EUROMID ACADEMY OF BUSINESS AND TECHNOLOGY

EuroMid Journal of Business and Tech-innovation (EJBTI)
https://ejbti.com

Online ISSN: 3062-2131

The Impact of Social Media on Employee Productivity at the Workplace

Issam N. Ayyash
Department of Computerized Financial and Banking Science, Palestinian Technical University-Kadoorie (PTUK), Tulkarm, Palestine.
Email: e.ayash@ptuk.edu.ps

Received: November 23, 2021; **Accepted**: January 15, 2022

Abstract: Social media has become an integral part of many institutions and organizations, serving as one of the most important means of personal and organizational communication. Despite its advantages, organizations face various challenges when employees use social media, such as disruptions to productivity. This study aimed to identify the types of social media used by employees during work and assess their impact on productivity. A systematic literature review approach was adopted. By reviewing and analyzing 37 articles and studies, the research found that social media—which includes platforms such as social networks, messaging apps, email, forums, blogs, wikis, and more—has become a common communication tool for employees to exchange knowledge and collaborate with colleagues within organizations. The analysis of the literature revealed that most primary studies suggest social media use has positive effects on organizational and personal productivity. However, some studies highlight the negative impacts of social media use in the workplace. Notably, many studies fail to establish the actual causality of the factors influencing employee productivity due to their reliance on cross-sectional data. This review contributes to the existing body of literature and serves as a foundation for future research aimed at determining the causal relationships between social media use and employee productivity. Furthermore, this review proposes an intervention model for addressing Internet addiction as a tool to mitigate the adverse effects of social media use on organizational productivity while investigating the underlying causative factors.
Keywords: Social media, Social network, Categories, Employee's productivity, Palestine

Type: Research paper

© 2022 The Author(s). This article is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) License.

DOI: 10.51325/ejbti.v1i1.96

تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على إنتاجية الموظفين في مكان العمل

ملخص البحث :

أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي حقيقة مألوفة في العديد من المؤسسات والمنظمات، حيث تعتبر من أهم وسائل الاتصال الشخصي والتنظيمي. وعلى الرغم من ذلك، هناك العديد من التحديات التي تواجه المنظمات عند استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بين الموظفين كتعطيل إنتاجيتهم على سبيل المثال. هدفت هذه الدراسة الى التعرف على أنواع وسائل التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الموظفون في مكان العمل وأثرها على إنتاجيتهم . تم اتباع منهجية مراجعة الأدبيات. ومن خلال مراجعة وتحليل 37 مقالاً ودراسة، توصلت الدراسة إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي والتي يمكن تصنيفها إلى الشبكات الاجتماعية، الرسائل، البريد الإلكتروني، المنتديات، المدونة وWiki وغيرها الكثير أصبحت وسيلة اتصال مشتركة للموظفين لتبادل المعرفة والتعاون بين الزملاء في المنظمات. ومن خلال عرض الأدبيات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة وتحليلها أثبتت معظم الدراسات الأولية أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يعود بالفائدة على الإنتاجية التنظيمية والشخصية. ومع ذلك، أظهرت بعض الدراسات آثارًا سلبية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مكان العمل، فقد وجد أن معظم الدراسات غير قادرة على توضيح السببية الفعلية لعامل الاستخدام الذي يؤثر فعلاً على إنتاجية الموظفين في مكان العمل وذلك بسبب تقديم نتائجها بناءً على بيانات مقطعية. لذلك يمكن أن تساهم هذه المراجعة في إثراء الأدبيات وتكون أساساً لدراسات مستقبلية تهتم بتحديد السببية لاستخدام

وسائل التواصل الاجتماعي على إنتاجية الموظف. وبناءً على ذلك، اقترحت هذه المراجعة نموذج التدخل لإدمان الإنترنت كأداة يمكن من خلالها معالجة السببية لعامل الاستخدام الذي يساهم في الآثار الضارة لإنتاجية المنظمة والتدخل.

الكلمات الدالة: وسائل التواصل الاجتماعي، الشبكات الاجتماعية، التصنيفات، انتاجية الموظفين، فلسطين.

المقدمة:

يتم الإدعاء أن وسائل التواصل الاجتماعي وسيلة هامة لتعزيز الروابط الاجتماعية التي تحافظ على الشبكات الاجتماعية الموجودة أو توسعها. فقد شجعت المنظمات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بين موظفيها لخلق مستويات عالمية من الروابط داخل منظماتها ومع المنظمات الأخرى. وهناك العديد من أنواع وسائل التواصل الاجتماعي مثل الشبكة الاجتماعية، فيسبوك، انستغرام، وتس اب ، البريد الإلكتروني، الرسائل وشبكة القائمة على الاهتمامات (music) وشبكة مشاركة الوسائط (YouTube, Vimeo and others) ومحرك البحث (Yahoo ,Google). بحيث يمكن أن تكون وسائل التواصل الاجتماعي مفيدة للمؤسسات لأن التفاعل بين الموظفين من شأنه أن يعزز التعاون ومشاركة المعرفة داخل المنظمة.

