

## The effect of Using Social Media during formal working hours upon productivity from employee's opinion The Study applied on EBU's employees in STC

Sanad Khulaif Alharbi

STC

**Abstract:** This study aimed to identify the level of social media usage by the Saudi Communications Officer during the official working hours, and to identify the extent of the impact of the social media usage on the employee's productivity. The study also aimed to determine the most important means to reduce this phenomenon, as well as to know whether there are statistically significant differences in the opinion of the respondents towards productivity, which are attributable to personal variables.

This study relied on the descriptive survey approach, and the study population consisted of business-sector employees in Saudi Telecom Company in Riyadh. 150 questionnaires were randomly distributed to the study population, and 130 questionnaires valid for analysis were retrieved. The most important results are that 67.7% of the sample believe that staff productivity is not decreased after using social media, as well as that there are no statistically significant differences at the level of 0.05 or less on work productivity through the different variables except for the variable of the purpose of social media usage.

The most important recommendations: Employees should be advised not to use social media during work, and the necessity to prepare awareness messages to be sent through the message center as well as the "fingerprint" system. Furthermore, seminars should be held to discuss the possibilities of achieving the optimal use of social media services during the official working hours to complete the company's business and not the employee's private business.

**Keywords:** Social Media - New Media - Productivity - STC - EBU.

## أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي أثناء الدوام الرسمي على إنتاجية العمل من وجهة نظر الموظفين دراسة ميدانية على موظفي قطاع الأعمال بشركة الاتصالات السعودية

سند خليف الحربي

شركة الاتصالات السعودية

الملخص: هدفت الدراسة إلى التعرف على مستوى استخدام موظف الاتصالات السعودية لوسائل التواصل الاجتماعي أثناء الدوام الرسمي والتعرف على مدى تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على إنتاجية الموظف كما هدفت إلى التعرف على أهم الوسائل الكفيلة بالحد من هذه الظاهرة، وكذلك معرفة ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية في رأي الباحثين نحو الإنتاجية والتي تعزى للمتغيرات الشخصية.

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي المسحي وتكوّن مجتمع الدراسة من موظفي قطاع الأعمال بشركة الاتصالات السعودية بمدينة الرياض. تم توزيع (150) استبانة بطريقة عشوائية على مجتمع الدراسة واسترد منها (130) استبانة صالحة للتحليل. وأهم النتائج أن 67.7% من العينة يرون عدم انخفاض إنتاجية الموظفين بعد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وكذلك عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 فأقل على إنتاجية العمل باختلاف المتغيرات ومن أهم التوصيات: نصح الموظفين بعدم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي أثناء العمل وأهمية القيام برسائل توعوية يتم إرسالها عبر مركز الرسائل ونظام الحضور والانصراف "البصمة" وعقد ندوات لنقاش إمكانيات الاستفادة المثلى من خدمات الشبكات التواصل الاجتماعي لإنجاز أعمال الشركة أثناء وقت الدوام الرسمي وليس الأعمال الخاصة للموظف.

الكلمات المفتاحية: وسائل التواصل الاجتماعي - الاعلام الجديد - الإنتاجية -شركة الاتصالات السعودية - قطاع الأعمال.

## 1- مقدمة:

إن التطور التكنولوجي هو السمة الأبرز من سمات هذا العصر في كل منحي من مناحيه ولمواكبة هذا التطور لابد من استخدام وسائل الاتصال الحديثة والاستفادة المثلى من كل ما هو جديد ومفيد ونافع في عالم ثورة المعلومات، فبواسطة ثورة المعلومات أصبح العالم مترابط الأطراف ولعل وسائل التواصل قد تطورت بشكل ليس له مثيل من ذي قبل فانعكس تأثيرها على كل من يستخدمها على مستوى المنظمات والأفراد على حدٍ سواء، واللافت للانتباه هو أنّ وسائل التواصل الاجتماعي الحديثة من برامج (الفيديو بوك، تويتر، الواتساب، ...) بدأت تحل محل وسائل التواصل التقليدية من صحف وأجهزة هاتف وتلفاز ويُعزى ذلك إلى السرعة الفائقة في التواصل مع الآخرين ونقل المعلومة من شخص إلى ملايين الأشخاص في العالم عبر شبكات الانترنت في جزء يسير من الوقت لا يتعدى ثوانٍ معدودة فهي تقنيات تقدم خدمات جليلة إذا ما استخدمت بحكمة ولا تصل إلى مرحلة إدمانها، إضافة إلى سهولة استخدامها وثمن أجهزتها الرخيص إذ بإمكان أغلبية المجتمع اقتنائها، إضافة إلى الحرية الواسعة التي تمنحها هذه الوسائل لمستخدميها حيث الخصوصية التامة إذ لا رقابة مباشرة عليهم من رؤسائهم في العمل وهذا أمر لا بأس به إلا أنّ لها التأثير البالغ في سلوكيات مستخدميها ناهيك عن نوعية المادة التي يشاهدها أو يسمعها المستخدم إيجابية أم سلبية!! وما يهمني في هذه الدراسة هو تسليط الضوء على أثرها على الموظف عند استخدامه هذه التطبيقات أثناء وقت الدوام الرسمي وما أثر ذلك على إنتاجيته للمنظمة إذ أن الوقت الذي يقضيه الموظف بالمنظمة مُلْكٌ لها لا مُلْكٌ له ولا بد من استخدامه بما فيه مصلحة المنظمة.

## مشكلة الدراسة

احتلت وسائل التواصل الاجتماعي مكانة كبيرة بين كافة فئات المجتمع في المملكة العربية السعودية حتى أدمنها الكثيرون لاسيما الموظفين إذ أنهم جزء لا يتجزأ من مستخدمي هذه الوسائل والأجهزة، ونطرح السؤال المهم: كيف أثرت هذه التطبيقات على أداء هؤلاء الموظفين لأعمالهم؟، وهل كل تأثيرها سلبي فقط؟ وكيف يمكن ضبط عملية استخدامهم هذه التطبيقات، بحيث نستفيد من الإيجابيات ونتخلص من السلبيات؟ وبالنظر إلى هذا الاستخدام الكبير لوسائل التواصل الاجتماعي فإن هناك تأثير يتوقع حدوثه على سلوكيات المجتمع بشكل عام وعلاقاتهم إما سلباً أو إيجاباً. والأهم في جانب هذه الدراسة هو ذلك التأثير الذي يحدثه استخدام التواصل الاجتماعي على إنتاجية موظف الاتصالات السعودية أثناء أداء عمله وقت الدوام الرسمي حيث تشير الإحصاءات بأن عدد المشتركين في المملكة العربية السعودية لعام 2012 م أكثر من 4.5 مليون مشتركاً في الفيس بوك، ويستقطب هذا البرنامج أكثر من 500 مليون زائر شهرياً حول العالم. مما يفقد الموظف التركيز عند استخدام تلك الوسائل أثناء الدوام الرسمي مما سيكون له بالغ الأثر في الخدمات المقدمة سواء للعملاء أو المراجعين وانخفاض مستوى الرضا عن الموظف لدى رؤسائه في العمل إضافة إلى الآثار السلبية

على صحة الأفراد والتي تتمثل في الأرق، وقلة النوم، والعزلة، فقد لوحظ على أكثر الموظفين استخدام هذه التطبيقات بشكل ملفت، وأصبحت ظاهرة تحتاج إلى دراسة وتحليل لمعرفة أثرها على إنتاجية الموظف وتكمن مشكلة الدراسة في الإجابة على التساؤل التالي: ما أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على إنتاجية الموظف في العمل من وجهة نظر الموظفين؟

#### أسئلة الدراسة

1. ما مدى تأثير استخدام موظف الاتصالات السعودية وسائل التواصل الاجتماعي أثناء الدوام الرسمي على إنتاجيته في العمل من وجهة نظر الموظفين؟
2. هل زادت إنتاجية موظف الاتصالات السعودية بعد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي أم قلت من وجهة نظر المديرين؟
3. ما الوسائل الكفيلة لضبط استخدام وسائل التواصل الاجتماعي أثناء العمل للاستفادة من الإيجابيات والتخلص من السلبيات من وجهة نظر الموظفين؟
4. هل توجد فروق في تصورات الباحثين نحو الإنتاجية تعزى للمتغيرات الشخصية؟

#### أهداف الدراسة:

1. التعرف على مستوى استخدام موظف الاتصالات السعودية لوسائل التواصل أثناء الدوام الرسمي من وجهة نظر الموظفين.
2. التعرف على مدى تأثير استخدام وسائل التواصل على إنتاجية الموظف ومعرفة هل زادت أم قلت من وجهة نظر المديرين.
3. التعرف على أهم الوسائل الكفيلة بالحد من استخدام التواصل من موظفي الاتصالات السعودية من وجهة نظر الموظفين.
4. التعرف على الفروق ذات الدلالة الإحصائية تجاه تصورات الباحثين نحو الإنتاجية والتي قد تعزى للمتغيرات الشخصية.

#### أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية البحث في الجانب النظري بمعرفة نوعية التأثير على إنتاجية موظف الاتصالات السعودية عند استخدام وسائل التواصل الاجتماعي إما سلباً أو إيجاباً حسب طبيعة العمل في الشركة، وتنبع أهمية البحث في الجانب العملي بتوضيح معرفة الأدوات والحلول الممكنة للتعامل مع السلوكيات الخاطئة لمستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي على إنتاجية موظفي شركة الاتصالات السعودية.

#### حدود الدراسة:

- الموضوعية: فيبحث مشكلة استخدام موظفي قطاع الأعمال بشركة الاتصالات السعودية لوسائل التواصل الاجتماعي أثناء الدوام الرسمي وأثرها على إنتاجيته لمعرفة أسبابها وطرق علاجها الممكنة من وجهة نظر العاملين بها.
- المكانية والبشرية: وتقتصر على موظفي قطاع الأعمال بشركة الاتصالات السعودية في مدينة الرياض.
- الزمانية: ويقتصر على موظفي الاتصالات السعودية في العام 1434/1435 هـ الفصل الدراسي الأول.

## مصطلحات الدراسة:

- الإعلام الجديد يعني وسائل الإعلام التي تعتمد على الحاسب الآلي في إنتاج وتخزين وتوزيع المعلومات، وتقدم ذلك بأسلوب ميسر وبسعر منخفض وتضيف التفاعل المباشر وتستلزم من المتلقي انتباهاً (القرني، 2011: 14).
- وسائل التواصل الاجتماعي (تويتر- فيسبوك-واتساب...)
- منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمستخدم فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمام والهوايات نفسها (راضي، 2003: 23).
- شركة الاتصالات السعودية: شركة سعودية مساهمة تمتلك الدولة من حصتها 70% وتعنى بتقديم خدمات الاتصالات في المملكة العربية السعودية. ([www.stc.com.sa](http://www.stc.com.sa), 2007)
- قطاع الأعمال: هو القطاع الذي يهتم بتقديم خدمات الاتصالات لقطاع الأعمال بالمملكة من وزارات وشركات كبيرة ومتوسطة وصغيرة بشركة الاتصالات السعودية. ([www.stc.com.sa](http://www.stc.com.sa), 2009)

## 2- الإطار النظري والدراسات السابقة

### أولاً: الإطار النظري

تلاحقت التقنيات الحديثة وأصبحت في متناول كثير من سكان العالم، والانترنت يعد الوسيلة الأولى في التواصل بين أفراد الشعب الواحد وبين الشعوب الأخرى في العالم وتشير أحدث الإحصائيات إلى أن العالم يوجد به في نهاية عام 2010 م حوالي ملياري مستخدم بما يقارب حوالي 30% من عدد سكان العالم كما تشير نسبة النمو إلى أكثر من 400% مقارنة مع عام 2000 م أما على مستوى القارات فنجد أن أكبر نسبة من المستخدمين كأرقام مطلقة موجودة في قارة آسيا بأكثر من 852 مليون مستخدم تليها قارة أوروبا بحوالي 475 مليون مستخدم ثم قارة أمريكا الشمالية بحوالي 266 مليون مستخدم. أما على مستوى نسبة المستخدمين من إجمالي عدد السكان فنجد أمريكا الشمالية في المقدمة بنسبة 77% تليها أوروبا بنسبة 61% ثم آسيا بنسبة 22% وأخيراً أفريقيا بنسبة 11% ووصلت منطقة الشرق الأوسط في الاستخدام إلى 30% (القرني، 2011: 52) ويمكن تعريف الإعلام الجديد عبر مدخلين هما:

المدخل الأول: يشير إلى جملة من تطبيقات الاتصال الرقمي وتطبيقات النشر الإلكتروني على الأقراص بأنواعها المختلفة والتلفزيون الرقمي والإنترنت وهو يدل كذلك على استخدام الكمبيوترات الشخصية والنقالة فضلاً عن التطبيقات اللاسلكية للاتصالات والأجهزة المحمولة في هذا السياق.

المدخل الثاني: يشير أيضاً إلى الطرق الجديدة للاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الإنترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للإفراد والمجموعات بإسراع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع عبر تطبيقات تسمى تطبيقات التواصل الاجتماعي ([www.jadeedmedia.com](http://www.jadeedmedia.com), 2010).

### مزايا الإعلام الجديد:

التفاعلية أهم مظاهر التميز فخاصية توفير مصادر المعلومات والتسليية لعموم الناس بشكل ميسر وبأسعار منخفضة هي خاصية مشتركة بين الإعلامين القديم والجديد، والفرق هو أن الإعلام الجديد قادر على إضافة خاصية جديدة لا يوفرها الإعلام القديم وهي التفاعل أي قدرة وسيلة الاتصال الجديدة على الاستجابة لحديث المستخدم تماماً كما يحدث في عملية المحادثة بين شخصين.

التغير في أنماط السلوك: لقد غيرت تكنولوجيا الإعلام الجديد أيضاً بشكل أساسي من أنماط السلوك الخاصة بوسائل الاتصال من حيث تطلبها لدرجة عالية من الانتباه.

#### حقائق عن الإعلام الجديد:

يشير (القرني، 2011: 64) إلى مجموعة من الحقائق عن الإعلام الجديد من أهمها: أن الشريحة العمرية 18-34 سنة تقضي مع وسائل التواصل الاجتماعي وقتاً أكثر بأربع مرات من قضائها مع وسائل الإعلام التقليدية، كما أن واحد من كل ثمان زيجات في الولايات المتحدة الأمريكية تمت عن طريق التواصل عبر الإعلام الاجتماعي ومن الحقائق أن الإذاعة احتاجت إلى 38 عاماً حتى تحقق 50 مليوناً من المستمعين والتلفزيون إلى 13 عاماً لتحقيق نفس النتيجة، بينما احتاج الإنترنت إلى أربع سنوات فقط ليصل إلى خمسين مليون مستخدم. كما أن الفيس بوك احتاج إلى أقل من عام واحد ليزيد عدد مشتركيه مائتي مليون مشترك جديد حيث يشترك يومياً في الفيس بوك أكثر من 250 ألف مشترك جديد. وأن حوالي 80% من الشركات الأمريكية تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي للبحث عن شواغر لوظائفها إضافةً إلى أنّ 247 مليون رسالة بريد إلكتروني يتم تداولها في العالم يومياً.

