

أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء الوظيفي: دراسة تحليلية
على منسوبي جامعة جازان

إعداد الطالبة/

أريج محمد جعفري

إشراف/

د. الفیصل عبد الحمید

د. فايز جراد

العام الدراسي:

2025

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الاهداء

إلى من كانت دعواتهم النور الذي أضاء دربي، وسندًا لا يميل،
إلى والديّ العزيزين، منبع العطاء وبذرة الحلم، لمن غرسا في نفسي معنى الصبر، والإرادة، والإيمان بأن
العلم رفعة لا تُضاهى لكما كل الامتنان والحب.
إلى من وقفوا إلى جانبي في لحظات الإنهاك، وبذلوا من وقتهم وجهدهم دعمًا وتشجيعًا،
إلى أساتذتي الكرام، من كان لهم الفضل بعد الله في تهذيب فكري وتوسيع مداركي،
إلى كل روح طيبة آمنت بي، وكل صديق صادق ساندني ولو بكلمة،
إلى أولئك الذين تركوا أثرًا خالدًا في مسيرتي، أهدى هذا العمل المتواضع، عربون وفاء وعرفان، وامتنان
لا ينضب.

الشكر والتقدير

في دروب العلم والمعرفة، لا يبلغ الساعي غايته دون توفيق الله أولاً، ثم بدعم المخلصين من حوله. وإن ما وصل إليه هذا البحث من تمام وجودة، لم يكن لئُنجز لولا فضل الله وتيسيره، ثم ما وجدت من توجيه كريم، ودعم لا محدود، من أصحاب الفضل والسبق في العلم.

أتقدم بجزيل الشكر وعظيم الامتنان لسعادة الدكتور الفیصل عبد الحمید، والدكتور فايز جراد، على إشرافهما الأكاديمي المتميز، وتوجيهاتهما العلمية الثمينة، وملاحظاتهما الدقيقة التي أسهمت في بناء هذا العمل على أسس علمية رصينة. لقد كان لعطائهما الأثر البالغ في إثراء هذا البحث والارتقاء بجودته، فجزاهما الله خير الجزاء، وبارك في علمهما وجهودهما.

كما أرفع أكفّ الشكر والدعاء لوالديّ العزيزين، من غرسا في داخلي حب المعرفة، وكانا رمزاً للعطاء والدعم في كل خطوة. إلى من لم يفتر لسانهما عن الدعاء، ولم يتردد قلباهما عن الحنان، أهدي هذا العمل عرفاناً وامتناناً.

الملخص

تناولت الدراسة أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء الوظيفي في بيئة العمل الأكاديمية، وذلك من خلال تطبيقها على عينة مكونة من (54) موظفًا ومنسوبةً في جامعة جازان. وقد سعت الدراسة إلى استكشاف العلاقة بين استخدام هذه الوسائل وتطور مستوى الأداء، مع تسليط الضوء على الجوانب الإيجابية والسلبية المرتبطة بالاستخدام اليومي لتطبيقات التواصل في نطاق العمل.

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتم بناء الاستبانة حول ثلاثة محاور رئيسية: مستوى الاستخدام الوظيفي، أثره على كفاءة الأداء، والانعكاسات السلبية المحتملة. أظهرت نتائج التحليل وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائية بين كثافة الاستخدام الوظيفي ومؤشرات الأداء، خصوصًا في ما يتعلق بسرعة الإنجاز وتحسين التفاعل بين الزملاء. كما كشفت بعض النتائج عن وجود فروق إحصائية تعزى للمتغيرات الديموغرافية، مثل العمر والمؤهل العلمي.

وفي المقابل، أبرزت النتائج عددًا من التحديات المرتبطة بالاستخدام غير المنضبط، كتشتيت الانتباه وتداخل أوقات العمل مع الخصوصية الشخصية. وبناءً على هذه النتائج، توصي الدراسة بتبني أطر تنظيمية داخل المؤسسات الأكاديمية تحكم استخدام وسائل التواصل أثناء الدوام الرسمي، مع تقديم برامج تدريبية لتوجيه الاستخدام نحو ما يخدم أهداف العمل ويُعزز من كفاءة الموظف دون الإضرار بالانضباط أو جودة الأداء.

الكلمات المفتاحية: وسائل التواصل الاجتماعي، الأداء الوظيفي، بيئة العمل، الانضباط المهني.

قائمة الاشكال

الصفحة	العنوان
51	شكل (1): المشاركين حسب النوع
52	شكل (2): توزيع المشاركين حسب نوع الوظيفة
53	شكل (3): توزيع المشاركين حسب المؤهل العلمي
54	شكل (4): توزيع المشاركين حسب عدد سنوات الخبرة
55	شكل (5): توزيع المشاركين حسب العمر

قائمة الجداول

الصفحة	العنوان
50	الجدول (1): المعلومات الديموغرافية
57	الجدول (2): معامل Alpha Cronbach لمحاوّر الاستبيان
58	الجدول (3): المتوسطات والانحرافات المعيارية لفقرات محور استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في بيئة العمل
59	الجدول (4): المتوسطات والانحرافات المعيارية لفقرات محور استخدام وسائل التواصل على أدائي الوظيفي
60	الجدول (5): المتوسطات والانحرافات المعيارية لفقرات محور الآثار السلبية المحتملة لاستخدام وسائل التواصل
61	الجدول (6): نتائج اختبار ANOVA لقياس الفروق في الأداء الوظيفي حسب مستوى الاستخدام
62	الجدول (7): معاملات الارتباط بين المحور الأول والثاني
63	الجدول (8): تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لتأثير الفئة العمرية على تقييم الآثار السلبية لوسائل التواصل الاجتماعي

فهرس المحتويات

ب.....	الاهداء
ج.....	الشكر والتقدير
د.....	الملخص
1.....	الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
2.....	المقدمة
3.....	مشكلة الدراسة
4.....	أهمية الدراسة
5.....	أهداف الدراسة
5.....	تساؤلات الدراسة
6.....	فروض الدراسة
6.....	الدراسات السابقة
11.....	التعقيب على الدراسات السابقة
14.....	المنطلقات النظرية للدراسة
17.....	المنهجية وطرق البحث
17.....	أدوات الدراسة
19.....	حدود الدراسة
20.....	الفصل الثاني: الإطار النظري
22.....	المبحث الأول: الإطار المفاهيمي لوسائل التواصل الاجتماعي
23.....	مفهوم وسائل التواصل الاجتماعي
24.....	النشأة والتطور التاريخي لوسائل التواصل الاجتماعي
26.....	خصائص وسائل التواصل الاجتماعي
28.....	أنواع وسائل التواصل الاجتماعي

31	دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الحياة اليومية والعملية.....
33	الآثار الإيجابية والسلبية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في بيئات العمل
35	المبحث الثاني: الإطار المفاهيمي للأداء الوظيفي
36	مفهوم الأداء الوظيفي.....
37	أهمية الأداء الوظيفي لتحقيق أهداف المؤسسات
38	أبعاد الأداء الوظيفي.....
40	العوامل المؤثرة في الأداء الوظيفي
42	العلاقة بين الأداء الوظيفي والتحفيز المهني
43	تحديات الأداء الوظيفي في ظل وسائل التواصل الاجتماعي
45	سبل تعزيز الأداء الوظيفي في المؤسسات الحديثة.....
47	الفصل الثالث: الدراسة التطبيقية
48	منهجية الدراسة
50	الأساليب الإحصائية
58	تحليل البيانات واختبار الفرضيات
65	الفصل الخامس: مناقشة النتائج والتوصيات
66	مناقشة النتائج الوصفية.....
67	مناقشة الفرضيات
68	الخاتمة والتوصيات
71	المراجع والمصادر

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

المقدمة

في ظل التحولات الرقمية المتسارعة التي يشهدها العصر الحديث، أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي مكونًا أساسيًا في البنية الاتصالية اليومية للفرد والمجتمع، ولم يعد استخدامها مقتصرًا على الأغراض الشخصية أو الترفيهية، بل تجاوز ذلك إلى أن أصبح جزءًا لا يتجزأ من بيئات العمل والمؤسسات بمختلف أنواعها. فقد وفّرت هذه الوسائل فضاءات جديدة للتفاعل ونقل المعرفة والتعبير عن الرأي، وأصبحت أداة مهمة في التواصل الإداري، وتبادل الملفات، وتنظيم الاجتماعات، والتفاعل بين المنسوبين والإدارات، مما جعلها عنصرًا مؤثرًا في البيئة الوظيفية والمؤسسية الحديثة.

ويأتي هذا التأثير نتيجة لما تتمتع به وسائل التواصل من خصائص تكنولوجية جذابة، مثل السرعة الفائقة في نقل المعلومات، وسهولة الاستخدام، والانفتاح غير المحدود على مصادر المعرفة، وهو ما جعل العديد من المؤسسات تشجع موظفيها على استخدامها ضمن سياسات الاتصال الداخلي، بهدف رفع الإنتاجية وتحفيز الابتكار. في المقابل، فإن الإفراط في استخدامها دون ضوابط قد يؤدي إلى تشتيت الانتباه، وهدر الوقت، وضعف التركيز في أداء المهام، مما يطرح تساؤلات جدية حول مدى التأثير الحقيقي لهذه الوسائل على الأداء الوظيفي.

وقد تنبّهت العديد من الدراسات العلمية إلى هذه الإشكالية، وحاولت استكشاف العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والأداء الوظيفي من زوايا متعددة. فمثلاً، توصلت دراسة محمد وفهد (2021) إلى أن هناك علاقة إيجابية مشروطة بين استخدام تطبيقات التواصل مثل الواتساب والبريد الإلكتروني وتحسين التنسيق بين فرق العمل، خاصة في المهام التي تتطلب تفاعلاً لحظيًا، بشرط أن يتم استخدامها في نطاق العمل ووفق آليات محددة. وفي السياق ذاته، بينت دراسة حسن (2019) أن الاستخدام المفرط لمنصات

مثل فيسبوك وتويتر خلال أوقات العمل يرتبط بانخفاض معدلات التركيز، وزيادة معدلات الأخطاء، وارتفاع مستويات الإرهاق الذهني، خاصة في بيئات العمل المكتبية.

وفي دراسة ميدانية أجرتها الخالدي (2022) في القطاع الصحي، تبين أن المنصات الرقمية لعبت دوراً ثنائياً في آنٍ واحد، حيث ساعدت بعض المنسوبين على الوصول السريع للملفات الطبية ومتابعة المرضى إلكترونياً، في حين أدت لدى البعض الآخر إلى إدمان تصفح المحتوى الترفيهي أثناء الدوام، مما انعكس سلباً على التزامهم بأداء المهام.

بناءً على ما سبق، تبرز الحاجة الملحة إلى دراسة هذه الظاهرة في ضوء بيئة العمل السعودية، وتحديدًا في المؤسسات التي يتزايد فيها الاعتماد على الوسائل التقنية، مثل المؤسسات الحكومية، والقطاع الخاص، وقطاعات الخدمات والتعليم. ويأتي هذا البحث كمحاولة لفهم الأثر الواقعي لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء الوظيفي للموظفين، من خلال دراسة ميدانية تستند إلى أداة استبانة علمية تقيس أبعاد العلاقة بين الاستخدام اليومي، وسلوكيات العمل، وجودة تنفيذ المهام، والانضباط، والرضا الوظيفي.

مشكلة الدراسة

شهدت المؤسسات الحديثة تحولاً ملموساً في بيئاتها الوظيفية بفعل الثورة الرقمية وتزايد الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي، التي أصبحت جزءاً لا يتجزأ من حياة الأفراد اليومية، بما في ذلك أوقات العمل. ومع اتساع نطاق استخدامها من قبل المنسوبين، سواء لأغراض شخصية أو مهنية، أضحت من الضروري دراسة انعكاسات هذا الاستخدام على الأداء الوظيفي داخل المؤسسات. إذ تُطرح تساؤلات حول ما إذا كانت هذه الوسائل تُسهم في تحسين الكفاءة وتعزيز التواصل الداخلي، أم أنها تُعد مصدراً للتشتت وضعف التركيز، بما قد يؤثر سلباً على الالتزام والإنتاجية.

ويكتسب هذا الموضوع أهمية خاصة في بيئات العمل الأكاديمية، التي تتطلب مستويات عالية من التركيز والتنظيم والتفاعل المؤسسي. لذا تهدف هذه الدراسة إلى استقصاء العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والأداء الوظيفي في جامعة جازان، من خلال تحليل آراء المنسوبين حول أنماط الاستخدام وتأثيراته المختلفة. وتتمثل مشكلة الدراسة في الإجابة عن السؤال الآتي:

ما أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء الوظيفي لدى منسوبي جامعة جازان؟

أهمية الدراسة

الأهمية النظرية:

تكمن الأهمية النظرية للدراسة في سعيها إلى توسيع المعرفة العلمية المتعلقة بتأثير الاستخدام المتزايد لوسائل التواصل الاجتماعي على الأداء الوظيفي داخل المؤسسات التعليمية. حيث تسعى الدراسة إلى تحليل العلاقة بين أنماط استخدام هذه الوسائل ومستوى إنتاجية الموظف، ومدى التزامه بالمهام، ومستوى التفاعل المهني مع زملائه ورؤسائه. وتُعد هذه الدراسة إضافة نوعية إلى الأدبيات الإدارية الحديثة، خاصة في ظل شح الدراسات التي تناولت هذا الموضوع في بيئة الجامعات العربية، مما يعزز من فهم الظاهرة ضمن إطار أكاديمي منظم، ويربط بين السلوك الرقمي للموظف ومستوى أدائه في بيئة العمل الرسمية.

الأهمية العملية:

تُبرز الدراسة أهمية عملية تتجسد في تقديم نتائج واقعية يمكن أن تُسهم في دعم متخذي القرار في المؤسسات التعليمية والإدارية، خاصة في ما يتعلق بتطوير السياسات الداخلية لتنظيم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي خلال ساعات العمل. كما تساعد نتائج الدراسة على بناء تصورات فعّالة لتوظيف هذه الوسائل في دعم المهام الوظيفية لا التقليل منها، والتعرف على الآثار السلبية المرتبطة بالاستخدام المفرط أو غير

المنضبط. ومن خلال تقديم مؤشرات عملية حول العلاقة بين التفاعل الرقمي والأداء، يمكن للمؤسسات تعزيز الإنتاجية وتوجيه المنسوبين نحو الاستخدام المسؤول للتقنية داخل بيئة العمل.

أهداف الدراسة

- التعرف على دوافع استخدام المنسوبين لوسائل التواصل الاجتماعي خلال أوقات العمل، والغايات التي يسعون إلى تحقيقها من هذا الاستخدام.
- تحليل طبيعة العلاقة بين كثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ومستوى الأداء الوظيفي في بيئة العمل الجامعية.
- استكشاف الآثار الإيجابية والسلبية التي تترتب على التفاعل المتكرر مع شبكات التواصل من حيث الالتزام والانضباط الوظيفي.
- دراسة تأثير الاستخدام المستمر لوسائل التواصل الاجتماعي على جودة التفاعل المهني، والتواصل بين الزملاء داخل المؤسسة.

تساؤلات الدراسة

ما أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء الوظيفي لدى منسوبي جامعة جازان؟
ويتفرع من هذا التساؤل الرئيس الأسئلة التالية:

1. ما الدوافع التي تقف خلف استخدام المنسوبين لوسائل التواصل الاجتماعي أثناء أو خارج أوقات العمل؟

2. كيف ينعكس استخدام هذه الوسائل على جوانب الإنتاجية ومستوى الإنجاز الوظيفي؟

3. إلى أي مدى يسهم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التأثير على الالتزام والانضباط المهني

داخل بيئة العمل؟

4. ما طبيعة التأثير الذي تتركه هذه الوسائل على العلاقات المهنية بين المنسوبين؟ وهل يسهم في

تعزير التفاعل أم يؤدي إلى ضعف التواصل المهني؟

فروض الدراسة

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في متوسط درجات الأداء الوظيفي لدى منسوبي جامعة جازان تعزى إلى اختلاف مستوى استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي.
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ومستوى الالتزام والانضباط الوظيفي لدى المنسوبين.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على العلاقات المهنية داخل بيئة العمل تعزى إلى المتغيرات الديموغرافية (مثل العمر - المؤهل - سنوات الخبرة).

الدراسات السابقة

أولاً: الدراسات العربية

دراسة حنان بنت شعشوع الشهري (2013) أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية - الفيس بوك وتويتر نموذجاً سعت هذه الدراسة إلى تحليل أثر استخدام موقعي «فيسبوك» و«تويتر» في طبيعة العلاقات الاجتماعية لدى طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة. اعتمدت الباحثة المنهج الوصفي الكمي، فطوّرت استبانة وُزعت على عيّنة قصدية قوامها 150 طالبة من تخصصات مختلفة، ثم عولجت البيانات باستخدام معامل الارتباط وتحليل التباين. كشفت النتائج أن حرية التعبير

والتواصل مع الأصدقاء القدامى والأقارب البعيدين تُعدُّ من أبرز دوافع الاستخدام، وأن الشبكات تسهم في تكوين علاقات جديدة لكنها غالبًا تظل سطحية قصيرة الأمد، كما أظهرت علاقة سلبية بين كثافة الاستخدام ومستوى التفاعل الأسري الواقعي. أوصت الباحثة بترشيد الاستخدام وتعزيز الوعي بمخاطر الانغماس الزائد في العالم الافتراضي حفاظًا على الروابط الاجتماعية الحقيقية.

دراسة يحيوي فاطمة وفور خديجة (2019) استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على العلاقات الاجتماعية: الفيس بوك وتويتر نموذجًا هدفت هذه الدراسة، التي أجريت على مئة طالبة بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية في جامعة البليدة 2 بالجزائر، إلى استكشاف دوافع استخدام «فيسبوك» و«تويتر» وتأثيرهما في العلاقات الاجتماعية. استخدمت الباحثتان المنهج الوصفي التحليلي واستبانة كمية لمعالجة البيانات إحصائيًا. أظهرت النتائج أن التواصل مع الأقارب البعيدين، وإبداء الرأي العام، ومدّ جسور الصداقة تُعدّ دوافع أساسية، كما بيّن التحليل أن الاستخدام المفرط يضعف الروابط الأسرية ويولّد نوعًا من الانسحاب الاجتماعي داخل المنزل، رغم توسيعه شبكة المعارف الخارجية. وأوصت الدراسة بتعزيز التوازن بين التواصل الافتراضي والواقعي وتوعية الطلاب بمهارات إدارة الوقت على المنصات الرقمية.

دراسة سمر عز الدين (2018) تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب تركّزت هذه الدراسة على فئة الشباب الجامعي في إحدى الجامعات المصرية، واستهدفت قياس أثر الاستخدام المكثف لشبكات التواصل في درجة العزلة الاجتماعية ومهارات التفاعل الواقعي. اتّبعَت الباحثة المنهج الكمي الوصفي، واعتمدت استبانة وزّعت على عينة عشوائية من الطلبة، ثم حلّلت النتائج باستخدام معامل بيرسون واختبار (T). خلصت الدراسة إلى أن الإفراط في استخدام المنصات الرقمية يرتبط سلبًا بكفاءة التواصل المباشر ويؤدي إلى عزلة نسبية، كما يتفاوت التأثير تبعًا لمستوى الوعي الرقمي والاعتماد اليومي على الوسائط. أوصت ببرامج تدريبية تُنمّي مهارات التواصل الواقعي وتحد من الاستخدام المفرط.

دراسة تقريرية جماعية (حوالي 2021) أثر مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية والأمن المجتمعي استهدفت هذه الدراسة التعرف إلى انعكاسات استخدام شبكات التواصل على التماسك الاجتماعي والأمن القيمي عبر استبانة موسّعة شملت شرائح عمرية ومهنية متنوعة. أظهرت البيانات الإحصائية أن نحو 80 % من المشاركين يرون المنصات وسيلة فاعلة للتواصل وتبادل الأخبار، في حين تشير النسبة الأكبر أيضًا إلى تراجع الحوار الأسري وشيوع شعور العزلة والتأثر بالمحتوى العنيف. كما ربطت النتائج بين الانغماس في العالم الافتراضي وانحسار قيم التفاعل الواقعي، محدّرة من مخاطر المساس بخصوصية المستخدمين وتنامي خطاب الكراهية. أوصت الدراسة بوضع سياسات توعوية وتشريعية تحد من الآثار السلبية وتشجّع الاستخدام الآمن المتوازن.

