

بررسی تأثیر استفاده از رسانه‌های اجتماعی بر عملکرد شغلی کارکنان

علی شایان^{1*}، حبیب‌الله دانایی²، مهردادخت اندامی³

^{1*} عضو هیئت علمی دانشگاه تربیت مدرس، تهران دانشگاه تربیت مدرس دانشکده علوم انسانی گروه مدیریت
فناوری اطلاعات، ashayan@modares.ac.ir

² عضو هیئت علمی دانشگاه پیام نور تهران، h.danaei@live.com

³ دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور تهران، mehrdokht.andami@gmail.com

چکیده

گسترش استفاده از رسانه‌های اجتماعی، تمام ابعاد زندگی را تحت تأثیر قرار داده است و طبیعی است که سازمان‌ها نیز نسبت به استفاده کارکنان از این رسانه‌ها حساس باشند. در سال‌های اخیر پژوهش‌های گوناگونی در این رابطه انجام شده است که برخی از آن‌ها نشان‌دهنده بهبود یا تضعیف عملکرد کاری کارکنان در صورت استفاده از این شبکه‌ها می‌باشند. به نظر می‌رسد می‌بایست عوامل جانبی دیگری نیز در این ارتباط مد نظر قرار گیرد. در این پژوهش با استفاده از روش ارزیابی انطباقی، این عوامل با بررسی پیشینه موجود در این زمینه استخراج شده و مدلی مفهومی طراحی شده است. در این مدل عواملی مثل ویژگی‌های شخصی، نوع و میزان استفاده از رسانه اجتماعی، رضایت شغلی، تعهد سازمانی و سرمایه اجتماعی می‌توانند بر این رابطه مؤثر باشند. این مدل انواع تأثیرات مستقیم و غیر مستقیم را در رابطه با تأثیر استفاده از رسانه‌های اجتماعی بر عملکرد شغلی کارکنان نشان می‌دهد.

واژگان کلیدی: رسانه اجتماعی¹، سرمایه اجتماعی²، رضایت شغلی¹، تعهد سازمانی²، عملکرد

شغلی³

¹ Social media

² Social capital

نوآوری در مدیریت سیستم‌ها و فناوری اطلاعات با رویکرد هوشمندی کسب و کار Innovation in IS/IT Management with BI Approach

1- مقدمه

در دنیای امروز رشد سریع فناوری‌های جدید، قابلیت‌ها و ظرفیت‌های بسیاری برای سازمان‌ها به ارمغان آورده‌اند که پیش از این در دسترس نبود. در واقع ایجاد نوآوری و خلاقیت در برخی ابزارهای موجود مانند رسانه‌های اجتماعی سازمان‌ها را در بسیاری از کاربردها نظیر ایجاد مدل‌های جدید کسب و کار، روش‌های بازاریابی، بهبود پیش‌بینی تقاضا، توانایی استفاده از شیوه‌های جدید مدیریتی و آموزشی، افزایش نوآوری و بهره‌وری، به اشتراک گذاری دانش، همکاری متقابل و ایجاد ارتباط پایدار غنی ساخته است. (آرال، 2013، بوگین و چونی، 2013، اورکوهارت و وست، 2012، علی حسن و همکاران، 2015) همچنین استفاده از رسانه‌های اجتماعی به بخش جدایی ناپذیر زندگی افراد تبدیل شده (اشرف، 2014) و تأثیر بسیار زیادی بر ابعاد زندگی شخصی و شغلی افراد از جمله تأثیر بر عملکرد شغلی، رضایت شغلی و تعهد سازمانی آنان گذاشته است.

استفاده بسیار زیاد کارکنان سازمان‌ها از اینگونه ابزارها در محیط کار باعث شده بحث‌های زیادی در محافل مدیریتی در این باره صورت پذیرد. بیشتر مباحث در این محافل به نقش منفی استفاده از ابزارهایی چون رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی بر بهره‌وری و عملکرد شغلی افراد مرتبط است. از این رو مشاهده می‌شود که بسیاری از شرکت‌ها استفاده از رسانه‌های اجتماعی چون فیس‌بوک⁴، توئیتر⁵، یوتیوب⁶، اینستاگرام⁷ و ... را در محیط‌های کاری خود ممنوع کرده‌اند. بر اساس تحقیقات و بررسی‌های صورت گرفته در سال‌های اخیر و مدل‌های استفاده شده در این بررسی‌ها روابط مهم و معناداری میان ابعاد مختلف استفاده از رسانه‌های اجتماعی بر عملکرد شغلی، رضایت شغلی، تعهد سازمانی و سرمایه اجتماعی وجود دارد. بر خلاف نظر مدیران سازمان‌ها این روابط عمدتاً تأثیر مثبت استفاده از رسانه‌های اجتماعی بر این عوامل را نشان می‌دهد و در کل افزایش بهره‌وری و بهبود عملکرد سازمان را در پی خواهد داشت. البته باید متذکر شد در مواردی نیز تأثیر منفی استفاده از رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد شغلی افراد در مواردی که به فعالیت‌های روزمره ایشان مرتبط می‌شود، مشاهده شده است.

¹ Job satisfaction
² Organizational commitment
³ Job performance
⁴ Facebook
⁵ Tweeter
⁶ YouTube
⁷ Instagram

نوآوری در مدیریت سیستم‌ها و فناوری اطلاعات با رویکرد هوشمندی کسب و کار Innovation in IS/IT Management with BI Approach

رسانه اجتماعی موجودیتی است که به واسطه ابزارهای رایانه‌ای، موبایل و تبلت به افراد و شرکت‌ها اجازه خلق و اشتراک‌گذاری دانش، تبادل اطلاعات، ایده‌ها و ... در جوامع مجازی و شبکه‌ها را می‌دهد. زمانیکه کارکنان سازمان از ابزارهای مرتبط با رسانه اجتماعی استفاده می‌کنند در واقع موجب رشد شبکه‌های اجتماعی میان خود و همکارانشان می‌شوند، این امر موجب بدست آوردن اطلاعات زیادی در زمینه شخصیت، دانش و تخصص همکاران خواهد شد.