ويوفر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي سبلاً فريدة لدعم العمليات الاجتماعية إلى جانب إدارة البيانات والمعلومات ومشاركة المعرفة بين الموظفين والعملاء (Razmerita et al., 2014; Kaplan & Haenlein, 2010). وعلاوة على ذلك، يؤثر الدعم الاجتماعي داخل دائرة مجتمع البحث على الموظفين لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وخاصة أثناء ساعات البحث. فلاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي تأثير إيجابي وسلبي على إنتاجية الموظف. حيث تشجع ملائمة التفاعلات بغض النظر عن محدودية المكان والزمان على الاستمرار في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بين الموظفين، كما أظهرت بعض المنظمات أداءً عاليًا وتعاونًا جيدًا بين موظفيها بفضل وسائل التواصل الاجتماعي (Razmerita et al., 2014). فقد استكشفت العديد من الدراسات عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بين صفوف الموظفين في مكان البحث والتي تشمل الشبكات الاجتماعية، البريد الإلكتروني، الرسائل الفورية وغيرها الكثير (Francois et al., 2013; Burke et al., 2009; Aripin et al., 2011 & Magnier et al., 2010). ومع ذلك، هناك عدة عيوب في الاستخدام المفرط لأنه قد يعيق إنتاجية الموظفين في مكان العمل مثل إهدار الموارد، والتعرض للإصابة بالبرامج الضارة وهجمات الهندسة الاجتماعية وإلحاق الضرر بسمعة الشركة(Sophia, 2009).

وقد أدت الآثار السلبية إلى تزايد الاهتمام بين الباحثين للتحقيق في آثار وسائل التواصل الاجتماعي على إنتاجية الموظف وتحديد أنواع وسائل التواصل الاجتماعي المستخدمة خلال ساعات البحث. وعلى الرغم من وجود دراسات مكثفة حول تأثير الإنترنت على المجتمع على سبيل المثال، حقق Sidek وزملائه (2016) في إدمان الإنترنت بين طلاب الجامعات. علاوة على ذلك، تميل معظم الدراسات المتعلقة بإدمان الإنترنت إلى التركيز على المراهقين أو طلاب الجامعات (Sidek et al., 2016). ومع ذلك، هناك دراسات محدودة للغاية تتعلق باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي بين الموظفين ، لا سيما في السياق التنظيمي الفلسطيني.

ونظرًا لزيادة اعتراف الباحثين الأكفاء والفعالين بأهمية ضمان إنتاجية الموظف في مكان العمل، فقد حان الوقت للتحقيق في العوامل المحتملة التي تعطل إنتاجية الموظف في مكان العمل وفي هذه الحالة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

المنهجية:

تعتمد هذه الدراسة على مراجعة للأدبيات المتعلقة باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على إنتاجية العاملين في مكان العمل. وفي هذه الحالة، تم اعتماد منهج منظم لاختيار البحوث ذات الصلة. حيث تم تحليل الدراسات السابقة المتعلقة بالموضوع من خلال الاعتماد على منهج مراجعة الأدبيات المنهجية الذي اقترحه Kitchenham وزملائه (2009). ووفقاً لما ذكره Kitchenham وزملائه (2009) حيث تتكون مراجعة الأدبيات المنهجية من ثلاث مراحل، وهي التخطيط، التنفيذ وإعداد التقارير .وقد تم الاسترشاد خلال إعداد البحث بسؤالين بحثيين:

- ما هي أنواع وسائل التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الموظفون في مكان العمل؟
- ما هي آثار استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على إنتاجية الموظف في مكان العمل؟

الإطار النظري:

تتضمن هذه المرحلة اختيار المصادر من المجلات والمؤتمرات والأطروحات والعديد من المصادر الأخرى لتحديد الأدبيات ذات الصلة لغرض هذه الدراسة، وقد تم اختيار عدد من مصادر قاعدة البيانات الإلكترونية من 6 مصادر وهي: Science Direct, Scopus, Google Scholar, PDF search engine and Emerald.

وقد تم إجراء البحث باستخدام الكلمات المفتاحية الأساسية أو المصطلحات الفردية مثل (وسائل التواصل الاجتماعي + موظف، أو شبكة اجتماعية + موظف، أو بريد إلكتروني + موظف، أو مراسلة + موظف، أو مدونة + موظف، أو Wikis+ موظف أو youtube + موظف). تم البحث عن الكلمات الرئيسية استناداً الى تركيبة مختلفة. وبعد ذلك تم اختيار الدراسات استناداً إلى التخصصات الدراسية ذات الصلة والتي تم توسيعها لتشمل إدارة أعمال العلوم الاجتماعية والإلكترونية والتعليم والمعلومات والتكنولوجيا. ونظرًا للمعلومات الموسعة، تم تضييق نطاق البحث بناءً على ثلاثة معايير هي الإطار الزمني للنشر، خلل في المنهجية ومحور الدراسة. تم تلخيص استخدام المبررات في إجراء SLR في الجدول 1.