#### التواصل الاجتماعي والإنتاجية:

1- وسائل التواصل الاجتماعي: ذكر (القرني، 2011: 58) تعريف بويد واليسون للإعلام الاجتماعي على أنه مجموعة خدمات تقدم عبر الإنترنت تسمح للفرد بتكوين ملف شخصي رسمي أو غير رسمي محدد أسماء الأشخاص متاح لهم التواصل والمشاركة معه وإتاحة الفرصة له للإبحار في ملفاتهم الشخصية أو الرسمية. ويشير (راضي، 2003: 86) إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي هي منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها. ومن أكثر وسائل التواصل الاجتماعي استخداماً بالعالم:

فيس بوك Face Book: وهو موقع اجتماعي أطلق في الرابع من فبراير 2004 والموقع يتبع نفس شركة فيس بوك الخاصة ويسمح هذا الموقع للمستخدمين بالانضمام إلى عدة شبكات فرعية من نفس الموقع تصب في فئة معينة مثل منطقة جغرافية معينة. كما أنه يشير إلى دفتر ورتي يحمل صوراً ومعلومات لأفراد في جامعة معينة أو مجموعة ومن هنا جاءت تسمية الموقع وتعتبر هذه الطريقة شائعة لتعريف الأشخاص خصوصاً في الجامعات الأجنبية ببعضهم حيث يتصفح المنتسبون في الجامعة هذه الدفاتر لمعرفة المزيد عن الطلبة المتواجدين في نفس الكلية ويضم حالياً أكثر من 350 مليون مستخدم على مستوى العالم (عامر، 2011: 203).

تويتير twitter: وهو موقع على الإنترنت أسس في عام 2006 م ويقدم خدمة تدوين مصغر تسمح لمستخدميه بإرسال تغريدات عن حالتهم بحد أقصى 140 حرف للرسالة الواحدة وذلك مباشرة عن طريق الموقع. وأصبح موقع تويتير متوفر باللغة العربية منذ مارس 2012، ويشير المحارب إلى الدراسة التي نشرتها الشركة الفرنسية (semicast) والتي توصلت إلى أن عدد مستخدمي تويتير وصل إلى أكثر من 500 مليون مستخدم بنهاية شهر يونيو من عام 2012 م، وتحتل أمريكا المرتبة الأولى بعدد 140 مليون مستخدم، وتلها البرازيل ثم اليابان وبريطانيا، وتوضح الدراسة أن عدد المغردين السعوديين وصل إلى أكثر من 2,9 مليون مستخدم، وتحتل مدينة الرياض المرتبة العاشرة في نسبة التحديثات على مستوى مدن العالم (المحارب، 2011: 117).

الواتس آب Whats App: وهو برنامج تطبيق ترأسل فوري، محتكر ومتعدد المنصات للهواتف الذكية، ويمكن بالإضافة إلى الرسائل الأساسية للمستخدمين إرسال الصور والرسائل الصوتية والوسائط الأخرى، ويتميز هذا البرنامج بتزامنه مع أرقام الهاتف تلقائياً بعد تنصيبه على الهاتف الذكي وبدون تدخل من المستخدم، ويعد هذا البرنامج الواسع

الانتشار والذي لا تتوفر حتى الآن معلومات دقيقة عن عدد مستخدميها من البرامج الخطيرة والتي يمكن أن تستخدم في أغراض التجسس (Wikipedia.org, 2012).

## 2- الإنتاجية:

يعرف (هيكل، 1981: 10) الكفاية الإنتاجية للعمل بأنها "النسبة بين حجم معين للإنتاج وكمية العمل التي استخدمت في تحقيقه" كما يشير إلى أنّ مشاكل قياس إنتاجية العمل يصبح أكثر صعوبة عندما ينتقل من معالجة إنتاجية عاملٍ يعمل منفرداً إلى معالجة إنتاجية صناعة تتضمن عدة منشآت. وإذا انتقلنا إلى دراسة إنتاجية فريق من العمال يعملون سوياً كوحدة إنتاجية، تكون لقدرة المشرف على الفريق نفس الأهمية بالمقارنة مع كفاءة كل عامل يتضمنه الفريق.

وتتمثل مشكلة الدافعية في العمل إلى أنّ الانسان لا يعمل بكل طاقاته في أغلب الأحيان، فإنتاجه لا يتكافأ مع قدراته وإمكانياته. فهناك عوامل عديدة تؤثر على تقبل الافراد لأعمالهم مثل الظروف البيئية للعمل والمناخ الاجتماعي والعوامل الاقتصادية كالراتب (مرسي ودباغ، 1984: 37).

## علاقة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بإنتاجية العمل:

(www.tanmia-idaria.ipa.edu.sa/Article,2013)

قامت مجلة التنمية الإدارية التابعة لمعهد الإدارة العامة بتحقيق أجرته مع عدد من المسؤولين والأكاديميين عن علاقة وسائل التواصل الاجتماعي بإنتاجية العمل وخلصت إلى إن شبكات التواصل الاجتماعي هي تقنيات تقدم خدمات جليلة شريطة أن تستخدم بحكمة وأن لا تصل إلى مرحلة إدمان 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 مما يُخلّ بالخدمات المقدمة للعملاء أو المراجعين، كما يؤدي إلى انخفاض مستوى الرضا عنه لدى رؤسائه في العمل، إضافة إلى الآثار السلبية على صحة الموظفين والتي تتمثل في الأرق، وقلة النوم والعزلة لذا فإننا نحتاج إلى مزيدٍ من التوعية وتثقيف كافة أطراف المجتمع بدءاً من المدرسة والبيت والجامعة ومقر العمل لإيضاح الأخطار المحتملة في حالة التجاوز في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي عن الحد المقبول الذي سيؤثر على أداء الموظف والطالب وملتقي الخدمة. وقد يكون لتحديد حجم العمل الذي يجب أن يقوم الموظف بإنجازه يومياً قبل نهاية الدوام تأثيرٌ إيجابيٌ بعدم طغيان استخدامه لوسائل التواصل الاجتماعي على أدائه لمهام وظيفته.

## ثانياً- الدراسات السابقة:

لقي موضوع استخدام الانترنت كوسيلة للتواصل بين الأفراد اهتماماً كبيراً من قبل الباحثين في العقدين الماضيين وقد نتج عن ذلك كثير من الدراسات الميدانية التي بحثت في توجهات الأفراد والمجتمعات للتعامل مع هذا المنتج العلمي الحديث والذي غير كثير من وسائل التواصل والاتصال على مستوى العالم ويقدر لم يعرفه التاريخ البشري من قبل. يشير جعفر ومسلم (2012) حول أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على التفكك الأسري والاجتماعي دراسة مسحية على طلبة الجامعات العراقية وخلصت النتائج إلى وجود تأثير سلبي من قبل طلبة الجامعة على العلاقات الأسرية داخل المنزل حيث تراوحت أعلى نسبة لعدم مشاركة أفراد الأسرة بما يتم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والانترنت عموماً إضافة إلى عدم قضاء وقت مع الأسرة يوازي وقت استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ومن أهم التوصيات: ضرورة التوعية لأوساط الطلبة الجامعيين بالاستخدام الأمثل لوسائل التواصل الاجتماعي وتوجيههم الصحيح وضرورة التأكيد على دور الآباء والأمهات في رقابة أبنائهم من مخاطر الانترنت عموماً ووسائل التواصل الاجتماعية بصفة

خاصة من خلال التوجيه والمتابعة والمراقبة. وأوضحت دراسة المصيلحي (2011) حول الفيس بوك ورأس المال الاجتماعي في مصر، بأنه على الرغم من حداثة هذا البرنامج والتي لا تتجاوز خمس سنوات، فإن دوره الملموس في تطوير الشبكات والتفاعلات الاجتماعية التي تنطوي على قدر من الثقة والتعاون بما يتيح القدرة على تدعيم رأس المال الاجتماعي. وقد أسفرت الدراسة الميدانية أن الفيس بوك لا يُعد رأس مال اجتماعي افتراضي جديد وبديل عن رأس المال الاجتماعي الواقعي وإنما يساهم بدور فاعل في تدعيم بعض صور العلاقات الاجتماعية التقليدية كما أنه أصبح يدعم انخراط الأفراد في عالم أكبر محلياً وعالمياً ويعزز قدراتهم على المشاركة في الشئون العامة بما يمثل قاعدة محتملة يمكن استغلالها في حفز جهود وقوى التنمية.