هدف از این مقاله بررسی تأثیر استفاده از رسانه‌های اجتماعی بر عملکرد شغلی کارکنان است. بدین منظور پیشینه مورد بررسی قرار می‌گیرد و با روش تحلیل محتوا نسبت به تدوین چارچوب پیشنهادی اقدام می‌شود.

2- ملاحظات نظری

در این قسمت، ابتدا مباحثی در زمینه متغیرهای مستقل و وابسته تحقیق ارائه شده و سپس با استفاده از ادبیات پژوهشی، و تئوری‌ها به ذکر رابطه این متغیرها پرداخته می‌شود.

2-1- رسانه اجتماعی

رسانه اجتماعی موجودیتی است که به واسطه ابزارهای رایانه‌ای به افراد و شرکت‌ها اجازه خلق، اشتراک‌گذاری، تبادل اطلاعات، ایده‌ها و غیره در جوامع مجازی و شبکه‌ها را می‌دهد. رسانه اجتماعی مجموعه‌ای از کانال‌های برخط است که به تعامل، اشتراک‌گذاری محتوا و همکاری اختصاص یافته است، از آن جمله می‌توان به وبسایت‌ها و برنامه‌های کاربردی اختصاص داده شده به انجمن‌ها «فروم‌ها»¹، وبلاگ‌ها²، شبکه‌های اجتماعی³، وب-سایت‌های نشانه‌گذاری شده و ویکی‌ها⁴ اشاره کرد. (رتوز، 2015)

آندره کاپلن و مایکل هانلین رسانه‌های اجتماعی را این گونه تعریف می‌کنند: "گروهی از برنامه‌های کاربردی⁵ متنی بر اینترنت هستند که با اتکا به بنیان‌های تکنولوژیک وب 2، امکان ایجاد و تبادل محتوای تولید شده بوسیله کاربران را می‌دهند"

رسانه‌های اجتماعی گروهی از انواع جدید رسانه‌های آنلاین هستند که همه یا تعدادی از ویژگی‌های زیر را دارا می‌باشند (مولایی، 1388):

¹ Forum
² Weblogs
³ Social Networks
⁴ Wikis
⁵ Applications

نوآوری در مدیریت سیستم‌ها و فناوری اطلاعات با رویکرد هوشمندی کسب و کار Innovation in IS/IT Management with BI Approach

1. امکان مشارکت کردن
2. باز بودن
3. ارتباط دوسویه
4. شکل‌گیری جماعت‌های برخط
5. توانایی برقراری ارتباط

رسانه‌های اجتماعی را می‌توان در هفت گروه دسته‌بندی کرد. این هفت گروه شامل، شبکه‌های اجتماعی، وبلاگ‌ها، ویکی‌ها، پادکست‌ها¹، فروم‌ها، کامیونیتی‌های محتوایی² و میکرووبلاگ‌ها³ می‌باشند. (میفیلد، 2008)

2-2- عملکرد شغلی

عملکرد به درجه انجام وظایفی که شغل یک کارمند را تکمیل می‌کند اشاره دارد و نشان می‌دهد که چگونه یک کارمند الزامات یک شغل را به انجام می‌رساند. عملکرد اغلب با «تلاش» که اشاره به صرف انرژی دارد یکسان تلقی می‌شود، اما عملکرد بر اساس نتایج فعالیت‌ها اندازه‌گیری می‌شود. به عقیده بایرز و رو عملکرد افراد در یک موقعیت می‌تواند به عنوان نتیجه ارتباط متقابل بین: الف «تلاش، ب «توانایی‌ها و ج «ادراکات نقش تلقی شود (بایرز و رو⁴، 2008).

نو و دیگران عملکرد را ناشی از ویژگی‌های شخصی، مهارت‌ها و نظیر آن می‌دانند، این ویژگی‌ها از طریق رفتار کارکنان به نتایج عینی تبدیل می‌شوند. برای ارتقا عملکرد و بهبود رفتارهای کارکنان، به نحوی که به موفقیت سازمان منجر شود باید عوامل مؤثر بر عملکرد و رفتار را بشناسیم و آن‌ها را مدیریت کنیم. از جمله مهمترین عوامل اثرگذار بر عملکرد کارکنان به شرح زیر می‌باشد: (ابوالعلائی، 1394)

1. استعداد
2. دانش و مهارت
3. فرصت
4. منابع و امکانات
5. انگیزه

¹ Podcasts

² Content Communities

³ Microblogging

⁴ Byars and Rue, 2008

نوآوری در مدیریت سیستم‌ها و فناوری اطلاعات با رویکرد هوشمندی کسب و کار Innovation in IS/IT Management with BI Approach

شاخص‌هایی که مدیریت برای ارزیابی عملکرد کارکنان انتخاب می‌کند عبارتند از: نتایج کار فردی، رفتارها و ویژگی‌ها (استیفن پی.رابینز، پارسائیان-اعرابی، 1378)

2-3- سرمایه اجتماعی

سرمایه اجتماعی از مفاهیم نوینی است که امروزه در بررسی‌های اقتصادی و اجتماعی جوامع مدرن مطرح گردیده است. از سرمایه اجتماعی تعاریف متعددی ارائه شده است.