معايير اختيار الأوراق البحثية

المعايير	
الإطار الزمني للنشر	عام 2008 وما فوقها وسيتم استبعاد قبل عام 2008 باستثناء المقالات التي تحتوي على نظريات
خلل في المنهجية السابقة	النشر بأساليب البحث المناسبة
محور الدراسة	التركيز على تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على إنتاجية الموظف.

تم تضييق نطاق البحث في وقت لاحق من خلال التركيز على السؤالين البحثيين. في هذه الحالة، تم اعتماد معايير الإدراج والاستبعاد لضمان تشابه وجودة الأوراق المختارة. وقد تم اختيار الأوراق ذات الصلة بناءً على المعايير المعروضة في الجدول 2.

إجراء مراجعة الأدبيات:

تم اختيار الدراسة بشكل منهجي باتباع الخطوات التي اقترحها Kitchenham وزملائه (2009). أولاً، يجب تقسيم السؤال الذي تم تناوله في هذه الدراسة إلى مصطلح فردي للبحث الموسع السريع. بعد ذلك ، سيتم اختيار الأوراق بناءً على "عنوان الطريقة" الذي أعطانا حوالي 156 دراسة. ثم تابعنا البحث باستخدام عوامل تشغيل منطقية لإجراء سلسلة البحث ووجدنا حوالي 87 دراسة ذات صلة. وتم الانتقال إلى الخطوة التالية عن طريق مسح ملخص الأوراق البحثية المختارة، حققت 54 دراسة فقط هدف هذه الدراسة. بعد ذلك، استرجعنا قوائم المراجع من الدراسات الأولية ذات الكلمات الرئيسية المماثلة وكانت هناك حوالي 13 دراسة مؤهلة لاستخدامها في المراجعة. وبلغ مجموع الدراسات الأولية التي أجريت مع ورقة البحث الثانية نحو 67 دراسة. ثم تم اعتماد معايير التضمين والاستبعاد ووجدنا 37 دراسة كانت مؤهلة بدرجة عالية لقبولها كبيانات ذات صلة في دراستنا. واستند اعتماد معايير التضمين والاستبعاد على قائمة فحص الجودة ل (Kitchenham et al. 2009). وقد تم تسجيل قائمة مراجعة الجودة بناءً على ثلاث إجابات محتملة بناءً على الدرجة 1 نعم، والنتيجة 0.5 = متوسط والنتيجة صفر= لا. وباتباع معايير التضمين والاستبعاد في الجدول 2 وإجراء التسجيل، قبلنا تلك الأوراق التي حصلت على درجة 50% وما فوق. وفي الوقت نفسه، تم رفض الدراسة التي لديها درجة أقل من 50% بناءً على الجدول 2. في هذه الحالة، قبلنا 37 دراسة فقط ليتم تحليلها ومراجعتها.

إعداد التقارير المتعلقة بمراجعة الادبيات: تركز هذه المرحلة على إعداد نتائج المراجعة. حيث جرى تحليل 37 دراسة مختارة على اساس سؤالي البحث. وفي هذه الحالة، تم إجراء تحليل المقارنة. وتم عرض الاستنتاجات في الأقسام اللاحقة.

المعايير	التضمين	الاستبعاد
الموضوع أو النطاق	الأوراق التي تركز على تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على إنتاجية الموظفين	الأوراق التي ليست مرتبطة أو مشتتة من أي من هذا النطاق
تعريف المفاهيم	المفاهيم المستخدمة والتي تعكس معنى مشابهًا للمصطلح الفردي لهذه الدراسة	مصطلحات تظهر معاني مختلفة
المتغيرات الرئيسية	المتغيرات التي لها نفس المعنى أو المتعلقة بالمصطلحات أو التعريف	المتغيرات التي لها معنى مختلف
المشاركون	يجب أن يكون موظفين/ عمال/ عمال موارد بشرية/ فئات وسائط اجتماعية في مكان العمل	غير المشاركين والين ذكروا في معايير التضمين

الإطار الزمني	يجب أن تكون سنوات النشر 2008 فصاعدًا	سنوات النشر قبل 2008
البيانات	الدراسات التي توفر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بين الموظفين وأثرها على إنتاجيتهم	الدراسات التي تركز على مجالات أخرى لا تتضمن وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الإنتاجية

تركز هذه الدراسة على عرض المعرفة الموجودة والمتعلقة باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مكان العمل وتأثيرها على إنتاجية الموظف. واسترشدت المراجعة بسؤالين بحثيين ذكرتا في وقت سابق. وفي هذه الحالة، قامت هذه الدراسة بالاعتماد على منهج مراجعة الأدبيات المنهجية الذي اقترحه Kitchenham وزملائه (2009). ووفقاً لما ذكره Kitchenham وزملائه (2009) مراجعة الأدبيات المنهجية تتكون من ثلاث مراحل، وهي التخطيط، التنفيذ وإعداد التقارير.