دراسة حضر ساري (2003) "تأثير الاتصال عبر الإنترنت في العلاقات الاجتماعية" سعت هذه الدراسة إلى معرفة الأبعاد النفسية والاجتماعية والثقافية التي تركها الإنترنت بوصفه وسيلة اتصال إلكترونية حديثة في المجتمع، وتأثيره على علاقات الشباب الاجتماعية، من خلال تقسيم تفاعلاتهم مع معارفهم وأصدقائهم وأسرههم. أجريت الدراسة على عينة من الشباب في مدينتي الدوحة والريان بدولة قطر، بلغ عددهم (471) شابًا وشابة، واعتمد الباحث على المنهج المسحي الاجتماعي واستخدم الاستبيان كأداة رئيسية. وتوصلت النتائج إلى أن 38.6% من الشباب أقرّوا بأنهم تعرضوا لمواقف تهدد الانضباط الأسري والاجتماعي بسبب علاقاتهم عبر الإنترنت. كما أشارت النتائج إلى أن استخدام الإنترنت أدى إلى تراجع التفاعل اليومي المباشر وتراجع زيارات الأقارب، وأن 40.3% من الشباب عانوا من العزلة والاعتزاب النفسي، بينما رأى 67.1% أن الإنترنت ساعدهم على التواصل مع أقاربهم المغتربين.

دراسة فايز الحياي (2007) "استخدام الإنترنت وتأثيره على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي" هدفت هذه الدراسة إلى تحليل ظاهرة استخدام الإنترنت وتأثيراتها الاجتماعية من وجهة نظر طلاب

الجامعات الأردنية، حيث تم تطبيقها على عينة مكونة من 325 طالبًا وطالبة. اعتمد الباحث المنهج المسحي واستخدم الاستبانة كأداة لجمع البيانات. توصلت الدراسة إلى أن الاستخدام المتكرر للإنترنت يؤدي إلى العزلة ويقلل من التفاعل الاجتماعي الواقعي. كما أشارت النتائج إلى أن الطلبة الذين يستخدمون الإنترنت بمعدل ساعات أكثر هم الأكثر عرضة لتراجع العلاقات الاجتماعية. كما بينت النتائج أن الطلاب من ذوي الدخل المحدود وذوي المستوى الدراسي المتدني هم الأكثر تأثرًا سلبًا باستخدام الإنترنت. وأكدت الدراسة أن ارتفاع عدد ساعات الاستخدام ينعكس سلبًا على العلاقات الأسرية، خاصة لدى الطلبة المقيمين بعيدًا عن أسرهم أو ذوي الدخل المحدود.

دراسة رضا أيمن (2009) "حدود التفاعل الاجتماعي في المجتمعات الافتراضية على شبكة الإنترنت"
تناولت هذه الدراسة نوعين من المجتمعات الافتراضية على شبكة الإنترنت: المجتمعات التفاعلية التي تقوم على المحادثة والمشاركة مثل المدونات والدرشة، والمجتمعات المعتمدة على المواقع الإلكترونية ذات الطابع التجاري والثقافي. هدفت الدراسة إلى التعرف على أطر التفاعل الاجتماعي التي تتيحها هذه المجتمعات، والآثار التي تتركها في سلوك الأفراد وهوياتهم. استخدم الباحث الملاحظة المباشرة وتحليل المحتوى، وتوصل إلى أن المجتمعات الافتراضية تسهم في تكوين أنماط تواصل جديدة، إلا أنها قد تؤثر سلبًا في القيم والعادات الاجتماعية، وتضعف العلاقات الواقعية. كما أشارت الدراسة إلى أن هذه المجتمعات تعيد صياغة العلاقة بين الأفراد والنظام الاجتماعي وتخلق ضغوطًا جديدة على أنظمة التنشئة.

دراسة رولا المحمدي (2010) "إدمان الإنترنت عند الشباب وعلاقته بمهارات التواصل الاجتماعي"
استهدفت هذه الدراسة قياس العلاقة بين إدمان استخدام الإنترنت ومستوى مهارات التواصل الاجتماعي لدى طلبة جامعة دمشق، حيث أجريت على عينة بلغت (150) طالبًا وطالبة من مختلف التخصصات. استخدمت الباحثة المنهج الكمي، وطُبِّق مقياس للإدمان ومقياس للعلاقات الاجتماعية. وأظهرت النتائج

وجود علاقة ارتباطية دالة بين الإدمان على الإنترنت وضعف مهارات التواصل الاجتماعي، حيث إن الاستخدام المفرط يؤدي إلى عزلة وقلة مشاركة في الأنشطة الاجتماعية. كما بينت النتائج أن الذكور أكثر إدماناً من الإناث، وأن الوضع الاقتصادي لا يؤثر تأثيراً دالاً في درجة الإدمان، مما يرجح أن السبب يعود إلى توفر الإنترنت بشكل ميسر لجميع الطبقات.

ثانياً الدراسات الأجنبية

رأسة ميشيل فانستون (2010) "أثر استخدام التقنية على العلاقات الاجتماعية" سعت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على طبيعة العلاقات الاجتماعية، وقد طبقت على عينة قوامها (1600) شاب من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في بريطانيا. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام أداة الاستبيان لجمع البيانات. كشفت النتائج أن أكثر من نصف المستخدمين يقضون وقتاً أطول على شبكة الإنترنت مقارنة بالوقت الذي يقضونه مع أصدقائهم الواقعيين، كما أنهم يتحدثون أقل عبر الهاتف ولا يشاهدون التلفاز كثيراً. وأظهرت الدراسة أن 53% من المشاركين أشاروا إلى أن شبكات التواصل الإلكتروني غيرت خط حياة عدد منهم.

دراسة هيلين ستيرنز (2011) "أثر الشبكات والمواقع الاجتماعية على إدارة المعلومات" هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على تأثير الشبكات الاجتماعية على طبيعة إدارة المعلومات، وقد أجريت في الولايات المتحدة الأمريكية على عدد من المنسوبين في قطاعات الأعمال والتعليم والإعلام. استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي عبر استبانة لتحديد نوعية المعلومات التي يتم تداولها داخل المنظمات، ومدى تعامل الأفراد معها. أظهرت النتائج أن المنظمات تتأثر بشكل مباشر بوسائل التواصل الاجتماعي، وأن المنسوبين يميلون إلى استخدام هذه الشبكات في تبادل المعلومات التقنية والاجتماعية.

كما تبين أن التدريب على التعامل معها بشكل عقلاني وسليم يعتبر ضروريًا لتفادي المخاطر، خصوصًا ما يتعلق بسرية البيانات وحساسيتها.

دراسة " (2007) Shim, Young Soo تأثير الإنترنت على الاتصال المباشر لدى المراهقين" هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير استخدام الإنترنت على الاتصال المباشر وجهًا لوجه لدى فئة المراهقين، وبخاصة في تفاعلاتهم مع أفراد أسرهم وأصدقائهم. طُبقت الدراسة على عينة مكونة من (405) طالبًا وطالبة في المرحلة الثانوية في ولاية نيويورك الأمريكية، من طلاب مدرسة كاردينال. اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، واستُخدمت استبانة لجمع البيانات. أظهرت النتائج أن استخدام الإنترنت يؤثر سلبًا على تواصل الطلبة مع أسرهم، حيث تبين أن الطلاب يقضون ساعات طويلة أمام الإنترنت على حساب الوقت الذي كان يُفترض أن يقضى مع أفراد الأسرة أو الأصدقاء. وأشارت الدراسة إلى أن هذه الظاهرة تؤدي إلى تراجع في مهارات التواصل الواقعي وغياب الحوار الأسري، مما قد ينعكس سلبًا على العلاقات الاجتماعية في البيئة القريبة.

التعقيب على الدراسات السابقة

يتضح من خلال مراجعة الدراسات السابقة أن هناك اهتمامًا متزايدًا بتأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على التفاعل الاجتماعي والأداء الوظيفي، وقد تنوعت زوايا المعالجة بين الأثر النفسي والاجتماعي، وبين علاقته بمستوى التفاعل في بيئات العمل أو الدراسة. فقد تناولت دراسة حنان بنت شعشوع الشهري (2013) أثر شبكات التواصل على العلاقات الاجتماعية، وبيّنت أن كثافة الاستخدام قد تضعف التفاعل الواقعي وتؤثر على العلاقات الأسرية، وهو ما يُمكن إسقاطه على بيئة العمل من حيث تأثير الاستخدام المفرط على الالتزام الوظيفي.

أما دراسة يحيوي فاطمة وفور خديجة (2019) فقد أكدت على وجود علاقة بين استخدام هذه الشبكات والانطواء داخل المحيط الأسري والاجتماعي، مما يفتح المجال لتفسير انخفاض مستوى التواصل المباشر في أماكن العمل. كما بيّنت دراسة سمر عز الدين (2018) أن الاستخدام المفرط يرتبط بضعف مهارات التفاعل الواقعي، وهو مؤشر قد ينعكس على ضعف العمل الجماعي داخل المؤسسات.

في المقابل، رصدت دراسة حضر ساري (2003) ورضا أيمن (2009) عددًا من الآثار السلبية لاستخدام الإنترنت بشكل عام على علاقات الأفراد، وأشارت إلى تراجع ملحوظ في التفاعل المباشر، وهو ما قد يتوازى مع تراجع الأداء الوظيفي الناتج عن ضعف التفاعل المهني. وتضيف دراسة فايز الحياي (2007) بعدًا مهمًا، حيث ركزت على البيئة الجامعية وأكدت أن الاستخدام المفرط يؤدي إلى العزلة الاجتماعية، ما يُمكن أن يؤثر على الانضباط والأداء بين العاملين في بيئة أكاديمية مشابهة لجامعة جازان.

أما على الصعيد الأجنبي، فقد كشفت دراسة ميشيل فانستون (2010) أن قضاء وقت طويل على وسائل التواصل قلل من تواصل الأفراد الواقعي، وهو ما يدعم فرضية أن هذا السلوك قد يؤثر على إنتاجية الموظف داخل المؤسسة. وأوضحت دراسة هيلين ستيرنز (2011) أن الشبكات الاجتماعية تؤثر على إدارة المعلومات داخل المنظمات، الأمر الذي يلامس بشكل مباشر الأداء الوظيفي، خاصة في المهام التي تعتمد على التركيز والتنظيم المعلوماتي.

وعليه، فإن الدراسة الحالية تسعى إلى سد فجوة واضحة في الدراسات السابقة، من خلال تركيزها على بيئة وظيفية أكاديمية سعودية، وتقديم تحليل علمي لمدى تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على أداء العاملين، وهو ما لم تتطرق إليه الدراسات السابقة بشكل مباشر.

ما يميز الدراسة الحالية

تتفرد هذه الدراسة بعدد من الخصائص التي تعزز من أهميتها العلمية والميدانية، حيث تنطلق من بيئة واقعية محددة متمثلة في منسوبي جامعة جازان، مما يمنحها طابعاً محلياً دقيقاً يعكس التفاعلات الفعلية بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ومستوى الأداء الوظيفي في قطاع التعليم العالي. وتُعد الدراسة من المحاولات القليلة التي تربط بين الاستخدام الرقمي اليومي للعاملين في بيئة أكاديمية وأثره على مخرجات الأداء المهني والسلوكي، وهو ما لم تُسلط عليه الدراسات السابقة بالقدر الكافي، لا سيما في السياق السعودي.

كما تتميز باستخدامها أدوات تحليل إحصائية متنوعة، تشمل المقاييس الوصفية (مثل المتوسط والانحراف المعياري) والتحليل الاستنتاجي (مثل اختبار (T) واختبارات الصدق والثبات)، ما يمنحها قوة في استخلاص العلاقات والنتائج. إضافةً إلى ذلك، فإن محاور الاستبيان تم بناؤها بشكل يعكس أبعاداً إدارية وسلوكية دقيقة، تُمكن من استكشاف العلاقة بين الوسائط الرقمية وسلوك الموظف، مما يجعل هذه الدراسة ذات قيمة تطبيقية للمؤسسات التعليمية وصناع القرار في مجالات تطوير السياسات الوظيفية والإدارية.

نموذج الدراسة

يهدف هذا النموذج إلى التعرف على أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء الوظيفي للعاملين، بالتطبيق على منسوبي جامعة جازان، من خلال تحليل طبيعة الاستخدام المهني وغير المهني لهذه الوسائط، وانعكاسها على مكونات الأداء داخل بيئة العمل الأكاديمية والإدارية.

• المتغير المستقل:

استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

(مدة الاستخدام - غرض الاستخدام - توقيت الاستخدام - نوع المنصة - مستوى التفاعل)

• المتغير التابع:

الأداء الوظيفي

(الالتزام الوظيفي - جودة الإنجاز - الكفاءة الإنتاجية - التفاعل مع الزملاء - الانضباط في

العمل)

المنطلقات النظرية للدراسة

مواقع التواصل الاجتماعي:

تُعد شبكات التواصل الاجتماعي من الوسائل الحديثة في الاتصال الرقمي، إذ تشكّل فضاءً إلكترونيًا يجمع بين الأفراد أو المؤسسات عبر منصات توفر نقاط التقاء افتراضية تعتمد على روابط اجتماعية متنوعة، مثل الصداقة أو الانتماء أو المصالح المشتركة أو التوجهات الفكرية أو حتى الرغبة في التبادل المعرفي والمادي (هيثمي، 2015). ويُنظر إليها من الناحية الإجرائية كمنظومة رقمية تعتمد على تقنيات الجيل الثاني من الإنترنت، تتيح للمستخدمين التفاعل وتبادل المحتوى بمختلف أشكاله (نصوص، صور، فيديوهات...)، إلى جانب إبداء الرأي من خلال التعليق، ما يجعلها وسيلة تواصل لا تقتصر على الزمن الآني. ومن أبرز تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي:

• واتساب: (WhatsApp)

يُعد من أشهر تطبيقات المراسلة الفورية متعددة المنصات على الهواتف الذكية، حيث يتيح للمستخدمين إرسال الرسائل النصية والصوتية، ومشاركة الصور ومقاطع الفيديو والوسائط الأخرى. تأسس هذا التطبيق عام 2009.

• تويتر (X حاليا):

هو موقع تدوين مصغر يُمكن المستخدمين من إرسال "تغريدات" قصيرة، والتفاعل من خلال إعادة التغريد أو الإعجاب. يتميز بالاختصار والسرعة في التواصل، وقد انطلق رسميًا في مارس 2006.

- فيسبوك: (Facebook)

شبكة اجتماعية عالمية تُستخدم للتواصل بين الأفراد سواء على مستوى العلاقات الشخصية أو المهنية. أُسست المنصة في فبراير 2004، وسرعان ما أصبحت من أكثر الوسائل استخدامًا للتواصل الرقمي عالميًا.

- سناب شات: (Snapchat)

تطبيق تواصل اجتماعي يتيح للمستخدمين تسجيل مقاطع فيديو قصيرة وبثها مباشرة، أو إرسالها كرسائل مؤقتة تختفي بعد مشاهدتها. يتميز بتوفير فلاتر تفاعلية ورسومات، وقد تم إطلاقه في سبتمبر 2011.

- إنستغرام: (Instagram)

منصة مخصصة لتبادل الصور ومقاطع الفيديو، حيث يمكن للمستخدمين التقاط الصور، إضافة فلاتر رقمية، ومشاركتها عبر حساباتهم الشخصية. تأسست الشبكة في أكتوبر 2010، وتُعد من أبرز تطبيقات التواصل البصري.

- يوتيوب: (YouTube)

موقع إلكتروني يسمح للمستخدمين برفع مقاطع الفيديو ومشاهدتها ومشاركتها والتفاعل معها من خلال التعليقات. يُعد من أكبر منصات المحتوى المرئي المجاني، وقد انطلق في فبراير 2005.

الأداء الوظيفي:

يُعد الأداء الوظيفي عنصراً محورياً في تحقيق أهداف المؤسسات، إذ يتطلب بلوغ النتائج المرجوة قدرًا عاليًا من الكفاءة والمعرفة، كما أن المفهوم يتخذ معاني متعددة في أدبيات الإدارة. ورغم تعدد التعريفات، إلا أن أغلبها يركّز على الكيفية التي تُتجز بها المهام من قِبل العاملين بما يعكس جودة تنفيذ الأهداف التنظيمية. وقد أشار عبد الباقي (2005) إلى أن الأداء يتحدد من خلال التفاعل بين رغبة الفرد وقدرته، باعتبارهما عاملين متلازمين ومتكاملين في تحديد مستوى الإنجاز في العمل.

أما التعريف الإجرائي، فيشير إلى أن الأداء يرتبط بسلوك الموظف داخل المؤسسة، ويُقاس من خلال درجة التزامه بالمهام المناطة به، ومدى فاعليته في الإنجاز وتحقيق الأهداف الإدارية المطلوبة.

المنهجية وطرق البحث

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، بوصفه الأنسب لدراسة العلاقة بين متغيرين رئيسيين هما: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والأداء الوظيفي. ويُعنى هذا المنهج بوصف الظواهر السلوكية والمهنية كما تحدث في الواقع، ومن ثم تحليلها واستخلاص العلاقات الممكنة بينها بطريقة منهجية موضوعية. وقد تم تبني هذا الإطار لتحقيق فهم دقيق لطبيعة تأثير استخدام تلك الوسائل الرقمية على الالتزام، الإنتاجية، والتفاعل المهني في بيئة العمل الجامعية.

ولغرض جمع البيانات الميدانية، تم استخدام المنهج المسحي من خلال أداة الاستبانة باعتبارها الوسيلة الأكثر كفاءة في الوصول إلى عينة كبيرة من المنسوبين في جامعة جازان. وقد صُممت الاستبانة بشكل منظم يغطي المحاور الأساسية للبحث، وراعت متغيرات مثل معدل الاستخدام، الغرض من الاستخدام، ومستوى الأداء الوظيفي. وتم اختيار منسوبي الجامعة كمجتمع للدراسة لما يمثلونه من بيئة مختلطة تجمع بين الطابعين الإداري والأكاديمي، الأمر الذي يعكس تبايناً غنياً في أنماط الاستخدام الرقمي والانعكاسات المهنية المصاحبة له.

أدوات الدراسة

اعتمدت هذه الدراسة في جمع بياناتها الميدانية على استبانة إلكترونية مغلقة، صُممت خصيصاً لقياس تصورات واتجاهات المنسوبين حول تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على أدائهم الوظيفي. وقد تم بناء فقرات الاستبانة بما يتوافق مع أهداف الدراسة وفروضها، مع مراعاة الدقة في الصياغة وشمولية المحاور، بما يسمح بتحليل كمي موثوق للبيانات. وقد غطت فقرات الأداة جوانب متعددة مثل طبيعة الاستخدام، دوافعه، ومدى انعكاسه على الإنتاجية، والانضباط، والتفاعل الوظيفي، مما يجعلها أداة فعالة لاستقصاء أبعاد العلاقة محل الدراسة وتحليلها بشكل علمي.

تم تنظيم بنود الاستبانة وفق مقياس ليكرت الخماسي (أوافق بشدة - أوافق - محايد - لا أوافق - لا أوافق بشدة)، وذلك لقياس مدى اتفاق أو اختلاف المجيبات مع مضامين الفقرات، وتحويل استجاباتهن إلى بيانات كمية قابلة للمعالجة الإحصائية.

توزعت الاستبانة على ثلاثة محاور رئيسية:

1. المحور الأول: أنماط استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

يهدف هذا المحور إلى التعرف على مدى استخدام المنسوبين لمنصات التواصل الاجتماعي خلال أوقات العمل وخارجها، وتحديد نوعية المنصات المستخدمة، وأغراض الاستخدام الأكثر شيوعاً (كالتسلية، أو التواصل المهني، أو متابعة الأخبار ... إلخ).

2. المحور الثاني: أثر وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء المهني

يركز هذا المحور على قياس الانعكاسات المباشرة أو غير المباشرة لاستخدام هذه الوسائل على الالتزام بساعات العمل، مستوى الإنتاجية، جودة الإنجاز، القدرة على التركيز، والانضباط الوظيفي.