أما الدراسات المتعلقة بإنتاجية العمل فمنها ما قام به الحنيطي (2001) بدراسة سوق العمل وإنتاجية العمل والأجور في الاقتصاد الأردني فهي تهدف إلى تحليل المحددات المهمة لإنتاجية العمل والأجور في الاقتصاد الأردني حيث زادت بزيادة الاستثمارات الفعلية في القطاعات الاقتصادية بغية تحقيق زيادة في إنتاج السلع والخدمات ومن ثم إنتاجية العمل وتشجيع المؤسسات المالية والمصرفية في الأردن لزيادة تقديم التسهيلات الائتمانية للقطاعات الاقتصادية والاهتمام بزيادة الأجور لما لها من تأثير إيجابي للعمل وتطوير نظام الحوافز والمكافآت. وبينت دراسة نصر (1990) أن الجنس والسن لهما تأثير واضح على إنتاجية العمل حيث أظهرت الدراسة أن إنتاجية العمل لدى النساء تقل بحوالي 25% عن إنتاجية الرجال في بعض الصناعات كما أن التقدم في العمر كان له تأثير سلبي على الإنتاجية ولكن هذا التأثير يتفاوت حسب الصناعة.

#### وسائل التواصل الاجتماعي وإنتاجية العمل:

هناك بعض الدراسات التي تطرقت إلى إنتاجية العمل وتأثيرها باستخدامات الإنترنت ووسائل الاتصال المختلفة: ففي دراسة أرينكارينسكي (2010) التي هدفت للتعرف على أثر استخدام موقع فيس بوك على التحصيل الدراسي لدى طلبة الجامعات أظهرت النتائج أن الدرجات التي يحصل عليها طلاب الجامعات المدمنون على شبكة الإنترنت وتصفح موقع "فيس بوك" أكبر الشبكات الاجتماعية على الإنترنت أدنى بكثير من تلك التي يحصل عليها نظرائهم الذين لا يستخدمون هذا الموقع، كما أظهرت النتائج أنه كلما ازداد الوقت الذي يمضيه الطالب الجامعي في تصفح هذا الموقع كلما تدنت درجاته في الامتحانات. كما بينت النتائج أن الأشخاص الذين يقضون وقتاً أطول على الإنترنت يخصصون وقتاً أقصر للدراسة حيث أن لكل جيل اهتمامات تجذبه وبينت النتائج أن (79%) من الطلاب الجامعيين الذين شملتهم الدراسة اعترفوا بأن إدمانهم على موقع الفيس بوك أثر سلبياً على تحصيلهم الدراسي. بينما هدفت دراسة Meshel (2010) للتعرف على أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية في بريطانيا، وقد أظهرت النتائج أن أكثر من نصف الأشخاص البالغين الذين يستخدمون مواقع من بينها (الفيس بوك ويوتيوب) قد اعترفوا بأنهم يقضون وقتاً أطول على شبكة الإنترنت من ذلك الوقت الذي يقضونه مع أصدقائهم الحقيقيين أو مع أفراد أسرهم. وقد بينت الدراسة أن نحو 53% من الذين شاركوا في الدراسة المسحية قالوا بأن شبكات التواصل الاجتماعي تسببت بالفعل في تغيير أنماط حياتهم. وأوضحت دراسة أمريكية (2010) أن الموظف يستخدم الإنترنت بمعدل 5 ساعات يومياً لتحقيق مصالح شخصية مثل التسوق الإلكتروني، اللعب الإلكتروني، في حين قامت جامعة ملبورن الاسترالية (2009) بدراسة توصلت فيها إلى أن الأشخاص الذين يتصفحون الإنترنت من أجل التسلية أثناء وقت العمل وبحدود 20% من وقت العمل يكونون أكثر إنتاجية بنسبة 9% مقارنة بأولئك الذين لا يستخدمون الإنترنت.

ولهذا التعبير عن الشخصيات قالت دراسة جامعة تكساس الأمريكية (2009)، أشارت إلى أن الناس يقبلون على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مثل موقع "فيس بوك" بهدف التعبير عن حقيقة شخصياتهم، بدلاً من رسم

صور مثالية عنها حيث إنها تشبع لدى معظم المستخدمين حاجتهم الأساسية لتعريف الآخرين بأنفسهم (www.tanmia-idaria.ipa.edu.sa/Article,2013) وعلى النقيض من دراسة جامعة ملبورن الاسترالية فسّرت دراسة أمريكية (2008) إلى أن الأمريكيين يقطعون عملهم في المتوسط كل 10 دقائق ويقضون 23 دقيقة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ثم يعودون لاستكمال المهمة التي كانوا يقومون بأدائها. ووفقاً لتلك الدراسات فإن تكلفة هذه الانقطاعات تقدر بحوالي 650مليار دولار في السنة على الاقتصاد الأمريكي (www.tanmia-idaria.ipa.edu.sa/Article,2013). أما دراسة العتيبي (2008) التي هدفت إلى التعرف على تأثير الفيسبوك على طلبة الجامعات السعودية، أفادت بأن نسبة انتشار استخدام الفيسبوك بين طلاب الجامعات السعودية وطالباتها بلغت 77% وأن دور الأهل والأصدقاء وتأثيرهم في التعرف عليه بدافع تمضية الوقت، كعامل رئيس لاستخدامه، جاء في المرتبة الأولى وأنّ الفيسبوك حقق ما لم تحققه الوسائل الإعلامية الأخرى في التأثير على الشخصية.

### التعليق على الدراسات السابقة:

على الرغم من حداثة الدراسات التي تناولت موضوع أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الإنتاجية فإن الباحث يرى أن الدراسات السابقة أعلاه قد أوضحت التأثير الذي أحدثته هذه الوسائل بشكل أو بآخر سواء على الإنتاجية في العمل أو الدراسة أو على العلاقات الأسرية والاجتماعية. كما أن الدراسات السابقة تتشابه مع الدراسة الحالية في جوانب تأثير وسائل التواصل على الإنتاجية في العمل وبالأخص دراسة جامعة ملبورن الاسترالية التي توصلت فيها إلى أن الأشخاص الذين يتصفحون الانترنت من أجل التسلية أثناء وقت العمل وبحدود 20% من وقت العمل يكونون أكثر إنتاجية بنسبة 9% مقارنة بأولئك الذين لا يستخدمون الانترنت. وتتميز هذه الدراسة بتسليط الضوء على أنواع وسائل التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المبحوثين وهي "تويتر وواتساب" لا سيما الوقت الذي بلغت ذروة استخدامها بمجتمع الدراسة.

### 3- منهجية الدراسة وإجراءاتها

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي لوصف وتقييم أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي أثناء الدوام الرسمي على إنتاجية العمل من وجهة نظر الموظفين وتكون مجتمع الدراسة من موظفي قطاع الأعمال بشركة الاتصالات السعودية بمدينة الرياض وعددهم (397) موظف. وتم اختيار العينة بطريقة عشوائية قصدية على مكاتب الموظفين المتواجدين، حيث تم توزيع (150) استبانة على مجتمع الدراسة واسترد منها وصلح للإدخال والتحليل (130) استبانة، وقد استخدمت الدراسة الاستبانة كأداة لجمع البيانات اللازمة وتكونت الاستبانة من جزأين هما:

- الأول: البيانات الأولية: ويتعلق هذا الجزء بالمتغيرات الشخصية للدراسة كالعمر والحالة الاجتماعية والمؤهل العلمي ومستوى الوظيفة ومجال العمل ومواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً لك والغرض من استخدام تلك الوسائل.
  - والثاني من الاستبانة: أسئلة مغلقة: وتتكون من بعدين: الأول: مدى تأثير استخدام موظف الاتصالات السعودية لوسائل التواصل الاجتماعي أثناء الدوام الرسمي على إنتاجية العمل، ويشتمل على (10) عبارات، والثاني: كيف يمكن ضبط استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للاستفادة من الإيجابيات والتخلص من السلبات ويشتمل على (11) عبارة.
- ولتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات التي تم جمعها، فقد تم استخدام العديد من الأساليب الإحصائية المناسبة باستخدام برنامج (SPSS) بعد أن تم ترميز وإدخال البيانات إلى الحاسب الآلي.