مناقشة النتائج (النتائج ومناقشتها)

تعرض هذه الدراسة نتائج مراجعة الأدبيات مسترشدة بسؤالي البحث:

السؤال الأول: ما هي أنواع وسائل التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الموظفون في مكان العمل؟

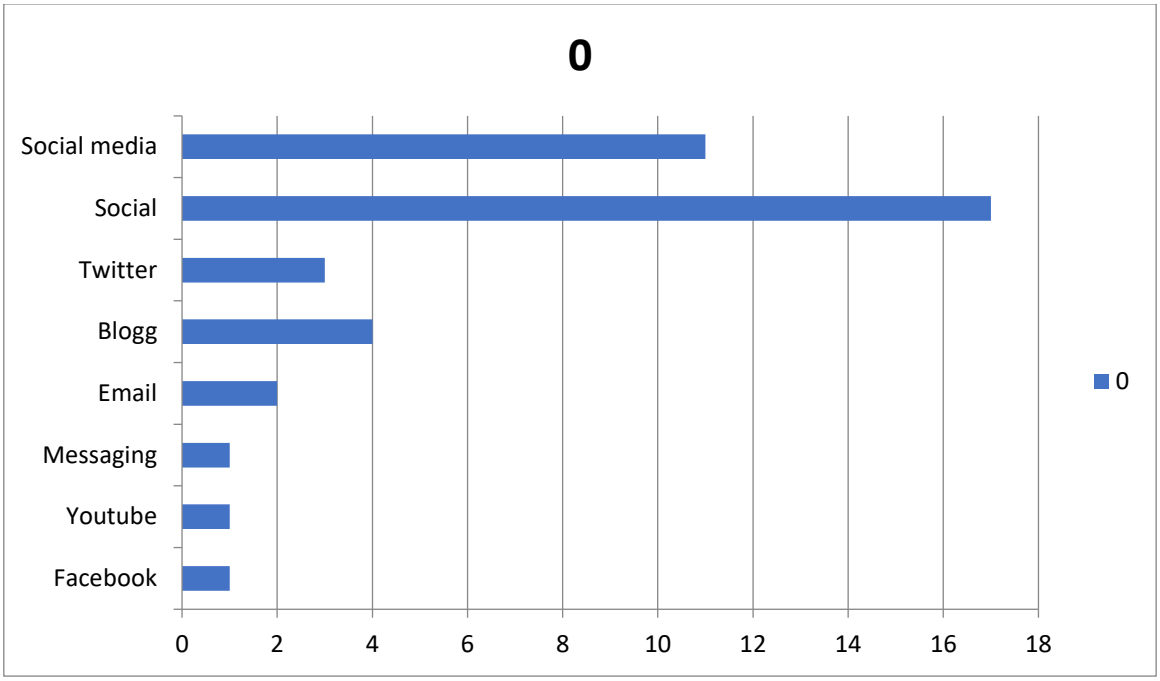
استناداً الى تحليل الدراسات والتي بلغ عددها 37 دراسة، تبين أن الموظفين استخدموا وسائل التواصل الاجتماعي لثلاثة أغراض رئيسية وهي التواصل، التسلية، ونشر المعرفة والمعلومات. ومن الأمثلة على أنواع التكنولوجيا الالكترونية المذكورة في الدراسات هي الشبكة الاجتماعية (Facebook, Twitter, LinkedIn, Youtube, MySpace and others) البريد الإلكتروني، الرسائل، المنتديات، المدونات وWiki's.

ويعرض الشكل (1) موجزاً لأنواع وسائل التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الموظفون في مكان العمل.

كما هو موضح في الشكل (1)، ركزت (17) دراسة على الشبكة الاجتماعية بينما ركزت (11) دراسة على وسائل التواصل الاجتماعي بشكل عام. وتمثلت الانواع الاخرى في المنصات عبر الإنترنت والتي تم وصفها بمحور تركيز الدراسة وهي: Twitter (3 دراسات)، المدونة (4 دراسات)، البريد الإلكتروني (دراستان)، الرسائل (دراسة واحدة)، Youtube (دراسة واحدة) و Facebook (دراسة واحدة). ومع ذلك، لا توجد دراسة تركز على استخدام linkedIn والمنتديات و Wiki بين الموظفين.

