢٤ - ٢٨) في أداة الدراسة والتي تم تطويرها لقياس متغيرات الدراسة.

• 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 ٣٩ - ٤٦) في أداة الدراسة والتي تم تطويرها لقياس متغيرات الدراسة.

• 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، مثل : (ويكيبيديا الموسوعة، ١٤/٨/٢٠١٨م الساعة ١٠:٠٠ مساءً). وتشمل:

• الواتس اب (WhatsApp):

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

• تويتر (Twitter):

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

• الفيس بوك (Facebook):

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

• سناب شت (Snapchat):

هو تطبيق تواصل اجتماعي لتسجيل وبت 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.

• إنستغرام (Instagram):

تطبيق مجاني لتبادل الصور وشبكة اجتماعية أيضاً، ويتيح للمستخدمين التقاط صورة وإضافة فلتر رقمي إليها ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية وشبكة إنستغرام نفسها. وتم تأسيسه في أكتوبر عام ٢٠١٠.

• **يوتيوب (YouTube):**

موقع ويب يسمح لمستخدميه برفع التسجيلات المرئية مجاناً ومشاهدتها عبر البث الحي (بدل التنزيل) ومشاركتها والتعليق عليها وغير ذلك. وتم تأسيسه في ١٤ فبراير عام ٢٠٠٥م

• **أهمية الدراسة:**

تنبع أهمية الدراسة مما يلي:

« أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي أصبح واقعاً في مكان العمل من قبل غالبية الموظفين في جميع المستويات الإدارية في المنظمات الحكومية.

« لما لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي من آثار إيجابية وسلبية على الأداء الوظيفي.

« لما وسائل التواصل الاجتماعي من تأثير على وقت الموظف خلال ساعات العمل الرسمي أن لم تستخدم بشكل إيجابي لمصلحة العمل.

« ندرة الدراسات المتعلقة بموضوع أثر وسائل التواصل الاجتماعي في بيئة العمل في المملكة العربية السعودية في مختلف القطاعات الحكومية.

« أن نتائج هذه الدراسة تساعد على اكتشاف مدى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مكان العمل وتوظيف ذلك الاستخدام لمصلحة العمل. ومن المتوقع ان تفتح هذه الدراسة مجالاً واسعاً لمزيد من الدراسات للإحاطة الشاملة بدور وسائل التواصل الاجتماعي في بيئة العمل.

• **الإطار النظري للدراسة:**

منذ عام ١٩٩٧م، ظهرت وسائل التواصل الاجتماعي (Social media) في الولايات المتحدة الأمريكية، ثم انتشرت خارجها في عام ٢٠٠٤م، وبعد انتشار الفيس بوك (Facebook) عام ٢٠٠٥م، حدثت نقلة نوعية في مواقع التواصل الاجتماعي وزيادة عدد مستخدميها حول العالم. وفي نفس العام تم تأسيس موقع اليوتوب (YouTube)، في عام ٢٠٠٦م، أسس موقع تويتر (Twitter)، وفي عام ٢٠٠٩م، أسس بريان أكتون وجان كوم موقع الواتس أب (WhatsApp)، ثم تلى ذلك موقع انستغرام (Instagram) عام ٢٠١٠م، ثم أسس إيفان شبيغل وروبرت مورفي موقع السناب شات (Snapchat) عام ٢٠١١م (ويكيبيديا الموسوعة، ٢٠١٨/٨/١٤ الساعة ١٠:٠٠مساءً).

ومن مزايا وسائل التواصل الاجتماعي؛ الأفاعلية والحرية الواسعة والشمول والتنوع والتوفر والتحديث المستمر والمرونة والسرعة (عبد الرشيد، ١٤٣٦هـ). ذكر موقع (TriNet, 2012) بأن هناك ثمانية فرص لوسائل التواصل الاجتماعي في مكان العمل وهي: تعزيز العلامة التجارية الخاصة بالمنشأة، التواصل مع الزبائن، تحسين تقنيات الاستقطاب والتوظيف، الترابط بين الموظفين، قلة التكلفة، تبادل المعلومات عن المنشأة، فرصة للاستماع، وقيادة الفكر.

وفيما يتعلق بتعريف وسائل التواصل الاجتماعي في أدبيات الدراسة، فإن ويكيبيديا عرفتها بأنها "تفاعل اجتماعي بين الأشخاص الذين يقومون بإنشاء أو

تبادل المعلومات والأفكار في المجتمعات والشبكات الافتراضية" (وسائل الإعلام الاجتماعية، ٢٠١٤م). وفي تعريف للشهري (٢٠٠٨م) على أنها "منظومة من الشبكات الإلكترونية عبر الإنترنت تتيح للمشارك فيه موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات". وعرفها (LXue Bai a & Olver Yao, 2010) على أنها مواقع إلكترونية تسمح للأفراد بالتعريف بأنفسهم والمشاركة في شبكات اجتماعية يقومون من خلالها بإنشاء علاقات اجتماعية".

كما تُعرّف وسائل التواصل الاجتماعي 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. (Boyd, 2008). 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 تقديم التعريف الاجرائي لوسائل التواصل الاجتماعي لهذه الدراسة على أنها 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.

وفيما يتعلق بالآثار الإيجابية والسلبية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي أشار (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 (Munene & Nyarubo, 2013) على وجود علاقة ايجابية وسلبية بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ونتاجية العاملين، فيما يتعلق بالعلاقة السلبية، فأن 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 الاسباب؛ 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 أنها؛ 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.

• الدراسات السابقة:

فيما يلي استعراض للدراسات السابقة لعلاقة وسائل التواصل الاجتماعي مع الاداء الوظيفي والاثار المترتبة على ذلك.

حيث هدفت دراسة (Arora, 2017) بعنوان "مواقع وسائل التواصل الاجتماعي مقابل أداء الموظف" إلى معرفة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على أداء الموظف. وشملت عينة الدراسة (١٢٥) من العاملين، وأشارت الدراسة 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، والانتاجية)، 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 الانتاجية (٤٨٪). كما أشارت النتائج إلى وجود علاقة إيجابية بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ومعايير أداء الموظف على النحو التالي؛ مع مهارات الموظفين عند مستوى دلالة (٠.٠٠٠)، ومع المعرفة عند مستوى دلالة (٠.٠٠٠)، ومع الإنتاجية عند مستوى دلالة (٠.٠٠٦).

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 الانترنت عن المتقدمين للعمل والتعرف على شخصياتهم من خلال ما ينشرونه في مواقعهم، وكذلك مراقبة نشاط الموظفين على مواقع التواصل الاجتماعي وذلك من خلال حضر استخدام الأنترنت في مكان العمل أو مراقبة النشاط على وسائل التواصل الاجتماعي، والمنشورات غير المناسبة عن العمل أو قيادات العمل أو المؤسسة وانشطتها. وتشمل أيضا الحياة الشخصية مقابل الحياة المهنية وهي الفصل في مواقع التواصل الاجتماعي بين الحسابات المهنية والتي تخص العمل وبين الحسابات الشخصية والتي تخص الفرد ذاته، واخيرا قضية التعليق بعد انتهاء الخدمة من قبل صاحب العمل للموظف الذي انتهت خدمته على ان تكون تلك التعليقات غير محددة وتعتبر اشارات محايدة.