3. المحور الثالث: الجوانب السلوكية والتنظيمية المرتبطة بالاستخدام

يتناول هذا المحور تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على العلاقات داخل بيئة العمل، مثل التعاون بين الزملاء، المشاركة في الأنشطة المؤسسية، الشعور بالانتماء، ومدى تأثير الاستخدام المفرط على التفاعل التنظيمي والسلوك المهني العام.

أما على مستوى التحليل الإحصائي، فمن المخطط أن يتم استخدام المنهج الإحصائي كإطار أساسي لمعالجة البيانات الكمية التي سيتم جمعها من أفراد العينة. وسيبدأ ذلك بقياس ثبات أداة الدراسة من خلال

حساب معامل كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha) ، للتحقق من اتساق الفقرات وموثوقية أداة القياس، مع اعتماد الحد الأدنى المقبول إحصائيًا (0.70) كمؤشر للثبات.

كما ستجرى تحليلات وصفية تعتمد على حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة، بهدف التعرف على الاتجاهات العامة للعينة. وسيتم ذلك استخدام اختبار (T) للفروق لاكتشاف الفروق الإحصائية بين المجموعات، حسب بعض المتغيرات المستقلة (مثل عدد ساعات الاستخدام أو نوع المنصة المفضلة)، وكذلك استخدام معامل بيرسون للارتباط للكشف عن العلاقة بين كثافة الاستخدام ومظاهر التأثير الاجتماعي كالعزلة أو ضعف التفاعل الأسري.

وسيتم تنفيذ هذه الإجراءات الإحصائية باستخدام برنامج SPSS، بما يضمن دقة المعالجة وتحقيق أهداف الدراسة بشكل علمي.

حدود الدراسة

- الحدود الموضوعية: تتناول هذه الدراسة أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء الوظيفي.
- الحدود المكانية: تقتصر الدراسة على منسوبي جامعة جازان.
- الحدود الزمانية: الفصل الدراسي الثاني من العام الجامعي 2025/2026.

الفصل الثاني: الإطار النظري

شهد العالم خلال العقود الأخيرة طفرة اتصالية غير مسبوقة بفضل الثورة الرقمية، فأصبحت وسائل التواصل الاجتماعي مكوّنًا أساسيًا في البنية التفاعلية للمجتمعات الحديثة، إذ تُعرف بأنها «شبكات إلكترونية تتيح لمستخدميها إنشاء صفحات شخصية وتكوين صداقات وتبادل المعلومات والآراء والاهتمامات المشتركة» (عبدالمعطي، 2015). وقد أسهم هذا التحول في إعادة صياغة مفهوم التواصل، فلم يعد التفاعل البشري حبيس اللقاءات الواقعية أو المحادثات الهاتفية، بل امتد إلى فضاءات رقمية ديناميكية تتيح التواصل اللحظي وتجاوز الحدود الجغرافية (نواري، 2019).

كما أن انتشار هذه المنصات على نطاق واسع، سواء في السياقات الاجتماعية أو المهنية، أوجد بيئة اتصالية متعددة الاستخدامات، تُستغل اليوم في الترفيه، ونقل الأخبار، والتعليم، والعمل، وحتى التسويق، مما جعلها عنصراً مؤثراً في تشكيل الوعي والسلوك الفردي والمؤسسي على حد سواء (بخاري، 2018). وقد شهد العالم في العقود الأخيرة تحولات رقمية عميقة جعلت وسائل التواصل الاجتماعي محوراً أساسياً في إعادة تشكيل أنماط الاتصال والسلوك البشري، بما في ذلك بيانات العمل والإنتاج. هذا الواقع أوجد حاجة أكاديمية إلى دراسة هذه الوسائل من مختلف الجوانب، نظراً لتأثيرها المتنامي على المؤسسات وأفرادها.

ومن ثم جرى تقسيم هذا الفصل إلى مبحثين على النحو التالي:

- المبحث الأول: الإطار المفاهيمي لوسائل التواصل الاجتماعي.
- المبحث الثاني: الإطار المفاهيمي للأداء الوظيفي.

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي لوسائل التواصل الاجتماعي

في ظل التحولات الرقمية المتسارعة، أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي تمثل إحدى الركائز البارزة لعصرنا الحديث، حيث أسهمت في إحداث تحول عميق في أنماط التفاعل والتواصل بين الأفراد داخل المجتمع. فقد تجاوزت منصات مثل "فيسبوك" و"تويتر" و"إنستغرام" دورها التقليدي كوسائل ترفيه أو تسلية، وأصبحت فضاءات تفاعلية نشطة تسمح بتبادل المعلومات، ومشاركة التجارب والأفكار بشكل لحظي، وهو ما أدى إلى إعادة تشكيل طبيعة العلاقات اليومية بين الأفراد (السبيعي، 2020).

ومع تنامي الاعتماد على هذه الوسائل الرقمية، امتد أثرها ليشمل المؤسسات على اختلاف مجالاتها، لتصبح جزءاً لا يتجزأ من بيئة العمل الحديثة، خصوصاً في قطاعات التعليم والإدارة والخدمات العامة. وقد أظهرت الأدبيات والدراسات المعاصرة اهتماماً متزايداً بهذا الجانب، حيث أكدت أن وسائل التواصل لم تعد مقتصرة على بناء العلاقات الاجتماعية فقط، بل تحولت إلى أدوات يمكن توظيفها بشكل استراتيجي لتحفيز الإبداع وتعزيز الأداء، على الرغم من ما قد تسببه من سلبيات مثل تشتت الانتباه أو ضعف الالتزام بالمهام الأساسية (مقدم، 2021).

وبالنظر إلى هذه الآثار المتباينة، برزت أهمية تحليل سلوك الأفراد في استخدام هذه الوسائل داخل بيئات العمل، والتمييز بين الاستخدام الفعال والاستخدام العشوائي. إذ توصلت بعض البحوث إلى أن الاستخدام المخطط يسهم في تسهيل الوصول للمعلومات وتوسيع شبكات التواصل المهني، بينما حذرت دراسات أخرى من النتائج السلبية التي قد تظهر عند الاستعمال غير المنظم، كإهدار الوقت أو انخفاض التركيز المهني (العلي، 2018).

من جهة أخرى، اتجهت الأبحاث العلمية إلى دراسة هذه الظاهرة من زوايا متعددة: اجتماعية، وظيفية، وإدارية، مع التركيز على كيفية دمج وسائل التواصل ضمن الممارسات المؤسسية بأسلوب يضمن الاستفادة

القصى منها، ويحد من أضرارها المحتملة على الأداء. وقد أسهمت هذه الجهود في بلورة رؤية أكثر شمولاً حول دورها في دعم أو عرقلة كفاءة العاملين (يونس، 2023).

مفهوم وسائل التواصل الاجتماعي

يختلف الباحثون في تقديم تعريف موحد لمفهوم وسائل التواصل الاجتماعي، وذلك نتيجة لتعدد الخلفيات العلمية والاجتماعية التي ينطلقون منها. إذ لم يتفق المختصون على صيغة واحدة جامعة لهذا المفهوم، ولكن هناك شبه اتفاق على أنها أحدثت نقلة نوعية في أساليب التفاعل والاتصال بين الأفراد. فقد ظهرت هذه الوسائل بداية كشبكات افتراضية تتيح للمستخدمين إنشاء صفحات شخصية وتبادل المحتوى مع الآخرين، ثم تطورت لاحقاً إلى أنظمة تواصلية متكاملة تعمل على تسهيل المشاركة والتفاعل على نطاق عالمي (Stutzman، 2006).

وفي إطار الجهود لتعريف هذه الظاهرة، ترى بعض الدراسات أن وسائل التواصل الاجتماعي تُعد منصات رقمية تفاعلية تتيح للأشخاص بناء مجتمعات افتراضية حول اهتمامات أو موضوعات مشتركة، كالثقافة، أو الهوية، أو الانتماء المؤسسي. كما تقدم هذه الوسائل مجموعة من الخدمات الأساسية، مثل تبادل الرسائل والمحادثات، ومشاركة الصور والمقاطع المرئية، ما يجعل منها بيئة رقمية تحاكي العلاقات الواقعية إلى حد كبير (الحسن كامل، 2015).

ومن زاوية أخرى، يعتبر عدد من الباحثين أن هذه الوسائل تجاوزت كونها مجرد أدوات للترفيه أو نشر الأخبار، لتتحول إلى فضاءات ثقافية وفكرية جامعة، تجمع أفراداً من خلفيات وهويات متعددة، وتسهم في إثراء النقاشات حول القضايا الاجتماعية والمهنية وتبادل الخبرات الحياتية (عبدالمعطي، 2015).

كذلك تشير بعض الأدبيات إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي قد أصبحت بمثابة وسيلة إعلامية إلكترونية حديثة، تُستخدم لبناء مجتمعات رقمية، سواء من خلال إنشاء مجتمعات جديدة أو الانضمام إلى مجتمعات

قائمة. هذا التفاعل ألغى الحواجز الجغرافية والزمانية بين الأفراد، وفتح لهم المجال للتعبير عن آرائهم ومشاركة أفكارهم في أي وقت ومن أي مكان (تتو وطاير، 2017).

وتُوصف هذه الوسائل في كثير من الدراسات بأنها منظومة ذات طبيعة مزدوجة: تقنية واجتماعية. فهي توظف الأدوات الرقمية الحديثة لتلبية حاجات إنسانية مثل التواصل وتبادل المعرفة والتعبير عن الذات، إلى جانب تقديم خدمات كالبريد الإلكتروني والمحادثات الفورية والمنديات الرقمية (نواري، 2019).

وانطلاقاً من هذا التنوع في الاستخدامات، يمكن تلخيص تعريف وسائل التواصل الاجتماعي على أنها مجموعة من المنصات والتطبيقات الرقمية التفاعلية، التي تتيح للمستخدمين إنشاء المحتوى، ومشاركته، وتكوين علاقات اجتماعية داخل فضاءات افتراضية، مما يجعلها من أبرز أدوات العصر الرقمي في تشكيل الروابط الإنسانية، وتعزيز التعاون، ودفع التفاعل الثقافي والإبداعي في مختلف مجالات الحياة.

النشأة والتطور التاريخي لوسائل التواصل الاجتماعي

تعود جذور وسائل التواصل الاجتماعي إلى مفاهيم الاتصال عن بُعد التي ظهرت في القرن التاسع عشر. فقد أرسلت أول برقية كهربائية باستخدام شفرة مورس عام 1844 بين واشنطن وبالتيمور، ما أسس لفكرة الربط بين الأفراد عن بعد عبر إشارات رقمية. هذا الاكتشاف ساعد على فتح الباب أمام محاولات لاحقة لتطوير أدوات اتصال شبكي مهيأة لنقل المعلومات بسرعة وفعالية (Boyd & Ellison, 2007). لاحقاً، شكّل مشروع ARPANET في ستينيات القرن الماضي قفزة نوعية في عالم الاتصالات الرقمية؛ إذ مهد الطريق لابتكار البريد الإلكتروني الذي عُد أول وسيلة تواصل رقمية حديثة، وجعل تبادل الرسائل عبر الشبكة أمراً ممكناً بين المستخدمين الأوائل (Kaplan & Haenlein, 2010).

• مرحلة الاتصال الإلكتروني (1969-1990)

شهدت هذه الفترة ظهور منصات سبّاقة في تطوير بيئات تفاعلية بدائية لكنها مهدت للمستقبل. من أبرز الأمثلة نظام PLATO الذي تم تطويره في أواخر الستينيات، والذي أتاح للمستخدمين أدوات مثل لوحات النقاش، والردشة الفورية، وحتى المنتديات الداخلية التي كانت تمثل مجتمعًا افتراضيًا مبكرًا. كما ظهرت خدمة Usenet عام 1979، التي وفرت إطارًا لتبادل الرسائل بين مجموعات مستخدمين حول العالم، وأتاحت لأول مرة فضاءً عامًا للحوار الرقمي. (Ellison, 2007) كذلك، برزت أنظمة لوحات الرسائل الإلكترونية (BBS) التي مكنت المستخدمين من مشاركة ملفات ونقاشات من خلال الاتصال الهاتفي، تلتها تطبيقات المحادثة الفورية مثل Internet Relay Chat (IRC) عام 1988، والتي رسخت مفهوم الدردشة اللحظية. (Kietzmann et al., 2011)

• ظهور المجتمعات الافتراضية (1990–2000)

انتقلت وسائل التواصل الاجتماعي في التسعينيات من منصات تقنية مغلقة إلى شبكات اجتماعية أكثر وضوحًا وتنظيمًا. فقد ظهرت مواقع مثل Classmates.com عام 1995 لتتيح للأشخاص العثور على زملاء الدراسة القدامى، ثم تبع ذلك إطلاق برنامج المحادثة ICQ عام 1996، الذي أصبح أداة منتشرة للتواصل النصي الفوري بين ملايين المستخدمين. في عام 1997، أُطلق موقع SixDegrees.com الذي يُعتبر أول شبكة اجتماعية متكاملة تتيح إنشاء ملفات شخصية وبناء شبكات من الأصدقاء، ووضعا حجر الأساس لفكرة الشبكات الاجتماعية الحديثة. (Kaplan & Haenlein, 2010) هذه الابتكارات عكست تحوّل التواصل الرقمي من تبادل معلومات إلى بناء روابط اجتماعية متشابكة (Boyd & Ellison, 2007).

• عصر الشبكات الاجتماعية الكبرى (2000–2010)

مع بداية الألفية الثالثة، تسارعت التطورات بشكل هائل، ودخلت وسائل التواصل الاجتماعي مرحلة جديدة من الانتشار. أطلقت منصات مثل Friendster في 2002، و LinkedIn في 2003، و MySpace في العام نفسه، لتبدأ الشبكات الاجتماعية في استقطاب المستخدمين على نطاق واسع. إلا أن الانعطف الأبرز جاء مع تأسيس Facebook عام 2004، الذي أحدث ثورة في مفهوم التواصل الافتراضي بفضل واجهته البسيطة وميزة "آخر الأخبار" (News Feed) "تبع ذلك ظهور YouTube عام 2005 الذي فتح المجال أمام مشاركة الفيديوهات على نطاق عالمي، و Reddit الذي أعاد تعريف التفاعلات المجتمعية عبر المنتديات المفتوحة. (Kietzmann et al., 2011) خلال هذه الفترة، أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي جزءًا لا يتجزأ من الحياة اليومية، إذ تجاوز دورها الترفيه إلى بناء الهويات الرقمية والتأثير في الاقتصاد والسياسة.

• المرحلة الحديثة والتطور المستمر (2010 - حتى اليوم)

شهد العقد الأخير ظهور تطبيقات ركزت على المحتوى البصري القصير والمباشر مثل Instagram (2010)، و Snapchat (2011)، و TikTok (2016)، لتغير شكل الاستهلاك الإعلامي نحو الفيديوهات القصيرة والتفاعل الفوري. لم تعد وسائل التواصل مجرد أدوات للتواصل الشخصي، بل أصبحت منصات قوية للتسويق الرقمي، ونشر الأخبار، وتحريك الرأي العام، وحتى التأثير على الحملات السياسية والاقتصادية. الدراسات الحديثة تؤكد أن هذه المنصات تحولت إلى "بيئات اجتماعية موازية" للعالم الواقعي، حيث تتقاطع فيها المصالح الفردية والتجارية والسياسية. (Zhang & Leung, 2015)

خصائص وسائل التواصل الاجتماعي

تتميز وسائل التواصل الاجتماعي بمجموعة من السمات الجوهرية التي جعلت منها عنصرًا محوريًا في عصر التحول الرقمي، وأسهمت في ترسيخ مكانتها كأداة رئيسية في التواصل البشري خلال القرن الحادي

والعشرين. من أبرز هذه الخصائص طبيعتها التفاعلية التي تميزها عن وسائل الإعلام التقليدية. فبدلاً من الاقتصاد على نقل المعلومات باتجاه واحد، تتيح هذه الوسائل للمستخدمين إمكانية إنتاج المحتوى، وتحريره، والتفاعل معه بشكل مباشر، مما يجعلهم أطرافاً فاعلين في إنتاج المعرفة لا مجرد مستقبلين سلبيين (Mazman، 2009). هذا التفاعل أسهم في نشوء ثقافة جديدة مبنية على المشاركة والانخراط النشط في النقاشات الرقمية، وعزز في الوقت ذاته من الشعور بالانتماء إلى المجتمعات الافتراضية.

ومن السمات المهمة أيضاً سهولة الوصول والمرونة في الاستخدام، إذ يمكن للأفراد استخدام هذه الوسائل في أي زمان ومكان بفضل تقنيات الاتصال الحديثة وانتشار الأجهزة الذكية. هذه الخاصية أزلت الحواجز المكانية، وساعدت على بناء علاقات تمتد عبر الحدود الجغرافية، مما أتاح إمكانيات واسعة للتواصل والتفاعل بين الأفراد على المستويين الشخصي والمهني (Tariq، 2012).

بالإضافة إلى ذلك، فإن هذه المنصات لا تقتصر على الوظائف الترفيهية أو التواصل الشخصي فحسب، بل تطورت لتشمل أدواراً تعليمية، مهنية، وتجارية. فقد أصبحت وسيلة فعالة للتسويق الرقمي، ودعم البرامج التدريبية، والمساهمة في العملية التعليمية، فضلاً عن دورها الثقافي والمعرفي المتنامي. هذه التعددية في الاستخدامات جعلت وسائل التواصل جزءاً أساسياً من الحياة اليومية للأفراد والمؤسسات على حد سواء.

وتبرز أيضاً خاصية التعاون والتشبيك كعنصر محوري في بنية هذه الوسائل، حيث تسمح بإنشاء مجموعات عمل، وتكوين شبكات مهنية رقمية. ويُعد تبادل الملفات والمحتوى البصري بشكل فوري إحدى أبرز أدواتها، الأمر الذي ساعد في ترسيخ مفهوم الاقتصاد التشاركي، وفتح آفاقاً جديدة للعمل الجماعي والتعاون بين الأفراد والمنظمات (Kuppuswamy، 2010).

كما أن قدرة هذه الوسائل على خلق بيئات افتراضية تحاكي العلاقات الواقعية تُعد من أبرز عوامل نجاحها، حيث تمكّن المستخدمين من بناء صداقات وتكوين علاقات اجتماعية شبيهة بتلك التي يعيشونها في الحياة

اليومية. هذا الأمر ساعد في تخفيف الحواجز الثقافية والاجتماعية، وساهم في تكوين مجتمعات رقمية داعمة تُعزز من الشعور بالترابط والتضامن الاجتماعي بين مستخدميها (Panckurst، 2009).

أنواع وسائل التواصل الاجتماعي

تعددت تعريفات وتصنيفات وسائل التواصل الاجتماعي في الأدبيات الأكاديمية، إذ أشارت بعض الدراسات إلى أنها عُرفت بمسميات مختلفة مثل "مواقع التواصل" أو "الشبكة الرقمية"، لكن كل هذه المصطلحات تشير إلى المفهوم ذاته؛ وهو كونها مواقع على شبكة الإنترنت تجمع أعدادًا كبيرة من الأفراد في علاقات افتراضية، تقوم على تبادل الحوار والمعلومات والأفكار من خلال خدماتها المختلفة مثل مشاركة الصور والفيديو وغرف الدردشة والرسائل الفورية (صادق، 2011).

وقد أتاح هذا التنوع في المسميات ظهور عدة تصنيفات لوسائل التواصل الاجتماعي، إذ يمكن تناولها من خلال ثلاثة أطر رئيسية: التصنيف بحسب التقنية المستخدمة، وبحسب طبيعة الاستخدام، وأخيرًا من خلال استعراض أبرز المنصات التي تجسد هذه الأنواع عمليًا.