ويعتبر Facebook أكثر الشبكات الاجتماعية شيوعًا والتي استخدمت خلال ساعات البحث. ويُزعم أن الشبكة الاجتماعية تساهم في توسيع الأسواق، وخلق وحدة اجتماعية تزيد من ولاء الموظفين، والتعاون ومشاركة المعرفة بين الموظفين والعملاء(Yeshambel et al., 2016).

الشكل (1) أنواع وسائل التواصل الاجتماعي المستخدمة من قبل الموظفين



يمكن تقسيم الشبكة الاجتماعية إلى مجموعتين وهي شبكات الترفيه وشبكات الأعمال (Martensen et al., 2011). يعتبر LinkedIn الشبكة الأكثر شعبية لشبكات الأعمال في العالم، بينما يعتبر Facebook بمثابة التدفق الرئيسي للشبكات الاجتماعية التي يعتمدها الموظفون. حيث استخدم الموظفون بشكل أساسي لشبكة الأعمال بغرض الحفاظ على علاقتهم مع شركاء الأعمال المتميزين والزملاء والعملاء. فالموظفون الذين يزورون الشبكة الاجتماعية للترفيه سيقومون دائمًا بأنشطتهم الشخصية من خلال التواصل مع العائلة والأصدقاء خارج الشركة.

وعلى الرغم من وجود الكثير من القضايا المثيرة للجدل فيما يتعلق باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي بين الموظفين، إلا أن بعض الدراسات تبين أنها تساعد على زيادة مستوى التحفيز والابتكار والرضا والالتزام التنظيمي والتغيب وأداء وظيفتهم في نهاية المطاف (Moqbel, 2012). وقد أظهرت بعض الدراسات وجود علاقة قوية بين رؤوس الأموال الاجتماعية والتبني الاجتماعي في المنظمة. حيث يمكن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز رأس المال الاجتماعي للفرد والذي يؤثر فيما بعد على طبيعة وجودة الأداء الوظيفي للموظفين. كما وجدت أربع دراسات تركز على أنواع التدوين لوسائل التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الموظفون. إذ يمكن وصف المدونات بأنها مجموعة من الموارد توفر معلومات عالية الجودة تحل محل الآليات التقليدية للشركات والأسواق (Wattal et al., 2009).

وأجريت ثلاث دراسات للتعرف على اعتماد Twitter في مكان العمل. حيث يعتبر موقع Twitter شبكة اجتماعية تستخدم في الغالب من قبل الموظفون الشباب خلال ساعات العمل. ومع ذلك، تم تصنيف Twitter بعد Facebook لأن شعبية Facebook اكتسبت اهتمامًا أكبر من الموظفين الأصغر والأكبر سنًا لزيارة الشبكة الاجتماعية عبر الإنترنت.

كما ركزت دراستان فقط على استخدام البريد الإلكتروني بين الموظفين. وقد استخدم البريد الإلكتروني بشكل أساسي للتواصل بين زملاء العمل والمديرين ذوي المناصب العليا والعملاء في المنظمة لضمان عملية اتصال فعالة في

المنظمة. وقد أثبت هذا الادعاء الذي يقول بأن البريد الإلكتروني هو قناة اتصال فعالة في تحسين ممارسات العمل وزيادة الإنتاجية (Jackson et al., 2001).

بينما لا توجد سوى دراسة واحدة أجريت على Youtube واستخدام الرسائل بين الموظفين في مكان العمل. ويعتبر Youtube جزء من الشبكة الاجتماعية بينما المراسلة ليست جزءًا مباشرًا من الشبكة الاجتماعية. ويمكن استخدام Youtube كمصادر تعليمية أو ترفيهية فيما يتعلق بهدف الموظفين الذين يزورون موقع Youtube. إلا أن هذا في الواقع أثار قلقاً لدى الباحثين من أن الموظفين يستخدمون Youtube في مسائل خاصة خلال ساعات البحث. وقد تم تسليط الضوء على المراسلة كوسيلة فعالة لتشجيع الموظفين على التفاعل مع المدير وزملاء العمل فيما يتعلق بأغراض البحث في شكل نصي ولا يقتصر على المسائل المكتبية (Aripin et al., 2011).

وتلخيصاً لما سبق، يمكن الاستنتاج أن هناك أنواعًا مختلفة من وسائل التواصل الاجتماعي يستخدمها الموظفون في مكان العمل. حيث أن الشبكة الاجتماعية هي النوع الأكثر شيوعًا من وسائل التواصل الاجتماعي المستخدمة. ويعتبر Facebook أكثر شبكات التواصل الاجتماعي شيوعًا التي يتصفحها الموظفون أثناء ساعات البحث. فقد استخدموا Facebook في الغالب للأمور الشخصية التي لها تأثير مباشر على إنتاجيتهم. كما كان هناك عدد محدود من الدراسات التي تبحث في استخدام أنواع أخرى من وسائل التواصل الاجتماعي بين الموظفين. فقد ركزت غالبية الدراسات التي تم تحليلها في هذه المراجعة بشكل أساسي على الغرض من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها خلال ساعات العمل. ومع ذلك، هناك دراسة محدودة للغاية استكشفت أنواع وسائل التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الباحثون ولا سيما المنظمات في فلسطين.