وفي دراسة (Hanna, 2017) حول التأثير الإيجابي لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل، الرضا الوظيفي، الاتصال الوظيفي واستخدام الفيسبوك بين زملاء العمل، هدفت الدراسة إلى بحث ما إذا كان التواصل الإيجابي موجود بين زملاء العمل الذين يستخدمون الفيسبوك للتواصل فيما بينهم. وشملت العينة (٧٠) موظفا في شركتين للتقنية ألفانقة 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 الدراسة أشارت إلى أن الشركات يمكن أن تبدأ في استكشاف الفوائد الإيجابية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مكان العمل.

وجاءت دراسة (Dodokh, 2017) عن "أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء المنظمي: دراسة ميدانية على شركات منتجات البحر الميت في الاردن" والتي هدفت إلى التعرف على تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء المنظمي، وشملت عينة الدراسة (١٦٩) من المدراء والمشرفين الموظفين في عشرين شركة لمنتجات البحر الميت في الاردن، واطهرت نتائج الدراسة بأنه يوجد أثر ايجابي 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 (Haddud, 2016)، عن "استكشاف تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على عمل الموظف" وهدفت الدراسة إلى معرفة العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وعمل الموظفين في شركات متعددة الجنسيات في أمريكا الشمالية. وشملت عينة الدراسة (١٦٩٤) موظفاً، 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 الدراسة إلى أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يرتبط بمستوى عمل الموظفين. كما يرتبط استخدام وسائل التواصل الاجتماعي مع مستوى الكفاءات، والتواصل، والاستعداد للتغيير.

أما دراسة (Kishokumar, 2016) عن "تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في مكان العمل على الأداء الوظيفي الفردي: بالتطبيق على القطاع المالي في مقاطعة باتيكالوا"، حيث هدفت الدراسة 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 الدراسة (٢٦٠) موظف. وأظهرت النتائج أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مكان العمل ساعد الموظفين على تحسين أدائهم. كما أشارت الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية معتدلة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والأداء الوظيفي للقطاع المالي في مقاطعة باتيكالوا. وتوصلت الدراسة إلى أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية لتأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي عند مستوى دلالة (٠.٠٠١) على الأداء الوظيفي.

أما دراسة (Carlson, 2016) 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) فرداً، 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 الدراسة بأن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي اصبحت جزء من الحياة التنظيمية وأنها في تزايد مستمر، ولا بد من ان نتفهم كيف تستخدم هذه المنظمات وسائل التواصل الاجتماعي لتكون مفيدة لاستخدام الأفراد والمجموعات وفرق العمل وكذلك الانتاجية في مكان العمل.

وفي دراسة (Yeshambel, 2016) عن تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على انتاجية الموظفين في مكان العمل في جامعة قنذار/اثيوبيا: حالة دراسية، حيث هدفت الدراسة 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 الدراسة أن العلاقة السلبية أقوى من العلاقة الإيجابية، وأن (٦٧.٤٪) 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 استخدموا وسائل التواصل الاجتماعي للعمل وغير العمل.

وجاءت دراسة (Giannakos,2014) حول "استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل: مضیعة لوقتک أم تحسین لإدائک؟" وهدفت الدراسة 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 الدراسة (١٧٩٩) موظف في شركات التأمين، واطهرت 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 النفسية والترفيهية تؤثر على الموظفين لاستخدام المزيد من وسائل التواصل الاجتماعي لعملهم، وأكدت الدراسة على أن هناك علاقة مهمة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وأداء الموظفين. وبعبارة أخرى فإن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ليس فقط مضیعة للوقت بل أيضا له تأثير إيجابي على أداء الموظفين في شركات التأمين.

وفي دراسة (Ashraf,2014) حيث هدفت إلى معرفة تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على أداء الموظفين في البنوك الباكستانية، حيث أوضحت الدراسة أن وسائل التواصل الاجتماعي اصبحت 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 الابعاد الاربعة (تعلم المهارات، والحصول على المعارف، والانتاجية والتحفيز) تتأثر باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، ويساهم هذا التأثير في أداء الموظفين بشكل إيجابي. وأوصت الدراسة 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 الدراسة (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 (Benjaman, 2012) بعنوان "تحليل المفاهيم لوسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على انتاجية الموظف"، وشملت أهداف الدراسة على؛ بحث في أهمية التقنية مثل وسائل التواصل الاجتماعي ونتاجية الموظف في مكان العمل؛ ومعرفة الإيجابيات والسلبيات لمواقع التواصل الاجتماعي، وتقييم العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي ونتاجية الموظفين. ومن نتائج الدراسة 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 الدراسة 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.

• 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 الدراسة 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 Haddud (٢٠١٦)، ودراسة عطية (٢٠١٢)، كما أن أغلب الدراسات السابقة استخدمت الاستبانة كما في الدراسة الحالية. وقد استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في بناء الإطار النظري وكذلك أداة الدراسة. وما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة، أنها تختلف عنها في العينة، حيث إن عينة الدراسة 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 (٢٠١٤)، كانت العينة على الموظفين في البنوك الباكستانية، ودراسة عطية (٢٠١٢)، كانت العينة على موظفين وموظفات جامعة ورقلة بالجزائر، وتختلف أسئلة الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة وكذلك فرضياتها، كما تختلف هذه الدراسة عن الدراسات السابقة في وقت إجرائها خلال الفصل الدراسي الأول من العام ١٤٣٨/١٤٣٩هـ، وكذلك مكان إجراء الدراسة على المتدربين في معهد الإدارة العامة بالرياض، وجاءت نتائج هذه الدراسة لتساعد القيادات الإدارية على التعرف على مدى الاستخدام لوسائل التواصل الاجتماعي وكيفية توظيف هذا الاستخدام لمصلحة العمل.

• منهجية الدراسة:

تبنت الدراسة أسلوب 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 الدراسة، نعرض في هذا الجزء مجتمع وعينة الدراسة، وأداة الدراسة وقياس صدقها وثباتها، والمعالجة الإحصائية على النحو التالي:

• مجتمع الدراسة:

يتكون المجتمع من جميع الموظفين في الأجهزة الحكومية الذين خضعوا للتدريب في مختلف القطاعات في معهد الإدارة العامة في الرياض والبالغ عددهم (١١١٧) متدرباً في عدد (٦٢) برنامج خلال الفترة من ١ شعبان إلى ١٥ شعبان من العام ١٤٣٩هـ. حيث مثل هؤلاء المتدربين مختلف المستويات الإدارية، وقد مثل المجتمع معظم الأجهزة الحكومية.