أولاً: تصنيف وسائل التواصل الاجتماعي بحسب التقنية المستخدمة

يشير هذا التصنيف إلى البنية التقنية التي تقوم عليها هذه الوسائل، وينقسم إلى ثلاثة أقسام رئيسية:

1. **شبكات الإنترنت وتطبيقاتها:** وتشمل جميع المنصات التي تعتمد بشكل مباشر على الاتصال بالإنترنت، مثل فيسبوك وتويتر ويوتيوب، إضافة إلى المدونات والبريد الإلكتروني وغرف الدردشة. هذه المنصات تتيح التواصل اللحظي وتبادل المعلومات بمختلف أنواعها من نصوص وصور وملفات، وأصبحت جزءًا أساسيًا من حياة الأفراد والمؤسسات (أبو عيشه، 2010).

2. **التطبيقات القائمة على الأجهزة المحمولة:** وهي التطبيقات التي صُممت خصيصًا للعمل على الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية والمساعدات الرقمية الشخصية مثل سناب شات وواتساب، والتي سمحت للمستخدمين بالتواصل في أي مكان وزمان، الأمر الذي جعلها أكثر قربًا للحياة اليومية وسهل إدماجها في مختلف الأنشطة الشخصية والمهنية (أبو عيشة، 2010).

3. **وسائل التواصل المرتبطة بالمنصات التقليدية:** وتشمل المواقع أو التطبيقات التي ترتبط بالوسائل الإعلامية الكلاسيكية مثل القنوات التلفزيونية والإذاعات، إذ تقدم محتوى متنوعًا على الشبكة يشمل البث الحي المباشر، إلى جانب خدمات الرسائل القصيرة وخدمات البث المباشر للأخبار (SMS, MMS) التي تمثل امتدادًا للوسائط التقليدية نحو البيئة الرقمية (أبو عيشة، 2010).

ثانيًا: تصنيف وسائل التواصل الاجتماعي بحسب الاستخدام والاهتمام

قدمت دراسات أكاديمية أخرى تصنيفًا مكملًا يركز على الهدف الذي تُستخدم هذه الشبكات من أجله، ويمكن تلخيصه في ثلاثة أنواع رئيسية:

1. **الشبكات الشخصية:** وهي شبكات تهتم بالأفراد أو مجموعات الأصدقاء، وتتيح إنشاء صداقات وتوسيع دائرة العلاقات الشخصية والتفاعل الاجتماعي. وتشمل هذه الفئة المنصات الأكثر شيوعًا مثل فيسبوك، تويتر وإنستغرام، التي توفر بيئة رقمية غنية لتبادل اليوميات والصور والمحادثات (عوض، 2014).
2. **الشبكات الثقافية:** تختص بفنون أو مجالات معرفية محددة، وتجمع المهتمين بموضوعات معينة مثل الفنون والآداب والمكتبات الرقمية. تهدف هذه الشبكات إلى تبادل المعلومات الثقافية وإثراء المحتوى المتخصص عبر الإنترنت (عوض، 2014).

3. **الشبكات المهنية:** وهي موجهة لأصحاب المهن والخبرات المتشابهة، حيث تقدم بيئة تعليمية وتدريبية متكاملة، وتتيح التواصل بين المحترفين في مجالات مختلفة مثل منصة لينكدإن التي أصبحت مرجعًا عالميًا لبناء العلاقات المهنية وتبادل الفرص الوظيفية (عوض، 2014).

ثالثًا: أبرز المنصات التي تمثل أنواع وسائل التواصل الاجتماعي

• **فيسبوك (Facebook):** يُعد من أوسع منصات التواصل انتشارًا منذ تأسيسه عام 2004 على يد مارك زوكربيرغ. بدأ كمنصة طلابية في جامعة هارفارد ثم توسع ليصبح أكبر شبكة اجتماعية عالميًا. يقدم خدمات متنوعة تشمل إنشاء المجموعات والصفحات والملفات الشخصية، إضافة إلى مشاركة الصور والفيديو والرسائل والتعليقات، كما يتيح التفاعل في حملات تسويق أو نشاطات اجتماعية (Lee، 2020).

• **تويتر (Twitter/ X):** بدأ تويتر كمنصة تدوين مصغرّ ظهرت عام 2006 تتيح نشر "تغريدات" قصيرة بحدّ 140 حرفًا، ثم توسّع لاحقًا ليصل إلى 280 حرفًا، وتميّز بسرّعه في نشر الأخبار والمعلومات، ولعب دورًا محوريًا في الأحداث السياسية والإعلامية في العديد من الدول (نصر، 2013). وفي عام 2022 استحوذ إيلون ماسك على تويتر، لتبدأ سلسلة تغييرات واسعة شملت تعديل السياسات والخدمات، وصولًا إلى تغيير اسمه رسميًا إلى X عام 2023. ورغم هذه التحولات، ما زالت المنصة أداة رئيسية للتواصل الفوري والتسويق الرقمي، كما أضافت دعمًا أوسع للمحتوى المرئي والبث المباشر بجانب النصوص القصيرة.

• **يوتيوب (YouTube):** يمثل نموذجًا للشبكات التي تعتمد على الفيديو كوسيط رئيسي. أتاح يوتيوب منذ ظهوره مشاركة المحتوى المرئي على نطاق واسع، وساعد في توثيق الأحداث ونقلها مباشرة للجمهور العالمي، وأصبح مرجعًا أساسيًا للتعليم والترفيه معًا (نصر، 2013).

- **إنستغرام (Instagram):** أطلق عام 2010 كتطبيق لمشاركة الصور، واستطاع خلال ساعات من طرحه أن يحصد أكثر من مليون تحميل، ثم توسع ليشمل الفيديوهات القصيرة. يتميز بتركيزه على المحتوى البصري واستخدام الفلاتر الرقمية التي جذبت جمهورًا واسعًا، حتى أصبح أحد أهم التطبيقات للشباب والعلامات التجارية (بلواضح، 2021).
- **واتساب (WhatsApp):** تأسس عام 2009 كتطبيق للتراسل الفوري على الهواتف الذكية، ويتيح إرسال الرسائل النصية والصوتية والفيديو والملفات مجانًا. استحوذت عليه شركة فيسبوك عام 2014 ليصبح اليوم أحد أكثر التطبيقات استخدامًا في العالم بأكثر من مليار مستخدم، مع استمرار الجدل حول تأثيره على العلاقات الاجتماعية واستخدام البيانات (الصوافي، 2015).
- **لينكدإن (LinkedIn):** ظهر عام 2002 كموقع مخصص للتواصل المهني، وأصبح منصة عالمية للتوظيف وبناء الشبكات المهنية، إذ يتيح للمستخدمين مشاركة سيرهم الذاتية، البحث عن وظائف، والانضمام إلى مجتمعات مهنية متخصصة (بلواضح، 2021).
- **البريد الإلكتروني (Email):** يعد من أقدم وسائل التواصل عبر الإنترنت، حيث بدأ مع مشروع أبحاث أمريكي في أواخر الستينيات (DARPA) وتطور ليصبح وسيلة أساسية في المؤسسات التعليمية والحكومية والخاصة. يُستخدم اليوم في التواصل الرسمي وإرسال الملفات، وهو عنصر لا يمكن الاستغناء عنه في بيئات العمل (نواري، 2019).

دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الحياة اليومية والعملية

أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي جزءًا لا يتجزأ من النسيج اليومي للحياة المعاصرة، حيث لا يقتصر استخدامها على غرض واحد أو وظيفة محددة، بل تتبع من مجموعة من الدوافع المتشابكة التي تتراوح بين الحاجات اليومية البسيطة والاحتياجات النفسية والاجتماعية المعقدة. ومن أبرز هذه الدوافع، تبرز الحاجة

للتعبير عن الذات كإحدى القوى المحركة لاستخدام هذه المنصات؛ إذ يرى العديد من المستخدمين فيها فضاءً مفتوحاً وآمناً نسبياً يتيح لهم التعبير عن آرائهم وأفكارهم، سواء كانت ذات طابع شخصي أو اجتماعي أو سياسي، دون أن يصطدموا بالقيود التي تفرضها السياقات التقليدية أو المنصات الإعلامية الكلاسيكية (بخاري، 2018).

في جانب آخر، يُعتبر البعد الاجتماعي دافعاً رئيسياً يدفع كثيرًا من المستخدمين إلى الانخراط في هذه المنصات. فقد أوجدت هذه الوسائل حلاً عملياً لكسر العزلة الناتجة عن ضغوط الحياة الحديثة، وتراجع اللقاءات الواقعية المباشرة. فهي لا تتيح فقط الحفاظ على الروابط العائلية والاجتماعية، بل تساعد أيضًا على بناء علاقات جديدة تتجاوز الأطر الجغرافية المعتادة، مما يؤدي إلى خلق شبكات اجتماعية تمتد عبر المدن والبلدان (نوري، 2019).

أما على المستوى المهني، فقد أصبحت وسائل التواصل أدوات لا غنى عنها في الحياة العملية. فقد غيرت الطريقة التي يدير بها الأفراد مساراتهم المهنية، حيث توفر منصات مثل لينكدإن بيئة احترافية لعرض المهارات والتواصل مع أصحاب العمل، بينما يستخدم كثير من المتخصصين تويتر كمنصة لمشاركة الرؤى والأفكار، ويُستغل فيسبوك لبناء شبكات عمل أو الترويج للمشروعات الناشئة (عوض، 2014).

الدافع المعرفي أيضًا له حضوره القوي في هذا السياق. إذ يعتمد العديد من الطلاب، والأكاديميين، والمهنيين على هذه الوسائل للوصول السريع إلى الأخبار، أو للحصول على محتوى تعليمي، أو مراجع مختصرة. وقد أصبحت منصات التواصل بمثابة مكتبة رقمية ديناميكية تتجدد لحظيًا وتوفر كمًا هائلًا من المعلومات في مختلف المجالات (قناوي، 2016).

كما أن البعد الترفيهي يمثل جانبًا مهمًا لاستخدام هذه الوسائل، حيث يدخل الملايين إليها يوميًا بقصد التسلية ومتابعة المحتوى الخفيف، مثل المقاطع المضحكة أو المشاركة في التحديات والاتجاهات الرائجة.

هذا الاستخدام البسيط يحقق أثرًا نفسيًا إيجابيًا، من خلال تخفيف الضغوط اليومية وتعزيز الشعور بالمرح والتفاعل الجماعي (بلواضح، 2021).

ومن الزاوية التجارية، برزت الدوافع التسويقية بقوة، إذ تحولت هذه المنصات إلى أدوات فعالة للأفراد والمؤسسات على حد سواء. فلم يعد التسويق الرقمي حكرًا على الشركات الكبرى، بل أصبح متاحًا للأفراد لتسويق مشاريعهم ومهاراتهم الشخصية عبر المحتوى الإبداعي والإعلانات الموجهة (الصوافي، 2015). ولا يمكن إغفال دور الفضول والاكتشاف كدافع دائم. إذ يرتاد كثير من المستخدمين هذه المنصات بشكل يومي دون هدف محدد سوى الاطلاع على ما هو جديد من أخبار أو أفكار أو تجارب، ما يجعل وسائل التواصل ساحة دائمة للاكتشاف المعرفي والثقافي.

الآثار الإيجابية والسلبية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في بيئات العمل

أولاً: الآثار الإيجابية

• **تعزيز التعاون بين الموظفين:** وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت أداة عملية للتواصل بين العاملين في المؤسسات، فهي تتيح لهم التفاعل الفوري، وتبادل الملفات والمعلومات والنصائح المهنية بسهولة، مما يخلق شبكة مترابطة من العلاقات العملية. هذا الاستخدام يجعل عملية إنجاز المهام أكثر مرونة وسرعة، ويدعم التعاون بين الأقسام المختلفة ويمنح الموظفين القدرة على تقديم حلول مشتركة للمشكلات التي تواجههم في العمل (سيدهم ومقدم، 2021).

• **زيادة النشاط وتحفيز الإنجاز:** الاستراحة القصيرة التي يقضيها الموظفون على مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في تجديد طاقتهم الذهنية، وهو ما يجعلهم يعودون إلى أعمالهم أكثر نشاطًا وحيوية. هذا التوازن بين العمل والاستراحة القصيرة يعزز القدرة على التركيز لفترات أطول ويؤدي إلى إنجاز

المهام بكفاءة أعلى، كما يقلل من الشعور بالإرهاق الناتج عن ساعات العمل الطويلة (سيدهم ومقدم، 2021).

- **تبادل المعرفة وتنمية المهارات:** وسائل التواصل الاجتماعي لا تقتصر على الترفيه، بل أصبحت منصة لتبادل الموارد التعليمية وأدلة العمل والملفات التدريبية بين الموظفين. هذا التبادل يجعل بيئة العمل أشبه بفصل دراسي دائم، حيث يتعلم الأفراد من بعضهم البعض، ويطورون مهاراتهم بطرق غير رسمية ولكنها فعالة، ما يؤدي إلى رفع كفاءة القوى العاملة على المدى البعيد (الزبد الحلبي، 2016).
- **التسويق الداخلي ونشر المعرفة المؤسسية:** الكثير من المؤسسات بدأت باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي لنشر الأخبار الداخلية والإعلانات عن البرامج التدريبية والمبادرات الجديدة، وكذلك لتوصيل السياسات والتوجهات إلى الموظفين. هذا الأسلوب يساعد على تعزيز روح الانتماء لدى العاملين، ويجعلهم على اطلاع دائم بالمستجدات، ما يزيد من اندماجهم في العمل ويقوي أداء المؤسسة ككل (نوازي، 2019).

ثانياً: الآثار السلبية

- **التسبب الإداري وضعف الالتزام:** الاستخدام غير المنضبط لوسائل التواصل الاجتماعي خلال ساعات العمل يؤدي إلى انشغال الموظفين بأمر جانبية بعيداً عن مهامهم، ويضعف التزامهم بالضوابط الوظيفية. هذا السلوك يجعل بعض المهام تتأخر أو تُهمل تماماً، ويخلق حالة من الفوضى داخل المؤسسة إذا لم تكن هناك سياسات واضحة لإدارة هذا الاستخدام (سيدهم ومقدم، 2021).
- **تشيت الانتباه وانخفاض الإنتاجية:** التصفح المستمر لمواقع التواصل يجعل الموظف مشتت الانتباه، ينتقل بين الإشعارات والتحديثات بدلاً من التركيز على مهامه الأساسية. هذا الانشغال يقلل من جودة

العمل ويؤثر على سرعة الإنجاز، وقد يؤدي مع مرور الوقت إلى انخفاض ملحوظ في إنتاجية الفرق الوظيفية بأكملها (سيدهم ومقدم، 2021).

- **الهروب من ضغوط العمل:** بعض الموظفين يستخدمون مواقع التواصل كمهرب من ضغوط المهام اليومية، فيقضون وقتاً أطول في التصفح بدلاً من التعامل مع المسؤوليات. هذا السلوك يضعف التزامهم بمعايير الأداء المتوقعة ويؤدي إلى انخفاض جودة المخرجات العملية، مما ينعكس سلباً على المؤسسة ككل (نواري، 2019).

المبحث الثاني: الإطار المفاهيمي للأداء الوظيفي

يُعد الأداء الوظيفي اليوم أحد المحاور الجوهرية في النقاشات المتعلقة بكفاءة المؤسسات وقدرتها على الاستمرار والتطور. إذ يُنظر إليه كمؤشر أساسي يُظهر مدى نجاح المنظمة في تحقيق أهدافها ضمن بيئات عمل تتسم بالتغير والتعقيد. وفي ظل ما يشهده سوق العمل من تنافسية متزايدة وتحديات متعددة، أصبح رفع مستوى الأداء الوظيفي للعاملين هدفاً استراتيجياً، تسعى إليه المؤسسات لتعزيز كفاءتها وتحسين جاهزيتها في مواجهة التحولات المستمرة. (Ekowati et al., 2021)

ولا يتوقف الاهتمام بالأداء الوظيفي عند حدود الإنجاز قصير الأمد، بل يتعداه ليشمل بناء بيئة مهنية طويلة الأمد، قادرة على استثمار طاقات الأفراد بكفاءة. فالمؤسسات التي تُولي الأداء عناية خاصة غالباً ما تنتهج سياسات تنظيمية مرنة، وتحرص على تحديث أساليب إدارتها، إلى جانب توفير بيئة تحفز على المشاركة الفعّالة والإبداع. في هذا السياق، يصبح الأداء بمثابة جسر يربط بين طموحات الموظفين وأهداف المؤسسة الكبرى. (Jalagat, 2016)

وعلاوة على ذلك، فإن آثار الأداء الوظيفي لا تقتصر على نطاق المؤسسة فحسب، بل تمتد لتشمل مستويات أوسع مثل المجتمع والاقتصاد المحلي. فحين يكون أداء العاملين مرتفعاً، ينعكس ذلك إيجابياً

على استقرار المؤسسة ونموها، مما يعزز من فرص التنمية الشاملة. أما في حالات تدني الأداء، فإن الانعكاسات السلبية تكون واضحة من حيث تراجع الإنتاجية، وتباطؤ النمو المؤسسي، وضعف التأثير الاقتصادي والاجتماعي (نوري، 2019).

مفهوم الأداء الوظيفي

يُعد الأداء الوظيفي من أبرز المؤشرات التي تعكس مدى قدرة المؤسسة على تحويل رؤاها واستراتيجياتها إلى نتائج ملموسة. فهو يشكل أداة لقياس مدى تنفيذ المهام اليومية بما يتماشى مع الأهداف المخططة، ويُعبّر عن التقدم الذي تحرزه المنظمة نحو تحقيق رسالتها الأساسية (عبدالمعطي، 2015). ويتصل المفهوم بشكل وثيق بآليات التقييم التي تعتمد عليها المؤسسة في متابعة أداء موظفيها، وتوجيه مواردها نحو تحقيق أعلى درجات الكفاءة التشغيلية. (Kaplan & Haenlein, 2010)

وقد تناول الباحثون مفهوم الأداء الوظيفي من مداخل متعددة، كان أبرزها المدخل السلوكي، الذي يركز على الأداء باعتباره سلوكًا وظيفيًا يصدر عن الموظف أثناء تأدية مهامه، ويخدم أهداف المؤسسة من خلال سلوكيات مدروسة وموجهة نحو الإنجاز. (Campbell, 1990) ويُفهم من هذا المدخل أن المؤسسة لا تركز فقط على النتائج، بل تولي أهمية لطبيعة الأفعال التي يقوم بها الموظف في أثناء العمل، وكيفية توجيه تلك الأفعال بما يخدم تحقيق الأهداف التنظيمية.

ويمتد مفهوم الأداء ليشمل سلوكيات مقصودة داخل بيئة العمل، منها: الالتزام بالدوام والانضباط، تنفيذ المهام الموكلة، أسلوب التفاعل مع الرؤساء والزملاء، جودة خدمة العملاء، والولاء المؤسسي. وتتأثر هذه الجوانب بعدة متغيرات، أبرزها طبيعة مناخ العمل، وضغوط الوظيفة، بالإضافة إلى المهارات الفردية والاتجاهات النفسية التي يحملها الموظف تجاه عمله (همام، 2018).

كما ينظر إلى الأداء باعتباره التعبير العملي عن تفاعل الموظف مع التوقعات التنظيمية، وترجمة الأهداف إلى ممارسات يومية واقعية، تعكس التزامه بالمعايير المؤسسية وتوجهاته نحو الإنجاز (Wu et al., 2019). فلا يكفي مجرد تنفيذ المهمة، بل يُنظر إلى جودة التنفيذ ، ومدى الدقة في الأداء، والالتزام بالإطار الزمني، كمقاييس حقيقية لمدى كفاءة الموظف.(Kietzmann et al., 2011)

وتتجلى أهمية هذه المفاهيم حين تتم مقارنة النتائج الفعلية بالأهداف الموضوعية مسبقاً، مما يساعد في رصد الفجوات وتحديد النقاط التي تحتاج إلى تدخل إداري فعال لمعالجتها بأساليب علمية مدروسة (Tariq et al., 2012).

ويتأثر الأداء الوظيفي بعدة عناصر محورية، منها الكفاءة الفنية، والمهارات المكتسبة، ومدى الحافزية الذاتية، إضافة إلى بيئة العمل والأدوات التي تتيحها المؤسسة لدعم موظفيها. هذه العناصر مجتمعة تساهم في تكوين الأداء العام، وتحدد ما إذا كان يحقق التميز أم يعاني من جوانب قصور (Zhang & Leung, 2015).