"سرمایه اجتماعی اصطلاحی است که گاه در معنای وسیع به کار می‌رود و ثروت اجتماعی و یا حتی درآمد اجتماعی از آن بر می‌آید و گاه در فضای محدود، منابع و تجهیزات غیر فردی و غیر خصوصی را شامل می‌شود. بدین معنی، سرمایه اجتماعی آن چیزی است که با سرمایه جامعه پدید آمده و مورد استفاده همگان است نظیر راه‌های ارتباطی، تجهیزات انتقال پیام و غیره" (محققی، ساروخانی، 1370)

پاتنام محور اصلی در بحث سرمایه اجتماعی را ارزش‌های حاصله از شبکه‌های اجتماعی می‌داند. این ارزش‌ها جمعی است، مردم با آن آشنا هستند و تمایل دارند در روابط اجتماعی آن‌ها را به ظهور رسانده و در تعاملات آن‌ها را بکار گیرند.

سرمایه اجتماعی دارای سه بعد اساسی است:

- بعد ساختاری: شامل الگوی پیوندهای میان اعضاء گروه و ترکیب سازماندهی این اعضاء است. سلسله مراتب شبکه، تراکم و میزان همگنی گروه یا اعضاء گروه از جمله شاخص‌های عمده بعد ساختاری هستند.
- بعد هنجاری: به کیفیت تعاملات و ارتباط اعضاء در درون یک گروه اشاره دارد. در این بعد شاخص‌هایی نظیر اعتماد و ارتباط متقابل مطرح است. «ساروخانی، 1387»
- بعد شناختی: کمتر قابل اندازه‌گیری بوده و می‌توان آن را ارزش‌های مشترک در میان اعضاء یک گروه دانست. هنجارها، ارزش‌ها، نگرش، باورها، فرهنگ شهری و ... در این بعد قرار دارند. (کلمن، 1990)

سرمایه اجتماعی منبع مهمی برای افراد و سازمان بشمار می‌آید. مطالعات محدود انجام شده در این زمینه، نشان‌دهنده تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارآیی و بهره‌وری نیروی انسانی است. این تأثیر از راه‌های مختلفی امکان‌پذیر است. هزینه‌های پایین‌تر تعاملات، نرخ پایین‌تر جابه‌جایی افراد، تسهیم دانش و نوآوری و بهبود کیفیت محصولات، از جمله مواردی است که تأثیر

نوآوری در مدیریت سیستم‌ها و فناوری اطلاعات با رویکرد هوشمندی کسب و کار Innovation in IS/IT Management with BI Approach

سرمایه اجتماعی بر بهره‌وری را نشان می‌دهند. با این وجود، تأثیر دقیق سرمایه اجتماعی بر بهره‌وری قابل اندازه‌گیری نیست، زیرا هم سرمایه اجتماعی عوامل و متغیرهای بسیاری را شامل می‌شود که بسیاری از آنها کیفی هستند و اندازه‌گیری‌شان دشوار است و هم بهره‌وری متغیرهای زیاد را در بر می‌گیرد. (فراهانی و نظری، 1387)

سرمایه اجتماعی دارای چهار پیامد عمده کسب اطلاعات، انتقال دانش، نوآوری و پراکندگی فناوری و رویه‌ها، به کارگیری دانش مکمل و تلاش در حل مسائل و مشکلات و واسطه‌گری می‌باشد. این پیامدها ممکن است در طول زمان با توجه به نیازها و ویژگی‌های آن‌هایی که به سرمایه اجتماعی دسترسی دارند، متفاوت باشد. (فراهانی و نظری، 1387)

4-2- رضایت شغلی

برخی از صاحب‌نظران رضایت شغلی را حالت هیجانی خوشایند و مثبتی می‌دانند که از ارزیابی شغلی یا تجربه فرد ناشی می‌شود. از تعاریف مختلف چنین برمی‌آید که مفهوم رضایت شغلی بیانگر احساسات و نگرش‌های مثبتی است که شخص به شغلش دارد. کوهلن معتقد است، اگر انگیزه‌های اصلی و مهم فرد در زمینه شغل او و کارهایی که انجام می‌دهد ارضاء شوند هرچه فاصله بین نیازهای شخصی فرد و ادراک یا نگرش او نسبت به توانایی بالقوه شغل برای ارضاء این نیازها کمتر باشد رضایت شغلی نیز زیاد خواهد بود. از نظر هاپاک، رضایت شغلی مفهومی پیچیده و چند بعدی دارد که با عوامل روانی، جسمانی و اجتماعی ارتباط دارند. کینزبرگ و همکاران رضایت شغلی را به دو نوع رضایت درونی و بیرونی تقسیم می‌نمایند.

یکی از بحث‌انگیزترین مباحث در زمینه رضایت شغلی، ارتباط آن با عملکرد است. سه نظریه در این باره ارائه شده است:

1. رضایت موجب عملکرد می‌شود.
2. عملکرد موجب رضایت می‌شود.
3. پاداش، بین عملکرد و رضایت به عنوان واسطه عمل می‌کند.

دو نظریه نخست از حمایت ضعیفی برخوردار است، اما نظریه سوم، که بر اساس آن، پاداش به عنوان واسطه عملکرد و رضایت عمل می‌کند، از حمایت بیشتری برخوردار می‌باشد. عملکرد قبلی موجب دریافت پاداش درونی «احساس کامیابی شخصی» و پاداش برونی

نوآوری در مدیریت سیستم‌ها و فناوری اطلاعات با رویکرد هوشمندی کسب و کار Innovation in IS/IT Management with BI Approach

«حقوق و ترفیع» می‌شود. این پاداش به نوبه خود، هم عملکرد آینده فرد را بالا می‌برد و هم در بالا بردن میزان رضایت شغلی او مؤثر است. (محمدزاده، مهره‌زاد، 1375)

وروم نیز در تحقیقات خود، به دست آورد که بین رضایت شغلی و میزان کارایی و عملکرد، رابطه مثبتی وجود دارد. (شفیع آبادی، 1376)