• عينة الدراسة:

كان الحد الأدنى لحجم العينة هو (٣٨٤) متدرب لتحقيق أهداف الدراسة. وعليه فقد تم توزيع (٥٢٠) استبانة بأسلوب العينة العشوائية الطبقية على جميع المتدربين في قطاعات المعهد المختلفة والبالغ عددها (١٣) قطاعاً بالتساوي أي بواقع (٤٠) لكل قطاع، وقد تم استرداد (٤١٦) استبانة من هذه القطاعات صالحة

للتحليل وهو ما يشكل ما نسبته (٨٠٪) من إجمالي الاستبيانات الموزعة، وهي تمثل نسبة استجابة عالية لأغراض البحث العلمي.

• أداة الدراسة:

تم تصميم استبانة لجمع معلومات الدراسة بعناية، وهي مستمدة من الإطار النظري والدراسات السابقة المشابهة، وكذلك خبرات الباحث، وتكونت الاستبانة من جزأين وثلاثة محاور رئيسية، وهي كما يلي:

◀ الجزء الأول: يشتمل على المعلومات الديمغرافية اللازمة وهي العمر، المؤهل العلمي، المرتبة الوظيفية، والحالة الاجتماعية وكذلك الاسئلة الاستطلاعية عن استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي.

◀ الجزء الثاني: يشمل الأسئلة المتعلقة بالجوانب الإيجابية والسلبية والأداء الوظيفي لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة ويتكون من (٤٦) عبارة مقسمة على المحاور التالية:

✓ المحور الأول: يشمل الأسئلة المتعلقة بالجوانب الإيجابية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة ويتكون من (٢٣) عبارة .

✓ المحور الثاني: يشمل الأسئلة المتعلقة بالجوانب السلبية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة ويتكون من (١٥) عبارة.

✓ المحور الثالث: يشمل الأسئلة المتعلقة بالأداء الوظيفي ويتكون من (٨) عبارات.

• صدق أداة الدراسة:

للتأكد من وضوح الاستبانة وملاءمتها لقياس فرضيات الدراسة قام الباحث بعرضها على عدد من المحكمين من أعضاء هيئة التدريس في تخصصات إدارة الأعمال وعلم الاجتماع وخبراء الإحصاء وفي عدد من المختصين، 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 الدراسة:

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

جدول (١) معامل الثبات (كرونباخ ألفا)

الرقم	المحور	عدد العبارات	معامل الثبات (كرونباخ ألفا)
١	محدد الجوانب الإيجابية	٢٣	٠.٩٥١
٢	محدد الجوانب السلبية	١٥	٠.٨٩٩
٣	محور الأداء الوظيفي	٨	٠.٨٠٨
٤	كل محاور الدراسة بالاستبانة	٤٦	٠.٩١٤

• المعالجة الإحصائية:

تم اختيار الأساليب الإحصائية بما يتناسب مع طبيعة أسئلة الدراسة، وذلك باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS) الإصدار (22) في تحليل البيانات التي تم جمعها لأغراض الدراسة، وتم استخدام أدوات التحليل الإحصائي التالية:

« إحصائيات ثبات الأداة المستخدمة وتشمل معامل كرونباخ ألفا.
« أدوات الإحصاء الوصفي مثل المتوسطات الحسابية والتكرارات والانحرافات المعيارية لمتغيرات الدراسة.

« استخراج النسبة المئوية وفقاً للمعادلة = $XI00 \frac{\text{الوسط الحسابي} - 1}{1 - 5}$

« اختبار فروق المتوسطات (ت) لاختبار الفروق بين الجوانب الإيجابية والسلبية والأداء الوظيفي وفق أنواع برامج التواصل الاجتماعي المشتركين بها أفراد عينة الدراسة.

« تحليل الانحدار البسيط لدراسة الأثر للجوانب الإيجابية في الأداء الوظيفي، وأثر الجوانب السلبية في الأداء الوظيفي لتقدير وتفسير المعالم نماذج الانحدار.

• حدود الدراسة:

اقتصرت الدراسة على المتدربين في معهد الإدارة العامة بالرياض في عدد (٦٢) برنامج من البرامج التدريبية، خلال الفترة من ١ إلى ١٥ شعبان من العام ١٤٣٩هـ، الموافق شهر مايو ٢٠١٨م.

• التحليل الإحصائي للخصائص الشخصية والوظيفية:

يوضح الجدول (٢) خصائص أفراد عينة الدراسة وكانت 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 (من ٤١ إلى ٥٠) سنة بنسبة (٢١.٦%)، وأقل فئة عمرية كانت (من ٥١ فأكثر) بنسبة (٥.٣%). كما جاء توزيع المؤهل الجامعي بنسبة (٦٠.١%)، والمؤهلات فوق الجامعي (ماجستير ودكتوراه) بنسبة (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 ٣١ 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	ديبلوم
100.0	416	المجموع
المرتبة الوظيفية		
1.2	5	من الأولى إلى الثانية
5.3	22	من الثالثة إلى الرابعة
33.7	140	من الخامسة إلى 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	امزب
1.7	7	مطلق
100.0	416	المجموع

ونادراً بسنبة (١.٤٪)، والذين لا يستخدمونها بنسبة (٠.٥٪). كما أوضح الجدول أن برنامج الواتس اب هو الأول والأكثر شيوعاً واستخداماً 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 انستقرام بنسبة (٦٣.٢٪)، أما الفيس بوك جاء بسنبة (٥٩.٦٪) وأخيراً برامج التواصل الأخرى بنسبة (٤.٦٪).

• محور الجوانب الإيجابية:

ويوضح الجدول (٤) الجوانب الإيجابية لوسائل التواصل الاجتماعي مرتبة ترتيباً تنازلياً من أعلى نسبة إلى أقل نسبة؛ حيث جاءت العبارة "تساهم وسائل التواصل الاجتماعي بقدر كبير في عملية نشر المعلومة" في المرتبة الأولى بنسبة (٧٩.٥٪)، تليها العبارة "يتم مع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي تنسيق العمل مع الزملاء بشكل سريع" في المرتبة الثانية بنسبة (٧٣٪)، ثم العبارة "تساهم وسائل

جدول (٣) يوضح استخدام برامج التواصل الاجتماعي والبرامج المستخدمة

النسبة%	العدد	البيان
هل تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي؟		
50.5%	210	دائما
32.2%	134	غالباً
15.4%	64	أحياناً
1.4%	6	نادراً
0.5%	2	أبداً
100.0	416	المجموع
الواتس اب		
90.1%	375	نعم
9.9%	41	لا
100.0	416	المجموع
تويتر		
80.8%	336	نعم
19.2%	80	لا
100.0	416	المجموع
الفيس بوك		
59.9%	249	نعم
40.1%	167	لا
100.0	416	المجموع
سناب شات		
68.0%	283	نعم
32.0%	133	لا
100.0	416	المجموع
انستغرام		
63.2%	263	نعم
36.8%	153	لا
100.0	416	المجموع
يوتيوب		
77.6%	323	نعم
22.4%	93	لا
100.0	416	المجموع
اخرى		
4.6%	19	نعم
95.4%	397	لا
100.0	416	المجموع

التواصل الاجتماعي في عملية تبادل المعلومات التي تخص العمل" في المرتبة الثالثة بنسبة (٧٢.٥٪)، والعبارة "تساهم وسائل التواصل الاجتماعي في أسلوب التواصل الدوري بين الموظفين والإدارة مثل الاجتماعات، اللقاءات، الندوات"، في المرتبة الرابعة بنسبة (٧٢.٣٪)، والعبارة "تساعدني وسائل التواصل الاجتماعي للعمل ضمن فريق عمل وذلك من خلال المجموعات" في المرتبة الخامسة بنسبة (٧٠.٨٪)، ويوضح الجدول بقية الجوانب الإيجابية لوسائل التواصل الاجتماعي حسب الأهمية النسبية التنازلية، وشكل محور الجوانب الإيجابية لوسائل التواصل الاجتماعي بشكل عام ما نسبته (٦٤.٣٪). وبناء على ذلك فإن نسبة

عبارات من هذا المحور (٦٥.٢٪) تمت الموافقة عليها، بينما ما بنسبة (٣٤.٨٪) تمت الموافقة عليها بشكل متوسطة.