وفي نهاية المطاف، يُعتبر الأداء مرآة تعكس قدرة المؤسسة على إدارة رأس مالها البشري بفعالية، إذ يمثل الموظفون جوهر عملية الإنتاج والتنمية. وكلما ارتفع مستوى الأداء، انعكس ذلك إيجابياً على استقرار المؤسسة ومكانتها التنافسية، بينما يؤدي تراجع الأداء إلى إضعاف قدرات النمو والتوسع (Boyd & Ellison, 2007).

أهمية الأداء الوظيفي لتحقيق أهداف المؤسسات

يعتمد استقرار أي منظمة واستمراريتها - بغض النظر عن طبيعة نشاطها أو مجال عملها - على مستوى الأداء الذي يقدمه العاملون داخلها. إذ يشكل الأداء الفعال للموظفين أداة تنفيذ حيوية تساعد الإدارة في تحويل خططها إلى واقع عملي، الأمر الذي يدفع بالمؤسسة نحو تحقيق أهدافها الكبرى مثل الاستمرار في

السوق، التوسع في العمليات، وضمان النمو المستدام. وفي المقابل، فإن الأداء المنخفض أو غير المنضبط يُعد من أبرز العوائق التي قد تحول دون بلوغ تلك الأهداف، بل قد يصل أثره السلبي في بعض الحالات إلى تهديد وجود الكيان التنظيمي بالكامل، أو حتى تصفيته. (Omar, Rafie & Selo, 2020)

وبناءً على هذه الأهمية الاستراتيجية، فإن إدارات الموارد البشرية في المؤسسات الحديثة باتت تنظر إلى الأداء الوظيفي بوصفه محوراً أساسياً ضمن منظومة الإدارة الشاملة للموارد البشرية. فهو لا يسهم فقط في رفع الروح المعنوية للموظفين، بل يعزز شعورهم بالعدالة داخل المنظمة، ويشجعهم على تحمل المسؤوليات بثقة. كما يشكل الأداء حجر الأساس الذي تُبنى عليه أنشطة إدارية أخرى، كالتوظيف، والتدريب، والتقييم المستمر للمهارات والكفاءات. (Khajeghyasi et al., 2021)

وتكمن أهمية الأداء الوظيفي في عدة أبعاد جوهرية، حيث يُستخدم كمؤشر لقياس قدرة الفرد على أداء مسؤولياته الحالية، بالإضافة إلى تقييم مدى استعداده لتحمل مهام أكبر أو أكثر تنوعاً مستقبلاً. كما يُعد الأداء معياراً مهماً لاتخاذ قرارات تتعلق بالترقية أو التنقلات الوظيفية، نظراً لارتباطه الوثيق بالحوافز والمكافآت، التي بدورها تشكل دافعاً للموظف نحو تطوير مستوى أدائه بشكل مستمر. علاوة على ذلك، فإن الأداء يؤثر بشكل مباشر في استقرار الوظيفة؛ إذ أن الموظفين ذوي الأداء المنخفض غالباً ما يكونون أكثر عرضة للإنهاء أو التهميش، خصوصاً في حالات التغيير الإداري أو إعادة هيكلة السياسات التنظيمية.

أبعاد الأداء الوظيفي

1. أداء المهمة

يمثل أداء المهمة البعد الأساسي في تقييم الأداء الوظيفي، إذ يشير إلى السلوكيات التي تسهم بشكل مباشر أو غير مباشر في تحويل الموارد الأولية إلى منتجات أو خدمات، أو تلك التي تساعد في توزيع المنتج النهائي. ويتضمن أيضاً السلوكيات المتعلقة بالتخطيط لتنفيذ الأنشطة التي تهدف إلى رفع كفاءة العمل.

هذه السلوكيات غالبًا ما تكون موضحة في الوصف الوظيفي باعتبارها من المتطلبات الجوهرية للوظيفة، لكنها تختلف من وظيفة إلى أخرى وحتى في إطار نفس المنظمة وفقًا لطبيعة المهام المطلوبة. هذا البعد يغطي كل ما يفي بالمتطلبات التي تُعد جزءًا من العقد بين الموظف وصاحب العمل، ويشمل جوانب مثل القدرة على تلبية التوقعات وإظهار الخبرة والكفاءة (Motowidlo, 2003؛ Sonnentag et al., 2008؛ Daryoush et al., 2013).

2. الأداء السياقي

الأداء السياقي يشير إلى السلوكيات التي لا تُسهم بشكل مباشر في تنفيذ المهام أو تحقيق الأهداف، لكنه يلعب دورًا مهمًا في دعم البيئة التنظيمية والاجتماعية والنفسية داخل المؤسسة. هذا النوع من الأداء يتضمن أنشطة ليست جزءًا رسميًا من الوصف الوظيفي، ولكنه يسهّل إنجاز المهام الأساسية ويعزز فعالية المؤسسة بشكل غير مباشر. ويتضمن التعاون مع الزملاء، المساعدة الطوعية، الالتزام بالسياسات حتى في الظروف غير المريحة، المثابرة بحماس لإكمال المهام، والدفاع عن أهداف المنظمة. ومع تطور بيئات العمل مثل الفرق الافتراضية المتعددة الثقافات، أصبح للأداء السياقي أهمية متزايدة، ويُشار إليه أحيانًا بمصطلح "الأداء خارج الدور" نظرًا لكونه يتناول سلوكيات لا ترتبط مباشرة بالمهام المحددة (Sonnentag et al., 2008؛ سليمان، 2018).

3. الأداء التكيفي

الأداء التكيفي يمثل قدرة الموظف على تعديل سلوكه ليتلاءم مع متطلبات بيئة العمل الجديدة أو المتغيرة. هذا البعد أصبح ضروريًا في المؤسسات التي تواجه ظروف عمل معقدة وسريعة التغير، حيث يعبر عن قدرة الفرد على التعلم السريع ومواكبة المستجدات، مثل الابتكارات التكنولوجية أو عمليات الدمج وإعادة الهيكلة أو حتى تقليص حجم المنظمة. يتضمن الأداء التكيفي سلوكيات مثل التعامل مع الظروف

الاستثنائية، التغلب على الإجهاد، التكيف الثقافي، وحل المشكلات بطريقة مبتكرة، وهو ما يجعله عنصراً أساسياً للحفاظ على تنافسية المؤسسات في مواجهة متطلبات الوظائف والمهام المستحدثة (سليمان، 2018).

العوامل المؤثرة في الأداء الوظيفي

وضوح الأهداف التنظيمية

يُعد وضوح الأهداف التنظيمية أحد الركائز الأساسية التي تؤثر على أداء الموظفين بشكل مباشر، إذ يمنحهم تصوراً واضحاً لما هو متوقع منهم ويساعدهم على توجيه جهودهم نحو تحقيق النتائج المرجوة. فعندما تكون الأهداف محددة ومترابطة مع خطط العمل، يشعر العاملون بالمسؤولية ويتحركون وفق رؤية واضحة تدفعهم للإنجاز. أما في حال غياب هذه الأهداف أو غموضها، فإن ذلك يؤدي إلى حالة من التشتت الوظيفي وعدم إدراك الأولويات، مما ينعكس سلباً على مستوى الأداء ويضعف الالتزام المهني (Syaqdam، 2011).

الرضا الوظيفي

يُعتبر الرضا الوظيفي عاملاً أساسياً في رفع مستوى الأداء؛ فكلما شعر الموظف بالرضا عن عمله ومحيطه الوظيفي ارتفع مستوى الحافز الداخلي لديه، وازداد التزامه بالمهام الموكلة إليه. الموظفون الراضون يظهرون مستوى أعلى من الإبداع والمبادرة، كما يكونون أكثر استعداداً لتحمل ضغوط العمل. في المقابل، فإن تدني الرضا الوظيفي يؤدي إلى غياب الدافعية، وارتفاع مستويات التغيب عن العمل، وربما الانسحاب الوظيفي، مما يؤثر على الإنتاجية العامة للمؤسسة (Journal al-‘Abqari، 2021).

أسلوب القيادة والإشراف

تلعب القيادة دورًا حيويًا في تشكيل بيئة العمل وتحفيز الموظفين، إذ أن الأسلوب القيادي المرن الذي يعتمد على التحفيز والتواصل الفعال يعزز الولاء المؤسسي ويدفع الموظفين إلى تحسين أدائهم. على العكس من ذلك، فإن القيادة الصارمة المفرطة أو غياب الإشراف الفعال يؤدي إلى ضياع الوقت، وانخفاض الالتزام، وإحباط العاملين. فالقادة الذين يقدمون الدعم ويتيحون مساحة للتعبير عن الأفكار يساهمون في خلق بيئة عمل تشجع على الإنجاز وتعزز أداء الموظفين على نحو مستدام (Syaqdam، 2011).

الثقافة التنظيمية

تؤثر الثقافة التنظيمية في طريقة تفكير الموظفين وسلوكياتهم اليومية، فهي تشكل الإطار الذي يحكم تفاعلاتهم داخل بيئة العمل. الثقافة الإيجابية التي تدعم قيم التعاون والمشاركة تشجع على رفع كفاءة الأداء وتعزز الشعور بالانتماء، بينما تخلق الثقافة السلبية أو المليئة بالصراعات بيئة طاردة تقلل من الحماس وتحد من الإنتاجية. لذلك، تعتبر الثقافة التنظيمية عاملاً استراتيجياً طويل المدى يمكن أن يحدث فرقاً كبيراً في تحسين الأداء (Syaqdam، 2011).

الدوافع الفردية والبيئة الاجتماعية

الدوافع الفردية تمثل المحرك الداخلي لسلوك الموظفين، فهي التي تدفعهم لبذل المزيد من الجهد أو التراخي في الأداء. عندما تتوافق هذه الدوافع مع أهداف المؤسسة وتتم تلبية احتياجات الموظفين، يتحول ذلك إلى قوة دافعة ترفع مستوى الإنتاجية. أما البيئة الاجتماعية المحيطة، سواء داخل العمل أو خارجه، فإنها تلعب دوراً مكملاً في تشكيل نظرة الموظف لعمله، فقد تؤدي الظروف الاجتماعية الإيجابية إلى رفع المعنويات وتحفيز الأداء، بينما تضعف الظروف السلبية الرغبة في الإنجاز (Akashah، 2008).

الظروف المادية ومناخ العمل

تشمل الظروف المادية جميع الإمكانيات والتجهيزات التي توفرها المؤسسة مثل المكاتب، الأدوات التقنية، ووسائل الراحة في مكان العمل. توفر هذه الموارد يسهل أداء الموظفين لمهامهم، بينما نقصها يؤدي إلى إعاقة الإنجاز وزيادة الضغوط. كما أن المناخ الوظيفي - من حيث التعاون، العدالة، والأمن الوظيفي - يُسهم في رفع مستوى الأداء إذا كان إيجابياً، أو يضعفه إذا كان محملاً بالتوتر والصراعات (Al-Balawi, 2008).

العلاقة بين الأداء الوظيفي والتحفيز المهني

يُعد التحفيز المهني من الركائز الأساسية التي يقوم عليها رفع مستوى الأداء الوظيفي في المؤسسات الحديثة، إذ يمثل المحفز الجوهري الذي يدفع الموظفين لتقديم أفضل ما لديهم في تنفيذ مهامهم. فعندما يشعر العامل بأن جهوده محل تقدير وأن إنجازاته تلقى استجابة مناسبة، سواء على الصعيد المادي أو المعنوي، فإنه يظهر مستوى أعلى من الالتزام، ويعزز من جهوده لتحقيق نتائج أفضل. وتُعد الحوافز المادية مثل المكافآت المالية، والترقيات، وزيادات الرواتب، بالإضافة إلى الحوافز المعنوية كالترسيم العلني، وشهادات التقدير، وإسناد المهام القيادية، أدوات فعالة تساهم في تغيير سلوك الموظف ودفعه نحو تحسين أدائه بشكل مستمر (Pandey, 2019).

ولا يقتصر أثر التحفيز على تحقيق إنجازات آنية، بل يتجاوز ذلك ليؤسس لعلاقة متينة بين الفرد والمؤسسة. إذ يشعر الموظف المحفّز بأنه جزء فاعل من المنظومة، وله دور مباشر في تحقيق أهدافها. هذا الإحساس يعزز من ولائه التنظيمي، ويزيد من استعداداته للمشاركة في صنع القرار وطرح المبادرات الإبداعية، حتى في الأوقات الصعبة أو خلال فترات الضغط. كما يدفعه هذا الشعور إلى الحفاظ على مستوى عالٍ من الجودة في أداء المهام، والالتزام بالمعايير السلوكية والمهنية المتوقعة (Ghawayzi, 2016).

في المقابل، فإن غياب نظم التحفيز أو ضعفها يؤدي إلى نتائج عكسية تظهر بوضوح في بيئة العمل. فغياب التقدير ينعكس في انخفاض مستويات الحماس، وتراجع الدافعية لدى الموظفين، ما يؤدي بدوره إلى ضعف في الأداء، وارتفاع معدلات التغيب، وندرة المبادرات التطويرية. كما ينظر الموظفون في مثل هذه البيئة إلى العمل بوصفه مجرد التزام روتيني يجب أدائه في حده الأدنى، مما يشكل عبئاً إضافياً على المؤسسة ويعيق تقدمها.

وتشير الدراسات الحديثة في علم الإدارة إلى أن التحفيز لا ينبغي اعتباره أداة قصيرة المدى، بل استراتيجية مستدامة تُسهم في بناء بيئة عمل محفزة وصحية. فعندما يُدمج التحفيز ضمن سياسات الموارد البشرية بآليات مدروسة، يتحول إلى عنصر فعال في دعم التعاون، وتعزيز التنافس الإيجابي، وزيادة رضا الموظفين، وتحسين جودة حياتهم الوظيفية. في مثل هذه البيئات، يصبح التحفيز قوة دافعة حقيقية تساهم في تحقيق إنجازات مؤسسية نوعية ورفع الأداء الفردي والجماعي على حد سواء (Syaqdam, 2011).

تحديات الأداء الوظيفي في ظل وسائل التواصل الاجتماعي

أحدثت وسائل التواصل الاجتماعي تحولاً جوهرياً في طبيعة بيئات العمل الحديثة، حيث وفّرت أدوات فعّالة للتواصل الفوري وتبادل المعرفة، لكنها في الوقت ذاته فرضت مجموعة من التحديات التي باتت تؤثر بشكل مباشر على مستوى أداء الموظفين داخل المؤسسات. من أبرز هذه التحديات مسألة تشتيت الانتباه، إذ كشفت دراسات حديثة أن استخدام الموظفين للمنصات الاجتماعية خلال أوقات العمل يؤدي إلى تراجع واضح في مستوى التركيز، وانخفاض ملحوظ في الإنتاجية (Noor & Shahrom, 2021). وتكمن خطورة هذا التشتيت في تراكم الدقائق الضائعة، التي تتحول مع الوقت إلى ساعات من العمل المهدّر، كان بالإمكان استثمارها في تحقيق إنجازات ملموسة (بلواضح، 2021).

تحدٍ آخر يرتبط بطمس الحدود الفاصلة بين الحياة المهنية والشخصية؛ فقد أصبحت وسائل التواصل قناة مزدوجة الاستخدام، إذ يتلقى الموظفون رسائل متعلقة بالعمل خارج أوقات الدوام، وفي المقابل يتفاعلون مع محتوى ترفيهي أو شخصي أثناء ساعات العمل الرسمية. هذه الحالة أدت إلى ما يُعرف بالإرهاق الرقمي، حيث يشعر الموظف بأنه في حالة تواصل دائم، مما يرفع من مستوى التوتر ويؤثر سلبًا على الرضا الوظيفي العام.

وتُعد قضايا الخصوصية وتسريب البيانات من بين التحديات الأشد حساسية في هذا السياق. فقد أظهرت الأبحاث أن مشاركة الملفات أو المعلومات الحساسة عبر منصات عامة أو غير آمنة قد يعرض المؤسسة لمخاطر أمنية حقيقية، خاصة حين يقوم الموظفون بذلك دون وعي كامل بالعواقب المحتملة. بعض الحالات أظهرت أن التساهل في التعامل مع أدوات التواصل الرقمية تسبب في خروقات فعلية لسياسات حماية البيانات، مما يضع المؤسسات أمام تحديات قانونية وأمنية متزايدة (Noor & Shahrom, 2021)؛ مقدم، (2021).

أما على صعيد الثقافة التنظيمية والانضباط المهني، فقد أدى الاستخدام المفرط وغير المنضبط لوسائل التواصل إلى تغييرات في سلوكيات الموظفين. فالتفاعل المستمر على هذه المنصات ساهم في تقليص الالتزام بالضوابط المهنية التقليدية، كما نشأت بعض التوترات بين الزملاء نتيجة سوء فهم منشورات أو تعليقات، مما أثر على روح التعاون بين الفرق، وانعكس بصورة غير مباشرة على جودة الأداء العام.

وتشير الأدبيات الإدارية الحديثة إلى أن الإشكالية الحقيقية لا تكمن في منع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي داخل العمل، بل في وضع أطر تنظم استخدامها وتحد من آثارها السلبية. فقد أظهرت نتائج الدراسات أن المؤسسات التي طبقت استراتيجيات شاملة – تشمل سياسات استخدام واضحة، وتدريبات

توعية للموظفين، وآليات رقابية فعالة – تمكنت من تقليل الأثر السلبي لهذه الوسائل، والحفاظ في الوقت نفسه على مستوى عالٍ من الكفاءة والأداء. (Noor & Shahrom, 2021)

من هذا المنطلق، يتضح أن التحديات المرتبطة بالأداء الوظيفي في ظل انتشار وسائل التواصل ليست ذات بعد واحد، بل تتقاطع فيها أبعاد نفسية، وأمنية، وتنظيمية. وللتعامل مع هذا الواقع المتشابك، يصبح من الضروري أن تتبنى المؤسسات سياسات مرنة تعترف بدور هذه الوسائل في تحسين التواصل، لكنها تضع كذلك حدودًا واضحة لضمان عدم الإضرار بالإنتاجية أو زعزعة الانضباط المهني.

سبل تعزيز الأداء الوظيفي في المؤسسات الحديثة

- توفير بيئة عمل محفزة

تهيئة بيئة عمل إيجابية تُعد خطوة أساسية لتحسين الأداء الوظيفي. عندما يشعر الموظفون بالعدالة في توزيع المهام، والوضوح في أدوارهم، والأمان الوظيفي، فإن ذلك يعزز لديهم الإحساس بالانتماء ويشجعهم على الإبداع والمبادرة لتقديم أفضل ما لديهم (Syaqdam, 2011).

- التحفيز المادي والمعنوي

الحوافز بأنواعها – سواء كانت مكافآت مالية أو ترقية أو شهادات شكر وتقدير – تمثل محركًا مهمًا لرفع الإنتاجية. فالتقدير المادي والمعنوي يحفز الموظف على الالتزام بأهداف المؤسسة ويمنحه شعورًا بقيمته داخل بيئة العمل (Pandey, 2019).

- التدريب المستمر وتطوير المهارات

برامج التدريب والتطوير تجعل الموظفين أكثر قدرة على مواجهة تحديات العمل. التدريب يمنحهم معارف جديدة ويُحدث مهاراتهم بما يتوافق مع المتغيرات التكنولوجية وأساليب العمل الحديثة، مما ينعكس مباشرة على جودة أدائهم (Ghawayzi، 2016).

- تعزيز ثقافة التعاون والعمل الجماعي

تشجيع التعاون بين الموظفين يرفع كفاءة الفرق ويُقلل من المشكلات الناتجة عن ضعف التنسيق. ثقافة العمل الجماعي تساعد في تبادل المعرفة والخبرات وتُعزز من روح الانتماء والولاء المؤسسي (بلواضح، 2021).

- التوظيف الذكي للتكنولوجيا

استخدام التكنولوجيا بشكل مدروس يساعد على تنظيم سير العمل وتقليل المهام الروتينية وتوفير بيانات دقيقة لاتخاذ القرارات. لكن من الضروري أن تُستخدم التقنية لدعم الأداء لا لخلق تشتت أو عبء إضافي على الموظفين (Noor & Shahrom, 2021).