السؤال الثاني: ما هي أثار استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على إنتاجية الموظفين في مكان العمل؟

هناك دراسات مكثفة حول أثر وسائل التواصل الاجتماعي على إنتاجية الموظفين. فقد تم تحديد التأثير بناءً على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي التي تؤثر عليهم في كثير من الأحيان في زيارة مواقع التواصل الاجتماعي في مكان العمل. وعلاوة على ذلك، ناقشت الدراسات الآثار الإيجابية والسلبية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على حد سواء. حيث ذكرت سبع دراسات أن هناك علاقة قوية بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وإنتاجية الموظفين (Seman, 2014; Yeshambel et al., 2016; Magnier et al., 2010; Murphy, 2013; Lefteriotis & Giannakos, 2014; Ashraf & Javed, 2014). ومع ذلك، فقط دراسة Moqbel (2012) هي التي جادلت بأنه لا توجد علاقة مهمة بين تبني وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء الوظيفي للموظفين في الولايات المتحدة واليمن حيث ادعت الدراسة أن هناك متغيرات وسيطة أثرت على الأداء الوظيفي.

بالمقابل جادلت معظم الدراسات بأن هناك تأثيرًا إيجابيًا على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في البحث مقارنة بالآثار السلبية. يميل غالبية الموظفين إلى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشكل مكثف في مكان العمل لشبكات الأعمال مثل علاقات الترابط، وتعزيز التعاون، والتواصل على الصعيد العالمي، والوصول بسهولة إلى أشخاص وخبرات جديدة، وتوليد المعرفة، وعرض المعلومات المتعلقة بالعمل، وإنشاء قناة اتصال فعالة بين رؤساء العمال والشركاء والعملاء، وزيادة عدد الاتصالات التجارية، وتعزيز تسويق الشركات، وتوظيف الموظفين المهرة، وتأمين الأمن والسلامة (Steinfield et al., 2009; Ferreira & Plessis, 2009; Magnier et al., 2010). كما

عرضت أيضاً وسائل التواصل الاجتماعي أقصى فائدة من الاستخدام في مكان العمل من خلال زيادة رأس المال الاجتماعي وابتكار الشركة.

وكانت القيم النفعية والمتعة أحد العوامل التي تشجع الموظفين على المشاركة المستمرة في وسائل التواصل الاجتماعي في البحث، مما يؤثر تأثيرا إيجابيا بشكل ملحوظ على أداء الموظفين (Leftheriotis & Giannakos, 2014). فقد زعم علي وآخرون (Ali-Hassan et al., 2015) في دراستهم بأن استخدام المتعة للتكنولوجيا جنبًا إلى جنب مع الاستخدامات الاجتماعية والمعرفية لوسائل التواصل الاجتماعي يخفف من التأثير الإيجابي على الأداء المبتكر.

وإلى جانب توفير أقصى فائدة للمنظمة، فقد أظهرت أيضاً تحديًا كبيرًا في خلق تهديدات قانونية وأخلاقية للمنظمة. ويمكن أيضًا استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الأنشطة الترفيهية مثل التواصل مع الأصدقاء والعائلة خارج أماكن العمل. كما يمكن أن يؤدي تفاعل الموظفين على وسائل التواصل الاجتماعي إلى سلوك غير قانوني وغير أخلاقي مثل انتهاك الخصوصية والتمييز. ويحتمل أن يكون لبعض الموظفين القدرة على إظهار سلوك غير لائق من خلال تصفح المواقع الإلكترونية المتورطة مع مجرمي الإنترنت، وفقدان الخصوصية لمعلومات الشركة التي يمكن أن تؤدي إلى تعطيل إنتاجيتهم في مكان العمل.

تماشيا مع النتائج التي يدعمها Kaupins and Park (2010)، أظهر Brooks (2015) أن الاستخدام الشخصي لوسائل التواصل الاجتماعي خلال ساعات البحث يمكن أن يؤدي إلى عواقب سلبية على كل من كفاءة ورفاهية الموظفين. فارتفاع المستوى النفسي السلبي مع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مكان العمل يمكن أن يؤدي إلى تدهور أداء الموظفين. وعلاوة على ذلك، كانت هناك تهديدات أخرى تتعلق باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مكان العمل. كما قد يميل بعض الموظفون إلى مواجهة مخاطر صحية شديدة، حيث يمكن أن يصبحوا مدمنين على العالم الافتراضي. وقد أكدت بعض الدراسات أن أكثر من نصف المستجيبين حددوا أنهم مستخدمون كثيفون لمواقع الشبكات الاجتماعية خلال ساعات البحث. وهذا يعني ضمناً أنهم كانوا يستخدمون ساعات البحث الخاصة بهم لأنشطة غير منتجة للمنظمة. وهذا ما أكده Das and Sahoo (2011) في دراستهم حين ادعوا أن الموظفين شهدوا انخفاضًا بمقدار 1.5% مليون في إنتاجيتهم عند زيارتهم لمواقع الشبكات الاجتماعية وخاصة Facebook.