جدول (٤): محور الجوانب الإيجابية

الرقم	البند	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة	درجة الموافقة
١	تساهم وسائل التواصل الاجتماعي بقدر كبير في عملية نشر المعلومات	416	4.18	.907	79.5%	موافق
٢	يتم مع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي تنسيق العمل مع الزملاء بشكل سريع	416	3.92	.936	73.0%	موافق
٣	تساهم وسائل التواصل الاجتماعي في عملية تبادل المعلومات التي تخص العمل	416	3.90	.892	72.5%	موافق
٤	تساهم وسائل التواصل في أسلوب التواصل الدوري بين الموظفين والإدارة مثل الاجتماعات، اللقاءات، الندوات	416	3.89	.906	72.3%	موافق
٥	تساعدني وسائل التواصل الاجتماعي للعمل ضمن فريق عمل وذلك من خلال المجموعات	416	3.83	.941	70.8%	موافق
٦	يؤدي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي إلى سرعة التنسيق مع الإدارات	416	3.83	.989	70.8%	موافق
٧	تصل التصاميم الإدارية للموظفين عبر وسائل التواصل بسرعة مما يؤدي إلى سرعة في الأداء	416	3.83	1.036	70.8%	موافق
٨	يؤدي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي إلى الاطلاع على الأنماط والطرق الحديثة في العمل	416	3.80	.933	70.0%	موافق
٩	وسائل التواصل أسرع من غيرها، الأمر الذي يترتب عليه إنجاز المهام والأعمال المألوفة للموظف دون تأخير	416	3.73	1.031	68.3%	موافق
١٠	يؤدي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي إلى سرعة التواصل مع المراجعين	416	3.72	1.010	68.0%	موافق
١١	توصل وسائل التواصل المستخدمة بين الرئيس والمرؤوس التعليمات والقرارات في الوقت المناسب.	416	3.69	1.052	67.3%	موافق
١٢	تساهم وسائل التواصل الاجتماعي في سرعة في خدمة العملاء	416	3.66	1.043	66.5%	موافق
١٣	تسهل وسائل التواصل الاجتماعي توفير المعلومات مما يساعد في رفع كفاءة الأداء	416	3.63	1.026	65.8%	موافق
١٤	تساهم وسائل التواصل الاجتماعي في تطور العمل	416	3.48	1.041	62.0%	موافق
١٥	يؤدي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي إلى السرعة في إنجاز المهام المطلوبة مني في العمل	416	3.47	1.082	61.8%	موافق
١٦	تساعد وسائل التواصل الاجتماعي على بذل المزيد من التفاني والجديّة في العمل	416	3.33	1.104	58.3%	موافقه متوسطة
١٧	يؤدي استخدام التواصل الاجتماعي إلى تحقيق رضا العاملين	416	3.33	1.034	58.3%	موافقه متوسطة
١٨	تساعد وسائل التواصل الاجتماعي في زيادة الدقة في العمل المنجز	416	3.20	1.085	55.0%	موافقه متوسطة
١٩	تجعلني وسائل التواصل الاجتماعي أقوم بالعمل المطلوب مني بإتقان	416	3.18	1.070	54.5%	موافقه متوسطة
٢٠	يساعد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على القدرة والبراعة في تنظيم وتنفيذ الأعمال	416	3.16	1.037	54.0%	موافقه متوسطة
٢١	تجعلني وسائل التواصل الاجتماعي أكثر متابعة ووثوق في العمل	416	3.15	1.099	53.8%	موافقه متوسطة
٢٢	يؤدي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي خلال العمل إلى رفع مستوى الجودة في العمل	416	3.14	1.134	53.5%	موافقه متوسطة
٢٣	تساهم وسائل التواصل الاجتماعي في تنفيذ العمل دون وقوع أخطاء	416	2.94	1.119	48.5%	موافقه متوسطة
	محور الجوانب الإيجابية عموماً	416	3.57	.71	64.3%	موافق

• محور الجوانب السلبية:

جدول (٥) محور الجوانب السلبية

الرقم	البند	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة	درجة الموافقة
١	يؤدي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل إلى قلة الاهتمام بالمراجعين	416	3.78	1.105	69.5%	موافق
٢	يؤدي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في ضياع الوقت	416	3.65	1.154	66.3%	موافق
٣	يؤدي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي إلى عدم التركيز في العمل	416	3.62	1.145	65.5%	موافق
٤	يؤدي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل إلى عدم التقدير الإبداعي	416	3.58	1.153	64.5%	موافق
٥	تعودت على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بهدف الترفيه	416	3.54	1.073	63.5%	موافق
٦	اضطر بالمثل في العمل مما يدفعني لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي	416	3.51	1.115	62.8%	موافق
٧	يؤدي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل إلى تعطيل العمل	413	3.49	1.186	62.3%	موافق
٨	تؤثر وسائل التواصل الاجتماعي سلبيا على الأداء الوظيفي	416	3.43	1.132	60.8%	موافق
٩	هنالك علاقة عكسية بين استخدامي وسائل التواصل الاجتماعي وأدائي	416	3.40	.984	60.0%	موافق
١٠	يؤدي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي إلى تقليل العلاقات الاجتماعية مع زملاء العمل	416	3.36	1.175	59.0%	موافقة متوسطة
١١	يؤدي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل إلى إثارة الخلافات والصراعات	416	3.31	1.129	57.8%	موافقة متوسطة
١٢	يؤدي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي خلال العمل إلى تقليل رغبتني في العمل	416	3.24	1.200	56.0%	موافقة متوسطة
١٣	اشعر بعدم رضا رئيسي بالعمل بسبب استخدامي لوسائل التواصل الاجتماعي خلال العمل	416	3.20	1.194	55.0%	موافقة متوسطة
١٤	يؤثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي خلال العمل على تقديمي في نهاية العام	416	3.19	1.194	54.8%	موافقة متوسطة
١٥	استخدم وسائل التواصل الاجتماعي في الغالب في مقر العمل	416	3.12	1.178	53.0%	موافقة متوسطة
	محور الجوانب السلبية عموماً	413	3.43	.74	60.8%	موافق

يوضح الجدول (٥) الجوانب السلبية لوسائل التواصل الاجتماعي مرتبة تنازلياً 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 بهدف 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٪) تم الموافقة عليها، بينما ما نسبة (٤٠٪) تمت الموافقة عليها بشكل متوسطة.