- بناء سياسات مرنة لإدارة الموارد البشرية

المؤسسات الحديثة تحتاج لسياسات تتكيف مع المتغيرات وتراعي احتياجات الموظفين، مثل تطبيق العمل المرن أو الموازنة بين الحياة الشخصية والمهنية. هذه السياسات تزيد من التزام الموظفين وإبداعهم، وتضمن استدامة مستويات الأداء العالية.

الفصل الثالث: الدراسة التطبيقية

منهجية الدراسة

المنهج المستخدم

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، لكونه الأنسب لفهم طبيعة العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والأداء الوظيفي داخل بيئة العمل الجامعي، من خلال تحليل استجابات الأفراد لعينة محددة وفق أداة قياس كمية. ويسهم هذا المنهج في تفسير الظاهرة محل الدراسة كما هي في الواقع، دون التدخل في تغييرها.

مجتمع الدراسة وعينتها

يتكوّن مجتمع الدراسة من منسوبي جامعة جازان بمختلف فئاتهم الوظيفية (أعضاء هيئة تدريس، إداريين، فنيين، وموظفي خدمات). وقد تم اختيار عينة قصدية مكونة من (54) مفردة، تمثل فئات متعددة من العاملين داخل الجامعة، بهدف قياس آرائهم ومواقفهم تجاه استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيره على أدائهم المهني.

أداة الدراسة

تم تصميم استبانة إلكترونية كأداة لجمع البيانات، تضمنت ثلاثة محاور رئيسية:

1. استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في بيئة العمل.
2. تأثير استخدام وسائل التواصل على الأداء الوظيفي.
3. الآثار السلبية المحتملة لاستخدام وسائل التواصل.

احتوت كل محور على 7 فقرات، وجرى قياس الاستجابات باستخدام مقياس ليكرت الخماسي (من 1 = لا أوافق بشدة إلى 5 = أوافق بشدة). كما شملت الاستبانة مجموعة من الأسئلة الديموغرافية (الجنس، الفئة الوظيفية، العمر، المؤهل العلمي، وسنوات الخبرة).

إجراءات الدراسة

- تم توزيع الاستبانة إلكترونياً على أفراد العينة باستخدام منصات التواصل الجامعية.
- تم ترميز البيانات وتنظيمها باستخدام برنامج SPSS، ثم إجراء التحليلات الإحصائية المناسبة وفق فروض الدراسة.
- روعي في عملية جمع البيانات الجوانب الأخلاقية مثل الموافقة الطوعية، والحفاظ على خصوصية المستجيبين.

الأساليب الإحصائية المستخدمة

لتحليل البيانات تم استخدام الأدوات الإحصائية التالية:

- الإحصاء الوصفي (المتوسطات والانحرافات المعيارية).
- اختبارات الفرضيات مثل اختبار (T-Test) و (One-Way ANOVA).
- معامل الارتباط بيرسون للكشف عن العلاقة بين المتغيرات.

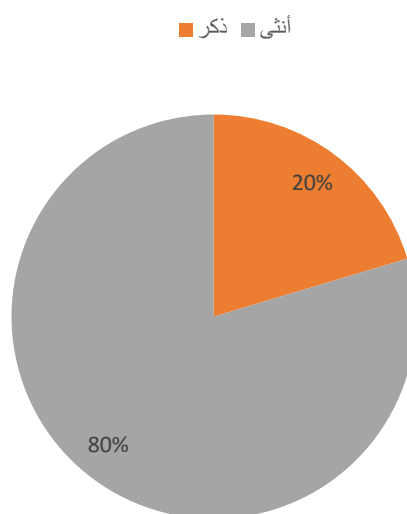
الأساليب الإحصائية

يعكس هذا القسم التوزيع الديموغرافي للمشاركين في الدراسة، ويعرض الخصائص الأساسية لعينة البحث التي تتكون من 54 فردًا من منسوبي جامعة جازان. يشمل العرض متغيرات مثل النوع، الفئة الوظيفية، العمر، المؤهل العلمي، وسنوات الخبرة. وتُعد هذه البيانات أساسًا لفهم خصائص العينة وتفسير النتائج الإحصائية اللاحقة بدقة وموضوعية. ويُوضح الجدول (1) توزيع المشاركين حسب هذه المتغيرات، حيث يعرض عدد الأفراد في كل فئة ونسبتهم المئوية، مما يساعد على تكوين صورة شاملة عن خصائص العينة ومقارنتها في ضوء نتائج التحليل.

		التكرار	النسبة %
النوع	ذكر	11	20.4%
	أنثى	43	79.6%
الفئة الوظيفية	عضو هيئة تدريس	20	37.0%
	إداري	15	27.8%
	فني	5	9.3%
	موظف خدمات	14	25.9%
المؤهل العلمي	ثانوي أو أقل	3	5.6%
	دبلوم	5	9.3%
	بكالوريوس	33	61.1%
	دراسات عليا	13	24.1%
سنوات الخبرة	أقل من 5 سنوات	26	48.1%
	5 إلى 10 سنوات	8	14.8%
	11 إلى 15 سنة	7	13.0%
	16 سنة فأكثر	13	24.1%
العمر	أقل من 25 سنة	9	16.7%
	25 – 34 سنة	21	38.9%
	35 – 44 سنة	13	24.1%
	45 سنة فأكثر	11	20.4%

الجدول (1): المعلومات الديموغرافية

1. النوع



شكل (1) المشاركين حسب النوع

بناءً على البيانات الواردة في الجدول (1)، بلغت نسبة المشاركات من الإناث 79.6%، في حين بلغت نسبة الذكور 20.4%، مما يشير إلى تفوق عددي واضح للعنصر النسائي في عينة الدراسة. بواقع (43) مشاركة. يُظهر هذا التوزيع وجود تفوق عددي واضح للعنصر النسائي ضمن أفراد العينة، وهو ما يعكس أحد الجوانب المهمة في التركيبة الديموغرافية للمبحوثين. ويمكن تفسير هذا التفاوت من عدة زوايا؛ فقد يرجع إلى ارتفاع نسبة توظيف النساء في بعض الأقسام أو الإدارات التي شملتها الدراسة، أو قد يكون ناتجاً عن استجابة أعلى من قبل الإناث للاستبانة البحثية، إذ تشير بعض الدراسات إلى أن الإناث غالباً ما يُبدون اهتماماً أكبر بالمشاركة في الأبحاث الاجتماعية والتربوية.

2. الفئة الوظيفية



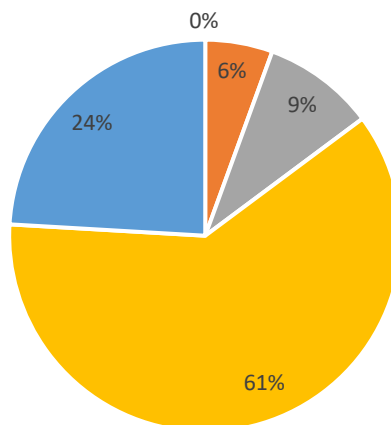
شكل (2) توزيع المشاركين حسب نوع الوظيفة

بناءً على البيانات المعروضة في الشكل (2)، يتضح أن فئة أعضاء هيئة التدريس تمثل النسبة الأكبر من المشاركين في هذه الدراسة، حيث بلغت نسبتهم 37.0% من إجمالي العينة البالغ عددها 54 مشاركاً. ويليهما في التمثيل فئة الإداريين بنسبة 27.8%، ثم فئة موظفي الخدمات بنسبة 25.9%، في حين جاءت فئة الفنيين في المرتبة الأخيرة بنسبة 9.3% فقط.

يعكس هذا التوزيع وجود تنوع وظيفي داخل العينة، مما يُكسب النتائج قدرًا من الشمول والتمثيل لقطاعات مختلفة ضمن بيئة العمل في جامعة جازان. ومن جهة أخرى، فإن النسبة المرتفعة لأعضاء هيئة التدريس قد تُعزى إلى عدة عوامل، مثل اهتمام هذه الفئة بالقضايا البحثية وسهولة تفاعلهم مع أدوات البحث العلمي، أو إلى هيكل القوى العاملة في الجامعة الذي قد يميل بطبيعته إلى هيمنة الكادر الأكاديمي على حساب الكوادر الأخرى.

3. المؤهل العلمي

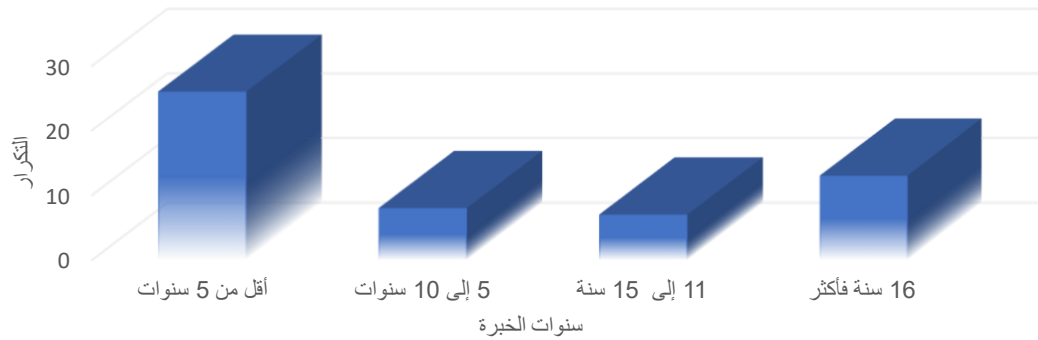
دراسات عليا ■ بكالوريوس ■ دبلوم ■ ثانوي أو أقل ■



شكل (3) توزيع المشاركين حسب المؤهل العلمي

بناءً على البيانات المعروضة في الشكل (3)، يتضح أن غالبية أفراد العينة يحملون مؤهل البكالوريوس، بنسبة بلغت 61.1%، وهي النسبة الأعلى بين جميع الفئات. تليها فئة حملة الدراسات العليا بنسبة 24.1%، ثم فئة حملة الدبلوم بنسبة 9.3%، وأخيراً فئة الثانوي أو أقل بنسبة 5.6% فقط. يشير هذا التوزيع إلى أن العينة يغلب عليها الطابع الأكاديمي أو التعليمي العالي، وهو ما يتماشى مع طبيعة المجتمع المستهدف في الدراسة، أي منسوبي جامعة جازان، حيث يُتوقع أن تكون أغلبية العاملين من ذوي المؤهلات الجامعية والعليا. ويُعزز ذلك من قدرة المشاركين على فهم أدوات الدراسة والتفاعل مع بنود الاستبانة بشكل واعٍ وموضوعي. كما أن ارتفاع نسبة المؤهل الجامعي (بكالوريوس ودراسات عليا معاً تمثل 85.2%) قد يُسهم في رفع جودة البيانات المستخلصة، خاصة فيما يتعلق بمستوى استخدام وسائل التواصل وتأثيرها على الأداء الوظيفي، لكون هذه الفئات غالباً ما تكون أكثر تعلماً وتفاعلاً مع التقنيات الحديثة. في المقابل، فإن النسبة المحدودة لحملة المؤهلات الأقل قد تعكس وجود فئات وظيفية ذات طابع خدمي أو فني لا تتطلب درجات علمية مرتفعة، مما يُضفي على الدراسة قدرًا من التنوع في الخلفيات التعليمية.

4. سنوات الخبرة



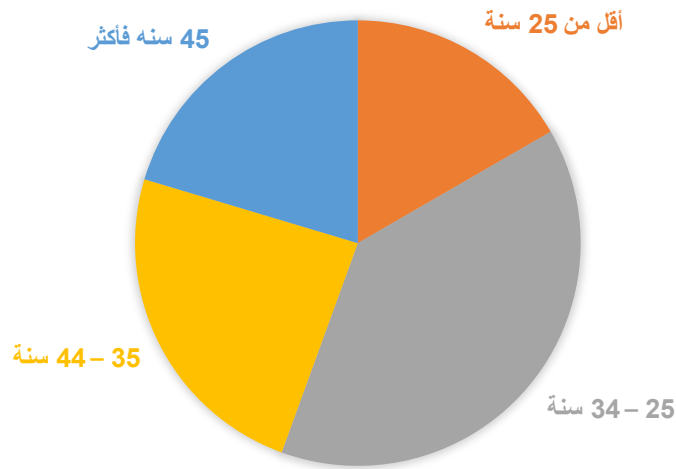
شكل (4) توزيع المشاركين حسب عدد سنوات الخبرة

يعكس الشكل (4) التوزيع النسبي لسنوات الخبرة بين أفراد عينة الدراسة، والبالغ عددهم 54 مشاركًا من منسوبي جامعة جازان. وتشير البيانات إلى أن النسبة الأكبر من أفراد العينة تقع ضمن فئة "أقل من 5 سنوات" بنسبة بلغت 48.1%، وهي نسبة تمثل ما يقارب نصف العينة، مما يدل على أن غالبية المشاركين حديثو الانضمام إلى سوق العمل أو إلى الجامعة. قد يُعزى هذا التمثيل المرتفع للفئة الأقل خبرة إلى التوجهات المؤسسية نحو التوظيف الجديد أو إلى طبيعة العينة المستجيبة التي قد تميل فئاتها الأصغر سنًا والأحدث تعيينًا إلى التفاعل مع أدوات الاستبانة الإلكترونية بشكل أكبر.

في المقابل، شكّلت فئة أصحاب الخبرة الطويلة (16 سنة فأكثر) ما نسبته 24.1%، وهي نسبة تعكس وجود شريحة معتبرة من الموظفين ذوي الخبرة الطويلة، ما يُضفي نوعًا من التوازن على العينة. وتشير هذه النسبة إلى أن الدراسة لا تقتصر فقط على الفئات الجديدة، بل تشمل أيضًا من لديهم خلفية عملية طويلة يمكن أن تساهم بوجهات نظر ناضجة ومبنية على تجارب مهنية ممتدة، خصوصًا في ما يتعلق بالتعامل مع وسائل التواصل داخل بيئة العمل.

أما فئة من لديهم خبرة بين 5 إلى 10 سنوات فقد بلغت نسبتهم 14.8%، في حين جاءت فئة 11 إلى 15 سنة بنسبة 13.0%، مما يعكس تمثيلاً متوازناً نسبياً للفئات المتوسطة من حيث سنوات العمل، وهي الفئة التي تكون غالباً في مراحل استقرار وظيفي ومهني، ما يجعل مشاركتها محورية لفهم التأثيرات الواقعية لوسائل التواصل الاجتماعي على الأداء.

5. العمر



شكل (5) توزيع المشاركين حسب العمر

يوضح الشكل (5) التوزيع العمري للمشاركين في الدراسة، والذي يُعد من المتغيرات الديموغرافية المهمة التي قد تؤثر في تصورات الأفراد وسلوكياتهم داخل بيئة العمل، لا سيما في ما يتعلق باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي. وقد أظهرت البيانات أن النسبة الأكبر من المشاركين تتركز في الفئة العمرية 25-34 سنة بنسبة بلغت 38.9%، وهو ما يشير إلى أن الشريحة السائدة من العينة تنتمي إلى فئة الشباب النشطين مهنيًا، والذين غالبًا ما يكون لديهم إلمام واسع بالتقنيات الرقمية واستخدام وسائل التواصل في العمل.

تلتها الفئة العمرية 35-44 سنة بنسبة 24.1%، وهي فئة تمثل الأفراد في منتصف مسارهم المهني، الذين قد يكون لديهم توازن بين الخبرة المهنية والقدرة على التكيف مع أدوات الاتصال الحديثة، مما يُضفي تنوعاً في أنماط استخدام وسائل التواصل داخل العمل.

أما الفئة العمرية 45 سنة فأكثر فقد بلغت نسبتها 20.4%، وهي شريحة يُتوقع أن يكون لديها تحفظ نسبي أو استخدام مختلف لوسائل التواصل، بناءً على خلفياتهم المهنية وتجاربهم السابقة في بيئة العمل التقليدية. ومع ذلك، تمثل هذه النسبة حضوراً مهماً في العينة، بما يعزز من تنوع آراء المشاركين.

في حين جاءت الفئة الأصغر عمراً، وهي أقل من 25 سنة، بنسبة 16.7%، وهي فئة غالباً ما تكون في بداية تجربتها الوظيفية، وقد يُتوقع منها درجة عالية من التفاعل مع وسائل التواصل الاجتماعي نظراً لنشأتها الرقمية واعتيادها على استخدام هذه الوسائل في الحياة اليومية.

اختبار معامل الثبات (Reliability)

المحور	معامل الفا
المحور الأول: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في بيئة العمل	0.823
المحور الثاني: تأثير استخدام وسائل التواصل على أدائي الوظيفي	0.895
المحور الثالث: الآثار السلبية المحتملة لاستخدام وسائل التواصل	0.887
الاجمالي	0.883

الجدول (2): معامل Alpha Cronbach للمحاور الاستبيان

تم إجراء اختبار الثبات باستخدام معامل ألفا كرونباخ لقياس مدى الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة الموزعة على ثلاثة محاور رئيسية. أظهرت النتائج أن أداة الدراسة تتمتع بدرجة عالية من الثبات، حيث بلغ معامل الثبات للمحور الأول الذي يقيس "استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في بيئة العمل" قيمة قدرها 0.823، وهي قيمة تدل على اتساق جيد بين فقرات المحور وتعكس ترابطاً منطقياً في المضمون.

أما المحور الثاني، والخاص بـ"تأثير استخدام وسائل التواصل على أدائي الوظيفي"، فقد حصل على أعلى قيمة معامل ثبات بلغت 0.895، مما يشير إلى قوة الاتساق بين الفقرات، ويعكس قدرة هذا المحور على قياس الأثر الوظيفي لاستخدام وسائل التواصل بدقة وموضوعية. في حين بلغت قيمة معامل الثبات للمحور الثالث "الآثار السلبية المحتملة لاستخدام وسائل التواصل" نحو 0.887، وهي قيمة مرتفعة تؤكد التجانس بين الفقرات التي تعكس الجوانب السلبية المرتبطة باستخدام وسائل التواصل.

كما بلغ معامل الثبات الكلي للأداة 0.883، وهو ما يشير إلى أن الاستبانة بمجملها تتمتع بدرجة عالية من الثبات والاعتمادية، مما يعزز من موثوقية النتائج التي سيتم التوصل إليها خلال مراحل التحليل الإحصائي التالية.

تحليل البيانات واختبار الفرضيات

أولاً: محاور الدراسة

استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في بيئة العمل

	الفقرات	المتوسط	الانحراف المعياري
1	أحرص على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في أثناء الدوام الرسمي	3.48	1.177
2	أستخدم منصات التواصل لأغراض تتعلق بالعمل داخل الجامعة	4.00	0.971
3	أتابع الحسابات الرسمية أو المهنية المرتبطة بجهة عملي على وسائل التواصل	4.13	1.010
4	أشارك أحياناً محتوى له علاقة بالعمل عبر المنصات الاجتماعية	3.93	1.007
5	أستخدم مجموعات العمل في تطبيقات مثل واتساب أو تيليجرام لتنسيق المهام	4.22	0.816
6	أعتبر وسائل التواصل أداة فعالة لتحسين سير العمل اليومي	4.11	0.816
7	يُسهّل علي استخدام وسائل التواصل التفاعل مع الزملاء في بيئة العمل	4.13	0.754

الجدول (3): المتوسطات والانحرافات المعيارية لفقرات محور استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في بيئة العمل

تشير النتائج إلى أن أفراد العينة يُظهرون توجهًا إيجابيًا نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في بيئة العمل، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لفقرات هذا المحور بين (3.48) و(4.22)، مما يدل على وجود درجة عالية من القبول والممارسة لتلك الوسائل في السياق المهني.

وقد جاء أعلى متوسط في إحدى الفقرات بواقع (4.22)، مما يعكس اعتمادًا قويًا على تطبيقات التواصل الجماعي مثل واتساب وتيليجرام لأغراض تنسيق المهام داخل فرق العمل، وهو مؤشر على توظيف هذه الأدوات بشكل فعال في تحسين كفاءة الاتصال اليومي وتبسيط الإجراءات التشغيلية. كما أظهرت بعض الفقرات الأخرى متوسطات مرتفعة (تجاوزت 4.00)، مما يدل على إدراك عالٍ من قبل المشاركين لدور وسائل التواصل في تعزيز التفاعل مع الزملاء ومتابعة المستجدات المؤسسية.