2-5- تعهد سازمانی

تعهد سازمانی به عنوان یک متغیر وابسته بیانگر نیرویی است که فرد را ملزم می‌کند در سازمان بماند و با تعلق خاطر جهت تحقق اهداف سازمان کار کند، یعنی تعهد سازمانی با یک سری رفتارهای مولد همراه است. فردی که تعهد سازمانی بالایی دارد در سازمان باقی می‌ماند، اهداف آن را می‌پذیرد و برای رسیدن به آن اهداف از خود تلاش زیاد و حتی ایثار و فداکاری نشان می‌دهد. (صادقی فر، 1386)

تعهد از نظر لغوی عبارت از به کار گرفتن کاری، به عهده گرفتن، نگاه داشتن، عهد و پیمان بستن و در اصطلاح عبارت است از: عمل متعهد شدن به یک مسئولیت یا یک باور، عمل ارجاع یا اشاره به یک موضوع و تقبل یا عهده‌دار شدن انجام کاری در آینده.

3- روش پژوهش

روشی که به منظور تحلیل تعاریف ارائه شده از محتوا مورد استفاده قرار گرفته است، ارزیابی انطباقی¹ است که اصول آن توسط «واریاینن» ارائه شده است. وی هدف از ارزیابی انطباقی را درک، تشریح و تفسیر پدیده‌های مختلف می‌داند و بیان می‌کند ارزیابی انطباقی با هدف کنترل، به منظور جستجوی شواهدی برای پشتیبانی یا رد دقت و صحت کلیات خاص هنگام بکارگیری در موارد مختلف انجام می‌شود. (Vartiainen 2002).

4- پیشنهاد تحقیق

اکثر پژوهش‌هایی که در زمینه تحقیق پیشرو انجام گرفته در خارج از کشور بوده و تعداد کمی از این تحقیقات به موضوع تأثیر استفاده از رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد کارکنان سازمان پرداخته‌اند، که به شرح ذیل می‌باشند.

¹ Comparative evaluation

نوآوری در مدیریت سیستم‌ها و فناوری اطلاعات با رویکرد هوشمندی کسب و کار Innovation in IS/IT Management with BI Approach

بر اساس نتایج حاصل از تحقیقات «جیم فلاین¹ 2011» استفاده از شبکه‌های اجتماعی توسط کارکنان افزایش سطح دانش، توانایی‌ها، سطح عملکرد و احساس نزدیکی بیشتر با سازمان را همراه خواهد داشت. همچنین بر اساس نظر «بوش² 2009»، طراحی برنامه آموزشی کارکنان بر پایه نحوه استفاده از شبکه‌های اجتماعی به بخش مدیریت منابع انسانی³ سازمان در امر آموزش، یادگیری و به اشتراک گذاری اطلاعات و دانش کمک خواهد کرد.

«گاکوئی⁴ و میسوکو⁵ 2013» در تحقیق خود تأثیر استفاده از رسانه‌های اجتماعی بر بهره‌وری کارکنان پرداختند. آن‌ها معتقدند موفقیت سازمان‌ها در گرو افزایش بهره‌وری کارکنان است. رسانه‌های اجتماعی دارای پتانسیل‌هایی هستند که به کارکنان اجازه می‌دهند تا با همکاری و برقراری ارتباط به خلق و اشتراک دانش پرداخته و بهره‌وری خود و سازمان را افزایش دهند. نتایج حاصل از این بررسی تأثیر مثبت استفاده از رسانه‌های اجتماعی بر دستیابی به اطلاعات مربوط به وظایف شغلی، در ارتباط بودن با همکاران و دوستان، اشتراک اطلاعات و دانش با همکاران را نشان می‌دهد. همچنین محققین در این بررسی دریافتند اگر استفاده از رسانه‌های اجتماعی در محیط کار به درستی از طرف مدیران منابع انسانی مدیریت نشود، تأثیرات منفی آن بیشتر از تأثیرات مثبت استفاده از این ابزارها خواهد بود.

«لفتريوتيس⁶ و جياناكوس⁷ 2013» به بررسی استفاده کارکنان سازمان بیمه از رسانه‌های اجتماعی برای اهداف مرتبط با کار و تأثیر آن بر عملکرد شغلی کارکنان شرکت بیمه پرداختند. نتایج حاصل از این تحقیق نشان داد، بیشتر کارکنان شرکت بیمه از رسانه‌های اجتماعی به منظور بررسی بازارهای اینترنتی استفاده می‌کنند. در نهایت استفاده از رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی باعث اتلاف وقت کارکنان نشده بلکه باعث افزایش بهره‌وری و بهبود عملکرد شغلی آنان خواهد شد.

«کی یونگ کاک و دوهونگ پارک⁸ کره جنوبی، 2015» معتقدند محیط رسانه‌های اجتماعی ویژگی‌های منحصر به فردی اعم از باز بودن، برقراری ارتباط دو طرفه و بازخورد آزاد را دارا می‌باشد. این ویژگی‌ها باعث شده تعداد زیادی از افراد به صورت رایگان و به آسانی افکار،

¹ Jim Flynn, 2011

² Bosch, T. E., 2009

³ Human Resource management

⁴ Assa Gakui Munene, 2013

⁵ Ycliffe Misuko Nyaribo, 2013

⁶ Ioannis Leftheriotis, 2013

⁷ Michail N. Giannakos, 2013

⁸ Kee-Young Kwahk, Do-Hyung Park, 2015

نوآوری در مدیریت سیستم‌ها و فناوری اطلاعات با رویکرد هوشمندی کسب و کار Innovation in IS/IT Management with BI Approach

عقاید، تجربه‌ها، اطلاعات و دانش خود را به اشتراک بگذارند. هدف از انجام تحقیق توسط این دو محقق بررسی این موضوع است که برقراری ارتباط در رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی چگونه بر فعالیت‌های مرتبط با اشتراک دانش و عملکرد شغلی تأثیر می‌گذارد.