• محور الأداء الوظيفي:

جدول (٦): كيف تقيم أداءك الوظيفي :

الرقم	البند	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة	درجة الموافقة
١	أحاول أن أبذل قصارى جهدي قدر الامكان .	416	4.12	.873	78.0%	موافق
٢	أركز على عملي خلال ساعات العمل الرسمية .	416	4.03	.880	75.8%	موافق
٣	أبذل جهودا مضاعفة في أداء عملي	416	3.97	.876	74.3%	موافق
٤	عادة ما يكون مستوى أدائي أفضل من ما هو مطلوب مني	416	3.74	.920	68.5%	موافق
٥	أحرص على تنفيذ التعليمات بشأن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل.	416	3.73	1.028	68.3%	موافق
٦	مستوى أدائي أفضل من المستوى المطلوب بشكل دائم	416	3.69	.944	67.3%	موافق
٧	استخدام وسائل التواصل الاجتماعي خلال ساعات العمل يؤثر سلبا على أدائي	416	3.54	1.192	63.5%	موافق
٨	طبيعتي عملي لا تسمح لي باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مكان العمل	416	3.18	1.182	54.5%	موافقه متوسطة
	كيف تقيم أداءك الوظيفي عموماً	416	3.75	.65	68.8%	موافق

يوضح الجدول (٦) تقييم الموظف لأدائه مرتبة تنازليا من أعلى نسبة إلى أقل نسبة؛ حيث جاءت العبارة "أحاول أن أبذل قصارى جهدي قدر الامكان" 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 من ما هو مطلوب مني" في المرتبة الرابعة بنسبة (٦٨.٥٪)، واما العبارة "أحرص على تنفيذ التعليمات بشأن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل" بنسبة (٦٨.٣٪). ويوضح الجدول بقية تقييم الموظف لأدائه حسب الأهمية النسبية التنازلية. وشكل محور الأداء الوظيفي بشكل عام ما نسبته (٦٨.٨٪). وبناء على ذلك فإن نسبة عبارات من هذا المحور (٨٧.٥٪) تمت الموافقة عليها، بينما ما نسبة (١٢.٥٪) تمت الموافقة عليها بشكل متوسطة.

- اختبار فرضيات الدراسة :
- أولاً: الفرضية الأولى: لا يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠.٠٥) للجوانب الإيجابية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء الوظيفي لموظفي الأجهزة الحكومية بالملكة العربية السعودية.

يوضح الجدول (٧) بوجود علاقة خطية قوية بين الاداء الوظيفي والجوانب الإيجابية للاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، حيث كان معامل الارتباط مقدارها (٠.٨٢) بين الجوانب الإيجابية لاستخدام التواصل الاجتماعي والاداء الوظيفي عند مستوى الدلالة (٠.٠٠٠)، حيث $(\alpha \leq 0.05)$. وعليه نرفض فرض العدم بأنه لا يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠.٠٥) للجوانب الإيجابية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الاداء الوظيفي لموظفي الأجهزة الحكومية بالملكة العربية السعودية، ونقبل فرض البديل، حيث ان القيمة الحرجة لاختبار (F) كانت $(\alpha \leq 0.01)$. أي يوجد أثر دال إحصائياً للجوانب الإيجابية لاستخدام التواصل الاجتماعي على الأداء الوظيفي يمثلته معامل التحديد بنسبة (٦٨٪). كما يفسر معامل التحديد أن (٦٨٪) من التباين في الأداء الوظيفي ناتج عن الجوانب الإيجابية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي وسط أفراد عينة الدراسة.

جدول (٧) تحليل التباين لقياس تأثير الجوانب الإيجابية على الأداء الوظيفي

المتغير التابع	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوي الدلالة	معامل الارتباط	معامل التحديد
الأداء الوظيفي	الانحدار	9.201	1	9.201	22.951	0.000	0.82	R ²
	الخطأ	165.971	414	.401				

كما يوضح الجدول (٧) أن معاملات تحليل الانحدار البسيط B0 و B1 دالة إحصائياً $(\alpha \leq 0.001)$ أي أنها تختلف عن الصفر وعليه تصبح معادلة الانحدار كما يلي:

الأداء الوظيفي = ٣ + (٠.٢) الجوانب الإيجابية لاستخدام التواصل الاجتماعي.

جدول (٨): اختبار معاملات تحليل الانحدار البسيط لقياس أثر الجوانب الإيجابية للتواصل الاجتماعي في الأداء الوظيفي:

البعد المستقل	B	الخطأ المعياري	Beta	قيمة T المحسوبة	مستوي الدلالة
الثابت	B ₀ =3.0	.16		18.9	.000.
الإيجابية	B ₁ =0.2	.04	.23	4.8	.000.

- ثانياً: الفرضية الثانية: لا يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠.٠٥) للجوانب السلبية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الاداء الوظيفي لموظفي الأجهزة الحكومية بالملكة العربية السعودية.

ويوضح الجدول (٩) بوجود علاقة خطية قوية بين الاداء الوظيفي والجوانب السلبية للاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، حيث كان معامل الارتباط مقدارها (٠.٩١) بين الجوانب السلبية لاستخدام التواصل الاجتماعي والاداء الوظيفي عند مستوى الدلالة (٠.٠٠٠)، وعليه نرفض فرض العدم بأنه لا يوجد

أثر معنوي ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠.٠٥) للجوانب السلبية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء الوظيفي لموظفي الأجهزة الحكومية بالمملكة العربية السعودية، ونقبل فرض البديل، حيث أن القيمة الحرجة لاختبار (F) كانت ($\alpha \leq 0.01$). كما يفسر معامل التحديد أن (٨٢٪) من التباين في الأداء الوظيفي ناتج عن الجوانب السلبية لاستخدام التواصل الاجتماعي أي يوجد أثر دال إحصائياً للجوانب السلبية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الأداء الوظيفي يمثله معامل التحديد بنسبة (٨٢٪) وسط أفراد عينة الدراسة. ويتضح من ذلك بأن الجوانب السلبية أكثر أثراً (٨٢٪) على الأداء الوظيفي من أثر الجوانب الإيجابية (٦٨٪).

جدول (٩) تحليل التباين لقياس أثر الجوانب السلبية في الأداء الوظيفي :

المتغير التابع	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوي الدلالة	معامل الارتباط R	معامل التحديد R^2
الأداء الوظيفي	الانحدار	31.8	1	31.8	91.37	0.000	0.91	0.82
	الخطأ	143.2	411	0.3				

كما يوضح الجدول (١٠) أن معاملات تحليل الانحدار البسيط B0 و B1 دالة إحصائياً ($\alpha \leq 0.01$) أي أنها تختلف عن الصفر وعليه تصبح معادلة الانحدار كما يلي:

الأداء الوظيفي = ٢.٤٥٤ + (٠.٣٧٨) الجوانب السلبية لاستخدام التواصل الاجتماعي.