من ناحية أخرى، جاءت إحدى الفقرات بأدنى متوسط بلغ (3.48)، مع انحراف معياري مرتفع نسبيًا (1.177)، ما يشير إلى وجود تباين في آراء المشاركين حول الاستخدام المكثف لهذه الوسائل خلال وقت

الدوام الرسمي. ويمكن تفسير هذا التفاوت باختلاف السياسات الداخلية للوظائف، أو بمدى الوعي بالتوازن بين الاستخدام المهني والخصوصي لهذه المنصات.

تأثير استخدام وسائل التواصل على أدائي الوظيفي

	الفقرات	المتوسط	الانحراف المعياري
1	استخدامي لوسائل التواصل يساعدني في إنجاز مهامي بشكل أسرع	3.94	0.940
2	ألاحظ تحسناً في مستوى إنتاجيتي بفضل استخدام تطبيقات التواصل	3.96	0.889
3	أتمكن من اتخاذ قرارات أسرع نتيجة للمعلومات المتوفرة عبر وسائل التواصل	4.24	0.799
4	وسائل التواصل تقلل من الوقت المهدر في التنسيق مع الزملاء	3.93	0.887
5	ألاحظ تطوراً في مستوى تواصلتي مع فريق العمل بفضل التطبيقات الرقمية	4.06	0.712
6	وسائل التواصل تساهم في تعزيز العمل الجماعي والتنسيق بين الزملاء	4.22	0.718
7	أرى أن استخدام وسائل التواصل يدفعني لبذل جهد أكبر في أداء مهامي	3.78	0.904

الجدول (4): المتوسطات والانحرافات المعيارية لفقرات محور استخدام وسائل التواصل على أدائي الوظيفي

يتضح من نتائج الجدول (4) أن أفراد العينة ينظرون بإيجابية إلى مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على أدائهم الوظيفي، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية للإجابات بين (3.78) و(4.24)، وهي قيم تعكس اتفاقاً عاماً على الدور الفعّال الذي تؤديه وسائل التواصل في تحسين جودة الأداء داخل بيئة العمل. فقد أظهرت النتائج أن أعلاها كان لمستوى إسهام هذه الوسائل في تسريع اتخاذ القرارات، إذ بلغ المتوسط (4.24)، وهو ما يدل على إدراك المشاركين لقيمة المعلومات المتاحة عبر هذه الوسائل في دعم قراراتهم المهنية.

كما أن المتوسطات المرتفعة نسبياً في مؤشرات مثل تعزيز العمل الجماعي (4.22) وتحسين التواصل مع الفريق (4.06) تشير إلى استفادة الموظفين من وسائل التواصل في تنظيم علاقاتهم العملية وتيسير التنسيق الداخلي. في حين أن أدنى متوسط في هذا المحور بلغ (3.78)، ورغم أنه الأقل ضمن عناصر المحور، إلا أنه يظل في إطار التقدير الإيجابي، ويعبّر عن شعور الموظفين بأن وسائل التواصل تشكّل حافزاً لهم لبذل مزيد من الجهد في أداء مهامهم.

أما من حيث الانحراف المعياري، فقد تراوحت القيم بين (0.712) و(0.940)، وهي مؤشرات على وجود درجة تقارب في وجهات نظر أفراد العينة تجاه هذه الفقرات، مما يعزز من مصداقية النتائج. وعليه، يُمكن القول إن وسائل التواصل الاجتماعي لا تُستخدم فقط كقنوات معلوماتية، بل تتجاوز ذلك لتُعد أدوات فعالة في رفع مستوى الإنجاز وتحقيق الكفاءة في العمل المؤسسي.

الآثار السلبية المحتملة لاستخدام وسائل التواصل

الانحراف المعياري	المتوسط	الفقرات
1.206	3.41	1 أعاني من تشتت الانتباه بسبب الاستخدام المتكرر لوسائل التواصل أثناء العمل
1.096	3.69	2 إشعارات وسائل التواصل تسببت أحياناً في تعطيل تركيزي على المهام الوظيفية
1.200	3.35	3 ألاحظ انخفاضاً في جودة تواصلتي الشخصي مع الزملاء بسبب الاعتماد على التواصل الرقمي
1.172	3.28	4 استخدام وسائل التواصل لأغراض غير مرتبطة بالعمل يؤثر على التزامي المهني
1.054	3.39	5 تعدد الرسائل والمجموعات عبر التطبيقات يربكني ويؤخر إنجاز المهام
1.169	3.26	6 أقضي وقتاً طويلاً على وسائل التواصل بما يؤثر على إنتاجيتي اليومية
1.257	2.93	7 أجد صعوبة في التفريق بين وقت العمل ووقتي الشخصي عند استخدام وسائل التواصل

الجدول (5): المتوسطات والانحرافات المعيارية لفقرات محور الآثار السلبية المحتملة لاستخدام وسائل التواصل

يعكس الجدول (5) التوجهات العامة لآراء المشاركين حول الآثار السلبية المحتملة لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في بيئة العمل. تظهر النتائج أن المتوسطات الحسابية تراوحت بين 2.93 و3.69، مما يشير إلى أن أفراد العينة يميلون إلى الاعتدال في تقييمهم لهذه الآثار، دون أن تصل إلى مستوى الرفض التام أو الإقرار القاطع. أعلى متوسط ظهر عند العبارة المتعلقة بتأثير الإشعارات على التركيز (3.69)، وهو ما يبرز أن التشويش الناتج عن الإشعارات المتكررة يمثل أحد أبرز التحديات التي تواجه العاملين أثناء استخدامهم لتلك الوسائل.

أما أدنى متوسط، فقد سُجل عند البند الذي يشير إلى صعوبة التفريق بين وقت العمل والوقت الشخصي (2.93)، مما يعكس أن هذه المشكلة ليست واسعة الانتشار بين المشاركين، ولكنها لا تزال قائمة لدى

نسبة منهم. وتدل قيم الانحراف المعياري، التي تراوحت بين 1.054 و1.257، على وجود تباين نسبي في وجهات نظر المبحوثين، وهو ما يمكن تفسيره باختلاف طبيعة المهام والوظائف وتفاوت مستويات الاعتماد على الوسائط الرقمية بين المشاركين.

تشير هذه المعطيات إلى أن الاستخدام غير المنضبط أو المفرط لوسائل التواصل قد ينعكس سلباً على جودة التركيز والانضباط المهني، مما يتطلب تعزيز التوعية حول تنظيم استخدام تلك المنصات أثناء ساعات العمل الرسمية.

فرضيات البحث

أثر مستوى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء الوظيفي

المصدر	مجموع المربعات (Sum of Squares)	درجات الحرية (df)	متوسط المربعات (Mean Square)	القيمة F	Sig
بين المجموعات	4.643	1	4.643	13.165	0.001
داخل المجموعات	18.339	52	0.353		
المجموع الكلي	22.981	53			

الجدول (6): نتائج اختبار ANOVA لقياس الفروق في الأداء الوظيفي حسب مستوى الاستخدام

بالاعتماد على نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) الموضحة في الجدول رقم (6)، يتضح أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية في متوسط درجات الأداء الوظيفي بين فئات مستوى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى منسوبي جامعة جازان.

فقد أظهرت النتائج أن متوسط الأداء الوظيفي للمجموعة ذات مستوى الاستخدام المرتفع (الفئة 3) بلغ (4.0896) بانحراف معياري (0.58760)، في حين بلغ المتوسط للفئة ذات الاستخدام المنخفض (الفئة

2) (2.8095) بانحراف معياري (0.73309). يشير هذا الفرق إلى أن من يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي بدرجة أعلى في بيئة العمل يحققون أداءً وظيفيًا أعلى مقارنةً بغيرهم.

كما أظهر اختبار Levene لتماثل التباين أن قيمة الدلالة الإحصائية (Sig.) كانت (0.700)، وهي أكبر من مستوى الدلالة المعتمد (0.05)، مما يشير إلى تحقق شرط تجانس التباين بين المجموعتين، ويعني إمكانية الاعتماد على نتائج اختبار ANOVA.

أما اختبار ANOVA نفسه فقد أظهر أن قيمة الدلالة الإحصائية (Sig.) كانت (0.001)، وهي أقل من (0.05)، مما يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات المجموعتين. وبالتالي، يتم رفض الفرضية الصفرية التي تنفي وجود فروق، وقبول الفرضية البديلة التي تنص على أن هناك فروقًا ذات دلالة إحصائية في الأداء الوظيفي تعزى إلى اختلاف مستوى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في بيئة العمل.

العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ومستوى الأداء الوظيفي

المحور الثاني: تأثير استخدام وسائل التواصل على أدائي الوظيفي	المحور الأول: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في بيئة العمل	
0.776**	1	معامل الارتباط بيرسون
< 0.001		Sig.
54	54	N
1	0.776**	معامل الارتباط بيرسون
	< 0.001	Sig.
54	54	N

جدول (7): معاملات الارتباط بين المحور الأول والثاني

يوضح الجدول (4) وجود علاقة ارتباطية موجبة قوية بين كل من المحور الأول: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في بيئة العمل والمحور الثاني: تأثير استخدام وسائل التواصل على أدائي الوظيفي، حيث بلغ

معامل الارتباط من نوع بيرسون (Pearson Correlation) قيمة (0.776) وهي قيمة موجبة عالية، مما يشير إلى أن العلاقة بين المتغيرين علاقة طردية قوية. كما بلغت قيمة الدلالة الإحصائية (Sig. = 0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد في هذه الدراسة (0.01)، مما يعني أن هذه العلاقة ذات دلالة إحصائية مرتفعة وليست عشوائية.

وتعني هذه النتيجة أن ارتفاع درجة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في بيئة العمل لدى الأفراد يرتبط بارتفاع تقييمهم لأثر هذه الوسائل على أدائهم الوظيفي. وبعبارة أخرى، كلما زاد استخدام الموظف لتطبيقات ومنصات التواصل الاجتماعي في بيئة العمل، زادت استفادته منها في تحسين أدائه، سواء من حيث تسهيل المهام أو تحسين التواصل أو سرعة اتخاذ القرار وغيرها من الجوانب العملية.

وبناءً على ذلك، فإن هذه النتائج تدعم الفرضية الثانية التي تنص على وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ومستوى الأداء الوظيفي أو الالتزام والانضباط في بيئة العمل. ويمكن تفسير هذا الارتباط في ضوء أهمية وسائل التواصل كأداة تنظيمية ومهنية تُستخدم في المهام اليومية والتنسيق بين الفرق الوظيفية، مما يسهم في تحسين جودة العمل، ويعزز من كفاءة العمليات الإدارية داخل المؤسسة.

تأثير الفئة العمرية على تقييم الآثار السلبية لوسائل التواصل

المصدر	df	F	Sig.
Between Groups	3	2.124	0.109
Within Groups	50	0.761	—
Total	53	—	—

الجدول (8): تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لتأثير الفئة العمرية على تقييم الآثار السلبية لوسائل التواصل الاجتماعي

من الجدول (8)، تظهر اختبار الفرضية الثالثة المتعلقة بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسط تقييم الآثار السلبية المحتملة لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي تعزى إلى الفئات العمرية، يتضح ما يلي:

بلغت قيمة مستوى الدلالة الإحصائية (Sig.) في اختبار ANOVA نحو (0.109)، وهي قيمة تفوق مستوى الدلالة المعتمد (0.05). وبناء على هذه النتيجة، لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقييم المشاركين لتلك الآثار السلبية بحسب أعمارهم المختلفة. وعليه، يتم قبول الفرضية الصفرية التي تفيد بعدم وجود فروق معنوية، ورفض الفرضية البديلة التي تفترض وجود فروق تعزى للعمر.

كما أن نتائج اختبار Levene لاختبار تجانس التباين أوضحت أن قيمة Sig. أيضًا أعلى من 0.05، مما يعني أن افتراض تجانس التباين بين المجموعات مقبول، وبالتالي فإن نتائج تحليل التباين الأحادي موثوقة ويمكن الاعتماد عليها.

وعند النظر في نتائج اختبار المقارنات البعدية (Tukey HSD)، يتضح أن جميع الفروق بين الفئات العمرية ليست ذات دلالة إحصائية، على الرغم من وجود بعض التباين في المتوسطات. على سبيل المثال، متوسط تقييم الآثار السلبية لدى الفئة العمرية (35 - 44 سنة) بلغ 3.79، في حين بلغ المتوسط للفئة (45 سنة فأكثر) 2.93، إلا أن الفرق بينهما لم يكن دالًا إحصائيًا. (Sig. = 0.091)

يمكن القول إن الآثار السلبية المرتبطة باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في بيئة العمل تُعد تجربة مشتركة بين مختلف الفئات العمرية، ولا تتأثر بشكل جوهري بالعمر. هذا يعكس أن التحديات المرتبطة بالتنشيط الذهني، وانخفاض جودة التواصل، وتداخل الوقت المهني مع الشخصي هي ظواهر عامة قد تواجه الموظفين بصرف النظر عن مرحلتهم العمرية.

الفصل الخامس: مناقشة النتائج والتوصيات

مناقشة النتائج الوصفية

تعكس النتائج الخاصة بالمحور الأول، المتعلق باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في بيئة العمل، اتجاهًا إيجابيًا بين المشاركين نحو توظيف هذه الوسائل ضمن إطار العمل المهني. فقد جاءت المتوسطات في هذا المحور ضمن النطاق المرتفع، مما يشير إلى أن الموظفين يرون في هذه الوسائل أدوات داعمة للتواصل الداخلي وتنسيق المهام، خاصة عبر التطبيقات المخصصة للتعاون المهني مثل "واتساب" و"تيليجرام". كما أن المتغيرات المرتبطة بمتابعة الحسابات الرسمية والمشاركة بالمحتوى الوظيفي تشير إلى تنامي الوعي بأهمية الاستخدام المؤسسي للتواصل الاجتماعي، وليس فقط لأغراض شخصية.

أما المحور الثاني، الذي يقيس تأثير استخدام وسائل التواصل على الأداء الوظيفي، فقد سجل أيضًا متوسطات عالية في معظم العبارات، وهو ما يدل على إدراك المشاركين للدور التحفيزي والإيجابي لهذه الوسائل في إنجاز المهام بشكل أكثر كفاءة. وقد تركز هذا الأثر في تسريع اتخاذ القرار، وتحسين التنسيق، وتعزيز العمل الجماعي. ويُستنتج من ذلك أن الاستخدام المدروس والمنظم للتطبيقات الرقمية يمكن أن يكون محفزًا حقيقيًا لرفع كفاءة الأداء وتحقيق نتائج مهنية أفضل، خاصة في بيئات العمل الأكاديمية والإدارية التي تتطلب تواصلًا دائمًا.

فيما يتعلق بالمحور الثالث، المرتبط بالآثار السلبية المحتملة لاستخدام وسائل التواصل، فقد جاءت المتوسطات متوسطة مائلة نحو الاتفاق، ما يشير إلى إدراك المشاركين لبعض الجوانب السلبية لهذا الاستخدام. برزت أبرز التحديات في التشتت الذهني، والانشغال بالإشعارات، وتداخل الحياة الشخصية مع المهنية، مما يفرض على المؤسسات ضرورة وضع ضوابط واضحة وتنظيم وقت الاستخدام لتقليل تأثير هذه العوامل على الإنتاجية والالتزام. ورغم أن هذه التأثيرات لم تكن حادة في نتائج الدراسة، إلا أنها تمثل مؤشرات يجب أخذها في الحسبان عند وضع السياسات الرقمية في بيئة العمل.

بوجه عام، توضح هذه النتائج أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في بيئة العمل قد يحمل في طياته فوائد ملموسة في تعزيز الأداء وتحسين التواصل، إلا أن ذلك يجب أن يكون ضمن أطر تنظيمية توازن بين المرونة الوظيفية والانضباط المهني، حتى لا تتقلب تلك الفوائد إلى عوامل مشتتة تقلل من جودة الأداء.

مناقشة الفرضيات

الفرضية الأولى: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في متوسط درجات الأداء الوظيفي لدى منسوبي جامعة جازان تعزى إلى اختلاف مستوى استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي.

أظهرت نتائج اختبار ANOVA وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات الأداء الوظيفي حسب مستويات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة الدلالة الإحصائية ($\text{Sig} = 0.001$)، وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05). يشير ذلك إلى أن هناك فروقاً حقيقية في تقييم الموظفين لأدائهم بناءً على مدى استخدامهم لتلك الوسائل. ويُفسّر ذلك بأن من يستخدمون وسائل التواصل بشكل أكثر فاعلية في العمل يحققون أداءً أعلى، مستفيدين من خصائص هذه الوسائل في التنسيق السريع، ومتابعة المستجدات، وتسريع إنجاز المهام.

الفرضية الثانية: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ومستوى الالتزام والانضباط الوظيفي لدى المنسوبين.

أظهر اختبار معامل الارتباط بيرسون (Pearson) وجود علاقة ارتباط قوية وموجبة بين متغير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي (المحور الأول) ومتغير الأداء الوظيفي (المحور الثاني)، حيث بلغت قيمة الارتباط ($r = 0.776$) عند دلالة (0.01). تعكس هذه النتيجة أن الموظفين الذين يستخدمون وسائل

التواصل في بيئة العمل بشكل فعال يظهرون التزامًا أكبر بالمهام، وربما يعود ذلك إلى أن هذه الوسائل تساعد في تبسيط الإجراءات وزيادة الوضوح والسرعة في التفاعل مع الزملاء والإدارة.

الفرضية الثالثة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على العلاقات المهنية داخل بيئة العمل تعزى إلى المتغيرات الديموغرافية (مثل العمر - المؤهل - سنوات الخبرة).

تم إجراء اختبار ANOVA لتحليل الفروق في تقييم الآثار السلبية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي (المحور الثالث) تبعًا لاختلاف الفئات العمرية. أظهرت النتائج أن الفروق غير دالة إحصائيًا، حيث كانت قيمة ($\text{Sig} = 0.109$) وهي أعلى من 0.05، مما يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة بين الفئات. ويُشير هذا إلى أن التحديات السلبية لاستخدام وسائل التواصل—مثل التشتت أو التأثير على جودة التواصل—يشارك في الإحساس بها جميع الموظفين باختلاف أعمارهم، مما يعزز الحاجة إلى ضوابط تنظيمية عامة في بيئة العمل، بدلاً من استهداف فئة عمرية محددة.

الخاتمة والتوصيات

أظهرت نتائج هذه الدراسة أن لوسائل التواصل الاجتماعي أثرًا واضحًا على الأداء الوظيفي لمنسوبي جامعة جازان، حيث اتضح أن الاستخدام الإيجابي والمنظم لهذه الوسائل يساهم في تحسين مستوى الإنجاز، وسرعة اتخاذ القرار، وتعزيز التواصل المهني بين الزملاء، في حين أن الإفراط أو الاستخدام غير المرتبط بالعمل يؤدي إلى بعض الآثار السلبية، كالتشتت الذهني وضعف التركيز. كما كشفت التحليلات الإحصائية عن وجود فروق دالة إحصائية في الأداء تبعًا لاختلاف مستوى الاستخدام، ووجود علاقة ارتباطية قوية بين استخدام وسائل التواصل والالتزام الوظيفي، بينما لم تظهر فروق جوهرية تعزى إلى المتغيرات الديموغرافية كالعمر.

وانطلاقًا من تلك النتائج، تُوصي الدراسة بالآتي:

1. وضع سياسات تنظيمية واضحة لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي داخل بيئة العمل، تحدد ما هو مسموح وما هو مرفوض، بما يضمن الاستفادة المهنية منها دون التأثير على الإنتاجية أو الانضباط.
2. تدريب الموظفين على الاستخدام الأمثل للتقنيات الرقمية وتطبيقات التواصل في العمل، من خلال ورش عمل دورية تركز على تعزيز مهارات التنسيق والإنتاجية الرقمية.
3. تعزيز ثقافة العمل الجماعي الرقمي، من خلال استخدام أدوات التواصل في دعم المشاريع المشتركة وتبادل المعرفة داخل الفرق.
4. تخصيص فترات زمنية مرنة للرد على الرسائل أو استخدام التطبيقات المهنية، لتقليل التشتت وزيادة التركيز في المهام اليومية.
5. إجراء تقييم دوري لأثر وسائل التواصل الاجتماعي على أداء الموظفين باستخدام أدوات القياس الكمي، بما يساعد على تحسين استراتيجيات التحول الرقمي في مؤسسات التعليم العالي.