وبعد ذلك تم حساب المقاييس الإحصائية التالية:

- التكرارات والنسب المئوية: استخدمت الدراسة هذا الأسلوب للتعرف على الخصائص الشخصية والوظيفية لمفردات عينة الدراسة وتحديد استجاباتهم اتجاه عبارات المحاور الرئيسة التي تتضمنها الدراسة.
- المتوسط الحسابي (mean): وذلك لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض استجابات مفردات الدراسة عن المحاور الرئيسة (متوسط متوسطات العبارات)، (مع العلم بأنه يفيد في ترتيب المحاور حسب أعلى متوسط حسابي موزون).
- تم استخدام الانحراف المعياري (standard Deviation): وذلك للتعرف على مدى انحراف أو تشتت استجابات مفردات الدراسة لكل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة ولكل محور من المحاور الرئيسة عن متوسطها الحسابي.
- معامل الارتباط بيرسون "person Correlation": لمعرفة درجة الارتباط بين عبارات الاستبانة والمحور الذي تنتهي إليه كل عبارة من عباراتها وبين الدرجة الكلية للاستبانة.
- معامل ألفا كرونباخ (Cronbach aAlpha): لاختبار مدى ثبات أداة الدراسة.
- اختبار تحليل التباين الأحادي (ONE WAY ANOVA): لمعرفة مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية (0,05) في إجابات مفردات عينة الدراسة وفقاً للخصائص الشخصية (الديموغرافية) لمفردات عينة الدراسة.
- تم استخدام اختبار LSD أقل فرق معنوي لتحديد صالح الفروق بين فئات المتغيرات الشخصية والوظيفية التي تنقسم إلى أكثر من فئتين وذلك إذا ما بين اختبار تحليل التباين وجود فروق بين فئات هذه المتغيرات.

خصائص أفراد عينة الدراسة: تقوم هذه الدراسة على عدد من المتغيرات المستقلة المتعلقة بالخصائص الشخصية والوظيفية لمفردات الدراسة متمثلة في (العمر، الحالة الاجتماعية، المؤهل العلمي، مستوى الوظيفة، مجال العمل، مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً لك، إذا كنت تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي فلأي غرض) وفي ضوء هذه المتغيرات يمكن تحديد خصائص أفراد عينة الدراسة.

جدول رقم (1) المتغيرات الشخصية لأفراد عينة الدراسة

النسبة	التكرار	البيانات الأولية	
16.9	22	من 25 إلى أقل من 30	العمر
24.6	32	من 30 إلى أقل من 35 سنة	
31.5	41	من 35 إلى أقل من 40 سنة	
18.5	24	من 40 سنة إلى أقل من 45 سنة	
6.9	9	من 45 إلى أقل من 50 سنة	
1.6	2	من 50 سنة فأكثر	
13.8	18	أعزب	الحالة الاجتماعية
86.2	112	متزوج	
8.5	11	ثانوي فأقل	المؤهل العلمي
68.5	89	جامعي	
22.3	29	ماجستير	
0.8	1	دكتوراه	

النسبة	التكرار	البيانات الأولية	
62.3	81	موظف عادي	مستوى الوظيفة
28.5	37	مدير شعبة	
6.9	9	مدير إدارة	
2.3	3	مدير عام وأعلى	
60.8	79	المبيعات	مجال العمل
17.7	23	التسويق	
14.6	19	المحافظة على العملاء	
6.9	9	أخرى	
3.	5	الفيس بوك	مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً لك
45.4	59	تويتر	
42.3	55	الواتس اب	
8.5	11	أخرى	
43.1	56	تبادل الخبرات والثقافة	ما غرضك من استخدام موقع التواصل الاجتماعي
30.0	39	التسليية وقضاء وقت الفراغ	
5.4	7	التعرف على اصدقاء جدد	
10.8	14	مواكبة العصر	
10.8	14	أخرى (للعمل)	

من خلال استعراض الجدول السابق الخاص بتوزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغيراتهم الشخصية يتبين ما يلي: أن (41) من أفراد عينة الدراسة يمثلون ما نسبته 31.5% من إجمالي أفراد عينة الدراسة أعمارهم (من 35 إلى أقل من 40 سنة) وهذه هي الفئة العمرية المتوقع أن تكون سائدة في الاتصالات السعودية. وأن (89) من أفراد عينة الدراسة يمثلون ما نسبته 68.5% من إجمالي أفراد عينة الدراسة مؤهلهم العلمي "جامعي"، وأن (81) من أفراد عينة الدراسة يمثلون ما نسبته 62.3% من إجمالي أفراد عينة الدراسة مستوى وظيفتهم "موظف عادي" في حين أن عدد المدراء من أفراد عينة الدراسة (49) ويمثلون ما نسبته 37.6% .

- أن (79) من أفراد عينة الدراسة ويمثلون ما نسبته 60.8% يعملون في مجال المبيعات حيث أغلبية موظفي قطاع الأعمال في أقسام المبيعات الحكومية والشركات الكبيرة والصغيرة.
- أن (59) من أفراد عينة الدراسة ويمثلون ما نسبته 45.4% من إجمالي أفراد عينة الدراسة أكثر موقع اجتماعي يستخدمونه هو تويتر وقد يعزى ذلك لاستخدام العينة لتويتر متابعة حساب الشركة على تويتر والرد على العملاء من خلاله.
- أن (56) من أفراد عينة الدراسة ويمثلون ما نسبته 43.1% من إجمالي أفراد عينة الدراسة يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي لتبادل الخبرات والثقافة ووجد أن (7) من أفراد عينة الدراسة ويمثلون ما نسبته 5.4% من إجمالي أفراد عينة الدراسة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي للتعرف على أصدقاء جدد وتتفق هذه العينة مع نتائج دراسة جامعة تكساس الأمريكية (2009)، والتي أشارت إلى أن الناس يقبلون على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلى رأسها موقع "فيسبوك" بهدف التعبير عن حقيقة شخصياتهم، بدلاً من رسم صور مثالية عنها، حيث إنها تشبع لدى معظم المستخدمين حاجتهم الأساسية لتعريف الآخرين بأنفسهم.

#### 4- عرض نتائج الدراسة وتفسيرها

- ما مستوى استخدام موظف الاتصالات السعودية لوسائل التواصل الاجتماعي أثناء الدوام الرسمي من وجهة نظر الموظفين؟

جاءت النتائج كما يوضحها الجدول التالي:

جدول رقم (2) مستوى استخدام موظف الاتصالات السعودية لوسائل التواصل الاجتماعي أثناء الدوام الرسمي

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الموافقة
استخدام الموظفين لوسائل التواصل الاجتماعي قد يؤثر على المظهر العام للمنظمة عند دخول المراجعين عليهم	2.59	0.754	1	موافق
يصل استخدام بعض الموظفين إلى إدمان استخدامهم لها مما يؤثر سلباً على الإنتاجية وتضييع وقت العمل	2.55	0.695	2	موافق
ينخفض رضا الرئيس عن الموظف المنغمس في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	2.54	0.706	3	موافق
يفقد الموظف التركيز عند استخدام تلك الوسائل أثناء الدوام الرسمي	2.48	0.718	4	موافق
استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يؤثر سلباً (أرق، قلة النوم) على صحة الموظفين وإنتاجيتهم	2.35	0.746	5	موافق
تمكن وسائل التواصل الاجتماعي الموظفين من سرعة نشر التعاميم وحصول المسؤولين على التغذية الراجعة	2.34	0.803	6	موافق
وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر على إنتاجية الموظف في حال استخدامها أثناء الدوام الرسمي.	2.28	0.009	7	غير متأكد
ينشغل الموظفون بوسائل التواصل الاجتماعي عن خدمة العملاء	2.23	0.138	8	غير متأكد
سيكون لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي أثر إيجابي على الخدمات المقدمة للعملاء	2.19	0.808	9	غير متأكد
تعمل شبكات التواصل الاجتماعي على تسهيل التعرف على أدق التفاصيل في بيئة العمل.	1.99	0.858	10	غير متأكد
المتوسط الحسابي العام	2.35	0.349		موافق

- يشير الجدول السابق إلى أن عبارة " استخدام الموظفين لوسائل التواصل الاجتماعي قد يؤثر على المظهر العام للمنظمة عند دخول المراجعين عليهم "حصلت على أعلى نسبة موافقة بين العبارات المتعلقة بمستوى استخدام موظف الاتصالات السعودية لوسائل التواصل الاجتماعي أثناء الدوام الرسمي, حيث بلغ متوسطها الحسابي 2.59 من 3 وجاءت عبارة " يصل استخدام بعض الموظفين إلى إدمان استخدامهم لها مما يؤثر سلباً على الإنتاجية وتضييع وقت العمل" بالمرتبة الثانية حيث بلغ متوسطها الحسابي 2.55 من 3 وجاءت عبارة " تعمل شبكات التواصل الاجتماعي على تسهيل التعرف على أدق التفاصيل في بيئة العمل" بالمرتبة الأخيرة بين العبارات المتعلقة بمستوى استخدام موظف الاتصالات السعودية لوسائل التواصل الاجتماعي أثناء الدوام الرسمي, حيث بلغ وسطها الحسابي 1.99 من 3 .