جدول (١٠) نتائج تحليل الانحدار البسيط لقياس تأثير الآثار السلبية على الأداء الوظيفي :

البعد المستقل	B	الخطأ المعياري	Beta	قيمة T المحسوبة	مستوي الدلالة
الثابت	$B_0 = 2.454$.138	-	17.725	.000
السلبية	$B_1 = .378$.040	.426	9.559	.000

• ثالثاً: اختبار الفرضية الثالثة: لا يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠.٠٥) حول الجوانب الإيجابية والسلبية والأداء الوظيفي وفقاً لنوع برامج وسائل التواصل الاجتماعي (الواتس أب، تويتر، الفيس بوك، سناب شات، الأنستقرام، اليوتيوب، برامج أخرى) المشتركين بها موظفين الأجهزة الحكومية بالمملكة.

• الواتس أب:

يوضح الجدول (١١) أن هناك اختلاف في آراء أفراد عينة الدراسة حول الجوانب السلبية لمستخدمي برنامج الواتس أب حيث كانت القيمة الحرجة (٠.٠٠٨) أقل من القيمة المعنوية (٠.٠٥) لذا نرفض فرض العدم لا يوجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية ونقبل الفرض البديل أن هناك اختلافات معنوية ذات دلالة إحصائية وسط أفراد العينة حول الجوانب السلبية ببرامج التواصل الاجتماعي ولا يوجد اختلاف ذا أثر معنوي بين الجوانب الإيجابية وتأثيره على الأداء الوظيفي لأفراد العينة لمستخدمي الواتس أب، حيث كانت القيمة الحرجة أعلى من القيمة

المعنوية (٠.٠٥) وعليه نقبل فرض العدم لا يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠.٠٥) للجوانب الإيجابية والاداء والوظيفي عند استخدام الواتس أب.

جدول (١١) اختلافات محور الدراسة تبعاً لمستخدمي برامج وسائل التواصل الاجتماعي:

القيمة الحرجة	ومحور الأداء الوظيفي		محور السلبيات		محور الإيجابيات			الاستخدام	البرامج التواصل الاجتماعي
	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العدد		
.607	0.62	3.74	.008	0.72	3.39	.411	375	نعم	الواتس أب
	0.90	3.80		0.79	3.76		41	لا	
.422	0.63	3.74	.001	0.74	3.37	.242	336	نعم	تويتر
	0.72	3.80		0.67	3.67		80	لا	
.127	0.64	3.71	.002	0.73	3.33	.018	249	نعم	الفيس بوك
	0.67	3.81		0.72	3.56		167	لا	
.314	0.62	3.73	.001	0.75	3.35	.002	283	نعم	سناپ هات
	0.70	3.80		0.68	3.59		133	لا	
.210	0.62	3.72	.001	0.75	3.33	.009	263	نعم	الاستقرام
	0.69	3.80		0.69	3.59		153	لا	
.330	0.62	3.73	.002	0.72	3.37	.230	323	نعم	يوتيوب
	0.74	3.81		0.74	3.64		93	لا	
.892	0.67	3.73	.547	0.80	3.33	.274	19	نعم	أخرى
	0.65	3.75		0.73	3.43		397	لا	

• تويتر:

يوضح الجدول (١١) 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 نرفض فرض العدم لا يوجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية ونقبل الفرض البديل أن هناك اختلافات معنوية ذات دلالة إحصائية وسط أفراد العينة حول الجوانب السلبية لبرامج التواصل الاجتماعي تويتر، ولا يوجد اختلاف ذا أثر معنوي بين الجوانب الإيجابية الأداء الوظيفي لأفراد العينة، لمستخدمي تويتر حيث كانت القيمة الحرجة اعلى من القيمة المعنوية (٠.٠٥) وعليه نقبل فرض العدم لا يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية عندي مستوى معنوية (٠.٠٥) للجوانب الإيجابية والاداء والوظيفي عند استخدام تويتر.

• الفيس بوك:

يوضح الجدول (١١) أن هناك اختلاف في آراء أفراد عينة الدراسة حول الجوانب الإيجابية والجوانب السلبية لمستخدمي برنامج فيس بوك، حيث كانت القيمة الحرجة (٠.٠١٨) للجوانب الإيجابية، و(٠.٠٠٢) للجوانب السلبية، أقل من القيمة المعنوية (٠.٠٥)، لذا نرفض فرض العدم لا يوجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية ونقبل الفرض البديل أن هناك اختلافات معنوية ذات دلالة إحصائية وسط أفراد العينة حول الجوانب الإيجابية والجوانب السلبية لمستخدمي فيس بوك ولا يوجد

اختلاف ذا أثر معنوي على الأداء الوظيفي لأفراد العينة لمستخدمي فيس بوك، حيث كانت القيمة الحرجة أعلى من القيمة المعنوية (٠.٠٥) وعليه نقبل فرض العدم لا يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية عندي مستوى معنوية (٠.٠٥) والاداء والوظيفي عند استخدام الفيس بوك.

• **السناب شات:**

يوضح الجدول (١١) يوضح أن هناك اختلاف في آراء أفراد عينة الدراسة حول الجوانب الإيجابية والجوانب السلبية لمستخدمي برنامج التواصل الاجتماعي سناب شات حيث كانت القيمة الحرجة (٠.٠٠٢) للجوانب الإيجابية، و(٠.٠٠١) للجوانب السلبية، أقل من القيمة المعنوية (٠.٠٥)، لذا نرفض فرض العدم لا يوجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية ونقبل الفرض البديل أن هناك اختلافات معنوية ذات دلالة إحصائية وسط أفراد العينة حول الجوانب الإيجابية والجوانب السلبية لمستخدمي سناب شات، ولا يوجد اختلاف ذا أثر معنوي على الأداء الوظيفي لأفراد العينة لمستخدمي سناب شات، حيث كانت القيمة الحرجة أعلى من القيمة المعنوية (٠.٠٥) وعليه نقبل فرض العدم لا يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية عندي مستوى معنوية (٠.٠٥) والاداء والوظيفي عند استخدام برنامج التواصل الاجتماعي سناب شات.

• **الانستغرام:**

يوضح الجدول (١١) أن هناك اختلاف في آراء أفراد عينة الدراسة حول الجوانب الإيجابية والجوانب السلبية لمستخدمي برنامج التواصل الاجتماعي انستغرام حيث كانت القيمة الحرجة (٠.٠٠٩) للجوانب الإيجابية و(٠.٠٠١) للجوانب السلبية أقل من القيمة المعنوية (٠.٠٥)، لذا نرفض فرض العدم لا يوجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية ونقبل الفرض البديل أن هناك اختلافات معنوية ذات دلالة إحصائية وسط أفراد العينة حول الجوانب الإيجابية والجوانب السلبية لمستخدمي برنامج التواصل الاجتماعي الانستغرام ولا يوجد اختلاف ذا أثر معنوي حول الأداء الوظيفي لأفراد العينة لمستخدمي الانستغرام حيث كانت القيمة الحرجة أعلى من القيمة المعنوية (٠.٠٥)، وعليه نقبل فرض العدم لا يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية عندي مستوى معنوية (٠.٠٥) والاداء والوظيفي عند استخدام برنامج التواصل الاجتماعي الانستغرام.