Abstract

This study aimed to explore the impact of social media use on job performance among staff members at Jazan University. It examined three main dimensions: the extent of social media usage in the work environment, its perceived effects on individual performance, and the potential negative consequences. The study employed a descriptive analytical methodology, utilizing a questionnaire distributed to a sample of 54 university employees from various functional categories. The questionnaire included demographic items and 21 statements across the three axes, measured using a 5-point Likert scale.

The statistical analysis, conducted using SPSS, revealed high internal consistency across the questionnaire axes, with Cronbach's Alpha values exceeding 0.82. Descriptive statistics showed a generally positive perception of social media's role in enhancing job performance, particularly in terms of communication and task efficiency. However, the third axis indicated a moderate level of concern regarding distractions and blurred boundaries between work and personal life. Inferential analyses (ANOVA and Pearson correlation) confirmed significant relationships between social media use and performance, while differences based on demographic factors appeared in selected variables.

Based on the findings, the study recommends the development of institutional guidelines for optimal use of social media during work hours, alongside awareness programs to mitigate negative impacts. Emphasis should be placed on maintaining a balance between leveraging digital communication tools and preserving professional boundaries. Further studies are encouraged to explore sector-specific patterns and long-term effects.

المراجع والمصادر

أولاً: الكتب العربية

1. عبد الباقي، صلاح الدين. (2005). إدارة الموارد البشرية من الناحية العلمية والعملية. مصر: الدار الجامعية.
2. هيثمي، حسين محمود. (2015). العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي. الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
3. صادق، عباس مصطفى. (2011). الإعلان الجديد: دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة. عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع.
4. فيصل، أبو عيشه. (2010). الإعلام الإلكتروني. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
5. البياتي، إلياس خطير. (2014). دولة الإعلام الجديد: الدولة الافتراضية الجديدة. عمان: دار البداية.

ثانياً: الرسائل العلمية العربية

1. الشهري، حنان بنت شعشوع. (2013). أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية: الفيسبوك وتويتر نموذجًا - دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة (رسالة ماجستير، جامعة الملك عبد العزيز).
2. العمري، جواهر بنت عبد الله. (2022). أثر استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي على العلاقة بين الطالبات في المرحلة الجامعية: دراسة ميدانية على طالبات جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (رسالة ماجستير، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية).
3. نوري، حليلة. (2019). أثر استخدام الموظف لشبكات التواصل الاجتماعي على أدائه الوظيفي داخل المؤسسة: دراسة ميدانية بمديرية الثقافة لولاية أدرار (رسالة ماجستير، جامعة أحمد دراية أدرار، الجزائر).
4. سليمان، أحمد سليمان السعيد. (2018). أثر الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية على أبعاد الأداء الوظيفي بالتطبيق على العاملين بمديرية الصحة بالدقهلية (رسالة ماجستير، جامعة المنصورة).
5. همام، أشرف يوسف سليم. (2018). أثر ملائمة الأفراد لمنظماتهم على الأداء الوظيفي: تحليل الدور الوسيط للمناخ النفسي (رسالة ماجستير، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية).

6. عقاشة، أسعد. (2008). أثر الثقافة التنظيمية على مستوى الأداء الوظيفي: دراسة تطبيقية على شركة الاتصالات في فلسطين (رسالة ماجستير، غزة، فلسطين).
7. البلاوي، محمد سليمان. (2008). التمكين الإداري وعلاقته بالأداء الوظيفي لدى معلمي المدارس الحكومية في محافظة الوجه - المملكة العربية السعودية (رسالة ماجستير، جامعة مؤتة).
8. الغويزي، عثمان بالقاسم. (2016). نظام المعلومات الإدارية وتأثيره على إدارة الموارد البشرية والأداء الوظيفي في جهاز تنفيذ مشروعات الإسكان والمرافق في ليبيا (رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية في ماليزيا).
9. شقدا، عزت وخرون. (2011). أثر التنمية الإدارية على الأداء الوظيفي في الوزارات الحكومية بمحافظة نابلس (رسالة ماجستير، جامعة النجاح الوطنية).
10. الحفني، رنا سمير إبراهيم. (2022). التوجهات الحديثة للدراسات التي تناولت وسائل التواصل الاجتماعي: دراسة مسحية تحليلية للدراسات العربية والأجنبية من عام 2010-2020. دراسات تربوية واجتماعية - كلية التربية، جامعة حلوان، المجلد 28، العدد 4.
11. خطاب، إنعام، ومرزوق، عبد العزيز. (2020). عنوان الدراسة في - CFDJ لم يذكر نصاً في المقتطف. [مجلة CFDJ، المجلد 1، العدد الثاني (الجزء الأول)، 263-314.
12. السبيعي، منى بنت حميد. (2022). أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تدريس العلوم في تنمية التحصيل الدراسي والتفكير الاستدلالي لدى تلميذات الصف الأول المتوسط بمدينة مكة المكرمة. مجلة العلوم التربوية والنفسية، 12(3)، 36.4-
13. طلبة، فتحي محمود. (2022). تأثير استخدام التكنولوجيا الرقمية على الأداء الوظيفي للعاملين في الجامعات الحكومية - دراسة تطبيقية على جامعة الفيوم. مجلة بحوث الإدارية ونظم المعلومات - جامعة الإسكندرية، 2(2)، 32.54-
14. مقدم، اليزيد، وسيدهم، خالدة هناء. (2021). مواقع التواصل الاجتماعي والأداء الوظيفي: دلالات التأثير على العمل بالمكتبات الجامعية - دراسة ميدانية بمكتبات جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة. مجلة العلوم الإنسانية - جامعة أم البواقي، 8(1)، 82.108-

15. العلي، فهد بن معقل. (2018). أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء الوظيفي في الأجهزة الحكومية بالمملكة العربية السعودية. دراسات عربية في التربية وعلم النفس (SAEP)، 92(2)، 104.75-

ثالثاً: المقالات والبحوث العربية

1. بلواضح، توفيق. (2021). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الأداء الوظيفي للعلاقات العامة في المؤسسة: دراسة ميدانية بدائرة الخبانة. (ماجستير، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، الجزائر).
2. يحيوي، فاطمة، وفور، خديجة. (2019). استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على العلاقات الاجتماعية: الفيسبوك وتويتر نموذجاً. مجلة آفاق لعلم الاجتماع.
3. سليمان، يونس إبراهيم، وعبد الحفيظ، محمد عبد الجليل. (2018). تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية لدى طلبة الجامعات: دراسة ميدانية بجامعة الملك خالد. مجلة كلية الآداب، جامعة بنها.
4. علياء كامل الحسن. (2015). دور مواقع التواصل الاجتماعي على وعي الشباب في المشاركة السياسية: دراسة ميدانية في الانترنتولوجيا الاجتماعية. مجلة مركز الخدمة للاستشارات البحثية، كلية الآداب جامعة المنوفية.
5. بخاري، ماجد عبد الفتاح محمد. (2018). أسباب سوء استخدام وسائل التواصل الاجتماعي (تويتر أنموذجاً). المجلة الدولية للدراسات التربوية والنفسية، 4(1).
6. نصر، حسني محمد. (2013). وسائل الإعلام الجديدة: أسس التغطية والكتابة والتصميم والإخراج في الصحافة الإلكترونية. الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.

رابعاً: المراجع الأجنبية

1. Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230.
2. Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
3. Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241–251.

4. Zhang, L., & Leung, L. (2015). A review of social networking service (SNS) research in communication journals from 2006 to 2011. *New Media & Society*, 17(2), 290–311.
5. Stutzman, F. (2006). An evaluation of identity sharing behaviour in social networks communities. *International Digital and Media Arts Journal*, 3(1).
6. Kuppuswamy, S. (2010). The impact of social networking websites on the education of youth. *International Journal of Virtual Communities and Social Networking*, 2(1), 67-79.
7. Tariq, W., Mehboob, M., Yar-Khan, M. A., & Ullah, F. (2012). The impact of social media and social networking in education and students of Pakistan. *International Journal of Computer Science*, 407-411.
8. Panckurst, R. (2013). Communities of practice, using the open web as a collaborative learning platform. *NRS – University Paul-Valery – Mont Pelier*3.
9. Lee, S. Y., & Lee, S. W. (2020). Social media use and job performance in the workplace: The effects of Facebook and Kakao Talk use on job performance in South Korea. *Sustainability*, 12(10), 4052.
10. Jalagat, R. (2016). Job performance, job satisfaction, and motivation: A critical review of their relationship. *International Journal of Advances in Management and Economics*, 5(6), 36-42.
11. Motowidlo, S. J. (2003). Job performance. In Borman, W. C., Ilgen, D. R. & Klimoski, R. J. (Eds.), *Handbook of Psychology: Industrial & Organizational Psychology* (Vol. 6, pp. 39–53). New Jersey: John Wiley.
12. Campbell, J. P., Glaser, M. B., & Oswald, F. L. (1996). The substantive nature of job performance variability. In K. R. Murphy (Ed.), *Individual Differences and Behavior in Organizations*. San Francisco: Jossey-Bass.
13. Sonnentag, S., Volmer, J., & Spychala, A. (2008). Job performance. *Sage Handbook of Organizational Behavior*, 14(1), 427-447.
14. Omar, M. S., Rafie, N., & Selo, S. A. (2020). Job satisfaction influence job performance among polytechnic employees. *International Journal of Modern Trends in Social Sciences*, 3(14), 39-46.
15. Khajeghyasi, R. V., Liaghatdar, M. J., Nili, M. R., & Shirazi, M. (2021). Ranking the soft skills of the dental profession based on the importance in job performance: A mixed method study. *Dental Research Journal*, 18.
16. Ekowati, V. M., Sabran, S., Supriyanto, A. S., Pratiwi, V. U., & Masyhuri, M. (2021). Assessing the impact of empowerment on achieving employee performance mediating role of information communication technology. *Quality–Access to Success*, 22(184), 211-216.

17. Pandey, J. (2019). Factors affecting job performance: An integrative review of literature. *Management Research Review*, 42(2), 263-289.
18. Noor, N. S. F. B. M., & Shahrom, M. (2021). *The effect of social media usage on employee job performance*. *Revista Română de Informatică și Automatică*, 31(1), 65–76. DOI: 10.33436/v31i1y202105.
19. Ahmed, O. S. F., Abdul Muthaliff, M. M., Othman, K., & Ibrahim, M. (2021). *The Role of Job Performance in Achieving Strategic Objectives in the Ministry of Agriculture and Fisheries in Oman*. *Journal of Islamic Social Sciences and Humanities*, 25(1), 202–226.
20. Younes, S. M., & Farhat, M. (2023). *The impact of using social media on employees' job performance: An analytical study of the opinions of a sample of employees at Tikrit University*. *Tikrit Journal of Administrative and Economic Sciences*, 19(64), 1–23.

الملاحق

المعلومات الشخصية

العنصر	الخيارات
النوع	☐ ذكر
	☐ أنثى
الفئة الوظيفية	☐ عضو هيئة تدريس
	☐ إداري
	☐ فني
العمر	☐ موظف خدمات
	☐ أقل من 25 سنة
	☐ 25 - 34 سنة
	☐ 35 - 44 سنة
	☐ 45 سنة فأكثر
	☐ ثانوي أو أقل
المؤهل العلمي	☐ دبلوم
	☐ بكالوريوس
	☐ دراسات عليا
سنوات الخبرة	☐ أقل من 5 سنوات
	☐ 5 - 10 سنوات
	☐ 11 - 15 سنة
	☐ 16 سنة فأكثر

النوع

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ذكر	11	20.4	20.4	20.4
	أنثى	43	79.6	79.6	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

الفئة الوظيفية

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	عضو هيئة تدريس	20	37.0	37.0	37.0
	إداري	15	27.8	27.8	64.8
	فني	5	9.3	9.3	74.1
	موظف خدمات	14	25.9	25.9	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

العمر

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أقل من 25 سنة	9	16.7	16.7	16.7
	25 – 34 سنة	21	38.9	38.9	55.6
	35 – 44 سنة	13	24.1	24.1	79.6
	45 سنة فأكثر	11	20.4	20.4	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

المؤهل العلمي

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ثانوي أو أقل	3	5.6	5.6	5.6
	دبلوم	5	9.3	9.3	14.8
	بكالوريوس	33	61.1	61.1	75.9
	دراسات عليا	13	24.1	24.1	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

سنوات الخبرة

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أقل من 5 سنوات	26	48.1	48.1	48.1
	5 إلى 10 سنوات	8	14.8	14.8	63.0
	11 إلى 15 سنة	7	13.0	13.0	75.9
	16 سنة فأكثر	13	24.1	24.1	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

أحرص على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في أثناء الدوام الرسمي

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا أوافق بشدة	3	5.6	5.6	5.6
	لا أوافق	9	16.7	16.7	22.2
	محايد	13	24.1	24.1	46.3
	أوافق	17	31.5	31.5	77.8
	أوافق بشدة	12	22.2	22.2	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

أستخدم منصات التواصل لأغراض تتعلق بالعمل داخل الجامعة

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا أوافق بشدة	1	1.9	1.9	1.9
	لا أوافق	3	5.6	5.6	7.4
	محايد	10	18.5	18.5	25.9
	أوافق	21	38.9	38.9	64.8
	أوافق بشدة	19	35.2	35.2	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

أتابع الحسابات الرسمية أو المهنية المرتبطة بجهة عملي على وسائل التواصل

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا أوافق بشدة	2	3.7	3.7	3.7
	لا أوافق	2	3.7	3.7	7.4
	محايد	6	11.1	11.1	18.5
	أوافق	21	38.9	38.9	57.4
	أوافق بشدة	23	42.6	42.6	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

أشارك أحياناً محتوى له علاقة بالعمل عبر المنصات الاجتماعية

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا أوافق بشدة	2	3.7	3.7	3.7
	لا أوافق	3	5.6	5.6	9.3
	محايد	8	14.8	14.8	24.1
	أوافق	25	46.3	46.3	70.4
	أوافق بشدة	16	29.6	29.6	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

أستخدم مجموعات العمل في تطبيقات مثل واتساب أو تيليجرام لتنسيق المهام

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا أوافق	4	7.4	7.4	7.4
	محايد	1	1.9	1.9	9.3
	أوافق	28	51.9	51.9	61.1
	أوافق بشدة	21	38.9	38.9	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

أعتبر وسائل التواصل أداة فعالة لتحسين سير العمل اليومي

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا أوافق	2	3.7	3.7	3.7
	محايد	9	16.7	16.7	20.4
	أوافق	24	44.4	44.4	64.8
	أوافق بشدة	19	35.2	35.2	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

يسهل علي استخدام وسائل التواصل التفاعل مع الزملاء في بيئة العمل

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا أوافق	1	1.9	1.9	1.9
	محايد	9	16.7	16.7	18.5
	أوافق	26	48.1	48.1	66.7
	أوافق بشدة	18	33.3	33.3	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

استخدامي لوسائل التواصل يساعدني في إنجاز مهماتي بشكل أسرع

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا أوافق بشدة	1	1.9	1.9	1.9
	لا أوافق	4	7.4	7.4	9.3
	محايد	7	13.0	13.0	22.2
	أوافق	27	50.0	50.0	72.2
	أوافق بشدة	15	27.8	27.8	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

ألاحظ تحسناً في مستوى إنتاجيتي بفضل استخدام تطبيقات التواصل

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا أوافق	5	9.3	9.3	9.3
	محايد	7	13.0	13.0	22.2
	أوافق	27	50.0	50.0	72.2
	أوافق بشدة	15	27.8	27.8	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

أتمكن من اتخاذ قرارات أسرع نتيجة للمعلومات المتوفرة عبر وسائل التواصل

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا أوافق	2	3.7	3.7	3.7
	محايد	6	11.1	11.1	14.8
	أوافق	23	42.6	42.6	57.4
	أوافق بشدة	23	42.6	42.6	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

وسائل التواصل تقلل من الوقت المهدر في التنسيق مع الزملاء

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا أوافق	4	7.4	7.4	7.4
	محايد	11	20.4	20.4	27.8
	أوافق	24	44.4	44.4	72.2
	أوافق بشدة	15	27.8	27.8	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

ألاحظ تطوراً في مستوى تواصلي مع فريق العمل بفضل التطبيقات الرقمية

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا أوافق	1	1.9	1.9	1.9
	محايد	9	16.7	16.7	18.5
	أوافق	30	55.6	55.6	74.1
	أوافق بشدة	14	25.9	25.9	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

وسائل التواصل تساهم في تعزيز العمل الجماعي والتنسيق بين الزملاء

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا أوافق	1	1.9	1.9	1.9
	محايد	6	11.1	11.1	13.0
	أوافق	27	50.0	50.0	63.0
	أوافق بشدة	20	37.0	37.0	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

أرى أن استخدام وسائل التواصل يدفعني لبذل جهد أكبر في أداء مهامي

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا أوافق	4	7.4	7.4	7.4
	محايد	17	31.5	31.5	38.9
	أوافق	20	37.0	37.0	75.9
	أوافق بشدة	13	24.1	24.1	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

أعاني من تشتت الانتباه بسبب الاستخدام المتكرر لوسائل التواصل أثناء العمل

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا أوافق بشدة	2	3.7	3.7	3.7
	لا أوافق	14	25.9	25.9	29.6
	محايد	10	18.5	18.5	48.1
	أوافق	16	29.6	29.6	77.8
	أوافق بشدة	12	22.2	22.2	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

إشعارات وسائل التواصل تسببت أحياناً في تعطيل تركيزي على المهام الوظيفية

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا أوافق بشدة	1	1.9	1.9	1.9
	لا أوافق	9	16.7	16.7	18.5
	محايد	10	18.5	18.5	37.0
	أوافق	20	37.0	37.0	74.1
	أوافق بشدة	14	25.9	25.9	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

ألاحظ انخفاضاً في جودة تواصلتي الشخصي مع الزملاء بسبب الاعتماد على التواصل الرقمي

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا أوافق بشدة	3	5.6	5.6	5.6
	لا أوافق	13	24.1	24.1	29.6
	محايد	10	18.5	18.5	48.1
	أوافق	18	33.3	33.3	81.5
	أوافق بشدة	10	18.5	18.5	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

استخدام وسائل التواصل لأغراض غير مرتبطة بالعمل يؤثر على التزامي المهني

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا أوافق بشدة	2	3.7	3.7	3.7
	لا أوافق	16	29.6	29.6	33.3
	محايد	10	18.5	18.5	51.9
	أوافق	17	31.5	31.5	83.3
	أوافق بشدة	9	16.7	16.7	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

تعدد الرسائل والمجموعات عبر التطبيقات يربكني ويؤخر إنجاز المهام

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا أوافق بشدة	1	1.9	1.9	1.9
	لا أوافق	12	22.2	22.2	24.1
	محايد	14	25.9	25.9	50.0
	أوافق	19	35.2	35.2	85.2
	أوافق بشدة	8	14.8	14.8	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

أقضي وقتًا طويلاً على وسائل التواصل بما يؤثر على إنتاجيتي اليومية

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا أوافق بشدة	2	3.7	3.7	3.7
	لا أوافق	16	29.6	29.6	33.3
	محايد	11	20.4	20.4	53.7
	أوافق	16	29.6	29.6	83.3
	أوافق بشدة	9	16.7	16.7	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

أجد صعوبة في التفرقة بين وقت العمل ووقتي الشخصي عند استخدام وسائل التواصل

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا أوافق بشدة	6	11.1	11.1	11.1
	لا أوافق	19	35.2	35.2	46.3
	محايد	9	16.7	16.7	63.0
	أوافق	13	24.1	24.1	87.0
	أوافق بشدة	7	13.0	13.0	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

Mid-Ocean University

College of Management

Project Management



The Impact of Social Media Use on Job Performance: An Analytical Study on Employees of Jazan University

Preparation

Areej Mohammed Jafari

Supervision:

Dr. Al-Faisal Abdul Hamid

Dr. Fayez Jarad

2025-1446