«شرف¹ پاکستان، 2014» به بررسی رابطه استفاده کارکنان سازمان از رسانه‌های اجتماعی در ساعات کاری و عملکرد شغلی آنان پرداخته است. نتایج حاصل از این بررسی نشان داد استفاده از شبکه‌های اجتماعی موجب افزایش مهارت‌های کارکنان، یادگیری، به دست آوردن و به اشتراک‌گذاری دانش، افزایش بهره‌وری سازمان و افزایش سطح انگیزه کارکنان و در نهایت بهبود عملکرد کارکنان خواهد شد. از میان فاکتورهای یاد شده بیشترین تأثیر بر روی افزایش سطح انگیزش کارکنان بوده است که بر اساس نظریه‌های مرتبط با این فاکتور، افزایش سطح انگیزش افراد موجب افزایش تلاش کارکنان برای بهتر انجام دادن وظایف و در نهایت بهبود عملکرد شغلی و بهبود عملکرد کلی سازمان خواهد شد.

«مقبل و همکاران²، 2013»، تأثیر شدت استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد شغلی کارکنان به واسطه افزایش رضایت شغلی و تعهد سازمانی را بررسی کردند. نتایج نشان داد رابطه مثبت و معناداری میان میزان استفاده از سایت‌های شبکه اجتماعی و عملکرد شغلی کارکنان به واسطه افزایش رضایت شغلی و تعهد سازمانی وجود دارد، این در حالی است که وجود رابطه مستقیم میان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و عملکرد شغلی کارکنان رد شده است.

«پیرائوس³ تایلند، 2014» در تحقیق خود به بررسی دو پرسش، آیا کیفیت روابطی که کارکنان در سازمان با افراد توسعه می‌دهند، می‌تواند به درک اهمیت تأثیر استفاده از رسانه‌های اجتماعی در محیط کار کمک کند، و دومین پرسش، بررسی رابطه میان استفاده از رسانه‌های اجتماعی در محیط کار بر نتایج کار کارکنان می‌باشد. نتایجی که از این تحقیق حاصل گردید، تأثیر مثبت و معناداری را میان مؤلفه‌های حمایت همکاران و استفاده از رسانه‌های اجتماعی، تقاضای شغل و استفاده از رسانه‌های اجتماعی، رضایت شغلی و عملکرد شغلی نشان می‌دهد. تنها رابطه منفی که از نتایج این تحقیق بدست آمد، رابطه میان حمایت سرپرست و استفاده از رسانه‌های اجتماعی بوده است.

¹ Naheed Ashraf, 2014

² Murad Moqbel, Health Information Management & Health Informatics Departments, University of Kansas Medical Center, Kansas City, Kansas, USA, 2013

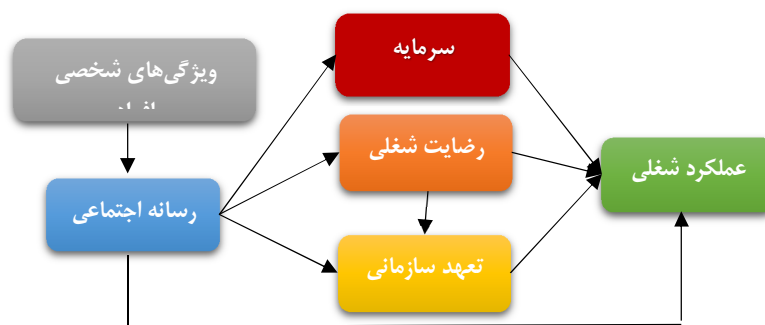
³ Peerayuth Charoensukmongkol, 2014

نوآوری در مدیریت سیستم‌ها و فناوری اطلاعات با رویکرد هوشمندی کسب و کار Innovation in IS/IT Management with BI Approach

«علی حسن¹ و همکاران 2015»، به بررسی وجود رابطه مثبت میان استفاده از رسانه‌های اجتماعی و عملکرد شغلی پرداختند. محقق معتقد است، کارکنان به شیوه‌های مختلف و برای اهداف متفاوت از جمله ساخت و حفظ روابط اجتماعی، به اشتراک‌گذاری تجارب شخصی، همکاری و ... از رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند. با استفاده از این ابزارها، شبکه‌های اجتماعی میان کارکنان رشد کرده و شخصیت آن‌ها نیز که نشأت گرفته از سطح دانش، مهارت و تجربه‌شان می‌شود شکل می‌گیرد. نتایج حاصل از این بررسی تأثیر مثبت استفاده از ابعاد مختلف رسانه‌های اجتماعی را بر عملکرد شغلی نشان داده‌است و تنها تأثیر منفی موجود استفاده از بعد سرگرمی رسانه‌های اجتماعی بر عملکرد روزمره کارکنان می‌باشد.

5- طراحی مدل مفهومی تأثیر استفاده از رسانه اجتماعی بر عملکرد شغلی

در اینجا مدل مربوط به تحقیق بر اساس فرضیه‌های اصلی تحقیق ارائه می‌گردد. شکل 1 بیانگر فرضیه‌ها و مدل اصلی این تحقیق می‌باشد.