- أظهرت نتائج الدراسة أن أفراد عينة الدراسة موافقون على البعد المتعلق بمستوى استخدام موظف الاتصالات السعودية لوسائل التواصل الاجتماعي أثناء الدوام الرسمي بمتوسط حسابي 2.35 من 3 ، وهذا المتوسط يُشير إلى درجة الموافقة، وأهم العبارات التي حصلت على درجة موافقة في هذا البعد عبارة "استخدام الموظفين لوسائل التواصل الاجتماعي قد يؤثر على المظهر العام للمنظمة عند دخول المراجعين عليهم" حيث "يصل استخدام بعض الموظفين إلى درجة الإدمان مما يؤثر سلباً على الإنتاجية وتضييع وقت العمل" و"ينخفض رضا الرئيس عن الموظف المنغمس في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي" كما "يفقد الموظف التركيز عند استخدام تلك الوسائل أثناء الدوام الرسمي" وهذه النتيجة تتفق مع نتائج دراسة (العتيبي، 2008) والتي توصلت إلى أن نسبة انتشار استخدام الفيس بوك بين طلاب وطالبات الجامعات السعودية بلغت 77% وأن دور الأهل والأصدقاء وتأثيرهم في التعرف عليه بدافع تمضية الوقت يعد عاملاً رئيسياً لاستخدامه.
- ما أهم الوسائل الكفيلة بالحد من ظاهرة استخدام التواصل من قبل موظفي الاتصالات السعودية من وجهة نظر الموظفين؟

جاءت النتائج كما يوضحها الجدول رقم (3):

جدول رقم (3) الوسائل الكفيلة بالحد من ظاهرة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من قبل موظفي الاتصالات السعودية

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الموافقة
تعزيز روح الانتماء للمنشأة مما يضمن تحسن المخرجات.	2.91	0.316	1	موافق
تحذير الموظفين من إساءة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي المتمثلة في نشر المعلومات غير المؤكدة	2.88	0.353	2	موافق
إحاطة الموظف بأهمية مراقبة الله وتنمية الرقابة الذاتية لديه وأداء الأمانة المنوطة به وعدم استغلال وقت العمل في أي أمور شخصية.	2.83	0.515	3	موافق
استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز التواصل مع العملاء وإرسال روابط الخدمات	2.79	0.493	4	موافق
يمكن من خلال مواقع التواصل الاجتماعي تقوية العلاقات الاجتماعية للموظفين على اختلاف مستوياتهم الإدارية	2.74	0.565	5	موافق
تدريب الموظفين واستهدافهم لتوظيف قدراتهم وإمكانياتهم في مجال مواقع التواصل الاجتماعي للاستفادة منه في ما يخدم العمل	2.58	0.68	6	موافق
يمكن تقنين المستخدمين لهذه الوسائل أثناء الدوام الرسمي لبعض الأقسام المتخصصة مثل العلاقات العامة والمبيعات).	2.38	0.865	7	موافق
يمكن استغلال وسائل التواصل الاجتماعي لإنجاز العديد من الأعمال الخاصة أثناء وقت الدوام الرسمي.	2.27	0.805	8	غير متأكد
إعادة تصميم الوظيفة لملا وقت الموظف بالعمل ولا ينشغل باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي	2.15	0.867	9	غير متأكد
تحديد أوقات معينة أثناء أوقات الراحة في مقر العمل لاستخدام تلك	2.03	0.923	10	غير متأكد

درجة الموافقة	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبرة
				التقنيات مثلاً 15-30 دقيقة يومياً.
غير متأكد	11	0.855	1.81	يفضل وجود ميثاق شرف على مستوى الشركة يمنع فيه استخدام وسائل التواصل الاجتماعي أثناء الدوام الرسمي
موافق		0.278	2.48	المتوسط الحسابي العام

- يشير الجدول السابق إلى أن عبارة "تعزيز روح الانتماء للمنشأة مما يضمن تحسن المخرجات" حصلت على أعلى نسبة موافقة بين العبارات المتعلقة بالوسائل الكفيلة بالحد من ظاهرة استخدام التواصل الاجتماعي من قبل موظفي الاتصالات السعودية حيث بلغ متوسطها الحسابي 2.91 من 3 وجاءت عبارة "تحذير الموظفين من إساءة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي المتمثلة في نشر المعلومات غير المؤكدة" بالمرتبة الثانية حيث بلغ وسطها الحسابي 2.88 من 3 بينما جاءت عبارة "يفضل وجود ميثاق شرف على مستوى الشركة يمنع فيه استخدام وسائل التواصل الاجتماعي أثناء الدوام الرسمي" بالمرتبة الأخيرة حيث بلغ وسطها الحسابي 1.81 من 3 .
- من خلال الجدول السابق يتضح أن أفراد عينة الدراسة موافقون على البعد المتعلق بالوسائل الكفيلة بالحد من ظاهرة استخدام التواصل الاجتماعي من قبل موظفي الاتصالات السعودية بمتوسط حسابي 2.48 من 3 ، وهذا المتوسط يُشير إلى درجة الموافقة وأهم العبارات التي حصلت على درجة موافقة عالية في هذا البعد هي "تعزيز روح الانتماء للمنشأة مما يضمن تحسن المخرجات" و"إحاطة الموظف بأهمية مراقبة الله وتنمية الرقابة الذاتية لديه وأداء الأمانة المنوطة به وعدم استغلال وقت العمل في أي أمور شخصية" و"تحذير الموظفين من إساءة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي المتمثلة في نشر المعلومات غير المؤكدة" و"استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز التواصل مع العملاء وارسال روابط الخدمات" وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (جعفر ومسلم، 2012) التي تناولت أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على التفكك الأسري والاجتماعي حيث أوصت الدراسة بضرورة توعية أوساط الطلبة الجامعيين بالاستخدام الأمثل لوسائل التواصل الاجتماعي وتوجيههم التوجيه الصحيح وضرورة التأكيد على دور الآباء والأمهات في رقابة أبنائهم من مخاطر الانترنت عموماً ووسائل التواصل الاجتماعية بصفة خاصة من خلال التوجيه والمتابعة والمراقبة. واتفقت أيضاً مع دراسة (مرسي ودباغ، 1984) والتي من ضمن توصياتها ان تعمل المؤسسات على تنمية الشعور بالانتماء لدى العاملين وذلك من خلال الاستقرار المادي بما يضمن توفير مستوى ملائم من العيش يتناسب مع تكاليف المعيشة كما أوصت بتنمية شعور العاملين على أنهم جزء لا يتجزأ من المنظمة، والعمل على إشباع حاجاتهم. وفيما يتعلق بأهمية التدريب اتفقت هذه الدراسة مع دراسة (بني هاني والروابدة 1989) حول أثر تعليم العمال وأصحاب العمل على الإنتاجية حيث وجدوا أن ازدياد سنوات التعليم والتدريب لكل من رب العمل والعمال له أثر ايجابي في تخفيض كلفة رأس المال بالنسبة للإنتاج ودراسة (Lockheed and Another, 1980) ركزت على الدول النامية وتوصلت إلى أن التعليم يرتبط ارتباطاً مباشراً بالإنتاجية في تلك البلدان وقد وجدوا أن الإنتاجية في القطاع الزراعي يمكن أن تزيد بحوالي 7 بالمائة نتيجة لدراسة 4 سنوات من التعليم الابتدائي.
- ما مدى تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على إنتاجية الموظف ومعرفة هل زادت أم قلت قبل وبعد استخدامها من وجهة نظر المديرين؟  
هل ترى أن إنتاجية الموظفين تنخفض بعد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي؟