ويلخص الجدول (3) فوائد وتحديات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مكان العمل.

التأثير الإيجابي	التأثير السلبي
• يمكن تحديث المعلومات بسهولة. • يسهل التعاون والفرص للشركاء التجاريين أو العملاء المحتملين؛ والحفاظ على علاقة جيدة بين صاحب العمل والموظف؛ وخلق الوحدة بين الموظفين. • زيادة الابتكار والتحفيز وكفاءة سير العمل بين الموظفين.	• يمكن استخدام المعلومات المحدثة غير الخاضعة للتحكم في عدوى البرامج الضارة في هجمات الهندسة الاجتماعية ؛ يمكن لمرسلي الرسائل غير المرغوب فيها والفيروسات إنشاء ملفات تعريف زائفة لهوية الشركة، وبالتالي تقليل عدد جهات الاتصال التجارية. • تقليل مستوى الابتكار والتحفيز. • إجهاد تكنولوجي وتأثير نفسي سلبي.

• تسهل التنشئة الاجتماعية بين الموظفين من خلال تراكم الاستخدام الرقمي. • تطوير قيم المتعة والنفعية المتعلقة بالعمل. • مشاركة واكتساب المعرفة من خلال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للعمل المنتج. • قناة فعالة للاتصال لشبكات الأعمال. • تعزيز التسويق وتحسين العلاقات مع العملاء. • الحصول على أرباح عالية من خلال الموظفين المنتجين والمهرة في استكشاف الاتصالات التجارية مع رأس مال اجتماعي أكبر.	• إنشاء محتوى غير موثوق به؛ فقدان المعلومات التنظيمية السرية / الحساسة • استغراق عرض النطاق الترددي الذي يؤدي إلى إهدار الموارد ومشاكل مسؤولي تكنولوجيا المعلومات • المسؤولية القانونية بسبب التخريب أو الإهمال أو الإغفالات التي تضر بسمعة المنظمة. • فقدان الدخل بسبب ساعات غير منتجة.

الاستنتاج

كان محور تركيز هذه المراجعة هو التحقيق في الأدبيات الموجودة المتعلقة بالأنواع الشائعة لوسائل التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الموظفون في مكان العمل وأثار وسائل التواصل الاجتماعي على إنتاجيتهم. حيث تم اعتماد مراجعة منهجية للأدبيات التي اقترحها Kitchenham وآخرون (2009) من خلال اختيار وتحليل 37 مقالاً. بناءً على التحليل، تبين أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت وسيلة اتصال مشتركة للموظفين للتعاون ودمج وتبادل المعرفة بين الزملاء في المنظمة. ويمكن تصنيف وسائل التواصل الاجتماعي إلى شبكة اجتماعية (Facebook و Twitter و MySpace و LinkedIn و YouTube وغيرها)، البريد الإلكتروني، المدونة، الرسائل والمنتديات و Wiki وغيرها. وقد جلب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي فوائد وتحديات للمنظمات. أثبتت معظم الدراسات الأولية المختارة أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يعود بالفائدة على الإنتاجية الشخصية والتنظيمية، غير أن بعض الدراسات أظهرت آثارًا سلبية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مكان العمل.

وبناءً على التحليل، توجد فجوة بحثية حيث أن معظم الدراسات قدمت نتائجها بناءً على بيانات مقطعية. وهذه البيانات المقطعية غير قادرة على توفير السببية الفعلية لعامل الاستخدام الذي يؤثر حقًا على إنتاجية الموظفين في مكان العمل. ولذلك من المتوقع أن تساهم هذه المراجعة في المعرفة والممارسات للدراسة المستقبلية في تحديد السببية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في إنتاجية الموظفين. وهذا مهم لأن السببية لعامل الاستخدام الذي يساهم في الآثار الضارة لإنتاجية المنظمة يمكن معالجتها والتدخل باستخدام نموذج التدخل لإدمان الإنترنت.

"**شكر وتقدير**" : يتقدم الباحث بالشكر والتقدير من جامعة فلسطين التقنية خضوري على ما تقدمه في دعم البحث العلمي"

References

Ali-Hassan, H., Nevo, D., & Wade, M. (2015). Linking dimensions of social media use to job performance: The role of social capital. Journal of Strategic Information Systems, 24(2), 65-89. https://doi.org/10.1016/j.jsis.2015.03.001

Ali-Hassan, H., Nevo, D., & Wade, M. (2015). Linking dimensions of social media use to job performance: The role of social capital. *Journal of Strategic Information Systems, 24*(2), 65–89. https://doi.org/10.1016/j.jsis.2015.03.001

Aripin, N., Mustafa, H., & Hussein, A. (2011). Instant messaging (IM) used in the workplace. *Journal of Techno-Social, 3*(1), 1–18.