شکل 1: مدل مفهومی تحقیق

اکنون چگونگی شکل‌گیری این مدل ارائه می‌شود. یکی از مؤلفه‌های مدل تأثیر ویژگی‌های شخصی افراد² بر استفاده آنان از رسانه‌های اجتماعی می‌باشد بر اساس تحقیقات «اورگان»¹

¹ Hossam Ali-Hassan, 2015

² Individual Factors

نوآوری در مدیریت سیستم‌ها و فناوری اطلاعات با رویکرد هوشمندی کسب و کار Innovation in IS/IT Management with BI Approach

زمانیکه افراد سازمان از رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند، علاقه‌مند خواهند شد تا با همکاران خود به اشتراک دانش بپردازند. این کار باعث اشتراک دانش و اطلاعات میان آنان شده و به حل مسائل و مشکلات کاری کمک می‌کند و در نهایت عملکرد شغلی کارکنان را بالا می‌برد. همچنین بر اساس نظر «چو و چن»² گسترش روابط میان افراد باعث افزایش توانایی و افزایش دانش آنان خواهد شد. برای بررسی تأثیر ویژگی‌های شخصی افراد بر استفاده از رسانه‌های اجتماعی از دو بعد یا فاکتور لذت از کمک کردن³ و خود بسندگی دانشی⁴ بر پایه نظریه شناخت اجتماعی⁵ استفاده شده است. نظریه شناخت اجتماعی به منظور بررسی رفتار و انگیزش افراد در شرایط مختلف مورد استفاده قرار می‌گیرد. بر اساس نظریه شناخت اجتماعی رفتار افراد متأثر از شناخت فردی و ویژگی‌های اجتماعی آنان می‌باشد. بر این اساس در مدل تحقیق از مؤلفه ویژگی‌های شخصی و تأثیر آن بر استفاده از رسانه‌های اجتماعی استفاده شده است. (کی یونگ کاک و دو هونگ پارک، 2015)

بر اساس مطالعات یو و جی⁶ استفاده از رسانه‌های اجتماعی سه دسته از نیازهای عمده افراد که موجب خوشنودی آنها می‌شود را پوشش می‌دهد، این نیازها شامل نیازهای اجتماعی مانند ایجاد ارتباط با دوستان، اقوام و آشنایان، نیازهای شناختی مانند جستجوی دانش و اطلاعات که از طریق اشتراک دانش امکان پذیر است و نیازهای مربوط به لذت بردن که شامل سرگرمی و تفریح می‌باشد، هستند. بر اساس نظر «بارت و ولمن»⁷ استفاده از بعد اجتماعی رسانه اجتماعی که نیازهای اجتماعی افراد را پوشش می‌دهد باعث افزایش تعداد روابط دوستانه و همچنین غیر دوستانه و رسمی خواهد شد که این خود باعث افزایش اشتراک دانش و اطلاعات در محیط کار می‌شود. این مؤلفه بر عملکرد شغلی نیز به واسطه افزایش دانش و اطلاعات تأثیر گذار خواهد بود. بر اساس نظر «نو»⁸ استفاده از رسانه‌های اجتماعی به منظور سرگرمی و تفریح باعث می‌شود افراد با تعداد زیادی از افراد دیگر آشنا شده و از دانش آنها در زمینه‌های مختلف به خصوص مسائل و مشکلات در زمینه کاری استفاده نمایند که باعث افزایش عملکرد شغلی آنان نیز خواهد شد. بر این اساس برای بررسی

¹ Organ, 1988

² Chow & chan, 2008

³ Enjoy of helping

⁴ Knowledge self-efficacy

⁵ Social cognitive

⁶ U&G (Uses and Gratification)

⁷ Burt, 1992 & wellman, 2001

⁸ Nevo, 2012

نوآوری در مدیریت سیستم‌ها و فناوری اطلاعات با رویکرد هوشمندی کسب و کار Innovation in IS/IT Management with BI Approach

تأثیر استفاده از رسانه‌های اجتماعی بر عملکرد شغلی باید ابعاد مختلف آن را در نظر گرفت.
(مک کوئیل¹، 1994)

بر اساس تحقیقات «نورث²» کارکنان سازمان معتقدند استفاده از رسانه‌های اجتماعی در محیط کار ارزش آفرین خواهد بود و بر عملکرد آنان تأثیر خواهد گذاشت. تحقیقات گذشته «استراوس³» نشان داده است که افزایش روحیه کارکنان که نشأت گرفته از رضایت شغلی آنان خواهد بود باعث افزایش بهره‌وری کارکنان خواهد بود. رضایت شغلی به طور مؤثر بر عملکرد شغلی تأثیر گذار است (جاج⁴، 2001).

بر اساس نظر «آلن و می⁵» برای بررسی مؤلفه تعهد سازمانی از سه بعد تعهد عاطفی، تعهد هنجاری و تعهد مستمر استفاده می‌شود. استفاده کارکنان از رسانه‌های اجتماعی موجب ایجاد حس تعامل اجتماعی میان کارکنان خواهد شد. وجود این حس به عنوان یک منبع برای آنان موجب افزایش دلبستگی عاطفی شده و در نهایت تعهد بیشتر کارکنان به سازمان را در پی دارد و در نهایت بر عملکرد شغلی آنان نیز مؤثر خواهد بود. (آلن و می⁵، 2008)

تأثیر استفاده از رسانه‌های اجتماعی بر مؤلفه واسط سرمایه اجتماعی در بسیاری از تحقیقات مورد بررسی قرار گرفته است. ایده اصلی این است که فناوری اطلاعات به افراد اجازه می‌دهد تا فارغ از زمان و مکان به سهولت به تبادل دانش و اطلاعات پردازند و موجب افزایش سرمایه اجتماعی میان خود شوند. (الیسون⁶، 2007، هوئزمن و فلف⁷، 2004، ولمن⁸، 2001) سرمایه اجتماعی به عنوان یک منبع مهم برای کارکنان و یکی از عوامل تعیین کننده در عملکرد شغلی کارکنان شناخته می‌شود. بر اساس نظر «ناهایپیت و گوشال⁸» سرمایه اجتماعی دارای سه بعد ساختاری، شناختی و ارتباطی می‌باشد و هر یک از این ابعاد بر عملکرد شغلی افراد تأثیر گذار هستند.