جدول رقم (4) يوضح آراء المدراء "الرؤساء" في مدى تدني إنتاجية الموظفين بعد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

هل ترى أن إنتاجية الموظفين تنخفض بعد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.	التكرار	النسبة
نعم	16	32.7
لا	33	67.3
المجموع	49	%100

إذا كانت الإجابة بنعم، ما مستوى التدني؟

جدول رقم (5) مستوى التدني في إنتاجية الموظفين بعد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

ما مستوى التدني	التكرار	النسبة
كبير	5	31
متوسط	7	43
قليل	4	26
المجموع	16	100%

من خلال استعراض الجدول السابق يتبين أن ما نسبته 43% من أفراد عينة المديرين يرون أن مستوى التدني في إنتاجية العمل متوسط. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة أمريكية (2008) إلى أن الأمريكيين يقطعون عملهم في المتوسط كل 10 دقائق ويقضون 23 دقيقة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ثم يعودون لاستكمال المهمة التي كانوا يقومون بأدائها. ووفقاً لتلك الدراسات فإن تكلفة هذه الانقطاعات تقدر بحوالي 650 مليار دولار في السنة على الاقتصاد الأمريكي.

3- إذا كانت الإجابة بلا، ما مستوى التحسن؟

جدول رقم (6) مستوى التحسن في إنتاجية الموظفين بعد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

ما مستوى التحسن	التكرار	النسبة
كبير	7	21.3
متوسط	14	42.4
قليل	12	36.3
المجموع	33	%100

يتضح من خلال الجدول السابق أن ما نسبته 42.4% يرون أن مستوى التحسن في إنتاجية الموظفين متوسط بعد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي. وتتفق هذه الدراسة مع نتائج دراسة جامعة ملبورن الاسترالية (2009) إلى أن الأشخاص الذين يتصفحون الإنترنت من أجل التسلية أثناء وقت العمل ويحدود 20% من وقت العمل يكونون أكثر إنتاجية بنسبة 9% مقارنة بأولئك الذين لا يستخدمون الإنترنت.

• هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تصورات المبحوثين - موظفي الاتصالات السعودية- نحو الإنتاجية والتي تعزى للمتغيرات الشخصية؟

اتضح من خلال نتائج تحليل التباين الاحادي عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 فأقل في اتجاه استخدام موظف الاتصالات السعودية لوسائل التواصل الاجتماعي أثناء الدوام الرسمي للتأثير على إنتاجيته للعمل باختلاف متغير العمر ومتغير الحالة الاجتماعية ومتغير المؤهل العلمي ومتغير مستوى الوظيفة ومتغير مجال

العمل ومتغير موقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً. أما بالنسبة للفروق باختلاف الغرض من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كما في الجدول التالي

جدول رقم (7) نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way Anova) لتوضيح الفروق بين إجابات أفراد عينة الدراسة تجاه استخدام موظف الاتصالات السعودية لوسائل التواصل الاجتماعي أثناء الدوام الرسمي للتأثير على إنتاجيته للعمل باختلاف متغير الغرض من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

مستوى الدلالة		قيمة ف	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	المجموعات	محاور الدراسة
غير دالة	.788	.428	.099	4	.398	بين المجموعات	مستوى استخدام موظف الاتصالات السعودية لوسائل التواصل أثناء الدوام الرسمي
			.232	125	29.045	داخل المجموعات	
				129	29.443	المجموع	
دالة	.024	2.922	.744	4	2.976	بين المجموعات	أهم الوسائل الكفيلة بالحد من ظاهرة استخدام التواصل الاجتماعي من قبل موظفي الاتصالات
			.255	125	31.832	داخل المجموعات	
				129	34.808	المجموع	

\*فروق دالة عند مستوى 0.05 فأقل.

يتضح من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 فأقل في مستوى استخدام موظف الاتصالات السعودية لوسائل التواصل الاجتماعي أثناء الدوام الرسمي باختلاف متغير الغرض من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي. كما يتضح أيضاً وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 فأقل في أهم الوسائل الكفيلة بالحد من ظاهرة استخدام التواصل الاجتماعي من قبل موظفي الاتصالات السعودية باختلاف متغير الغرض من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي. ولتحديد صالح الفروق في كل فئتين من فئات الغرض من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي نحو الاتجاه حول هذا البعد جاءت النتائج كما يوضحها الجدول التالي:

جدول رقم (8) نتائج اختبار "LSD" للفروق في كل فئتين من فئات الغرض من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

أبعاد الدراسة	الغرض من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي	ن	المتوسط الحسابي	تبادل الخبرات والثقافة	التسلية وقضاء وقت الفراغ	التعرف على اصدقاء جدد	مواكبة العصر (للعمل)	أخرى
أهم الوسائل الكفيلة بالحد من ظاهرة استخدام التواصل الاجتماعي من قبل موظفي الاتصالات السعودية	تبادل الخبرات والثقافة	56	4.0357	-			*	*
	التسلية وقضاء وقت الفراغ	39	4.0256		-		*	*
	التعرف على اصدقاء جدد	7	4.1429			-	*	
	مواكبة العصر	14	3.7143	*	*		-	
	أخرى (للعمل)	14	3.6429	*	*	*		-

\*فروق دالة عند مستوى 0.05 فأقل.

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 فأقل في اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو أهم الوسائل الكفيلة بالحد من ظاهرة استخدام التواصل الاجتماعي من قبل موظفي الاتصالات السعودية باختلاف متغير الغرض من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وأظهر الاختبار الفروق لصالح غرض " التعرف على اصدقاء جدد وذلك لأنهم حازوا على أعلى متوسط حسابي وبالتالي كانت الفروق لصالحهم.

## الفصل الخامس: النتائج والتوصيات

### نتائج الدراسة:

- أظهرت نتائج الدراسة أن أفراد عينة الدراسة موافقون على البعد المتعلق بمستوى استخدام موظف الاتصالات السعودية لوسائل التواصل الاجتماعي أثناء الدوام الرسمي بمتوسط حسابي 2.35 من 3 وهي: (استخدام الموظفين لوسائل التواصل الاجتماعي قد يؤثر على المظهر العام للمنظمة عند دخول المراجعين عليهم، يصل استخدام بعض الموظفين إلى إدمان استخدامهم لها مما يؤثر سلباً على الإنتاجية وتضييع وقت العمل، ينخفض رضا الرئيس عن الموظف المنغمس في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، يفقد الموظف التركيز عند استخدام تلك الوسائل أثناء الدوام الرسمي، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يؤثر سلباً على صحة الموظفين وإنتاجيته).
- بينت نتائج الدراسة أن أفراد عينة الدراسة موافقون على البعد المتعلق بالوسائل الكفيلة بالحد من ظاهرة استخدام التواصل الاجتماعي من قبل موظفي الاتصالات السعودية بمتوسط حسابي 2.47 من 3 وهي (تعزيز روح الانتماء للمنشأة مما يضمن تحسن المخرجات، إحاطة الموظف بأهمية مراقبة الله وتنمية الرقابة الذاتية لديه وأداء الأمانة المنوطة به وعدم استغلال وقت العمل في أي أمور شخصية، تحذير الموظفين من إساءة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي المتمثلة في نشر المعلومات غير المؤكدة، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز التواصل مع العملاء وإرسال روابط الخدمات، ويمكن من خلال مواقع التواصل الاجتماعي تقوية العلاقات الاجتماعية للموظفين على اختلاف مستوياتهم الإدارية، وتدريب الموظفين واستهدافهم لتوظيف قدراتهم وإمكانياتهم في مجال مواقع التواصل الاجتماعي للاستفادة منه في ما يخدم العمل).
- يتبين أن عينة المدراء في الدراسة اشتملت على (49) مدير ووجد أن (33) من أفراد عينة الدراسة يمثلون ما نسبته (67.3) من إجمالي أفراد عينة الدراسة يرون أن إنتاجية الموظفين لا تنخفض بعد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، مقابل (16) من أفراد عينة الدراسة يمثلون ما نسبته (32.7) من إجمالي أفراد عينة الدراسة يرون أن إنتاجية الموظفين تنخفض بعد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.
- أظهرت نتائج الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 فأقل في اتجاه استخدام موظف الاتصالات السعودية لوسائل التواصل الاجتماعي أثناء الدوام الرسمي للتأثير على إنتاجيته للعمل باختلاف متغير العمر، الحالة الاجتماعية، المؤهل العلمي، مستوى الوظيفة، مجال العمل، موقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً.
- بينت نتائج الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 فأقل في اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو أهم الوسائل الكفيلة بالحد من ظاهرة استخدام التواصل الاجتماعي من قبل موظفي الاتصالات السعودية باختلاف متغير الغرض من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وأظهر الاختبار الفروق لصالح غرض " التعرف على أصدقاء جدد".