• **اليوتيوب:**

يوضح الجدول (١١) أن هناك اختلاف في آراء أفراد عينة الدراسة حول الجوانب السلبية لمستخدمي برنامج التواصل الاجتماعي اليوتيوب حيث كانت القيمة الحرجة (٠.٠٠٢) أقل من القيمة المعنوية (٠.٠٥)، لذا نرفض فرض العدم لا يوجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية ونقبل الفرض البديل أن هناك اختلافات معنوية ذات دلالة إحصائية وسط أفراد العينة حول الجوانب السلبية لبرنامج التواصل الاجتماعي اليوتيوب ولا يوجد اختلاف ذا أثر معنوي بين الجوانب الإيجابية والأداء الوظيفي لأفراد العينة لمستخدمي اليوتيوب حيث كانت القيمة

الدرجة اعلى من القيمة المعنوية (٠.٠٥)، وعليه نقبل فرض العدم لا يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية عندي مستوى معنوية (٠.٠٥)، والجوانب الإيجابية والاداء والوظيفي عند استخدام اليوتيوب.

• البرامج أخرى:

يوضح الجدول (١١) بأنه ليس هناك اختلافات معنوية أو لا يوجد تأثير معنوي بين استخدام برامج اخرى لتواصل الاجتماعي والجوانب الإيجابية والسلبية والأداء الوظيفي ووسط أفراد عينة الدراسة حيث كانت القيم الدرجة لكل المحاور الثلاثة في الجدول أعلى من القيمة لمعنوية (٠.٠٥)، لذا نقبل فرض العدم بأنه لا يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية عندي مستوى معنوية (٠.٠٥) للجوانب الإيجابية والسلبية والاداء والوظيفي وفقا استخدام برامج آخر غير التي ذكرت في الجداول أعلاه من برامج التواصل الاجتماعي المشتركين بها موظفين الأجهزة الحكومية بالمملكة العربية السعودية.

• مناقشة نتائج الدراسة:

◀ خصائص أفراد عينة الدراسة حيث كانت الفئات العمرية الأكثر هي الفئة العمرية (من ٣١ الي ٤٠ سنة) بنسبة (٥٠.٥%)، تليها الفئة العمرية (أقل من ٣٠ سنة) بنسبة (٢٢.٦%)، ثم (من ٤١ الي ٥٠ سنة) بنسبة (٢١.٦%)، وأقل فئة عمرية كانت (من ٥١ فأكثر) بنسبة (٥.٣%)، كما أن المؤهل الجامعي كان الأكثر بنسبة (٦٠.١%) بين أفراد عينة الدراسة وفوق الجامعي (ماجستير ودكتوراة) بنسبة (٨.٦%)، والثانوي وأقل من الثانوي بنسبة (٢٣.٨%)، ومؤهل الدبلوم (١.٤%)، اما المرتبة الوظيفية فقد كانت أعلى نسبة للمرتبة الوظيفية السابعة فأكثر بنسبة (٥٨.٢%)، تليها المرتبة الوظيفية من الخامسة الي السادسة بنسبة (٢٣.٧%)، ثم المرتبة الوظيفية من الثالثة إلى الرابعة بنسبة (٥.٣%)، تليها المرتبة الوظيفية من الأولى إلى الثانية والسلم الصحي بنفس النسبة (١.٢%)، واخيرا المستوى الرابع الدرجة الأولى بنسبة (٠.٥%)، وبلغت نسبة المتزوجين (٨٣.٤%)، وهي الحالة الاجتماعية السائدة ووسط أفراد عينة الدراسة بنسبة (١٤.٩%) للعزاب، اما المطلق فقد كانت بنسبة (١.٧%).

◀ أظهرت نتائج التحليل أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ووسط أفراد عينة الدراسة بصورة دائمه بنسبة (٥٠.٥%)، وغالبا بنسبة (٣٢.٣%)، وأحيانا بنسبة (١٥.٤%) و نادرا بنسبة (١.٤%)، والذي لا يستخدمونها بنسبة (٠.٥%)، وكان البرنامج المستخدم الذي جاء بالمرتبة الأولى من قبل أفراد عينة الدراسة هو الواتس اب حيث بلغت النسبة (٩٠.١%)، ويليها تويتر بنسبة (٨٠.٨%)، وثم اليوتيوب بنسبة (٧٧.٦%)، وجاء استخدام سناب شات بنسبة (٦٨%)، يليه في المرتبة السادسة الانستقرام بنسبة (٦٣.٢%)، ثم لفييس بوك بنسبة (٥٩.٦%)، واخيرا برامج التواصل الاخرى بنسبة (٤.٦%). ونلخص من النتائج أن أكثر من (٨٠%) من أفراد العينة الدراسة غالبا متواجدين على صفحات التواصل الاجتماعي وهذا يشكل تأثير وانعكاس على الأداء الوظيفي بشكل مباشر. وتوافق هذه النتائج مع ما اشارت إليه مجلة الرجل في تقريرها عن تزايد

مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي خلال العام الماضي (٢٠١٧م)، وكذلك دراسة (Ashraf, 2014) التي اشارت إلى أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت جزءاً لا يتجزأ من حياة الفرد.

كما أظهرت النتائج ان نسبة الموافقة على عبارات محور الجوانب الإيجابية كانت (٦٥.٢٪)، والموافقة المتوسطة بنسبة (٣٤.٨٪) والموافقة على عبارات محور الجوانب السلبية بنسبة (٦٠٪)، والموافقة المتوسطة بنسبة (٤٠٪)، أما الموافقة على عبارات الأداء الوظيفي بنسبة (٨٧.٥٪)، والموافقة المتوسطة بنسبة (١٢.٥٪). وان الموافقة على محاور الدراسة الثلاثة جاءت بدرجة موافق، بنسبة (٦٤.٣٪) للجوانب الإيجابية وبنسبة (٦٠.٨٪) للجوانب السلبية، وبنسبة (٦٨.٨٪) للأداء الوظيفي. وجاءت هذه النتائج متوافقة مع نتائج دراسة (Munene & Nyarubo, 2013) بشأن العلاقة الإيجابية وكذلك السلبية بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي واداء الموظفين وكذلك مع دراسة (عطية ٢٠١٢م). ومع دراسة (Ashraf, 2014) بأن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لها أثر إيجابي على إداء العاملين. وكذلك مع دراسة (Carlson, 2016) بشأن التأثير الإيجابي والسلبى على الأداء. ودراسة (Yeshambel, 2016) بأن هناك علاقة إيجابية وسلبية بين استخدام وسائل التواصل ونتاجية الموظف وان العلاقة السلبية أقوى من الإيجابية.