بر اساس نظر «کاتز⁹» عملکرد شغلی دارای دو بعد است، بعد معمول یا روتین¹ و بعد نوآورانه². بعد نخست اشاره به عملکرد روزمره و روتین افراد دارد که از طرف سازمان به

¹ McQuail, 1994

² North, 2010

³ Strauss, 1968

⁴ Judge et al., 2001

⁵ Allen and Meyer, 1990

⁶ Ellison et al., 2007

⁷ Huysman and Wulf, 2004

⁸ Nahapiet and Ghoshal, 1998

⁹ Katz, 1964

نوآوری در مدیریت سیستم‌ها و فناوری اطلاعات با رویکرد هوشمندی کسب و کار Innovation in IS/IT Management with BI Approach

عنوان وظایف شغلی افراد تعریف شده است و آنان مجبور به انجام آن بوده و در ازای انجام درست وظایف پاداش دریافت خواهند کرد (جنسس و ون 2004³). بعد دوم اشاره بر رفتار اختیاری کارکنان و فراتر از کار رسمی آنان بوده و در ادبیات از آن با نام عملکرد نوآورانه یاد می‌شود (اسپارو و همکاران 2001⁴).

در این تحقیق بر اساس مطالعات انجام گرفته درباره تأثیر استفاده از رسانه‌های اجتماعی و مؤلفه‌های وابسته‌ای چون ویژگی‌های شخصیتی، رضایت شغلی، تعهد سازمانی و سرمایه اجتماعی بر عملکرد شغلی 6 مؤلفه در قالب 54 شاخص مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. تأثیر مؤلفه ویژگی‌های شخصی بر استفاده از رسانه‌های اجتماعی با ابعاد لذت از کمک کردن و خود بسندگی دانشی مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. تأثیر استفاده از رسانه‌های اجتماعی بر مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی، رضایت شغلی، تعهد سازمانی و عملکرد شغلی با بررسی ابعاد مختلف رسانه اجتماعی که شامل استفاده اجتماعی، استفاده شناختی، اشتراک دانش و استفاده تفریح و سرگرمی می‌باشد مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. اثر مؤلفه سرمایه اجتماعی بر عملکرد شغلی از طریق ارزیابی ابعاد آن که شامل بعد ساختاری، بعد شناختی و بعد ارتباطی می‌باشد، انجام می‌شود. همانطور که پیشتر نیز عنوان گردید عملکرد شغلی نیز شامل دو بعد عملکرد معمول و نوآورانه است که از این طریق قابل ارزیابی می‌باشد.

با توجه به توضیحات مطرح شده، اکنون می‌توان شکل تفصیلی مدل ارتباط بین استفاده از رسانه‌های اجتماعی و عملکرد شغلی را شناسایی نمود که شکل 2 جزئیات این مدل را نشان می‌دهد.

رسانه اجتماعی

¹ routine job performance

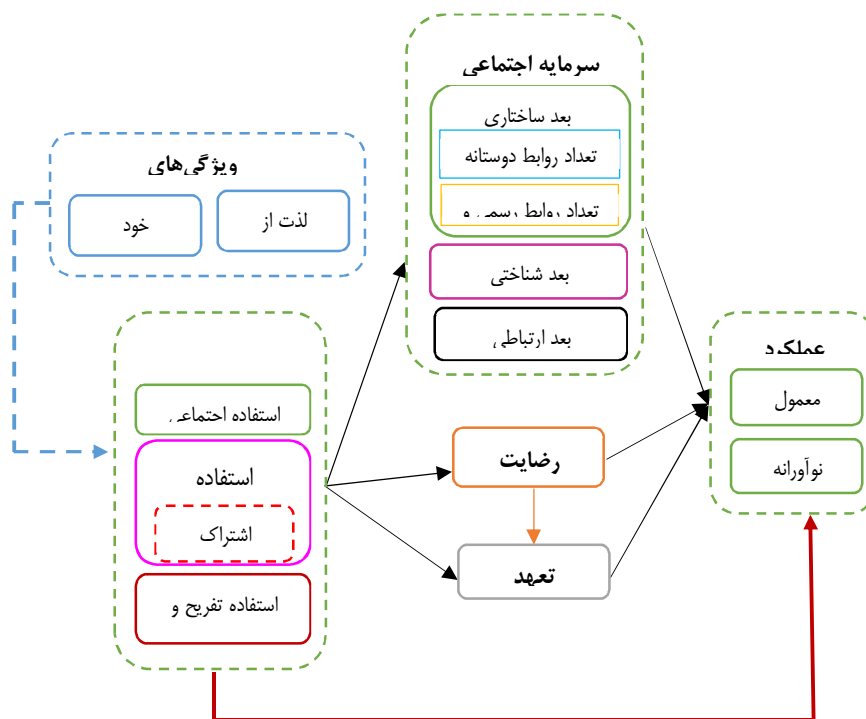
² innovative job performance

³ Janssen and Van Yperen, 2004

⁴ Sparrowe et al., 2001

نوآوری در مدیریت سیستم‌ها و فناوری اطلاعات با رویکرد هوشمندی کسب و کار

Innovation in IS/IT Management with BI Approach



شکل 2: جزئیات مدل تحقیق

6- نتیجه گیری

همانطور که بیان شد، ارتباط بین استفاده از رسانه اجتماعی و عملکرد شغلی افراد بسیار پیچیده بوده و نیازمند بررسی است. به نظر می‌رسد عوامل متعددی می‌توانند بر این رابطه تأثیر داشته باشند. بنابراین تشویق یا ممانعت صرف سازمان‌ها برای استفاده کارکنان از شبکه‌های اجتماعی نمی‌تواند مطلوبیت مورد نیاز را به همراه داشته باشد. به طور مثال می‌بایست ویژگی‌های شخصیتی پرسنل مد نظر قرار گیرد. به طور مثال، این امر محتمل است که افرادی که اجتماعی‌تر بوده و در زندگی شخصی به سایر افراد کمک می‌کنند، گزینه مناسبی برای تشکیل گروه‌های مجازی شغلی و بهبود هم‌افزایی در سازمان از طریق آن می‌باشند.