### التوصيات:

- توعية الموظفين بعدم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي أثناء العمل برسائل توعوية يتم إرسالها عبر مركز الرسائل ونظام الحضور والانصراف "البصمة" واللوحات الإرشادية والدعائية في حرم ومجمعات الاتصالات السعودية بكافة المناطق بين وقت وآخر للحد من الاستخدام السيئ لوسائل التواصل الاجتماعي أثناء وقت الدوام الرسمي.

- عقد ندوات وحلقات نقاش لإمكانية الاستفادة المثلى من خدمات شبكات التواصل الاجتماعي وتدريب الموظفين على توظيف تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي لخدمة العمل كأن ينزل تطبيق البريد الإلكتروني على الجهاز ويخدم الشركة حتى خارج وقت الدوام الرسمي.
- استغلال وسائل التواصل الاجتماعي لإنجاز أعمال الشركة أثناء وقت الدوام الرسمي وليس الأعمال الخاصة للموظف مثل متابعة حسابات الاتصالات السعودية على موقع التواصل الاجتماعي "تويتر" والاتصالات السعودية وأعمال STC والعناية بالعملاء والتفاعل معها لتعزيز التواصل مع العملاء وإرسال روابط الخدمات مما له الأثر الإيجابي لعلاقة الشركة مع العميل وتفعيل خدمات العملاء بأسرع وقت أو إرشاد العملاء للطريقة الصحيحة للحصول على الخدمات وحل مشاكلهم.
- ضرورة إحاطة الموظف بأهمية مراقبة الله وتنمية الرقابة الذاتية لديه وأداء الأمانة المنوطة به وعدم استغلال وقت العمل في أي أمور شخصية وأن الوقت الذي يقضيه الموظف بالعمل هو ملك للمنشأة التي يعمل بها وبالتالي لا بد أن يكون مخلصاً في أداء عمله.
- يجب تحذير الموظفين من إساءة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي المتمثلة في نشر المعلومات غير المؤكدة والتحدث باسم شركة الاتصالات السعودية مما له الأثر على توجهات العملاء لا سيما في ظل البيئة التنافسية لسوق الاتصالات بالمملكة.
- العمل على توظيف خدمات شبكات التواصل الاجتماعي لتقوية أواصر التعاون بين المسؤولين وكافة الموظفين مما يعزز ثقة الموظفين وانتمائهم للشركة وهذا منوط بإدارة الموارد البشرية.
- حماية الخصوصية للشركة عند استخدام الإنترنت ومواقع الويب في المعاملات مع الآخرين وخاصة في مواقع التواصل الاجتماعي.
- الحرص على عدم الإفصاح عن المعلومات السرية للشركة ونشرها بوسائل التواصل الاجتماعي وإصدار القرارات التي تحمي حق الشركة بذلك.

## قائمة المراجع

### أولاً- المراجع بالعربية:

- بني هاني، عبدالرزاق والروابدة، محمد. (1989). أثر تعليم العمال وأصحاب العمال على الإنتاجية. أحد منشورات مجلة دراسات. عمان: مجلة دراسات. مج 16. ع 1. ص 45-52
- جعفر، ضمياء ومسلم، سعاد. (2012). أثر استخدام الانترنت في التفكك الأسري والاجتماعي. مجلة المستنصرية للدراسات العربية والدولية. بغداد. مج 0 عدد 39 ص ص 214-236
- الحنيطي، خضر محمد. (2001). سوق العمل وإنتاجية العمل والاجور في الاقتصاد الاردني. المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم. عمان: معهد البحوث والدراسات العربية.
- خالد، سليم. (2005). ثقافة مواقع التواصل الاجتماعي والمجتمعات المحلية. قطر: دار المتنبي للنشر والتوزيع.
- راضي، زاهر. (2003). استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي. بحث منشور. عمان: مجلة التربية، ع 15.
- شفيق، أحمد. (1997). الإنسان والمجتمع مقدمة في السلوك الإنساني ومهارات القيادة والتعامل. الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث.

- عامر، فتحي حسين. (2011). وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك. القاهرة: دار الكتب والوثائق القومية.
- العتيبي، جارج. (2008) تأثير الفيسبوك على طلبة الجامعات السعودية. رسالة ماجستير غير منشوره. الرياض: كلية الآداب، جامعة الملك سعود.
- القرني، علي بن شويل (2011). الاعلام الجديد من الصحافة التقليدية إلى الاعلام الاجتماعي وصحافة المواطن. الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية.
- المحارب، سعد. (2011). الاعلام الجديد في السعودية. الكويت: جداول للنشر والتوزيع.
- مرسي، سيد عبد الحميد ودباغ، طاهر حسين. (1984). الدافعية للعمل وأثرها على الكفاية الإنتاجية. جدة: مركز البحوث والتنمية - أحد منشورات كلية الاقتصاد والإدارة. جامعة الملك عبد العزيز.
- المصيلحي، نجلاء. (2011). الفيس بوك ورأس المال الاجتماعي في مصر. القاهرة: حوليات آداب عين شمس، مج. 39
- نصر، محمد. (1990). دراسة الإنتاجية في قطاع الصناعات الكيماوية لعام 1989 م. عمان: المجلس الاعلى للتكنولوجيا
- هيكل، عبد العزيز. (198). مشاكل قياس إنتاجية العمل. بيروت: معهد الانماء العربي.

#### ثانياً- المراجع بالإنجليزية والإلكترونية

- Aren, Karbiniski. ((2010). Facebook and the technology revolution. N.Y Spectrum Puplications
- E, M. Glaser. (1976). Productivity Gain Through Work Life Improvement. Harcoure,
- Mecheel, Vansoon. (2010). Facebook and the invasion of technological communities . N.Y, Newyurk
- M. E Lockheed, D. T. Jamison, and L. J Lau. (1980). Farmer Education and Farm Efficiency Survey of Economic Development and culture change,
- W. E. G. Salter. (1960) Productivity and Technical Change. Camridgewww.arab-ency.com. (22/10/2005). 21/11/2013, من العربية الموسوعة موقع من
- www.jadeedmedia.com. (3/7/2011). 25/10/2013, من الجديد الاعلام موقع من
- www.stc.com.sa. (15/10/2007). 1/11/2013, من الاتصالات شركة موقع من
- http: //www.tanmia-idaria.ipa.edu.sa/Article.(1/12/1434). 10/11/2013, من معهد التابعة الادارية التنمية مجلة موقع من العامة الادارة
- www.Wikipedia.org/wiki. (22/4/2012). 10/11/2013, من ويكيبيديا موقع من