Ashraf, N., & Javed, T. (2014). Impact of social networking on employee performance. *Business Management and Strategy, 5*(2), 139–150. https://doi.org/10.5296/bms.v5i2.5978

Brooks, S. (2015). Does personal social media usage affect efficiency and well-being? *Computers in Human Behavior, 46*, 26–37. https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.12.053

Burke, S. C., Snyder, S., & Rager, R. C. (2009). An assessment of faculty usage of YouTube as a teaching resource. *The International Journal of Allied Health Sciences and Practice, 7*(1), 1–8. https://doi.org/10.46743/1540-580X/2009.1227

Das, B., & Sahoo, J. S. (2011). Social networking sites–A critical analysis of its impact on personal and social life. *International Journal of Business and Social Science, 2*(14), 222–228.

Ferreira, A., & Du Plessis, T. (2009). Effect of online social networking on employee productivity. *South African Journal of Information Management, 11*(1), 1–11. https://doi.org/10.4102/sajim.v11i1.397

Francois, A., Hebbani, A., & Rintel, S. (2013). Facebook in the university workplace. *Media International Australia, 149*(1), 15–27. https://doi.org/10.1177/1329878X1314900104

Jackson, T., Dawson, R., & Wilson, D. (2001). The cost of email interruption. *Journal of Systems and Information Technology, 5*(1), 81–92. https://doi.org/10.1108/13287260180000760

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons, 53*(1), 59–68. https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003

Kaupins, G., & Park, S. (2010). Legal and ethical issues associated with employee use of social networks. *Advances in Business Research, 1*(1), 82–93.

Kitchenham, B., Brereton, O. P., Budgen, D., Turner, M., Bailey, J., & Linkman, S. (2009). Systematic literature reviews in software engineering–A systematic literature review. *Information and Software Technology, 51*(1), 7–15. https://doi.org/10.1016/j.infsof.2008.09.009

Leftheriotis, I., & Giannakos, M. N. (2014). Using social media for work: Losing your time or improving your work? *Computers in Human Behavior, 31*, 134–142. https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.10.016

Magnier-Watanabe, R., Yoshida, M., & Watanabe, T. (2010). Social network productivity in the use of SNS. *Journal of Knowledge Management, 14*(6), 910–927. https://doi.org/10.1108/13673271011084934

Martensen, M., Borgmann, K., & Bick, M. (2011). The impact of social networking sites on the employer-employee relationship. In *Proceedings of the 24th Bled E-Conference on E-Future Creating Solutions for the Individual, Organisations and Society* (pp. 242–256). Bled, Slovenia: ESCP Europe.

Moqbel, M. (2012). *The effect of the use of social networking sites in the workplace on job performance* [Doctoral dissertation, Texas A&M International University].

Murphy, H. (2013). *Social media use among employees: Influences of organizational climate, job involvement, and organizational commitment* [Master's thesis, Clemson University]. http://tigerprints.clemson.edu/all_theses/1625/

Razmerita, L., Kirchner, K., & Nabeth, T. (2014). Social media in organizations: Leveraging personal and collective knowledge processes. *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce, 24*(1), 74–93. https://doi.org/10.1080/10919392.2014.866504

Seman, S. A. A. (2014). Organizational member use of social networking sites and work productivity. *International Journal of Innovation, Management and Technology, 5*(1), 30–34. https://doi.org/10.7763/IJIMT.2014.V5.481

Sidek, S., Kudus, N., Izharrudin, S. Z., Kamalrudin, M., Hassan, M. A., & Mohamed, S. (2016). Factors influencing internet addiction among university students: A review. *Science International, 28*(2), 1343–1346.

Sophia, V. Z. A. (2009). The impact of social networking 2.0 on organisations. *The Electronic Library, 27*, 906–918. https://doi.org/10.1108/02640470911004020

Steinfield, C., DiMicco, J. M., Ellison, N. B., & Lampe, C. (2009, June). Bowling online: Social networking and social capital within the organization. In *Proceedings of the Fourth International Conference on Communities and Technologies* (pp. 245–254).

Wattal, S., Racherla, P., & Mandviwalla, M. (2009, January). Employee adoption of corporate blogs: A quantitative analysis. In *2009 42nd Hawaii International Conference on System Sciences* (pp. 1–10). IEEE.

Yeshambel, T., Belete, M., & Mulualem, Y. (2016). Impact of online social networking on employees' productivity at workplace in University of Gondar–A case study. *International Journal of Computer Applications, 135*(3), 18–24. https://doi.org/10.5120/ijca2016907844