همچنین نوع استفاده از این رسانه‌ها نیز می‌تواند امری مهم باشد. برخی از مشاغل سازمان که نیازمند کارکنان خلاق هستند، ممکن است با استفاده سرگرمی و خلاقانه از این شبکه‌ها تقویت شوند اما سایرین با افت عملکردی افراد احراز کننده شغل مواجه شوند. نوع استفاده همچنین می‌تواند تأثیرات متفاوتی بر رضایت و تعهد کارکنان داشته باشد. به طور مثال

نوآوری در مدیریت سیستم‌ها و فناوری اطلاعات با رویکرد هوشمندی کسب و کار Innovation in IS/IT Management with BI Approach

ممکن است حضور در گروه‌های غیر رسمی و حتی گروه‌های حرفه‌ای، همبستگی سازمانی بیشتری بین کارکنان ایجاد نماید.

به طور ویژه می‌توان به نقش سرمایه اجتماعی نیز اشاره نمود که به نظر می‌رسد عاملی بسیار حیاتی در بررسی رابطه مذکور می‌باشد. ابعاد گوناگون شناختی، اجتماعی و هنجاری در یک سازمان می‌توانند تأثیر متفاوتی بر ارتباط بین استفاده از رسانه اجتماعی و عملکرد شغلی داشته باشد. به طور مثال فردی شاغل در سازمانی با ساختار تخت و حیطة کنترل زیاد، شاید عملکرد شغلی بهتری به هنگام استفاده از رسانه اجتماعی داشته باشد. به هر حال تمامی روابط مدل طراحی شده نیازمند بررسی و ارزیابی در محیط سازمان‌های ایران می‌باشد که می‌بایست در تحقیقات آتی مورد بررسی قرار گیرد.

7- منابع

- 1- فراهانی، ح و نظری، غ. (1387). نقش سرمایه اجتماعی در بهره‌وری نیروی کار، ماهنامه تدبیر، سال بیستم، شماره 202، 43-48
- 2- راوری، ع. میرزایی، ط و ونکی، ز. (1391). تبیین ماهیت مفهوم رضایت شغلی، فصلنامه مدیریت پرستاری، سال اول، دوره اول، شماره 4، 61-71
- 3- محقق، م. (1385). سرمایه اجتماعی، تهران، مهدی اختر محقق
- 4- پی رابینز، الف (نویسنده). پارسائیان، ع و اعرابی، م (1375)، مبانی رفتار سازمانی، تهران، دفتر پژوهش‌های فرهنگی
- 5- میر دریکوندی، ر. (1389). شغل، رضایت شغلی و روش‌های ارزیابی آن، فصلنامه معرفت، شماره 38، 64-77
- 6- برومند، ز. (1390). مدیریت رفتار سازمانی، تهران، دانشگاه پیام نور
- 7- ابوالعلائی، ب. (1394). مدیریت عملکرد: راهنمای مدیران برای ارزیابی و بهبود عملکرد کارکنان، تهران، سازمان مدیریت صنعتی
- 8- ساروخانی، ب. (1373). روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی، تهران، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
- 9- کلمن، ج (نویسنده). صبوری، م. (1377). بنیادهای نظریه اجتماعی، تهران، نشر نی
- 10- شفیع آبادی، ع. (1390). راهنمایی و مشاوره شغلی و حرفه‌ای و نظریه‌های انتخاب شغل، تهران، رشد
- 11- محمدزاده، ع و مهرزاد، الف. (1375). رفتار سازمانی نگرش اقتضایی، تهران، انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی

نوآوری در مدیریت سیستم‌ها و فناوری اطلاعات با رویکرد هوشمندی کسب و کار Innovation in IS/IT Management with BI Approach

12- صادقی فر، ج. (1386). ارزش فردی و تعهد سازمانی، شیراز، نوید شیراز

- 1- Ashraf, N. & Javed, T. (2014). Impact of Social Networking on Employee Performance, *Journal of Business Management and Strategy*, 5, 2, 139-150
- 2- Charoensukmongkol, P. (2014). Effects of support and job demands on social media use and work outcomes, *Journal of Computers in Human Behavior*, 36, 340-349
- 3- 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, 65-89
- 4- Moqbel, M. Nevo, S & Kock, N. (2013). Organizational members' use of social networking sites and job performance, *Journal of Information Technology & People*, 26,3,240-266
- 5- Munene, A & Nyaribo, Y. (2013). Effect of Social Media Pertication in the Workplace on Employee Productivity, *Journal of International Journal of Advances in Management and Economics*, 2, 2, 141-150
- 6- Kwahk, K & Park, D. (2015). The effects of network sharing on knowledge-sharing activities and job performance in enterprise social media environments, *Journal of Computers in Human Behavior*, 55,826-839
- 7- Leftheriotis, I & Giannakos, M. (2013). Using social media for work: Losing your time or improving your work, *Journal of Computers in Human Behavior*, 31, 134-142
- 8- Vartiainen, P. (2002). On the principles of comparative evaluation, *American Journal of Evaluation*, 28, 437-457
- 9- Mayfield, A. (2008). What is social media, icrossing.co.uk/ebooks
- 10- Byars, L.I & Rue, L.W. (2008). *Human Resource Management: 9 th Edition*. New York: Mc GrawHill.