أظهرت النتائج وجود أثر هام ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للجوانب الإيجابية لاستخدام التواصل الاجتماعي على الأداء الوظيفي لأفراد عينة الدراسة وكان معامل التحديد (٦٨٪) اي ان للجوانب الإيجابية تأثير عالي على الأداء الوظيفي لأفراد عينة الدراسة بمعنى ان التغيير في الأداء الوظيفي بنسبة (٦٨٪) يعزى إلى الجوانب الإيجابية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي حسب رأي أفراد عينة الدراسة وعليه تم رفض فرضية العدم بالدراسة. وتوافقت هذه النتائج مع دراسة (Caelson, 2016) بشأن الأثر الإيجابي على الأداء، وكذلك دراسة (Ashraf, 2014) بتأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الانتاجية بشكل إيجابي.

كما بين التحليل الإحصائي وجود أثر هام ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للجوانب السلبية لاستخدام التواصل الاجتماعي على الأداء الوظيفي لأفراد عينة الدراسة وكان معامل التحديد (٨٢٪) اي ان للجوانب السلبية أو سلبيات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لها تأثير عالي على الأداء الوظيفي لأفراد عينة الدراسة، بمعنى ان التغيير في الأداء الوظيفي بنسبة (٨٢٪) يعزى إلى الجوانب السلبية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي حسب رأي أفراد عينة الدراسة وعليه تم رفض فرضية العدم بالدراسة. وتوافقت مع نتائج دراسة (Yeshambel, 2016) بأن هناك علاقة إيجابية وسلبية بين استخدام وسائل التواصل ونتاجية الموظف وان العلاقة السلبية أقوى من الإيجابية.

« أظهرت النتائج وجود اختلاف معنوي في آراء أفراد عينة الدراسة حول محور الجوانب السلبية لمستخدمي (الواتس اب) حيث كانت القيمة الحرجة أقل من القيمة المعنوية (٠.٠٥) وذلك يدل على ان هناك اختلافات وسط أفراد العينة حول الجوانب السلبية لاستخدام الواتس اب مما دعم رفض فرضية العدم في الدراسة.

« وبينت النتائج وجود اختلاف معنوي في آراء أفراد العينة حول محور الجوانب السلبية لمستخدمي (تويتر) حيث كانت القيمة الحرجة أقل من القيمة المعنوية (٠.٠٥) وذلك يدل على ان هناك اختلافات وسط أفراد العينة حول سلبيات استخدام تويتر مما دعم رفض فرضية العدم في الدراسة.

« هناك اختلافات معنوية في آراء أفراد عينة الدراسة حول محاور الجوانب الإيجابية و الجوانب السلبية من محاور الدراسة لمستخدمي (سناب شات) حيث كانت القيمة الحرجة أقل من القيمة المعنوية (٠.٠٥) وذلك يدل على ان هناك اختلافات وسط أفراد العينة حول الجوانب الإيجابية و الجوانب السلبية لمستخدمي سناب شات مما دعم رفض فرضية العدم في الدراسة.

« بينت النتائج وجود اختلافات معنوية في آراء أفراد عينة الدراسة حول محاور الدراسة الخاصة بالجوانب الإيجابية و الجوانب السلبية لمستخدمي (انستقرام) حيث كانت القيمة الحرجة أقل من القيمة المعنوية (٠.٠٥) وذلك يدل على ان هناك اختلافات وسط أفراد العينة حول الجوانب الإيجابية و الجوانب السلبية لمستخدمي الانستقرام مما دعم رفض فرضية العدم في الدراسة.

« أوضحت نتائج الدراسة ان هناك اختلاف في آراء أفراد عينة الدراسة حول الجوانب السلبية لمستخدمي (اليوتيوب) حيث كانت القيمة الحرجة أقل من القيمة المعنوية (٠.٠٥) وذلك يدل على ان هناك اختلافات وسط أفراد العينة حول سلبيات استخدام اليوتيوب مما دعم رفض فرضية العدم في الدراسة.

• التوصيات:

« توعية الموظفين بالأثار الإيجابية والسلبية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مكان العمل ومدى تأثير ذلك على الأداء.

« حث الجهات الحكومية على التوسع بإنشاء صفحات خاصة بها على شبكات التواصل الاجتماعي بهدف التواصل مع الموظفين والمستفيدين.

« العمل على توظيف استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لمصلحة العمل.

« تفعيل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي مثل الواتس اب (والذي يعد الوسيلة الأولى في الاستخدام بين أفراد العينة) لتواصل الرسمي بين الموظفين مع بعضهم البعض وكذلك مع إدارة المنظمة.

« وضع سياسات وإجراءات تحفيزية بشأن التقليل من الاستخدام السلبي لوسائل التواصل الاجتماعي في مكان العمل .

- ◀ اصدار تعليمات رسمية لجميع الأجهزة الحكومية بشأن الاستخدام الامثل لوسائل التواصل الاجتماعي في مكان العمل وجعلها من ضمن وسائل التواصل الرسمية.
- ◀ وضع قواعد واسس ومؤشرات أداء يومية وشهرية لكل موظف بهدف التأكد من استخدامه لوقت العمل بما يخدم مصلحة العمل.
- ◀ استخدام التقنيات الحديثة المساعدة على زيادة الانتاجية وسرعة الإنجاز في جميع التعاملات داخل المنظمات الحكومية وكذلك فيما بينها.
- ◀ إيجاد ثقافة تنظيمية موجهه نحو الاستخدام الامثل لوسائل التواصل الاجتماعي في مكان العمل.
- ◀ وسائل التواصل الاجتماعي اصبح واقع، وعلى المنظمات الإدارية التعامل مع هذا الواقع بشكل إيجابي لما له ارتباط بالأداء الوظيفي.

• المراجع العربية:

- الشهري، فايز بن عبد الله، (٢٠٠٨). "الشبكات الاجتماعية لم تعد للمراهقين" جريدة الرياض، الأحد ٩ ذي الحجة ١٤٢٩هـ - ٧ ديسمبر ٢٠٠٨م - العدد ١٤٧٧٦ صفحة تقنية المعلومات.
- حكومت أبوظبي (٢٠١٥) "دليل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الجهات والشركات الحكومية" <https://www.ecouncil.ae/Publications>
- عبد الرشيد، عزيز أحمد (١٤٣٦هـ) "وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على الفرد والمجتمع"، جامعة الامام، الرياض (<https://www.academia.edu/29616133>).
- 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 (٢٠١٨ م)، "تقرير حديث يكشف أعداد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي". السبت ١٧ / ٢ / ٢٠١٨م <http://www.arrajol.com>
- ويكيبيديا الموسوعة الحرة /شبكات التواصل الاجتماعي). (<https://ar.wikipedia.org/wiki>)
- الناصر، فيصل (٢٠١٧) "التواصل الاجتماعي في العمل: الآثار المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مكان العمل في المملكة العربية السعودية" زاوية، الموقع الإلكتروني، ٨/٩/٢٠١٧م. [/https://www.zawya.com/mena/ar/story-ZAWYA20170809124029](https://www.zawya.com/mena/ar/story-ZAWYA20170809124029)

• 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 Computer-Mediated 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 Co-Workers", 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 .

